

Social media sharing

a zachowania finansowe
gospodarstw domowych

IWONA LUPA-WÓJCIK

Social media sharing

a zachowania finansowe
gospodarstw domowych

Kraków 2021

Social media sharing a zachowania finansowe gospodarstw domowych

RECENZENCI

dr hab. Anna Sączewska-Piotrowska, prof. UE
prof. dr hab. Czesław Bywalec

REDAKTOR PROWADZĄCY

dr Adrian Gorgosz

KOREKTA

Monika Buraczyńska

SKŁAD

Aleksandra Winiarska

PROJEKT OKŁADKI

Karolina Piegza

Copyright by AT Wydawnictwo & Author, Kraków 2021

ISBN 978-83-66445-20-8

Publikacja sfinansowana przez Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie



AT Wydawnictwo
www.atwydawnictwo.pl

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I. Zachowania finansowe gospodarstw domowych i przeobrażenia w ich konsumpcji	II
1.1. Istota, podział i funkcje gospodarstw domowych	II
1.2. Potrzeby finansowe gospodarstw domowych	19
1.2.1. Potrzeby finansowe na tle innych potrzeb gospodarstw domowych	19
1.2.2. Kategorie potrzeb finansowych	20
1.3. Podstawowe kategorie finansów gospodarstw domowych	23
1.3.1. Dochody gospodarstw domowych w Polsce	23
1.3.2. Wydatki gospodarstw domowych w Polsce	26
1.3.3. Budżet gospodarstw domowych w Polsce	28
1.3.4. Oszczędności gospodarstw domowych w Polsce	32
1.3.5. Zadłużenie gospodarstw domowych w Polsce	35
1.4. Zachowania finansowe gospodarstw domowych i ich hierarchia	38
1.5. Patologie w zachowaniach finansowych gospodarstw domowych	46
1.6. Przeobrażenia w konsumpcji gospodarstw domowych	51
1.6.1. Rozwój konsumpcji	51
1.6.2. Konsumeryzm i społeczeństwo konsumpcyjne	55
1.6.3. Nowoczesna konsumpcja prawdziwa	56
Rozdział II. <i>Social media sharing</i>, czyli o ekonomii współdzielenia w mediach społecznościowych	69
2.1. Wprowadzenie do koncepcji <i>sharing economy</i>	69
2.1.1. Rozwój ekonomii współdzielenia	69
2.1.2. Społeczno-ekonomiczne aspekty <i>sharing economy</i>	72
2.1.3. Istota i cechy ekonomii współdzielenia	76
2.2. Gospodarstwa domowe jako podmioty ekonomii współdzielenia i ich motywy	79
2.3. Obszary ekonomii współdzielenia	82
2.4. Charakterystyka inicjatyw ekonomii współdzielenia na przykładzie transportu i zakwaterowania	87
2.5. Media społecznościowe jako katalizator ekonomii współdzielenia	91
2.5.1. Pojęcie i rodzaje mediów społecznościowych	91
2.5.2. Specyfika mediów społecznościowych jako platform do współdzielenia	93
2.5.3. Komunikacja w mediach społecznościowych	95
2.5.4. Model relacji ekonomicznych w mediach społecznościowych	97
2.5.5. Grupy na Facebooku i ich wpływ na decyzje konsumenckie	102
2.6. Charakterystyka <i>social media sharing</i>	104

Rozdział III. Zachowania finansowe gospodarstw domowych jako determinanta <i>social media sharing</i> w świetle badań ankietowych.....	109
3.1. Metodyka badań	109
3.1.1. Cel badań i metoda badawcza	109
3.1.2. Informacje o respondentach	112
3.1.3. Charakterystyka badanych gospodarstwach domowych	114
3.2. Typy gospodarstw domowych uczestniczących w <i>social media sharing</i>	116
3.3. Formy i motywy uczestniczenia gospodarstw domowych w <i>social media sharing</i> ..	120
3.4. Powody nieuczestniczenia w <i>social media sharing</i> przez respondentów.....	129
3.5. Postawy gospodarstw domowych względem <i>sharing economy</i>	135
Zakończenie	147
Bibliografia.....	153
Spis tabel	158
Spis rysunków	159
Aneks	161

Wstęp

Rozwój konsumpcji gospodarstw domowych spowodował powstanie nowych nurtów, wśród których ważne miejsce zajmuje *sharing economy* (ekonomia współdzielenia). Jest to stosunkowo nowy obszar badań, którym zainteresowanie systematycznie zwiększa się wraz z rozwojem nowych technologii. Opiera się na idei współdzielenia i dotyczy wszystkich sektorów gospodarki, zarówno rządowego, prywatnego, jak i pozarządowego. Przejawia się w takich dobrze znanych inicjatywach, jak współużytkowanie samochodów w miastach (np. Trafficar), udostępnianie mieszkania lub pokoju na wynajem (np. AirBnB), kursy edukacyjne online (np. Khan Academy, Skillshare) czy *crowdfunding*. Za jeden z głównych czynników rozwoju ekonomii współdzielenia uznaje się media społecznościowe, które służą do prowadzenia różnego rodzaju interakcji między gospodarstwami domowymi. Stają się one platformami, dzięki którym gospodarstwa domowe mogą się nie tylko komunikować, ale także realizować transakcje typu *sharing economy*, polegające na wymianie lub dzieleniu się różnymi dobrami lub usługami. Tego rodzaju działania w tej książce określa się mianem *social media sharing*. Do głównych motywów uczestniczenia gospodarstw domowych w ekonomii współdzielenia w mediach społecznościowych należy zaliczyć te o charakterze ekonomicznym. W literaturze przedmiotu brakuje jednak pogłębionych badań, które wskazywałyby na zależność między zachowaniami finansowymi a uczestnictwem w ekonomii współdzielenia, w tym w *social media sharing*.

Celem książki jest określenie specyfiki *social media sharing* jako form transakcji realizowanych przez gospodarstwa domowe i wskazanie zależności między zachowaniami finansowymi tych gospodarstw a ich uczestnictwem w tego rodzaju transakcjach.

Na podstawie tak sformułowanego celu wyodrębniono następujące problemy badawcze:

1. Jakie typy gospodarstw domowych uczestniczą w *social media sharing*?
2. Jakie są formy i motywy uczestniczenia gospodarstw domowych w *social media sharing*?
3. Jakie są powody nieuczestniczenia w *social media sharing*?
4. Jakim zdaniem respondentów istnieją korzyści i zagrożenia (lub bariery) *social media sharing*?
5. Jak respondenci oceniają wpływ *social media sharing* na sytuację finansową gospodarstw domowych?
6. Jaki jest wpływ mediów społecznościowych na rozwój ekonomii współdzielenia?

Jako metody badawcze zastosowano: analizę literatury przedmiotu, analizę dokumentów, studium przypadku oraz metodę ilościową (technikę ankiety).

Książka składa się z trzech rozdziałów.

Rozdział pierwszy poświęcono problematyce zachowań finansowych gospodarstw domowych i przeobrażeniom w ich konsumpcji. Zdefiniowano pojęcie gospodarstwa domowego, przedstawiono jego rodzaje oraz funkcje. Określono potrzeby finansowe gospodarstw domowych na tle innych potrzeb, jak również wytypowano ich kategorie. Dokonano charakterystyki dochodów i wydatków polskich gospodarstw domowych, określono ich budżet, a ponadto wysokość oszczędności i zadłużenia. Omówiono problematykę zachowań finansowych gospodarstw domowych i ich hierarchii. Zwrócono też uwagę na problem patologii w zachowaniach finansowych gospodarstw domowych. Następnie przedstawiono przeobrażenia w konsumpcji gospodarstw domowych, omawiając m.in. nowoczesne trendy w tym zakresie, które mają pewne powiązanie z ekonomią współdzielenia.

Rozdział drugi traktuje o *social media sharing*, czyli o ekonomii współdzielenia w mediach społecznościowych. Dokonano w nim wprowadzenia do koncepcji *sharing economy*, omawiając rozwój ekonomii współdzielenia, społeczno-ekonomiczne aspekty *sharing economy*, a także definiując ekonomię współdzielenia i przedstawiając jej cechy. W dalszej kolejności scharakteryzowano gospodarstwa domowe jako podmioty ekonomii współdzielenia i przedstawiono motywy uczestnictwa w tym nurcie w świetle literatury przedmiotu. Zaprezentowano obszary ekonomii współdzielenia oraz dokonano charakterystyki inicjatyw ekonomii współdzielenia na przykładzie transportu i zakwaterowania. W dalszym etapie zdefiniowano media społecznościowe jako katalizator ekonomii współdzielenia. Wyjaśniono, czym są media społecznościowe, jakie

są ich rodzaje i specyfika jako platform do współdzielenia. Przedstawiono również autorski model relacji ekonomicznych w mediach społecznościowych oraz omówiono problematykę grup na Facebooku i ich wpływu na decyzje konsumenckie. Na koniec dokonano charakterystyki *social media sharing*, doprecyzowując ten model ekonomii współdzielenia.

Ostatni rozdział ma charakter empiryczny. Zaprezentowano w nim wyniki badań na temat zachowań finansowych gospodarstw domowych jako determinant *social media sharing* w świetle badań ankietowych. W pierwszej kolejności omówiono metodykę badań, tj. określono cel i metodę badawczą, przedstawiono informacje o respondentach oraz dokonano charakterystyki badanych gospodarstwach domowych. Na dalszym etapie przedstawiono wyniki badań na temat typów gospodarstw domowych uczestniczących w *social media sharing*, form i motywów uczestniczenia gospodarstw domowych w *social media sharing*, jak również powody nieuczestniczenia w tym nurcie przez respondentów. Ponadto dokonano charakterystyki postaw gospodarstw domowych względem *sharing economy*.

Książka skierowana jest do członków różnych organizacji: biznesowych, samorządowych, pozarządowych, finansowych, kulturowych, naukowych, politycznych, jak też do gospodarstw domowych. Badania przeprowadzone na potrzeby tej książki mają bardzo ważny wymiar społeczny i ekonomiczny ze względu na aktualność problematyki, niezwykle dynamiczny rozwój i potencjał mediów społecznościowych jako katalizatorów ekonomii współdzielenia, jak też swego rodzaju pewną nieprzewidywalność i ryzyko, jakie to za sobą niesie. Na ten temat wciąż jest niewiele badań, a te, które są, wymagają nieustannej aktualizacji i zgłębienia poruszanych w nich problemów.

Rozdział I.

Zachowania finansowe gospodarstw domowych i przeobrażenia w ich konsumpcji

I.1. ISTOTA, PODZIAŁ I FUNKCJE GOSPODARSTW DOMOWYCH

Gospodarstwa domowe stanowią kluczowe jednostki w sferze konsumpcji, której głównym celem jest zaspokojenie jednostkowych oraz wspólnych potrzeb konsumpcyjnych¹. Czesław Bywalec przytacza definicję gospodarstwa domowego, zgodnie z którą jest to jedno- lub wieloosobowy podmiot gospodarczy, zwykle oparty na więzach rodzinnych, działający w sferze konsumpcji, który ma na celu zaspokojenie potrzeb wszystkich jego członków przy pomocy wspólnego rozporządzania dochodami pozyskanymi przez wszystkich bądź niektórych z nich².

W klasycznej ekonomii gospodarstwa domowe są traktowane, obok przedsiębiorstw, jako podstawowe podmioty, które wpływają na obieg dochodu narodowego w gospodarce. W związku z występującymi między poszczególnymi podmiotami gospodarki przepływami istnieje konieczność wyodrębnienia finansów gospodarstw domowych jako osobnego obszaru, w ramach którego powstają relacje związane z gromadzeniem oraz wydatkowaniem zasobów pieniężnych³. Ujęcie finansów zgodnie z kryterium podmiotowym wskazuje

¹ T. Zalega, *Konsumpcja. Determinanty – teorie – modele*, PWE, Warszawa 2012, s. 71.

² Cz. Bywalec, *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, PWN, Warszawa 2009, s. 14.

³ M. Krasucka, M. Maciejasz-Świątkiewicz, J. Pieczonka, R. Poskart, *Produkty i usługi finansowe dla gospodarstw domowych w Polsce*, Uniwersytet Opolski, Opole 2011, s. 11.