

*Jadwiga Berbeka**

ZACHOWANIA KONSUMENTÓW W KRAJACH UE JAKO PRZEJAW KSZTAŁTOWANIA SIĘ SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

Powstawanie społeczeństwa informacyjnego ma bardzo rozległe konsekwencje w wymiarze gospodarczym, społecznym i kulturowym. Uświadomienie sobie tego faktu spowodowało podjęcie działań zarówno przez instytucje unijne, jak i rządy krajów członkowskich. Ich skuteczność weryfikują zachowania podmiotów gospodarczych. Znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy zachowania konsumentów dowodzą powstawania społeczeństwa informacyjnego, stało się przesłanką podjęcia niniejszego tematu.

Opracowanie to ma charakter doniesienia, wymusza to skrótowość ujęcia wszystkich zagadnień. Koncentruję się w nim na następujących kwestiach:

- identyfikacji pojęcia społeczeństwa informacyjnego,
- zasygnalizowaniu działań UE zmierzających do kształtowania społeczeństwa informacyjnego,
- weryfikacji hipotezy, że zachowania konsumentów w piętnastu krajach UE świadczą o formowaniu się społeczeństwa informacyjnego,
- wskazaniu różnic w zachowaniach społeczeństw Piętnastki.

Analiza empiryczna prowadzona jest na podstawie danych wtórnych, publikowanych przez Eurostat.

Pojęcia „społeczeństwo informacyjne” użył po raz pierwszy Japończyk Katsuji Koyama w 1968 r., a następnie jego rodak Yoneji Masuda w 1971 r.¹ Kategorii tej używano następnie do periodyzacji rozwoju gospodarczego, stawiając ją jako kolejną, po etapie industrialnym i postindustrialnym².

* Dr, Katedra Badań Konsumpcji, Akademia Ekonomiczna w Krakowie.

¹ Por. L. W. Zacher, *Społeczeństwo bogate w informacje*, [w:] L. Zacher (red.), *Rewolucja informacyjna i społeczeństwo*, Fundacja Edukacyjna Transformacje, Warszawa 1997, s. 5. Szerzej na temat koncepcji Masudy por. H. Wojciechowska, *Japońska wizja społeczeństwa informacyjnego*, „Prasa Techniczna” 1988, nr 5.

² D. Bell, *Technika łączności*, „Przegląd Zagranicznej Literatury Progностycznej”, Polska 2000 (seria Komitetu PAN), 2.09.1983, s. 228–229.

Niektórzy autorzy mówią wręcz o epoce informacyjnej, jako trzeciej z kolei po neolitycznej i przemysłowej³. Współcześnie przez społeczeństwo informacyjne rozumie się „społeczeństwo, gdzie informacje, gromadzenie i przechowywanie danych oraz technologie przekazu są powszechnie dostępne i wykorzystywane. Upowszechnieniu danych i informacji towarzyszą innowacje organizacyjne, handlowe, społeczne i prawne, które znacząco mogą zmieniać życie, zarówno w wymiarze zawodowym, jak i społecznym”⁴.

Dopiero od niedawna kwestie te zostały uwzględnione w strategiach państw wysoko rozwiniętych, w tym w krajach Unii Europejskiej. W 1994 r. na zlecenie Parlamentu Europejskiego powstał raport (zwany raportem Bangemanna): *Droga Europy do społeczeństwa informacyjnego. Plan działania*⁵, rok później państwa G-7 poświęciły temu problemowi specjalną konferencję programową (G-7 Ministerial Conference on the Information Society, Brussels, 25–26 lutego 1995). W programie Unii przyjętym na posiedzeniu Rady Europejskiej w marcu 2000 r., określanym mianem strategii lizbońskiej, wśród celów działania wymieniano na jednym z pierwszych miejsc tworzenie gospodarki opartej na wiedzy. Wskazywano, że służyć temu ma przede wszystkim rozwój społeczeństwa informacyjnego, badań i innowacji oraz kształcenie odpowiednich kwalifikacji i umiejętności⁶. Opracowano szczegółowe programy jego realizacji, z których najważniejszym był eEurope Action Plan 2002, a w dalszej kolejności eEurope Action Plan 2005 (przyjęty w czerwcu 2002). Głównym celem pierwszego było upowszechnienie łączności internetowej, natomiast w drugim podkreślano znaczenie zadania polegającego na tym, by każdy obywatel UE stał się pełnoprawnym obywatelem globalnego społeczeństwa informacyjnego⁷. Cele szczegółowe wymieniane w tym dokumencie to zagadnienia e-zarządzania, e-zdrowia, e-biznesu oraz e-edukacji, rozwój i wykorzystanie sieci szerokopasmowych, bezpieczeństwo sieci teleinformatycznych i przesyłanych za ich pośrednictwem informacji, wdrożenie protokołu transmisyjnego Ipv6⁸.

Można więc stwierdzić, że instytucje unijne, a także rządy poszczególnych krajów przywiązują dużą wagę do kształtowania społeczeństwa informacyjnego

³ Por. K. Krzysztofek, *Społeczeństwo informacyjne i rewolucja teleinformatyczna*, [w:] L. Zacher (red.), *op. cit.*, s. 47.

⁴ Por. *Building the European Information Society for Us All. Final Policy Report of the high-level expert group*, European Communities, Luxembourg 1997, s. 15.

⁵ *The Bangemann Report. Europe and the Global Information Society. Recommendations to the European Council*, Brussels 1994.

⁶ Por. E. Okoń-Horodyńska, A. Streżyńska, D. Wieczorek, *Biała Księga 2003, część II: Gospodarka oparta na wiedzy*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Gdańsk–Warszawa 2003, s. 6.

⁷ Por. *Towards a Knowledge-based Europe. The European Union and the Information Society*, <http://europe.eu.int/informationssociety/newsroom/documents/catalogueeng.pdf>.

⁸ Por. *Information Society*, <http://europe.eu.int/informationssociety/>.

i podejmują w tym celu konkretne działania. Liczą, że będzie to czynnik pozwalający na przyspieszenie wzrostu gospodarczego i zmniejszanie luki rozwojowej w stosunku do USA czy Japonii. Powstaje pytanie, czy działania te wywołują zachowania konsumentów potwierdzające formowanie się społeczeństwa informacyjnego. Przedmiotem rozważań będą tylko zachowania konsumentów indywidualnych.

Wychodząc od definicji zachowań Jana Szczepańskiego⁹, analizie poddano wydatki na produkty i usługi stanowiące wyraz kształtowania się społeczeństwa informacyjnego, wyposażenie gospodarstw domowych w odpowiedni sprzęt i określone formy spędzania wolnego czasu.

Analiza wydatków na komunikację pozwala na wyciągnięcie następujących wniosków¹⁰:

- poziom wydatków przeciętnego gospodarstwa domowego na komunikację (wyrażonych wg Parytetu Siły Nabywczej) wzrastał systematycznie w latach 90., w 1999 był dość zróżnicowany w obrębie krajów Unii, wahał się od 321 Euro wg PSN w Portugalii do 761 Euro wg PSN w Grecji i 914 Euro wg PSN w Luksemburgu;

- udział tej kategorii wydatków w wydatkach ogółem był zbliżony, stanowił od 2% (Hiszpania, Francja, Portugalia) do 2,8% (Finlandia). W Grecji, jako jedynym kraju, udział ten przekraczał 3% i wynosił 3,3%;

- dominującą częścią wydatków na komunikację były opłaty za usługi telefoniczne i telefaksowe, ich udział w wydatkach ogółem wahał się od 1,6% w Luksemburgu, 1,7% we Francji, do 2,4% we Włoszech, Austrii i Finlandii i 3,2% w Grecji;

- zróżnicowanie udziału wydatków na komunikację we wszystkich krajach miało miejsce między grupami kwintylowymi, udział rozważanych wydatków był wyższy w niższych grupach dochodowych, co wskazuje na rangę nadawaną tej kategorii dóbr i usług;

- zróżnicowanie udziału wydatków na komunikację występowało także w zależności od wieku, najwyższy udział cechował gospodarstwa osób poniżej 30. roku życia. Prawidłowość taka miała miejsce w większości krajów Unii, z wyjątkiem Irlandii, Włoch i Portugalii, gdzie udział ten rósł wraz z wiekiem.

Wyposażenie w telefony stacjonarne w latach 90. systematycznie wzrastało, z wyjątkiem Szwecji, gdzie ich liczba (wysoka już na początku dekady) rosła wolniej niż przyrost ludności. W efekcie liczba ta na 100 mieszkańców uległa tam obniżeniu – co można też tłumaczyć przechodzeniem na telefonię komórkową. W latach 1990–1999 najszybszy wzrost odnotowano w Portugalii

⁹ Zachowania konsumpcyjne – ogół czynności i sposobów postępowania mających na celu zdobycie środków zaspokojenia potrzeb i ogół sposobów obchodzenia się z tymi środkami – por. J. Szczepański (red.), *Badania nad wzorami konsumpcji*, Ossolineum, Wrocław 1977, s. 23.

¹⁰ Obliczenia własne na podstawie *Consumers in Europe. Facts and Figures*, European Communities, Luxembourg 2001, s. 209.

(o 77%) i Irlandii (o 71%). Najniższy przyrost liczby linii telefonii stacjonarnej (oprócz Szwecji) cechował Finlandię (o 3%), Austrię i Włochy (po 17%)¹¹. Należy jednak stwierdzić, że powyższy wzrost nie jest związany z działaniami skierowanymi na tworzenie społeczeństw informacyjnych, tylko z naturalną sekwencją rozwoju, gdyż we wszystkich krajach, z wyjątkiem Luksemburga, przyrost liczby linii telefonii stacjonarnej w latach 80. był szybszy niż w 90.

W 1999 r. najwyższa liczba linii telefonii stacjonarnej na 100 mieszkańców cechowała Luksemburg (ponad 72), Danię i Szwecję (odpowiednio ponad 68 i 67 linii), najniższa natomiast Portugalię i Hiszpanię (43), Włochy (46) oraz Irlandię i Austrię (48).

W ostatniej dekadzie ubiegłego wieku miał miejsce dynamiczny wzrost liczby linii ISDN¹², praktycznie od poziomu zerowego na początku dziesięciolecia. W 2000 r. w krajach unijnych ponad 5% obywateli deklarowało, że korzysta w domu z linii ISDN, przy czym najwięcej ich użytkowników było w Holandii (13%), Luksemburgu i Niemczech (12%). W Hiszpanii i Portugalii odsetek ten wynosił niewiele ponad 1% mieszkańców¹³.

Dynamiczny rozwój telefonii komórkowej nastąpił w latach 90., co uwarunkowane było postępowaniem technologicznym. Dynamika przyrostu liczby telefonów była niezwykle wysoka, ponieważ startowano prawie od poziomu zerowego, w ciągu dekady wzrastał on kilkaset razy – najbardziej w Grecji, Hiszpanii i Portugalii. Poziom wyposażenia gospodarstw domowych krajów Unii w aparaty komórkowe w 2000 r. wynosił przeciętnie 55%, do najlepiej wyposażonych zaliczyć można było gospodarstwa fińskie (80% posiadało takie aparaty), włoskie (73%) i szwedzkie (71%). Na przeciwległym biegunie znalazły się gospodarstwa niemieckie (39% wyposażonych było w telefony komórkowe) i portugalskie (47%)¹⁴.

Jeśli analizować wyposażenie gospodarstw domowych w faksy, to w roku 2000 mniej więcej co dziesiąte gospodarstwo było w nie wyposażone. W największym stopniu w Luksemburgu (22%) i Holandii (18%), a w zdecydowanie najmniejszym – w Grecji (2%) i Hiszpanii (4%)¹⁵.

Jednym z ważniejszych wskaźników społeczeństwa informacyjnego jest posiadanie komputera i jego podłączenie do Internetu. W tym zakresie w państwach europejskich w latach 90. nastąpił szybki wzrost, nasycenie gospodarstw w ciągu pięciu ostatnich lat dekady uległo podwojeniu. Nawet w latach 1998–2000 wzrost liczby komputerów osobistych wynosił kilkanaście procent, wyższy był w krajach słabiej rozwiniętych, które doganiały czołówkę.

¹¹ Obliczenia własne na podstawie: *ibidem*, s. 183.

¹² ISDN – The Integrated Services Digital Network. Łączy ISDN służą przede wszystkim jako środek szybkiego dostępu do Internetu.

¹³ Por. *Consumers...*, s. 185.

¹⁴ Por. *ibidem*, s. 185.

¹⁵ Por. *ibidem*, s. 185.

W roku 2000 w komputery wyposażone było 35% unijnych gospodarstw domowych. Największe nasycenie komputerami cechowało gospodarstwa holenderskie (66%), duńskie (59%) i szwedzkie (55%), najmniej – greckie (15%).

Uzyskiwanie dostępu do Internetu charakteryzowała ogromna dynamika, w okresie 1998–2000 przeciętny dostęp uległ podwojeniu w krajach Unii. We Włoszech, Wielkiej Brytanii i Francji przyrost połączeń we wspomnianym okresie sięgał ponad 200%. W 2000 r. najwięcej gospodarstw miało połączenie do Internetu w Szwecji (48%), Holandii (46%) i Danii (45%), a najmniej w państwach śródziemnomorskich: w Grecji (6%), Portugalii (8%) i Hiszpanii (10%)¹⁶.

Analiza wyposażenia w komputery i dostępu do Internetu wskazuje, że determinantami są tu: dochód – zależność wprost proporcjonalna, płeć (mężczyźni w większym stopniu), wiek – ludzie powyżej 55 lat są wyraźnie gorzej wyposażeni niż młodsi (co ciekawe – pozostali na podobnym do siebie poziomie, niezależnie od wieku), uwarunkowania zawodowe (kadra menedżerska, studenci – w większej liczbie niż inni), miejsce zamieszkania (mieszkający na terenach zurbanizowanych częściej posiadają komputery osobiste, które mają połączenie do Internetu).

Badania przeprowadzone w 2000 r. na zlecenie Komisji Europejskiej ujawniają, że wśród osób nie posiadających w domu połączenia do Internetu 51% wyjaśniało to brakiem zainteresowania lub niewiedzą, czym jest Internet, 33% brakiem możliwości połączenia, 11% barierami finansowymi¹⁷.

Możliwości korzystania z Internetu poza domem stwarza przede wszystkim miejsce pracy (36% unijnych użytkowników Internetu tak twierdziło), komputer u znajomych (20%), szkoły i uniwersytety (po 10%), internetowe kafejki (6%). Te ostatnie mają wyraźnie większe znaczenie w krajach niżej rozwiniętych, np. w Grecji korzysta z nich 39% internautów, a w Hiszpanii 20%.

Analiza sposobów wykorzystania Internetu wskazuje, że przede wszystkim służy on do komunikacji za pomocą poczty elektronicznej – przyznawało tak 69% unijnych internautów w 2000 r. W największym stopniu wykorzystywali e-maile Skandynawowie – Duńczycy (86%), Finowie i Szwedzi (po 80%). W najmniejszym – mieszkańcy krajów śródziemnomorskich (po około 50%), ale i konserwatywni Belgowie (58%), Francuzi i Austriacy (56%).

Inne wskazywane cele wykorzystania Internetu to: poszukiwanie materiałów edukacyjnych oraz informacji na temat produktów (po 47% korzystających z Internetu). Jeśli chodzi o materiały edukacyjne, to szukają ich w Internecie zwłaszcza Hiszpanie (58% internautów), Brytyjczycy i Irlandczycy (po 56%)

¹⁶ Por. *ibidem*, s. 200.

¹⁷ Por. *ibidem*, s. 201.

oraz Grecy (55%). Informacji o produktach przez Internet poszukują przede wszystkim Finowie (58%), Duńczycy (54%), Niemcy i Anglicy (52%)¹⁸.

Internet wykorzystywany jest także do ściągania oprogramowania – przez 43% europejskich użytkowników Internetu, w większym niż przeciętny stopniu czynią to Holendrzy (57%), Niemcy i Grecy (51%).

W poszukiwaniach dotyczących sportu i rekreacji Internet jest źródłem informacji dla 42% unijnych internautów, szczególnie wykorzystywanym przez Greków (62%) i Finów (57% korzystających z Internetu).

Ponadto Internet pomaga użytkownikom w: przygotowywaniu planów wakacyjnych – przeciętnie 38% unijnych internautów (46% Duńczyków, 44% Holendrów, 42% Finów), służy do czytania gazet – 31% europejskich użytkowników Internetu (48% Finów, 43% Hiszpanów, 42% Duńczyków), umożliwia granie w gry – przeciętnie 28% (53% Hiszpanów, 38% Finów, 34% Brytyjczyków i Irlandczyków), załatwianie operacji bankowych – 25% (64% Finów, 40% Holendrów i Duńczyków) czy wreszcie w poszukiwaniu pracy – 23% (32% Finów, 27% Szwedów i Irlandczyków).

Wydaje się, że miernikiem społeczeństwa informacyjnego jest też korzystanie ze słowa pisanego, upostaciowionego w prasie i książkach. Jeśli chodzi o prasę codzienną, to najwyższy udział jej czytelnictwa wśród dorosłych mieszkańców kraju w 1999 r. charakteryzował Skandynawów: Finów (91%), Szwedów (88%) i Duńczyków (78%), najniższy – Greków (19%) i Hiszpanów (35%)¹⁹. Jak było wspomniane, część internautów czytała prasę on-line, zaniżając powyższe wskaźniki. Zbliżone prawidłowości występowały w czytelnictwie książek, relatywnie dużo czytają Skandynawowie, a także Irlandczycy i Niemcy.

Przedstawiona tu analiza, bardzo skrótowa ze względu na ograniczenia objętości, skłania do następujących konkluzji:

- brak wyraźnie określonych mierników społeczeństwa informacyjnego nie pozwala na jednoznaczną weryfikację hipotezy o jego ukształtowaniu, jednakże wszystkie zmiany, jakie miały miejsce w latach 90. w zachowaniach konsumentów w krajach Unii, świadczą o ich zbliżaniu się do takiego modelu społeczeństwa;

- porównanie sytuacji w poszczególnych krajach członkowskich Unii wskazuje, że stopień zaawansowania procesu tworzenia społeczeństwa informacyjnego związany jest z poziomem rozwoju gospodarczego, który stanowi warunek konieczny, choć niewystarczający jego upowszechniania,

- spośród piętnastu krajów członkowskich UE najbardziej zaawansowane w zakresie kształtowania społeczeństwa informacyjnego wydają się kraje skandynawskie: Szwecja, Finlandia i Dania, jak również Holandia.

¹⁸ Por. *ibidem*, s. 205.

¹⁹ Por. *ibidem*, s. 213.

Jadwiga Berbeka

CONSUMER BEHAVIOUR IN EU COUNTRIES AS A MANIFESTATION OF INFORMATION SOCIETY FORMING

The paper concerns the problem of creation of Information Society in Europe. The main target of the paper is to verify a hypothesis that European consumers' behaviour proves emerging of the Information Society. At the beginning the idea of Information Society is defined and explained. Some activities of Union's and countries' authorities aiming at shaping such a society were pointed. The main part of the paper is an analysis of data describing consumers' behaviour crucial from the point of view of the process of Information Society formation. The conclusion is that the process is advanced, but because of the lack of precise criteria of Information Society, it is difficult to state if it is finished yet.

1. Istota i charakterystyka społeczeństwa informacyjnego

Charakterystyka i rozwój społeczeństwa informacyjnego

Problemy „informacyjnego” społeczeństwa są przedmiotem badań wielu naukowców. W tym „rozważaniu” rozważa się, jakie zmiany w społeczeństwie mogą być spowodowane przez rozwój technologii informacyjnych. Wskazuje się, że rozwój technologii informacyjnych może przyczynić się do powstania społeczeństwa informacyjnego. Wskazuje się, że społeczeństwo informacyjne jest społeczeństwem, w którym informacje są najważniejszą zasobą. Wskazuje się, że społeczeństwo informacyjne jest społeczeństwem, w którym informacje są najważniejszą zasobą.

Problemy „informacyjnego” społeczeństwa są przedmiotem badań wielu naukowców. W tym „rozważaniu” rozważa się, jakie zmiany w społeczeństwie mogą być spowodowane przez rozwój technologii informacyjnych. Wskazuje się, że rozwój technologii informacyjnych może przyczynić się do powstania społeczeństwa informacyjnego. Wskazuje się, że społeczeństwo informacyjne jest społeczeństwem, w którym informacje są najważniejszą zasobą. Wskazuje się, że społeczeństwo informacyjne jest społeczeństwem, w którym informacje są najważniejszą zasobą.