

Dominika SALWOWSKA*

WYDATKI KONSUMPCYJNE GOSPODARSTW DOMOWYCH Z PERSPEKTYWY MŁODYCH KONSUMENTÓW

Zarys treści: W artykule poruszono problematykę wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych z perspektywy młodych konsumentów. Głównym celem badań było zidentyfikowanie wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych z perspektywy młodych konsumentów. Zakres przedmiotowy obejmował wydatki konsumpcyjne, ze szczególnym uwzględnieniem wydatków na żywność. Zakres podmiotowy to 384 gospodarstwa domowe. Realizacja głównego celu badań nastąpiła za pomocą danych pierwotnych zebranych przy pomocy kwestionariusza ankietowego. Przeprowadzone badania dowiodły, że wydatki i zachowania gospodarstw domowych młodych konsumentów zmieniają się. Zebrane wyniki badań pokazują nam jak kształtują się dochody, wydatki oraz zachowania konsumpcyjne młodych konsumentów.

Słowa kluczowe: wydatki konsumpcyjne, gospodarstwa domowe, młodzi konsumenci, wydatki na żywność.

Wprowadzenie

Definicja gospodarstwa domowego nie jest dokładnie sprecyzowana w polskiej literaturze ekonomicznej. Gospodarstwa domowe często utożsamiane są z takimi pojęciami jak: rodzina, domowe gospodarstwo rodzinne lub gospodarstwo konsumenckie¹. Aby dokładnie określić pojęcie gospodarstwa domowego,

* Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Nauk Ekonomicznych, studentka kierunku finanse i rachunkowość, Studenckie Koło Naukowe Młodych Menedżerów

¹ T. Zalega, *Gospodarstwo domowe jako podmiot konsumpcji*, Studia i Materiały, Wydział Zarządzania UW, Nr 1, 2007, s. 7-24; M. Utzig, M. Raczkowska, M. Chądzyński, J. Wrześcińska-Kowal, *Otoczenie ekonomiczne polskich gospodarstw domowych – wybrane elementy*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2022, s. 11-12; G. Światowy, *Gospodarstwo domowe jako kreator przemian społecznych i gospodarczych*, Konsumpcja i Rozwój, Nr 2, 2012, s. 56-66.

należy znaleźć odpowiednie kryterium, które pozwoli wyodrębnić go z pokrewnych pojęć.

Zdaniem Zalegi² gospodarstwo domowe jest definiowane jako kluczowa jednostka w sferze konsumpcji, której głównym celem jest zaspokajanie potrzeb indywidualnych oraz wspólnych członków gospodarstwa domowego. Według tego cele gospodarstw domowych można podzielić na:

- indywidualne, które zaspokajają potrzeby tylko jednej osoby (np. nauka gry na fortepianie itp.),
- wspólne, które biorą pod uwagę potrzeby i pragnienia wszystkich członków gospodarstwa domowego (np. zakup samochodu, mieszkania, wspólny wyjazd itp.).

Gospodarstwa domowe realizują cele za pomocą zgromadzonych środków pieniężnych. Według Bywalca³ łatwość osiągnięcia celów przez gospodarstwo domowe wzrasta wraz ze wzrostem konsumpcji.

Główny Urząd Statystyczny definiuje gospodarstwo domowe jako „zespół osób spokrewnionych lub spowinowaconych, a także niespokrewnionych mieszkających razem lub utrzymujących się wspólnie”⁴. Gospodarstwa domowe jednoosobowe są tworzone przez osoby samotne, samodzielnie utrzymujące się. Biorąc pod uwagę liczbę osób w danym gospodarstwie domowym można wyróżnić gospodarstwa domowe: jednoosobowe (np. wdowa, wdowiec), dwuosobowe (np. młode małżeństwo) itd. Wielkość gospodarstwa domowego jest określana na podstawie liczby osób w danym gospodarstwie domowym.

Gospodarstwa domowe decydują o tym, w jaki sposób zostanie rozdysponowany ich budżet. Część ze środków pieniężnych jest przeznaczana na spłatę zobowiązań. Środki finansowe mogą zostać również zaoszczędzone⁵. Wydatki mogą być przeznaczane na różne cele m.in. na: żywność, napoje, odzież, obu-

² T. Zalega, op. cit., s. 7-24.

³ C. Bywalec, *Gospodarstwo Domowe Ekonomika i Finanse Konsumpcja*, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2017, s. 13-16.

⁴ Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/4576,pojecie.html> (dostęp: 23.11.2023).

⁵ A. Wiśniewska, *Wydatki na żywność w polskich gospodarstwach domowych z uwzględnieniem świadczenia wychowawczego „Rodzina 500+”*, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, Nr 346 (12), 2017, s. 112-122; A. Samsel, *Planowanie jako element zarządzania budżetem gospodarstw domowych*, *Rozprawy Ubezpieczeniowe. Konsument na rynku usług finansowych*, Nr 31 (1), 2019, s. 57-68; M. Leszczyńska, B. Kasprzyk, *Changes in the incomes and expenditures of households in Poland and their regional relations*, *Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, Nr 25 (74), 2021, s. 40-53.

wie, użytkowanie mieszkania, zdrowie, łączność, rekreację i kulturę, edukację, transport, restauracje, hotele⁶.

Jak podaje Utzig⁷ najważniejszym czynnikiem wpływającym zarówno na wielkość, jak i strukturę wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych jest dochód do dyspozycji, przeliczony na 1 osobę w gospodarstwie domowym⁸. Jest to suma bieżących dochodów z poszczególnych źródeł pomniejszona o zaliczki na podatek dochodowy od osób, o podatki od dochodów z własności, podatki płacone przez osoby pracujące na własny rachunek oraz o składki na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne⁹.

Charakterystyka respondentów

Głównym celem badania było przedstawienie wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych z perspektywy młodych konsumentów. Młody konsument to osoba w przedziale wiekowym od 18 do 30 lat. Zakres podmiotowy obejmował 384 gospodarstwa domowe młodych konsumentów. Zakres przedmiotowy to: dochody, wydatki konsumpcyjne oraz zachowania konsumpcyjne młodych konsumentów. Zakres czasowy objął czas zbierania ankiet od 09.05.2022 do 11.02.2023 roku.

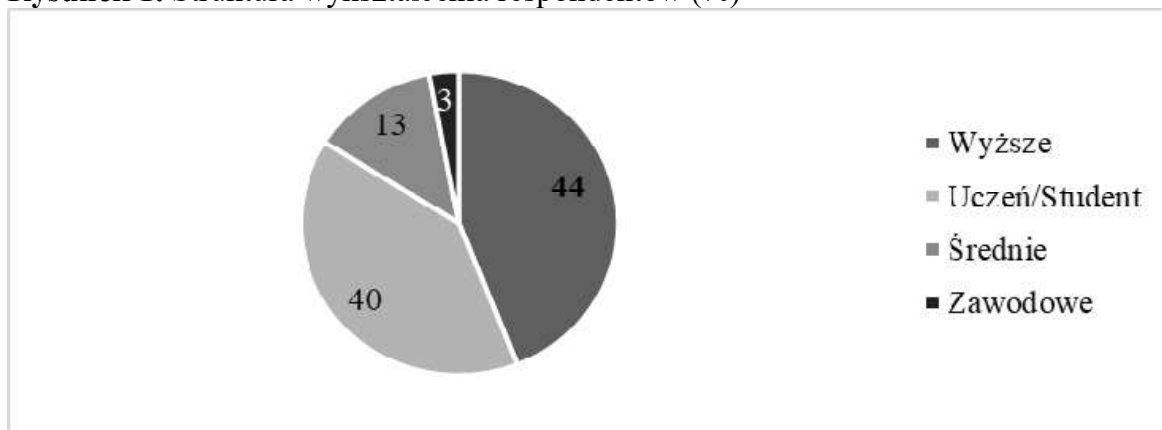
Rysunek 1 przedstawia strukturę wykształcenia respondentów. Wśród ankietowanych najwięcej osób (44%) miało wykształcenie wyższe. Osoby uczące się lub studiujące były drugą najbardziej liczną grupą i stanowiły 40%. Wykształcenie średnie posiada 13% badanych, natomiast osoby z wykształceniem zawodowym stanowiły zaledwie 3%.

⁶ A. Pawelec, *Analiza struktury wydatków konsumpcyjnych polskich gospodarstw domowych według typu biologicznego*, Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych, Tom XXII/3, 2021, s. 87-96; M. Utzig, *Zależność między przychodami a strukturą konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce*, Roczniki Naukowe SERiA, Tom XIII, zeszyt 2, 2011, s. 509-514; B. Barbachowska, *Zarządzanie finansami gospodarstwa domowego jako warunek harmonijnego funkcjonowania rodziny*, Journal of Modern Sciences, Nr 22(3), 2014, s. 353-381.

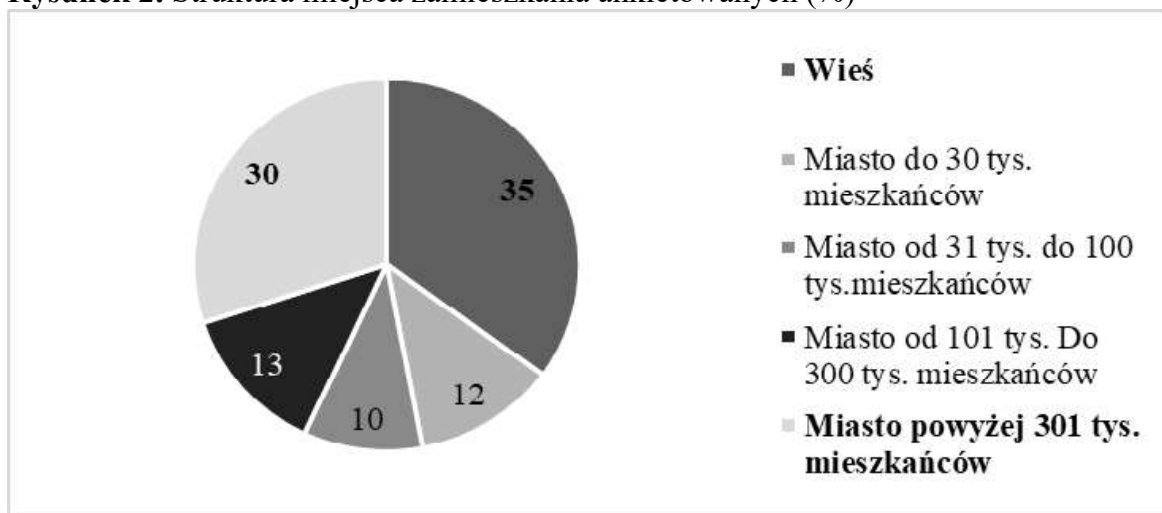
⁷ M. Utzig, *Zróżnicowanie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w Polsce według grup społeczno-ekonomicznych*, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, Nr 47 (3), 2016, s. 454-465.

⁸ M. Utzig, *Regionalne zróżnicowanie konsumpcji i dochodów gospodarstw domowych w Polsce*, Roczniki Naukowe SERiA, Tom XV, zeszyt 2, 2013, s. 361-366.

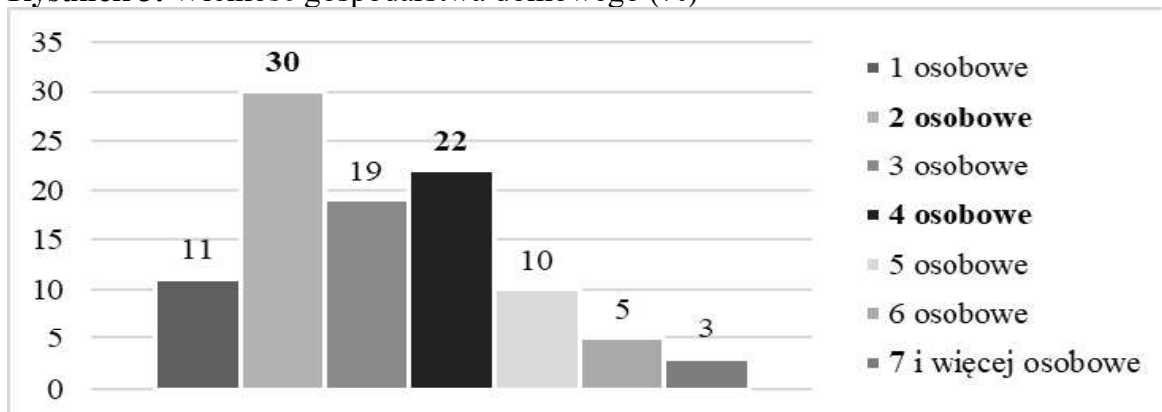
⁹ A. Borowska, A. Mikuła, M. Raczkowska, M. Utzig, *Konsumpcja dóbr i usług w gospodarstwach domowych w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2020 s. 51.

Rysunek 1. Struktura wykształcenia respondentów (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Rysunek 2. Struktura miejsca zamieszkania ankietowanych (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Rysunek 3. Wielkość gospodarstwa domowego (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

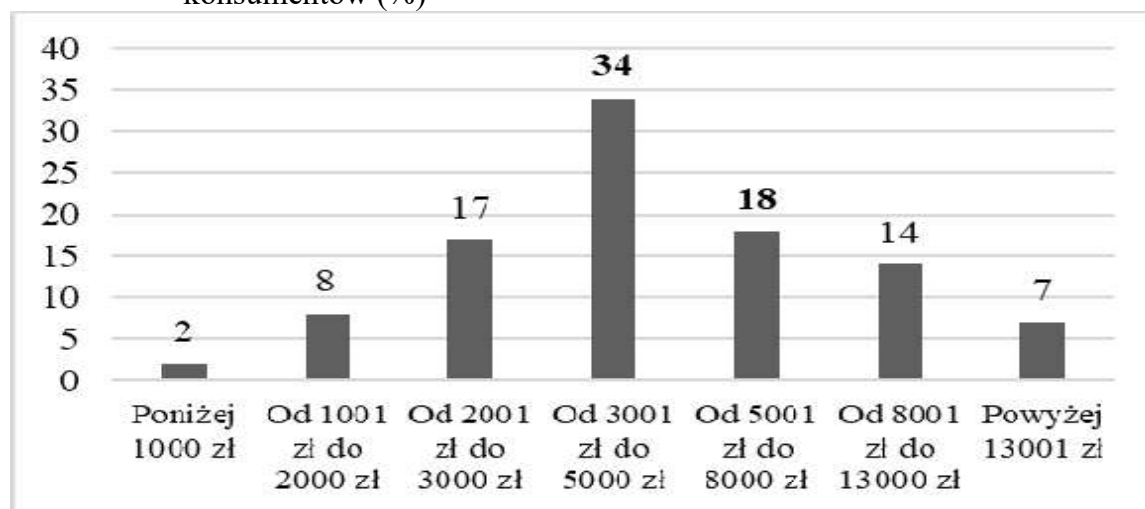
Badaniem ankietowym zostało objętych 384 gospodarstw domowych młodych konsumentów. Najliczniejsza grupa to respondenci zamieszkujący wieś, którzy stanowili 35%. Nie wiele mniej bo 30%, stanowili ankietowani zamieszkujący miasta powyżej 301 tys. mieszkańców. Respondenci, którzy mieszkają w miastach do 30 tys. mieszkańców stanowili 12%, od 31 tys. do 100 tys. (10%), a od 101 tys. do 300 tys. mieszkańców (13%) (rysunek 2).

Z danych przedstawionych na rysunku 3 wynika, że najliczniejsza grupa to gospodarstwa domowe dwuosobowe, które stanowią 30%. GD czterosobowe znajdują się na drugim miejscu i stanowią 22%. Pozostałe typy gospodarstw domowych stanowią: 19% (trzyosobowe), 11% (jednoosobowe) oraz 10% (pięcioosobowe). Najmniej czyli 8% stanowiły gospodarstwa domowe sześćosobowe i więcej.

Dochody gospodarstw domowych młodych konsumentów

Dochody zbadanych gospodarstw domowych młodych konsumentów są zróżnicowane (rysunek 4). Z przeprowadzonych badań własnych wynika, że 34% GD gospodaruje przeciętnym miesięcznym dochodem (netto) od 3001 zł do 5000 zł. Respondenci, którzy zadeklarowali, że ich przeciętny miesięczny dochód wynosi od 5001 zł do 8000 zł stanowią 18%. Dla pozostałych ankietowanych przeciętny miesięczny dochód gospodarstwa domowego wynosi od 2001 zł do 3000 zł (17%), od 8001 zł do 13000 zł (14%). Zaledwie 8% ankietowanych deklaruje dochody w przedziale od 1001 zł do 2000 zł, dla 7% stanowią one powyżej 13001 zł. Najmniej bo zaledwie 2% zbadanych GD młodych konsumentów dysponuje dochodem poniżej 1000 zł.

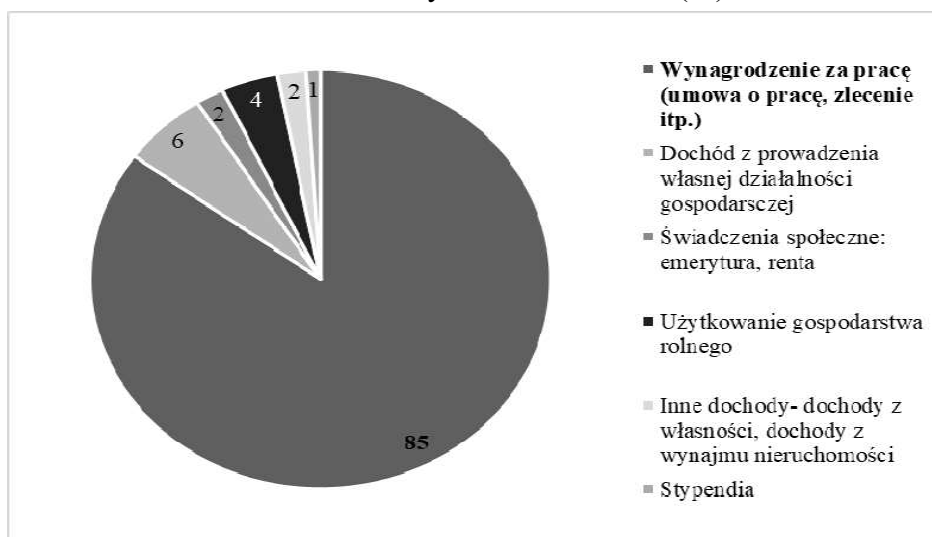
Rysunek 4. Przeciętny miesięczny dochód (netto) gospodarstwa domowego młodych konsumentów (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

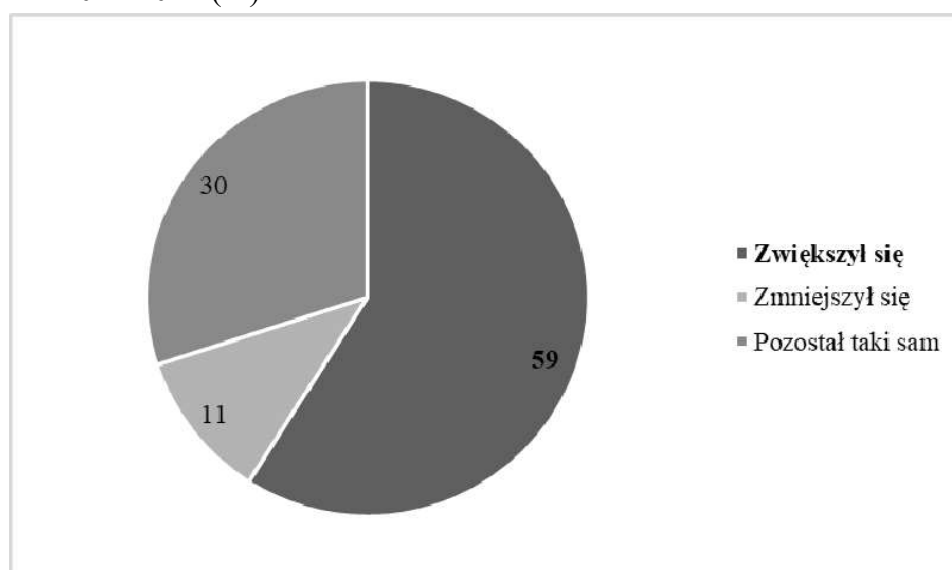
Biorąc pod uwagę główne źródło dochodów młodych konsumentów, można zauważyć, że zdecydowanej większości głównym źródłem dochodu jest wynagrodzenie za pracę, umowa o pracę, zlecenie itp. (85%) (rysunek 5). Dochody z prowadzenia własnej działalności gospodarczej stanowią 6%. Najmniej wskazań otrzymały: świadczenia społeczne (emerytura, renta) (2%), użytkowanie gospodarstwa rolnego (4%) oraz stypendium (1%).

Rysunek 5. Główne źródło dochodu młodych konsumentów (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

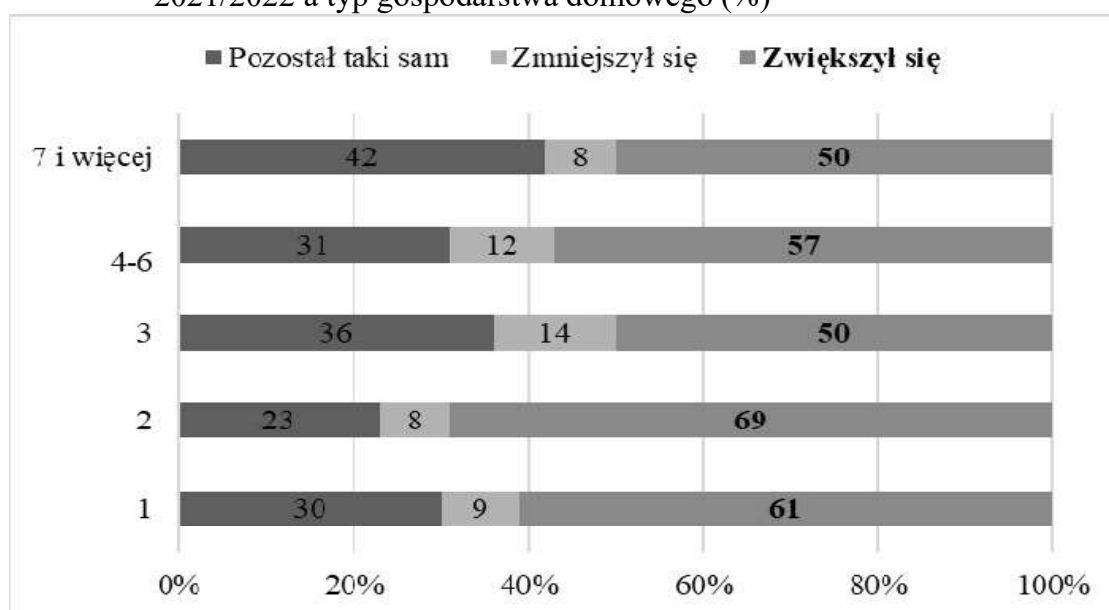
Rysunek 6. Zmiany przeciętnego miesięcznego dochodu (netto) w gospodarstwie domowym młodych konsumentów w stosunku do roku poprzedniego 2021/2022 (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Rysunek 6 przedstawia przeciętny miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego młodych konsumentów w stosunku do roku poprzedniego 2021/2022. Zdecydowana większość respondentów (59%) zadeklarowała, że ich przeciętny miesięczny dochód (netto) zwiększył się. Wzrost dochodu do roku poprzedniego mógł być spowodowany na przykład podwyższeniem minimalnego wynagrodzenia. Dochód dla 30% ankietowanych pozostał taki sam a dla zaledwie 11% respondentów zmniejszył się.

Rysunek 7. Zmiany przeciętnego miesięcznego dochodu (netto) w gospodarstwie domowym młodych konsumentów w stosunku do roku poprzedniego 2021/2022 a typ gospodarstwa domowego (%)



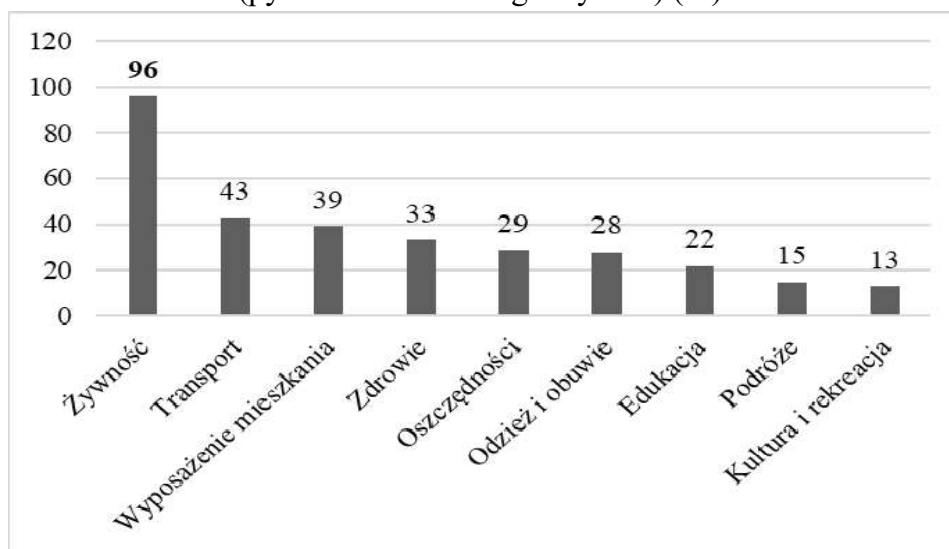
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Biorąc pod uwagę liczbę osób w danym gospodarstwie domowym, można zauważyć jak w poszczególnych typach GD zmieniał się przeciętny miesięczny dochód (netto) w stosunku do roku poprzedniego 2021/2022. Około 69% respondentów z gospodarstw domowych dwuosobowych oraz 60% z gospodarstw domowych jednoosobowych zadeklarowało, że ich przeciętny miesięczny dochód netto w porównaniu z rokiem poprzednim wzrósł. W pozostałych typach gospodarstw domowych, wzrost przeciętnego miesięcznego dochodu (netto) zadeklarowało około 50% badanych. W poszczególnych typach gospodarstw domowych można zaobserwować, że przeciętny miesięczny dochód zmniejszył się od 8 do 14% w zależności o liczby osób w gospodarstwie (rysunek 7).

Wydatki młodych konsumentów

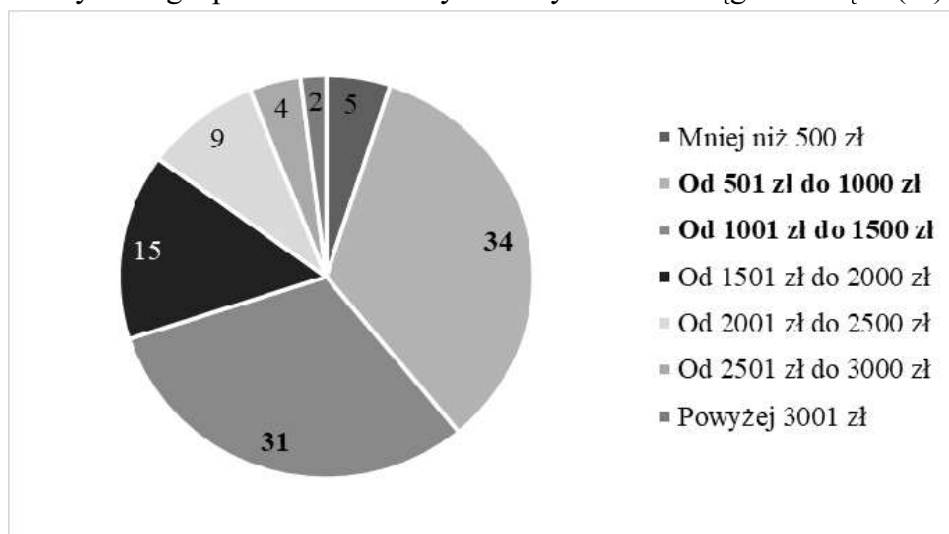
Rysunek 8 przedstawia główne kierunki przeznaczania funduszy gospodarstw domowych młodych konsumentów. Największe znaczenie wśród wydatków ma żywność, która dla około 96% badanych ma największe znaczenie. Na drugim miejscu znajduje się transport (43%), wyposażenie mieszkania (39%) oraz zdrowie (33%). Najmniejszą liczbę wskazań uzyskały edukacja (22%), podróże (15%) oraz kultura i rekreacja (13%).

Rysunek 8. Główne kierunki przeznaczania funduszy gospodarstw domowych młodych konsumentów (pytanie wielokrotnego wyboru) (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

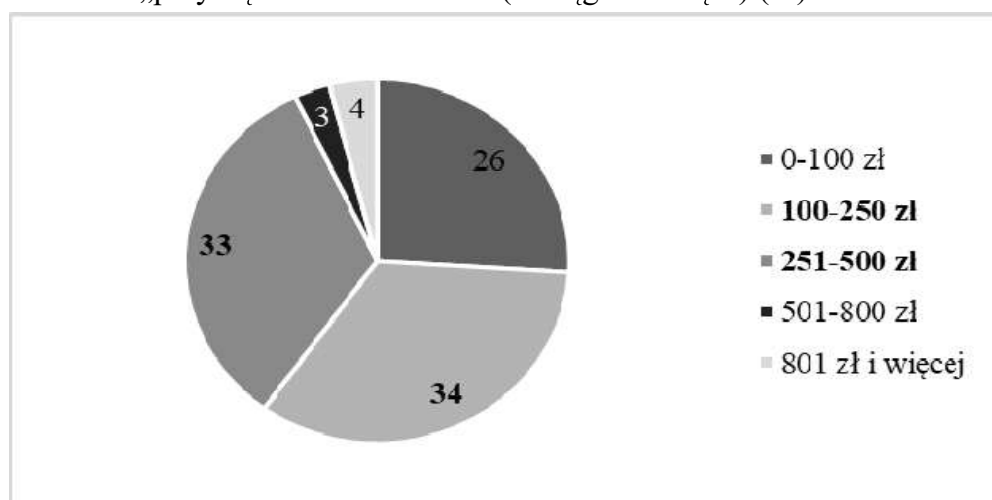
Rysunek 9. Wydatki gospodarstw domowych na żywność w ciągu miesiąca (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Dla około 65% ankietowanych wydatki na żywność w ciągu miesiąca kształtowały się w przedziale od 501 zł do 1500 zł miesięcznie (rysunek 9). Około 15% ankietowanych zadeklarowało, że ich wydatki konsumpcyjne wynoszą od 1501 zł do 2000 zł miesięcznie. Dla 9% respondentów były to wydatki od 2001 zł do 2500 zł miesięcznie. Ankietowani, których wydatki na żywność w ciągu miesiąca wynosiły powyżej 2501 zł stanowili zaledwie 6%. Zaledwie 5% badanych zadeklarowało, że ich wydatki na żywność są poniżej 500 zł miesięcznie.

Rysunek 10. Wydatki gospodarstw domowych młodych konsumentów na posiłki „przyrządzane na mieście” (w ciągu miesiąca) (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

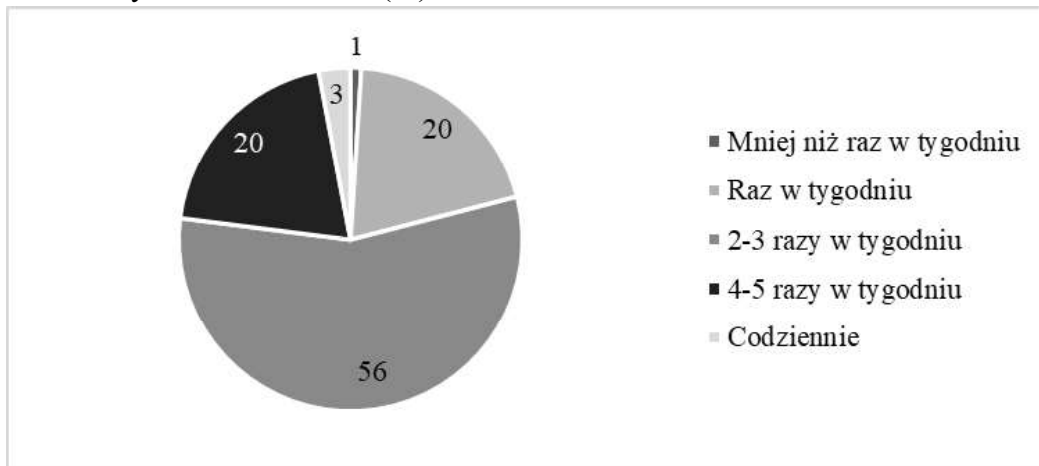
Wydatki gospodarstw domowych na posiłki „przyrządzane na mieście” w ciągu miesiąca dla 67% badanych wynoszą od 100 do 500 zł. Dla 26% są to wydatki rzędu 100 zł, a dla pozostały 7% od 501 zł i więcej (rysunek 10).

Zachowania konsumpcyjne gospodarstw domowych młodych konsumentów

Najchętniej wybieranym miejscem zakupów przez młodych konsumentów są supermarkety (95%), co może świadczyć o dobrej lokalizacji, przystępnych cenach oraz szerokim asortymencie produktów. Drugim najczęściej wybieranym miejscem są sklepy spożywcze (42%) oraz piekarnia (35%). Sklepy specjalistyczne stanowią (15%), zakupy online (8%) a sklepy ze zdrową żywnością (2%). Małe znaczenie tych kanałów dystrybucji, może świadczyć o zbyt wysokich cenach, bądź zbyt małej dostępności tego rodzaju sklepów.

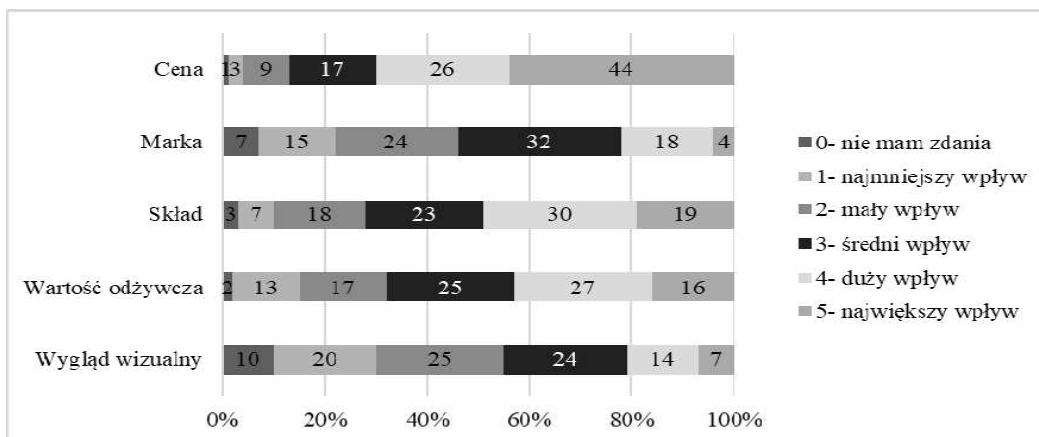
Rysunek 11 przedstawia częstotliwość robienia zakupów produktów żywnościowych przez młodych konsumentów. Ponad połowa badanych (56%), zadeklarowała, że robi zakupy spożywcze od 2 do 3 razy w tygodniu. Gospodarstwa domowe, które wybierają się na zakupy raz w tygodniu, bądź od 4 do 5 razy w tygodniu stanowią po 20%. Pozostali dokonują zakupów codziennie (3%) lub mniej niż raz w tygodniu (1%).

Rysunek 11. Częstotliwość robienia zakupów produktów żywnościowych przez młodych konsumentów (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Rysunek 12. Czynniki wpływające na wybór podczas zakupów (%)

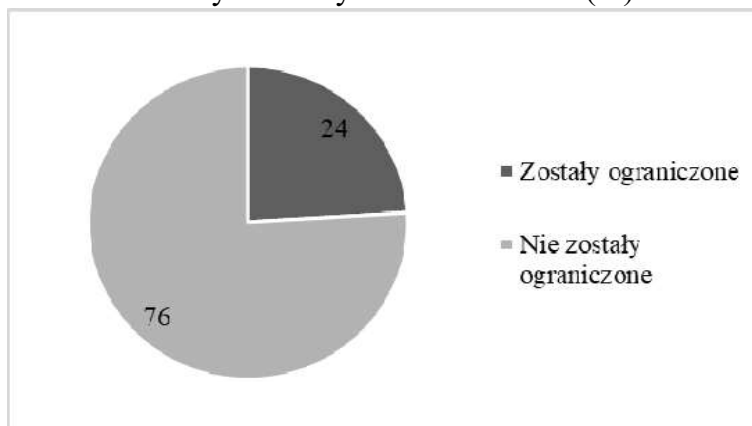


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Na rysunku 12 zostały przedstawione czynniki wpływające na wybór produktów spożywczych podczas zakupów. Czynnikiem, który ma największy wpływ na decyzje zakupowe młodych konsumentów to cena. Dla 70% respondentów ma ona największy lub duży wpływ. Marka produktów nie ma tak dużego znaczenia jak cena. Skład oraz wartość odżywcza kupowanych

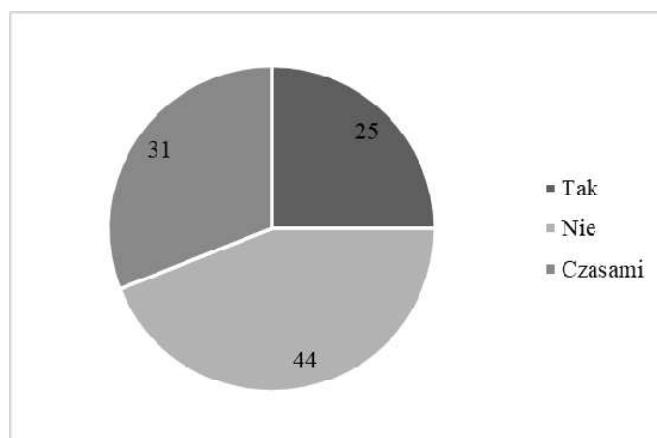
produktów żywnościowych ma dla około 50% ankietowanych średni lub duży wpływ. Najmniejsze znaczenie ma wygląd wizualny produktów, który dla zaledwie dla 14% ma duży wpływ a dla 7% największy.

Rysunek 13. Pandemia COVID-19 a ograniczenie wydatków na żywność w gospodarstwach domowych młodych konsumentów (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Rysunek 14. Rezygnacja z niektórych artykułów spożywczych na rzecz własnych wyrobów domowych podczas pandemii COVID-19 (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (n = 384).

Podczas pandemii COVID-19 prawie jedna czwarta zbadanych gospodarstw domowych młodych konsumentów (24%) ograniczyła wydatki na żywność. Pozostali respondenci (76%) zadeklarowali, że nie ograniczyli oni swoich wydatków na żywność podczas COVID-19 (rysunek 13). Ponad połowa respondentów (56%) zrezygnowała, bądź też częściowo zrezygnowała z zakupów niektórych artykułów spożywczych na rzecz własnych wyrobów domowych podczas pandemii. Pozostali natomiast (44%) nie zrezygnowali z zakupów spożywczych na rzecz własnych wyrobów (rysunek 14).

Podsumowanie

Miesięczne dochody netto gospodarstw domowych młodych konsumentów wynoszą od 3001 zł do 5000 zł. Wydatki na żywność młodych konsumentów zwiększają się i wynoszą od 500 zł do 1500 zł miesięcznie. W obliczu wysokiej inflacji (powyżej 10%) 35% zbadanych gospodarstw domowych młodych konsumentów ograniczyło wydatki na żywność. Większość ankietowanych podczas pandemii COVID-19 nie ograniczyło wydatków na żywność. Zbadani konsumenci podczas zakupów spożywczych sugerują się najbardziej ceną produktów. Najczęściej wybieranym miejscem, w którym dokonują zakupów są supermarkety.

Bibliografia

1. Barbachowska B., *Zarządzanie finansami gospodarstwa domowego jako warunek harmonijnego funkcjonowania rodziny*, Journal of Modern Sciences, Nr 22(3), 2014.
2. Borowska A., Mięka A., Raczkowska M., Utzig M., *Konsumpcja dóbr i usług w gospodarstwach domowych w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2020.
3. Bywalec C., *Gospodarstwo Domowe Ekonomika i Finanse Konsumpcja*, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2017.
4. Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/4576,pojecie.html> (dostęp: 23.11.2023).
5. Leszczyńska M., Kasprzyk B., *Changes in the incomes and expenditures of households in Poland and their regional relations*, Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, Nr 25 (74), 2021.
6. Pawelec A., *Analiza struktury wydatków konsumpcyjnych polskich gospodarstw domowych według typu biologicznego*, Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych, Tom XXII/3, 2021.
7. Samsel A., *Planowanie jako element zarządzania budżetem gospodarstw domowych*, Rozprawy Ubezpieczeniowe. Konsument na rynku usług finansowych, Nr 31 (1), 2019.
8. Światowy G., *Gospodarstwo domowe jako kreator przemian społecznych i gospodarczych*, Konsumpcja i Rozwój, Nr 2, 2012.
9. Utzig M., Raczkowska M., Chądryński M., Wrzesińska-Kowal J., *Otoczenie ekonomiczne polskich gospodarstw domowych – wybrane elementy*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2022.
10. Utzig M., *Regionalne zróżnicowanie konsumpcji i dochodów gospodarstw domowych w Polsce*, Roczniki Naukowe SERiA, Tom XV, zeszyt 2, 2013.

11. Utzig M., *Zależność między przychodami a strukturą konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce*, Roczniki Naukowe SERiA, Tom XIII, zeszyt 2, 2011.
12. Utzig M., *Zróżnicowanie struktury wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w Polsce według grup społeczno-ekonomicznych*, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, Nr 47 (3), 2016.
13. Wiśniewska A., *Wydatki na żywność w polskich gospodarstwach domowych z uwzględnieniem świadczenia wychowawczego „Rodzina 500+”*, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Nr 346 (12), 2017.
14. Zalega T., *Gospodarstwo domowe jako podmiot konsumpcji*, Studia i Materiały. Wydział Zarządzania UW, Nr 1, 2007.

CONSUMPTION EXPENDITURE OF YOUNG CONSUMER'S HOUSEHOLDS

This article addresses the issue of household consumption expenditures from the perspective of young consumers. The main goal of the research was to identify household consumption expenditures from the viewpoint of young consumers, specifically focusing on expenditures on food. The study involved 384 households. The primary objective was achieved through the use of primary data collected via a questionnaire. The conducted research demonstrated that the expenditures and behaviors of young consumer households are changing. The gathered research results show us how incomes, expenditures and consumption behaviors of young consumers are shaped.

Keywords: consumer spending, household, young consumers, food expenses.