

## Wstęp

Zmiany demograficzne, polegające na wydłużaniu się przeciętnego trwania życia, spadku urodzeń, a w konsekwencji na zwiększaniu się liczby osób starszych<sup>1</sup> w populacji, stanowią wielkie wyzwania, zarówno społeczne, jak i gospodarcze dla większości państw na świecie. W ostatnich trzech dekadach średnia wielkość gospodarstw domowych w UE uległa zmniejszeniu. Ten wzorec można przypisać wielu czynnikom, w tym: rosnącemu udziałowi osób żyjących samodzielnie, wzrostowi udziału osób starszych mieszkających samotnie, spadającemu współczynnikowi dzietności, wyższemu wskaźnikowi rozwodów oraz zmianie struktury gospodarstw domowych polegającej na odejściu od wielopokoleniowych rodzin mieszkających razem pod jednym dachem w kierunku większej liczby gospodarstw domowych składających się z rodzin „nuklearnych”, rodzin niepełnych i osób mieszkających samotnie (Eurostat, 2020a).

Zjawisko starzenia się społeczeństw, określane w literaturze przedmiotu jako demograficzny niż, regres, tsunami, zapaść, deformacje pokoleniowe, odwrócona piramida wieku lub piąta faza przejścia demograficznego, od kilkudziesięciu lat cechuje większość państw europejskich. Jego trwanie może przedłużyć się na trzy lub cztery kolejne dekady, przy czym najszybsze tempo wzrostu populacji seniorów jest prognozowane w grupie wiekowej 80+, która według szacunków Europejskiego Urzędu Statystycznego w 2060 r. w Unii Europejskiej może zwiększyć swą liczebność aż trzykrotnie (Grewiński, 2021, s. 435; Worthington i in., 2018, s. 11–14). Z kolei według Organizacji Narodów Zjednoczonych do 2050 r. ponad

---

<sup>1</sup> W populacji współczesnych (europejskich, amerykańskich) seniorów dominują dwa pokolenia (dwie kohorty wiekowe). Pierwszym jest pokolenie przedwojenne określane jako *silent* lub *pokolenie ciche* (1925–1942), tworzone przez osoby, które przeżyły II wojnę światową, drugim zaś jest pokolenie *baby boomers* (1943–1960), czyli pokolenie powojennego wyżu demograficznego (Pendergast, 2010, s. 85–97; Strauss & Howe, 1991, s. 34–38; Williams & Page, 2011, s. 38–39). W literaturze przedmiotu do wspomnianych kohort wiekowych seniorów zalicza się także pokolenie *GL* (1901–1924), tzw. *pokolenie wspaniałe*, nieliczne już, którego najmłodsi przedstawiciele obecnie osiągają wiek 100 lat.

31% światowej populacji będzie w wieku 60 lat i więcej w porównaniu z obecnym stanem (ONZ, 2020). Wyliczenia prowadzą również do wniosków, że efektem zmian demograficznych będzie nie tylko mniejsza liczba osób aktywnych zawodowo przypadających na jednego seniora (z czterech osób zmniejszy się ona do dwóch), lecz także większa liczba samotnych osób starszych. Należy również zauważyć, że przemieszczanie się dużej części społeczeństwa w stronę bardziej dojrzałych grup wiekowych stanowi wyzwanie i jednocześnie szansę dla biznesu: osoby starsze, w tym żyjące w pojedynkę, w coraz większym stopniu wnoszą wkład w konsumpcję ogólnokrajową, ale także, poprzez zachowania konsumencie, wywierają coraz silniejszy wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw.

Powolne starzenie się ludności wielu krajów świata jest elementem kształtowania się nowego makrotrendu rynkowego, zwanego gerontologizacją społeczeństwa (Zalega, 2013a). Według prognoz demograficznych oczekuje się, że w Unii Europejskiej w 2050 r. osoby powyżej 65. roku życia mają stanowić 27,8% populacji (Eurostat, 2011). W kwestii starzenia się społeczeństwa Polska nie jest odosobniona. Większość krajów europejskich zaczyna coraz dotkliwiej odczuwać ten problem; na jeszcze większą skalę występuje on w Stanach Zjednoczonych czy Japonii.

Idea europejskiej srebrnej gospodarki nabrała rozpędu i zaczęła być przedmiotem uwagi jako dedykowany obszar polityki w 2014 r. Pomysł pojawił się w następstwie raportu Bank of America Merrill Lynch (BofAML) zatytułowanego „Srebrny dolar” (Nahal & Ma, 2014). W niniejszym raporcie, oprócz obszernego przedstawienia niektórych znanych kluczowych danych i rzekomych wyzwań związanych ze starzeniem się społeczeństwa oraz postępującą singlizacją, oceniono globalną siłę nabywczą starzejącej się populacji na świecie: „Gospodarka długowieczności staje się coraz potężniejszą siłą, a siła nabywczą konsumentów w wieku 60+ osiągnęła 15 bln USD (globalnie) w 2020 r. i ma się podwoić do 2030 roku” (Lipp & Peine, 2022, s. 4–5; Rose, 2020, s. 131). Według Komisji Europejskiej srebrna gospodarka obejmuje możliwości gospodarcze wynikające z wydatków publicznych i konsumenckich związanych ze starzeniem się społeczeństwa i specyficznymi potrzebami osób w wieku powyżej 50 lat. Wielkość europejskiej srebrnej gospodarki szacuje się na 3,7 bln EUR. Nadal ona rośnie i oczekuje się, że do 2025 r. przyniesie europejskiej gospodarce ponad 5,7 bln EUR (*Growing the European Silver Economy*, 2015; *Silver Economy: Opportunities for SMEs*, 2023).

Zmiany zachodzące w makrosystemie społecznym, dla których charakterystyczne są procesy globalizacji, industrializacji, urbanizacji oraz eskalacji konsumpcjonizmu, indywidualizmu i kultury popularnej, stanowią zintegrowany blok wpływów, zmieniając obraz przeciętnej rodziny, przede wszystkim w tzw. krajach rozwiniętych, i sposoby realizacji rodzicielstwa (Bianchi, 2011, s. 15–36; Fay, 1998, s. 39). Przemiany dokonujące się we współczesnej rodzinie mają zróżnicowane oblicze. Jednym z wymiarów tych zmian jest wzrost atrakcyjności alterna-

tywnych form życia małżeńsko-rodzinnego. Współczesna rodzina podlega wielu zmianom, których widocznym symptomem stają się m.in. zmiany w strukturze rodziny, w pełnionych przez rodzinę funkcjach, a także zmiany w zakresie wartości, ukierunkowanych w coraz większym stopniu na indywidualizm. Zmiany łączą się z rosnącą akceptacją społeczną dla form rodzinnych, takich jak: koabitacja, samotne rodzicielstwo, związki osób tej samej płci, których podstawą nie jest już wyłącznie formalne małżeństwo. Wzrasta także odsetek osób żyjących samotnie. Często zdarza się, że samotna starość skłania jednostki do nowych ról, np. wraz ze śmiercią współmałżonki samotni starsi mężczyźni zaczynają wykonywać przypisywane w przeszłości kobietom czynności (np. gotowanie, zmywanie naczyń, pranie, sprząatanie domu, robienie zakupów), które są nastawione na samoutrzymanie. Czynności te, zdaniem L. Ade-Ridder i T.H. Brubaker (1988), wpisują się w rodzaj „utajonej kobiecości”. Czasami samotnej starości towarzyszy wzrost aktywności inspirujących do konsumpcji powiązanej z tożsamością, zgodnie z tzw. renesansem tożsamościowym (ang. *identity-related renaissance*) (Schau i in., 2009), polegającym na odnowieniu działalności intelektualnej, wywołanej zmianami życiowymi typowymi dla okresu pomłodościowego. Niektórzy samotni seniorzy doświadczają pewnego rodzaju ożywienia swoich wcześniejszych osobistych projektów i ambicji oraz poszukują nowych działań, które mogą usprawnić formy wyrażania siebie. W tym świetle samotna starość nabiera nowego znaczenia jako kwitnącego okresu odnowy, w którym seniorzy mają czas i zasoby, aby zaangażować się w różne obszary działania, które nie były możliwe w okresie ich dojrzewania lub dorosłości.

Z danych Eurostatu (2020) wynika, że w 2018 r. jednoosobowe gospodarstwa domowe stanowiły prawie jedną trzecią (32,5%) wszystkich gospodarstw domowych w UE-28. Liczba jednoosobowych gospodarstw domowych w UE wzrosła o 30,7% w latach 2009–2022. Zwiększyła się także liczba osób starszych żyjących samotnie (Eurostat Statistics Explained, 2023). Ponad połowa wszystkich gospodarstw domowych w Szwecji, Danii i na Litwie składała się z jednej osoby, podczas gdy w Niemczech, Finlandii, Estonii, Niderlandach, Francji, Łotwie i Austrii odnotowano odsetek wynoszący 40–45%. Z kolei jednoosobowe gospodarstwa domowe stanowią blisko jedną czwartą gospodarstw domowych w Polsce, Portugalii, Chorwacji, Słowacji i na Malcie (gdzie odnotowano najniższy ich udział, wynoszący 23,2%). W latach 2006–2016 liczba jednoosobowych gospodarstw domowych w UE-28 wzrastała średnio o 2,0% rocznie. Chorwacja była jedynym państwem członkowskim UE, które zgłosiło spadek liczby jednoosobowych gospodarstw domowych, podczas gdy w Belgii nie odnotowano zmiany. Natomiast najszybszy wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych odnotowano na Cyprze, Litwie i Malcie (gdzie średnie tempo zmian wynosiło 6–7% rocznie) oraz w Słowenii (5,1% rocznie). W związku z tym istniał wzorzec nadrabiania zaległości, ponieważ jedno z najszybszych wskaźników wzrostu odnotowano w tych państwach członkowskich UE, które charakteryzowały się stosunkowo niskim odset-

kiem jednoosobowych gospodarstw domowych. Należy nadmienić, że w 2019 r. większy odsetek kobiet (18,4%) niż mężczyzn (14,1%) mieszkało samotnie. Można to częściowo przypisać temu, że kobiety żyją dłużej niż ich partnerzy, a co za tym idzie, są bardziej skłonne do życia samotnie na starość, ale odzwierciedla to również wyższy odsetek młodych kobiet (niż mężczyzn) decydujących się na opuszczenie domu rodzinnego, podczas gdy większy odsetek młodych mężczyzn zostaje dłużej w domu z rodzicem/rodzicami. Z kolei z analizy osób samotnych według płci wynika, że kobiety ze skandynawskich i bałtyckich państw członkowskich, a także kobiety z Niemiec, były najbardziej skłonne do życia w pojedynkę, podczas gdy kobiety z Irlandii, Malty, Cypru i Hiszpanii były mniej skłonne do życia w pojedynkę. Gospodarstwa domowe złożone z samotnych kobiet stanowiły co najmniej dwa razy więcej gospodarstw domowych niż gospodarstwa domowe zajmowane przez samotnych mężczyzn na Łotwie, w Polsce i Portugalii, a odsetek gospodarstw domowych składających się z samotnych kobiet był wyższy niż odpowiedni odsetek gospodarstw domowych mężczyzn we wszystkich pozostałych państwach członkowskich UE (Eurostat, 2020b).

W UE wśród osób starszych powyżej 65. roku życia prawie 4 na 10 (39,0%) w 2020 r. prowadziło jednoosobowe gospodarstwo domowe. Odsetek jednoosobowych gospodarstw domowych osób w wieku od 65 lat osiągnął maksimum w Chorwacji – na poziomie 49,3%, a około 45% wynosił w Portugalii, we Włoszech i na Litwie. Osoby starsze stanowiły mniej niż 1/3 jednoosobowych gospodarstw domowych na Cyprze, w Holandii i Luksemburgu (27,5%).

Obecnie z życia w pojedynkę, bez względu na wiek osoby i jej płeć, zdjęte zostało odium odmienności. Przestało być traktowane jako wyraz niezaradności życiowej, a coraz częściej jako synonim niezależności i wolności. W wielu przypadkach życie bez partnera życiowego jest wynikiem świadomego wyboru. Można jednak zauważyć, że ta forma życia staje się w coraz większej mierze nie tylko aprobowana społecznie, lecz także praktykowana, co wyraża się w rosnącej liczbie gospodarstw jednoosobowych.

Już na początku pierwszej dekady XXI w. E. Frątczak twierdziła, że „zmiany, które nastąpiły w cyklu życia rodziny w pierwszej połowie okresu transformacji w Polsce, należy uznać za szokujące, jeśli chodzi o ich zakres, głębokość i krótki okres, w którym zmiany te zostały zrealizowane” (Frątczak, 2003, s. 144). Społeczeństwo polskie z dynamicznego pod względem demograficznym przemieniło się w starzejące, a jego płodność spadła do rzędu najniższych w Europie, a nawet na świecie.

Istotnym problemem w przypadku seniorów, a zwłaszcza żyjących samotnie, w Polsce jest kwestia częstego ich ignorowania i dyskryminacji jako podmiotu rynkowego. Jedną z głównych przyczyn takiego stanu rzeczy jest nieuwzględnianie specyficznych potrzeb, możliwości i ograniczeń ludzi starszych. Specyfika ta u seniorów – konsumentów przejawia się najbardziej przez społeczno-ekonomiczno-zdrowotne cechy tego segmentu rynku. W świadomości wielu produ-

centów nadal mocno zakorzenione są obiegowe opinie i stereotypy, które każą postrzegać osobę starszą jako biedną, bierną, zachowawczą, schorowaną, bez pasji i chęci do życia<sup>2</sup>. Powoduje to wiele konsekwencji, wśród których najważniejszy wydaje się niski poziom wiedzy o specyfice starszych konsumentów w środowisku naukowym, ale przede wszystkim w przestrzeni gospodarczej i publicznej (Rosenbaum i in., 2022). Konsekwencją tych poglądów jest skromna oferta produktów i usług adresowana do seniorów. Należy nadmienić, że w dalszym ciągu pewna część producentów ocenia ten segment rynku jako mało atrakcyjny, zarówno pod względem kosztów dostosowania oferty, jak i możliwości osiągnięcia określonej stopu zwrotu z inwestycji. Takie poglądy i postawy już dawno powinny odejść do lamusa, bowiem rzeczywistość gospodarza przyczynia się do przeobrażeń wizerunku współczesnego konsumenta w starszym wieku, w tym samotnego. Coraz większa grupa samotnych seniorów, dzięki nadmiarowi czasu wolnego i swojej aktywności oraz doksztalcaniu się (np. w ramach Uniwersytetów Trzeciego Wieku<sup>3</sup>), całkiem nieźle odnajduje się we współczesnym świecie i przyjmuje aktywne postawy konsumenckie, które dość dobrze wpisują się w założenia wielu nowych trendów konsumenckich.

Wśród samotnych osób starszych można dostrzec pewne nowe wzorce zachowań konsumenckich, które nie zostały jeszcze do końca rozpoznane i ostatecznie dobrze zrozumiane. Niewątpliwie zrozumienie potrzeb i pragnień samotnych starszych konsumentów jest w dzisiejszych czasach kluczem do prowadzenia biznesu i skutecznej strategii marketingowej (Fregolente i in., 2019), szczególnie w kontekście międzynarodowym.

Na poziomie indywidualnym związek między starzeniem się i singlizacją a wzrostem gospodarczym jest ustalany poprzez wydatki starszych konsumentów. We wspomnianym już raporcie BofAML „Srebrny dolar” pojęcie starszych konsumentów, w tym osób starszych żyjących samotnie, było bardzo szerokie

---

<sup>2</sup> Taki wypaczony obraz osób starszych, jako biernych, schorowanych i wycofanych konsumentów, będący konsekwencją separacji seniorów z otoczeniem, został opisany w 1961 r. w przełomowym artykule *Growing old: The Process of Disengagement*. Basic Books autorstwa E. Cumming i W.E. Henry'ego (1961), wyjaśniając tzw. teorię wycofania się (ang. *Disengagement Theory*). Autorzy ci dowodzili, że osoby starsze ograniczają swoje relacje społeczne wyłącznie do rodzicielskich, a będąc na emeryturze, tracą swój status społeczny, dochody i autonomię.

<sup>3</sup> Aktywność, niezależnie od jej formy, pozwala zachować zdrowie i dobrą jakość życia osobom w wieku dojrzałym. Ludzie aktywni zazwyczaj starzeją się bez cech niedołęstwa i dłużej pozostają sprawni i niezależni od otoczenia. Aktywność intelektualna samotnych osób starszych, dzięki uczestniczeniu w zajęciach organizowanych w ramach zajęć UTW, pozwala utrzymać umysł w sprawności do późnych lat ich życia, a ciągła edukacja umożliwia zdobywanie wiedzy i ułatwia funkcjonowanie w przeobrażającej się rzeczywistości. Potwierdzają to wyniki badań przeprowadzonych m.in. przez P. Lampinena i in. (2006), J.G. Chipperfield i in. (2008) i M. Dziegielewską (2006). Obecnie na świecie rozwijają się kluby seniora, organizacje samopomocowe, Społeczne Banki Czasu, Rady Seniorów i wolontariat osób starszych, nadal jednak najpopularniejszą formą aktywizacji osób w podeszłym wieku pozostają Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW).

i zaskakująco bezproblemowe. W raporcie uznano, że obecne i przyszłe pokolenia osób starszych i samotnych są w coraz większym stopniu zdolne do bycia dobrymi neoliberalnymi konsumentami, natomiast dzięki zgromadzonemu doświadczeniu życiowemu „dalej będą robić rzeczy, które zawsze robili” (Nahal & Ma, 2014, s. 10). Z jednej strony taka pozycja podmiotowa seniorów, w tym srebrnych singli, jest zgodna z tradycyjnymi wyobrażeniami konsumentów, którzy poprzez wybór towarów wyrażają indywidualny styl życia i tożsamość (Higgs i in., 2009; Lipp & Peine, 2022). Z drugiej strony zrywa z formatami starzenia się, które definiują osoby starsze poprzez ich potrzeby medyczne lub opiekuńcze. Osoby starsze, w tym żyjące w pojedynkę, traktowane są tu jako „normalni” konsumenci i użytkownicy technologii. Należy zauważyć, że w ostatnich dwóch dekadach wydatki konsumpcyjne osób w wieku powyżej 60. roku życia rosły o 50% szybciej niż wydatki osób młodych (do 34. roku życia). Liczby te pokazują, że starzenie się ludności może i powinno stanowić współcześnie jeden z głównych czynników wzrostu gospodarczego. Największy potencjał w tym zakresie mają branże: kosmetyczna i modowa, turystyczna, nieruchomości i budownictwa, robotyzacji usług, zdrowia, bezpieczeństwa, kultury i rozrywki, edukacji, transportu oraz finansowa (Etiner i in., 2011, s. 310). W literaturze przedmiotu są opisywane przykłady przedsiębiorstw, które w odpowiedzi na zmiany rynkowe w starzejących się populacjach, włączyły rozwiązania srebrnej gospodarki do głównego nurtu swoich działań. Są to między innymi: Google, Apple, Bosch czy Philips. Amerykańscy badacze z Uniwersytetu w Massachusetts Ch.D. Schewe i G. Meredith (2004) zgłosili szereg strategii marketingowych przyjętych przez przedsiębiorstwa w celu lepszego zaspokojenia potrzeb segmentu osób starszych. Istnieją już na rynku oferty szkoleniowe, skierowane dla firm z obszarów w sposób szczególnie predysponowanych do wykorzystania możliwości płynących z włączenia się w nurt gospodarki senioralnej.

Należy jednak podkreślić, iż liczne badania prowadzone przez różne instytucje i ośrodki naukowe w Polsce w zakresie zachowań nabywczych konsumentów koncentrują się przeważnie na wieloosobowych gospodarstwach domowych różnych typów, jednoosobowych gospodarstwach domowych ogółem bądź gospodarstwach domowych seniorów. Kwerenda literatury dokonana przez autora monografii wykazała jednak, że brak jest badań analizujących konsumpcję, jej strukturę, infrastrukturę domową i zachowania konsumentki w jednoosobowych gospodarstwach domowych prowadzonych przez osoby starsze. Jak już wcześniej stwierdzono, niewielkie zainteresowanie samotnymi osobami starszymi jako konsumentami, wynika z silnie ukształtowanego (często prezentowanego w mediach) stereotypu ludzi starszych jako niedostosowanych do zmian otoczenia, ubogich, wycofanych i zamkniętych na wszelkiego rodzaju nowości rynkowe. Osobom starszym, a zwłaszcza samotnym, przypisuje się brak zainteresowania aktywnym stylem życia, korzystania z rozrywek, wypoczynku, wyłączenie z życia. Jak to dosadnie stwierdził W. Wnuk „w epoce kultu młodości nie ma miejsca

dla starszych” (Wnuk, 2005, s. 67). Niewątpliwie samotne osoby starsze to grupa konsumentów dość mocno zróżnicowana, ponieważ część z nich jest bierna na rynku i ze względu na niskie rozporządalne dochody koncentruje się praktycznie na zaspokojeniu podstawowych potrzeb niezbędnych do życia. Z kolei inna część samotnych seniorów, dysponująca znacznymi środkami finansowymi pozwalającymi na odgrywanie aktywnej roli konsumentów na rynku, traktuje konsumpcję jako środek samorealizacji, który pozwala im na zaspokojenie wszelkich potrzeb, w tym potrzeb wyższego rzędu. Pomija się także fakt, że samotne osoby starsze są grupą specyficzną, z jednej strony reprezentują odmienny niż w innych grupach wiekowych zbiór potrzeb, a z drugiej – dysponują nadmiarem wolnego czasu oraz życiowym doświadczeniem, które w istotny sposób rzutują na ich konsumpcję i zachowania konsumenckie. Należy mieć na uwadze, że różnorodność ról osób starszych i ich nieliniowa kolejność w życiu człowieka wpływają na zachowania rynkowe i stanowią duże wyzwanie dla marketingowców. Zwraca na to uwagę C.A. Stammerjohan (Stammerjohan i in., 2007), który twierdzi, że przejście na emeryturę należy postrzegać jako nieliniowe zjawisko przejściowe, które obejmuje także fazy przed i po przejściu na emeryturę, podczas których seniorzy inaczej organizują swoje zachowania zakupowe. Pomiędzy tymi etapami występują znaczne różnice w zachowaniach konsumenckich osób starszych (w ciągu dwóch pierwszych lat po przejściu na emeryturę osoby starsze aktywnie uczestniczą w procesie zakupowym, natomiast po czterech latach w mniejszym stopniu uczestniczą w zakupach). Z tego też względu wysiłki badaczy i przedsiębiorców powinny być skierowane na zrozumienie nowych ról starszych konsumentów i wykorzystanie ich renesansu tożsamości do propagowania produktów i usług, które będą respektowały ich styl życia i pragnienia, znajdując odzwierciedlenie w strukturze konsumpcji i zachowaniach konsumenckich.

Bez wątplenia o statusie, konsumpcji i zachowaniach konsumenckich osób starszych, w tym samotnych, decyduje wiele uwarunkowań. Oprócz zmian ekonomicznych istotne znaczenie mają także: zmiany biofizyczne (zróżnicowany stan zdrowia, zróżnicowana sprawność fizyczna), zmiany psychologiczne (różne nastawienie do życia i otoczenia, obniżenie zdolności percepcyjnych – wzrok, słuch, dotyk, smak), a także zmiany społeczno-kulturowe (obniżenie roli społecznej i zawodowej, różne podejście do relacji międzyludzkich, różna aktywność towarzyska).

Biorąc pod uwagę powyższe spostrzeżenia, autor opracowania ma na celu wypełnienie luki w polskim piśmiennictwie w obszarze konsumpcji i zachowań konsumenckich samotnych osób starszych jako konsumentów, poprzez dostrzeżenie ich potencjału ekonomiczno-gospodarczego. Analiza porównawcza według grup wiekowych, płci, poziomu wykształcenia, miejsca zamieszkania pozwoli na uchwycenie zróżnicowania sytuacji materialnej i konsumpcyjnej jednoosobowych gospodarstw domowych prowadzonych przez samotnych seniorów. Szczegółowa analiza przekrojowa umożliwi ocenę zależności subiektywnych ocen sytuacji materialnej, sposobu gospodarowania środkami pieniężnymi, zadłużania się,

zaspokojenia odczuwanych potrzeb, infrastruktury domowej, warunków życia i zachowań konsumenckich od cech społeczno-demograficznych osób starszych prowadzących jednoosobowe gospodarstwa domowe.

Biorąc pod uwagę złożoność zjawiska konsumpcji i zachowań konsumenckich, jak i potrzebę interdyscyplinarności podejścia przy ich badaniu, w pracy skoncentrowano się na kilku celach poznawczych:

- ocenie sytuacji materialnej jednoosobowych gospodarstw domowych osób starszych;
- rozpoznaniu bytowego wymiaru życia rozpatrywanego przez pryzmat rozporządzalnych dochodów, struktury wydatków, wyposażenia w dobra trwałego użytku gospodarstw domowych srebrnych singli;
- przeanalizowaniu zmian zachowań w jednoosobowych gospodarstwach domowych osób starszych w zakresie gromadzenia dochodów, oszczędzania, zadłużania się, miejsca dokonywania zakupów i sposobów zaspokajania odczuwanych potrzeb;
- ukazaniu kierunku przemian konsumpcji, jakie dokonują się wśród gospodarstw domowych samotnych seniorów;
- rozpoznaniu trendów i nowych zjawisk w konsumpcji, w ideę których wpisują się zachowania konsumenckie samotnych osób starszych.

Mając na uwadze rosnące w ostatnim okresie zainteresowanie osobami starszymi, w tym żyjącymi samotnie, a także zidentyfikowaną lukę poznawczą w zakresie konsumpcji i zachowań konsumenckich tego segmentu konsumentów, sformułowano cel główny, który wraz z analizą literatury stał się podstawą do postawienia hipotezy głównej, wspartej hipotezami szczegółowymi, które zostały poddane weryfikacji empirycznej. Informacje szczegółowe na temat celu badań i hipotez badawczych zostały zawarte w rozdziale czwartym niniejszego opracowania.

Realizacja celów badań wymagała rozstrzygnięcia złożonych problemów koncepcyjno-metodycznych, związanych z badaniem konsumpcji i zachowań konsumenckich w gospodarstwach domowych srebrnych singli. Z tego też względu w pracy podjęto próbę rozwiązania problemu na poziomie teoretycznym i metodycznym, a także weryfikacji określonych teorii na poziomie empirycznym. Z uwagi na rozległość problematyki badawczej dotyczącej konsumpcji i zachowań nabywczych konsumentów istniała konieczność wyodrębnienia problemów badawczych, które umożliwiły zrozumienie tego zjawiska. Przy wyborze problemów, które poruszono w monografii, oparto się na analizie kluczowych teorii i koncepcji konsumpcji. Wykorzystano różnorodne źródła danych i zróżnicowaną metodykę badań. Źródłem danych były badania budżetów gospodarstw domowych GUS oraz badania własne autora monografii. Do badania poziomu i struktury konsumpcji jednoosobowych gospodarstw domowych oraz warunków ich funkcjonowania na podstawie niepublikowanych danych udostępnionych przez GUS oraz wyników badań własnych przyjęto lata 2018–2022.



Materiał empiryczny zawarty w niniejszym opracowaniu pochodzi z badań ankietowych przeprowadzonych w dwóch etapach w latach 2018–2022. Pierwszy z zaplanowanych etapów badań został przeprowadzony na próbie 3167 starszych singli w okresie od 1 lutego do 30 października 2018 r. oraz od 1 maja do 30 października 2019 r. Z kolei drugi etap badań przeprowadzono od 1 marca do 30 września 2021 r., a następnie od 6 lutego do 30 września 2022 r. na próbie 3834 osób starszych żyjących w pojedynkę. Wykorzystanie w badaniach kwestionariusza ankiety było jedynym możliwym sposobem zebrania informacji o charakterze subiektywnym (np. oceny sytuacji materialnej, zmian oszczędności, zmian dokonywanych w strukturze wydatków konsumpcyjnych, miejsca robienia zakupów, poziomu zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych, zachowań nabywczych wpisujących się w nowe trendy konsumenckie itd.), niemożliwym do określenia w inny sposób. W monografii wykorzystano również bogatą i zróżnicowaną krajową oraz zagraniczną literaturę przedmiotu.

Analiza teorii dotyczących konsumpcji oraz zachowań konsumenckich, jak i wyniki własnych badań, wykorzystujących także metodę wywiadów bezpośrednich wśród srebrnych konsumentów w wybranych miastach Polski, miały wpływ na ukształtowanie się problematyki tej rozprawy, która dotyczy sytuacji materialnej, struktury konsumpcji i zachowań konsumenckich miejskich srebrnych singli w Polsce. Jest to pierwsza w polskim piśmiennictwie, i jedna z nielicznych w literaturze światowej, pozycja, która koncentruje się na próbie uchwycenia aktywności konsumenckiej samotnych osób starszych żyjących w miastach.

Monografia ma charakter teoretyczno-empiryczny i tworzy ją dziesięć rozdziałów, z których dwa pierwsze mają charakter teoretyczny, rozdział czwarty ma charakter metodologiczny, zaś siedem pozostałych rozdziałów – empiryczny. Treść monografii poprzedza *Wstęp*, a wieńczy *Zakończenie*.

W rozdziale pierwszym *Rodzina i alternatywne formy życia rodzinnego we współczesnym dyskursie interdyscyplinarnym* skoncentrowano się na kontekstach współczesnego dyskursu o rodzinie, wyjaśnieniu rozbieżności między pojęciami rodzina i gospodarstwo domowe, a następnie na omówieniu alternatywnych form życia rodzinnego najczęściej występujących w społeczeństwie.

Rozdział drugi *Zjawisko singlizacji we współczesnych społeczeństwach* skupiony jest na wyjaśnieniu przyczyn postępującej singlizacji społeczeństw oraz na wyjaśnieniu istoty singlizmu i konsekwencji dyskryminacji osób żyjących w pojedynkę, w tym srebrnych singli. W dalszej części rozdziału wyjaśniono pojęcie „singiel”, a także przybliżono klasyfikację singli, przyczyny życia w pojedynkę oraz style życia osób żyjących samotnie. W końcowej części rozdziału naświetlono skalę singlizacji w Polsce i na świecie. Przedstawiony rozdział stanowi podłoże teoretyczne do dalszych analiz poczynionych w niniejszej monografii.

Materialne podstawy funkcjonowania gospodarstw domowych singli są przedmiotem rozdziału trzeciego *Gospodarstwa domowe jednoosobowe w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych GUS w latach 2018–2022*.

Naświetlono w nim pojęcie jednoosobowego gospodarstwa domowego w polskiej i zagranicznej literaturze naukowej, a w dalszej kolejności scharakteryzowano jednoosobowe gospodarstwa domowe w Polsce według grup społeczno-ekonomicznych oraz zmiennych demograficznych w latach 2018–2022. W następnej części rozdziału naświetlono problem makroekonomicznych uwarunkowań i czynników wpływających na konsumpcję jednoosobowych gospodarstw domowych w Polsce, a także podjęto w nim próbę empirycznej prezentacji tendencji rozwojowych konsumpcji w badanych gospodarstwach domowych, nie tylko analizując zmiany w poziomie i strukturze konsumpcji, ale także wyjaśniając ich przyczyny.

W rozdziale czwartym *Metodologiczne aspekty badania konsumpcji i zachowań konsumenckich srebrnych singli* przedstawiono dotychczasowy stan badań nad konsumpcją i zachowaniami konsumenckimi osób starszych, w tym żyjących w pojedynkę. W dalszej części rozdziału omówiono cele badań i kluczowe hipotezy badawcze, wykorzystane metody i techniki badawcze oraz dobór próby badawczej i ogólną jej charakterystykę.

*Sytuacja materialna osób starszych żyjących w pojedynkę w świetle wyników badań własnych* jest przedmiotem zainteresowania rozdziału piątego. Naświetlono w nim sytuację materialną jednoosobowych gospodarstw domowych, poziom rozporządzalnych dochodów, subiektywną ocenę sytuacji materialnej, oszczędności i cele oszczędzania oraz zadłużanie się gospodarstw domowych srebrnych singli. W końcowej części rozdziału skoncentrowano się na sposobach gospodarowania posiadanymi środkami w badanych gospodarstwach domowych samotnych seniorów.

W rozdziale szóstym *Struktura wydatków samotnych seniorów w świetle wyników badań własnych* przeanalizowano strukturę wydatków gospodarstw domowych żyjących w pojedynkę, ze szczególnym uwzględnieniem wydatków na żywność i ochronę zdrowia. Natomiast w dalszej części rozdziału podjęto się próby uchwycenia subiektywnej oceny poziomu zaspokojenia potrzeb w zakresie: wyżywienia, wyposażenia w odzież i obuwie, wyposażenia mieszkania i warunków mieszkaniowych, ochrony zdrowia oraz rekreacji i kultury w gospodarstwach domowych samotnych seniorów.

*Warunki mieszkaniowe i wyposażenie w dobra trwałego użytku gospodarstw domowych srebrnych singli w świetle wyników badań własnych* to rozdział siódmy monografii. Przeanalizowano w nim warunki mieszkaniowe i zadowolenie z miejsca zamieszkania srebrnych singli. W dalszej części niniejszego rozdziału omówiono stan wyposażenia gospodarstw domowych samotnych osób starszych w zmechanizowany sprzęt gospodarczy, w sprzęt informacyjno-rozrywkowy oraz w mobilne dobra trwałego użytku, zaś analizę zakończono omówieniem okresu eksploatacji dóbr trwałego użytku znajdujących się na wyposażeniu badanych gospodarstw oraz poziomu zaspokojenia potrzeb w zakresie tych dóbr.

W kolejnym, ósmym rozdziale *Zachowania konsumenckie samotnych osób starszych na rynku* wyjaśniono, opierając się na krytycznej literaturze przedmiotu,

istotę zachowań konsumenckich, zaś w dalszej kolejności omówiono zachowania konsumenckie samotnych osób starszych. Kolejną rozpatrywaną kwestią, której poświęcono sporo uwagi w niniejszym rozdziale, jest analiza zachowań konsumenckich badanych srebrnych singli, ze szczególnym uwzględnieniem zachowań żywieniowych. Próbując uchwycić zwyczaje i preferencje zakupowe osób starszych żyjących w pojedynkę, przeanalizowano: częstotliwość robienia zakupów, stosunek do dokonywanych zakupów, determinanty wpływające na decyzje zakupowe oraz preferowane miejsca zakupu dóbr i usług konsumpcyjnych. Rozdział kończy omówienie najważniejszych strategii marketingowych handlowców skierowanych do srebrnych singli.

*Wybrane nowe trendy konsumenckie a zachowania nabywcze polskich srebrnych singli* są przedmiotem zainteresowania rozdziału dziewiątego. Wyjaśniono w nim kluczowe dla tego rozdziału pojęcia, takie jak: trendy, trendy konsumenckie czy nowe trendy konsumenckie. Zasadniczą częścią niniejszego rozdziału jest analiza zachowań konsumenckich srebrnych singli, które wpisują się w idee pięciu tzw. nowych trendów konsumenckich, takich jak: zrównoważona konsumpcja, sprytny zakup, domocentryzm, wirtualizacja konsumpcji i etnocentryzm konsumencki.

Swoistym zakończeniem niniejszej monografii jest rozdział dziesiąty *Typologia miejskich srebrnych singli*, w którym podjęto się próby określenia grup typologicznych srebrnych singli jako konsumentów. Rozdział rozpoczyna wyjaśnienie pojęcia i istoty typologii konsumentów. W dalszej jego części zaprezentowano wybrane typologie osób starszych jako konsumentów zaprezentowane w literaturze przedmiotu przez polskich i zagranicznych badaczy. Natomiast w końcowej części rozdziału zaprezentowano autorską typologię srebrnych singli. W tym celu wykorzystano metodę *k*-skupień oraz 24 zmienne diagnostyczne charakteryzujące strukturę konsumpcji, przesłanki decyzji konsumenckich, zachowania nabywcze oraz trendy konsumenckie, w idee których wpisują się zachowania nabywcze samotnych seniorów.

W *Zakończeniu* zaprezentowano najważniejsze rezultaty wynikające z przeprowadzonych badań, na podstawie których sformułowano uogólnione wnioski.

Monografia wzbogaca polskie piśmiennictwo w zakresie poznania konsumpcji i zachowań konsumenckich samotnych osób starszych. Biorąc pod uwagę nabierające na sile w ciągu ostatnich trzech dekad zjawiska singlizacji i starzenia się polskiego społeczeństwa opracowanie to nie tylko ma walor czysto poznawczy, lecz także dostarcza niezwykle cennych informacji dla przedsiębiorstw oraz prowadzonej przez rząd polityki gospodarczej, społecznej i kulturalnej. Opracowanie, zdaniem autora, umożliwi także jej odbiorcom pogłębienie wiedzy na temat zachowań samotnych osób starszych na rynku i wynikających z tego konsekwencji mikro- i makroekonomicznych.

Zawartość merytoryczna monografii oraz przekazana w niej wiedza mogą być przydatne dla tych wszystkich osób, które interesują się zagadnieniami demogra-

ficznymi zachodzącymi w polskim społeczeństwie, a w szczególności samotnymi osobami starszymi i ich zachowaniami konsumenckimi. W opinii autora opracowanie będzie także pomocne studentom studiów ekonomicznych (w tym zarządzania), pedagogicznych i socjologicznych. Dla wielu przedmiotów wykładanych na studiach ekonomicznych, psychologicznych, socjologicznych, pedagogicznych i politologicznych pozycja ta może posłużyć jako lektura uzupełniająca do wykładów lub konwersatoriów z zakresu ekonomiki konsumpcji, makroekonomii, polityki społecznej, demografii i wielu wykładów specjalizacyjnych. Monografia może być także dobrą lekturą uzupełniającą dla polityków gospodarczych, działaczy społecznych i menedżerów, władz lokalnych i samorządowych, organizacji społecznych, organizacji *non profit*, a także studentów i słuchaczy studiów podyplomowych, doktorantów, pracowników naukowych oraz dydaktycznych.