



## Beata Kolny

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Ekonomii  
Katedra Rynku i Konsumpcji  
beata.kolny@ue.katowice.pl

# KONSUMPCJA USŁUG I E-USŁUG W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM – WYNIKI BADAŃ

**Streszczenie:** Celem artykułu jest przedstawienie wybranych uwarunkowań konsumpcji usług i e-usług w województwie śląskim oraz zakresu ich korzystania. W artykule wykorzystano wtórne źródła informacji oraz wyniki badań bezpośrednich przeprowadzonych w Katedrze Rynku i Konsumpcji w ramach projektu badań statutowych finansowanych przez MNiSW pt. *Handel i usługi w Europie – diagnoza i perspektywy rozwoju (2013-2015)* dotyczących m.in. kupowania i korzystania z usług.

**Słowa kluczowe:** usługi, e-usługi, konsumpcja, województwo śląskie.

## Wprowadzenie

Usługa jest dowolnym działaniem, jakie jedna strona może zaoferować innej. Jest to działanie nienamacalne i nie prowadzi do jakiegokolwiek własności [Kotler, 1994, s. 426]. Określa się ją również jako czynności związane bezpośrednio lub pośrednio z zaspokajaniem potrzeb ludzkich, ale niesłużące do produkowania przedmiotów [Lange, 1978, s. 19].

Pojawienie się i rozwój Internetu wywarło istotny wpływ na branżę usługową [Wolny, 2013; Dąbrowska, Janoś-Kresło i Wódkowski, 2009]. E-usługi to forma świadczenia usług przy wykorzystaniu Internetu, zawierająca w szczególności prezentację usługi, zamówienie usługi, zapłatę za usługę oraz korzystanie z usługi przez Internet z zastrzeżeniem, że w przypadku wybranych usług konsumpcja ich odbywa się w świecie rzeczywistym [Wolny, 2013, s. 16]. Konsumpcja oznacza bezpośredni akt zaspokojenia potrzeby człowieka poprzez użytkowanie określonego dobra materialnego lub usługi [Bywalec, 2010, s. 12].

Konsumpcję usług określa się zatem jako akty zaspokojenia różnorodnych potrzeb ludzkich poprzez korzystanie z obsługi ze strony osób i instytucji wyspecjalizowanych w czynnościach usługowych, a także z obiektów i urzędów do tego przeznaczonych [Olearnik, 1990, s. 7-8].

Celem artykułu jest przedstawienie wybranych uwarunkowań konsumpcji usług i e-usług w województwie śląskim na podstawie wtórnych źródeł informacji oraz zakresu korzystania z niektórych usług (fitness, gastronomiczne, kulturalne, bankowe, fryzjerskie, ochrony zdrowia, transportowe), na podstawie badań bezpośrednich przeprowadzonych metodą ankietową przez pracowników Katedry Rynku i Konsumpcji w ramach projektu badań statutowych finansowanych przez MNiSW pt. *Handel i usługi w Europie – diagnoza i perspektywy rozwoju (2013-2015)* dotyczących m.in. kupowania i korzystania z usług i e-usług przez mieszkańców województwa śląskiego. Próba liczyła 300 osób (w tym 150 kobiet i 150 mężczyzn).

## **1. Uwarunkowania konsumpcji usług i e-usług w województwie śląskim**

Znaczenie sektora usług w polskiej gospodarce stale wzrasta. Jest to uniwersalny trend rozwojowy. Zachodzące od kilkunastu lat procesy restrukturyzacyjne powodują systematyczne zmiany w strukturze gospodarki województwa śląskiego tzn. zmniejszenie się udziału górnictwa i hutnictwa, a wzrost znaczenia przemysłu informatycznego, motoryzacyjnego, spożywczego. Procesom restrukturyzacji regionu towarzyszy zmiana struktury zatrudnienia, przejawiająca się w malejącej liczbie osób zatrudnionych w przemyśle przy równoczesnym jej wzroście w sektorze usług. Województwo śląskie jest jednym z liderów w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego w kraju. Jest również liderem pod względem udostępniania usług drogą elektroniczną w urzędach. W projekcie regionalnego programu operacyjnego województwa śląskiego na lata 2014-2020 stwierdzono, że należy skoncentrować działania na dalszym rozwijaniu i podnoszeniu poziomu jakości e-usług publicznych dostępnych zarówno dla mieszkańców, jak i przedsiębiorstw. W przypadku usług publicznych istotnym zadaniem będzie wsparcie działań z zakresu e-zdrowia, kontynuowanie czynności związanych z wykorzystaniem technologii informatycznych w celu digitalizacji zasobów dziedzictwa kulturowego, nie tylko jako formy rozpowszechnienia materiałów analogowych, ale również jako jednej z form ich zabezpieczenia dla przyszłych pokoleń [*Projekt regionalnego...*, s. 14-15]. Priorytetowe wsparcie uzyskują zatem usługi cyfrowe, w takich obszarach jak: ochrona zdrowia, admi-

nistracja publiczna, informacja przestrzenna, wspieranie przedsiębiorczości i prowadzenie działalności gospodarczej, digitalizacja zasobów nauki, kultury, bezpieczeństwo publiczne.

Z danych statystycznych wynika, że liczba podmiotów gospodarki narodowej w województwie śląskim w latach 2010-2013 wzrastała wolniej (wzrost w 2013 r. w porównaniu do 2010 r. o 1,9%) niż w Polsce (wzrost o 4,1%). Jeżeli weźmie się pod uwagę branżę usługową, to w województwie śląskim roczny wzrost odnotowano w usługach związanych z informacją i komunikacją (w 2013 r. w stosunku do roku 2010 o 19%), obsługą rynku nieruchomości oraz opieką zdrowotną i pomocą społeczną. W pozostałych branżach obserwowano wahania liczby zarejestrowanych podmiotów (tabela 1).

**Tabela 1.** Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze REGON, w Polsce i województwie śląskim w latach 2010-2013

Wyszczególnienie	Polska				Województwo śląskie			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Ogółem	3909802	3869897	3975334	4070259	451635	443420	453496	460350
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	1100603	1060041	1065781	1074744	138392	132334	132836	132816
Transport i gospodarka magazynowa	265203	252820	253086	252909	30987	29495	29362	29168
Zakwaterowanie i gastronomia	124214	122299	124765	126582	15039	14762	14767	14769
Informacja i komunikacja	95163	100706	108392	116971	10045	10626	11222	11994
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	131213	127462	128643	131039	16948	16366	16353	16515
Obsługa rynku nieruchomości	195384	202671	210584	218142	22144	22987	23758	24505
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	332231	336822	352023	371498	36043	35940	37326	38973
Edukacja	116132	117903	139334	144319	13512	13494	15804	16263
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	186008	193265	203106	211949	20059	20750	21942	22954
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	67085	67207	68864	71233	7935	7931	7933	8145
Pozostała działalność usługowa	235949	235721	243598	251927	26193	25866	26676	27346

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2012, 2013, 2014; Rocznik Statystyczny Województwa Śląskiego 2013, 2014].

Przeciętne zatrudnienie w województwie śląskim w 2013 r. wzrosło o 13% w stosunku do 2010 r. (w Polsce w tym czasie zanotowano spadek zatrudnienia o 1,8%). Jeżeli weźmie się pod uwagę zatrudnienie w usługach, to coroczny wzrost zatrudnienia w województwie odnotowano tylko w usługach związanych z informacją i komunikacją (o 12,3% w 2013 r. w stosunku do 2010 r.). W pozostałych branżach usługowych nie stwierdzono stałej tendencji wzrostowej, a obserwowano wahania zatrudnienia. Mimo tych wahań w 2013 r. liczba pracujących w transporcie i gospodarce magazynowej, działalności finansowej i ubezpieczeniowej, działalności profesjonalnej naukowej i technicznej była większa niż w 2010 r. (tabela 2).

**Tabela 2.** Przeciętne zatrudnienie w usługach w Polsce i województwie śląskim w latach 2010-2013

Wyszczególnienie	Polska (w tys.)				Województwo śląskie			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Ogółem	9745,8	9801,9	9719,6	9566,0	1045346	1051393	1217090	1185858
Handel; naprawa pojazdów samochodowych	1598,7	1580,3	1559,3	1529,4	157449	153677	151920	147593
Transport i gospodarka magazynowa	582,5	589,3	591,1	585,2	50918	50688	50027	51854
Zakwaterowanie i gastronomia	175,7	173,7	174,8	170,0	17318	17675	17612	17148
Informacja i komunikacja	195,3	198,2	204,2	207,4	12574	13237	13702	14120
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	281,7	280,5	285,7	279,2	23367	23923	24574	24183
Obsługa rynku nieruchomości	142,0	146,7	142,1	138,4	20755	20600	20620	20554
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	328,4	339,4	346,1	350,0	37975	38413	38354	38262
Edukacja	1035,9	1039,8	1044,7	1027,5	119272	119302	119336	116402
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	667,8	667,9	666,6	664,6	85201	85050	85562	83281
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	130,3	131,7	129,5	119,6	18523	18566	17721	15650
Pozostała działalność usługowa	95,5	101,5	102,3	130,8	11196	11216	11120	13939

Źródło: jak w tabeli 1.

W przeciętnych wydatkach na usługi w śląskich gospodarstwach domowych dominują wydatki na transport. W strukturze wydatków w 2013 r. stanowiły 9,4%. Wydatki na rekreację i kulturę stanowiły 6,5%, przy czym odnotowano zmniejszenie tych wydatków w stosunku do 2010 r., bowiem wówczas stanowiły 8,2% w wydatkach ogółem. Spośród analizowanych usług najmniej gospodarstwa domowe wydawały na edukację (tabela 3).

**Tabela 3.** Przeciętne miesięczne wydatki na 1 osobę w gospodarstwach domowych w Polsce i województwie śląskim w latach 2010-2013

Wyszczególnienie	Polska				Województwo śląskie			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
w zł								
Wydatki ogółem	991,44	1020,87	1050,78	1061,70	1023,66	1053,15	1108,15	1118,09
Towary i usługi konsumpcyjne	945,80	976,44	1005,19	1017,52	973,04	1002,23	1057,66	1066,47
Zdrowie	47,42	50,41	52,68	53,94	45,64	50,11	52,56	53,10
Transport	94,78	97,56	102,92	102,38	89,31	90,09	99,48	104,68
Łączność	43,43	42,45	41,90	54,69	43,76	44,02	44,16	58,78
Rekreacja i kultura	79,80	81,81	85,55	69,22	84,19	87,10	90,97	72,41
Edukacja	12,75	12,48	12,41	12,53	10,91	10,14	11,39	10,75
Restauracje i hotele	22,93	24,82	29,25	30,64	19,32	22,99	26,55	25,19
w %								
Wydatki ogółem	100	100	100	100	100	100	100	100
Towary i usługi konsumpcyjne	95,4	95,6	95,7	95,8	95,1	95,2	95,4	95,4
Zdrowie	4,8	4,9	5,0	5,1	4,5	4,8	4,7	4,7
Transport	9,6	9,6	9,8	9,6	8,7	8,6	8,9	9,4
Łączność	4,4	4,2	4,0	5,2	4,3	4,2	4,0	5,3
Rekreacja i kultura	8,0	8,0	8,1	6,5	8,2	8,3	8,2	6,5
Edukacja	1,3	1,2	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0
Restauracje i hotele	2,3	2,2	2,8	2,9	2,5	2,2	2,4	2,3

Źródło: jak w tabeli 1.

Konsumenci, chcąc korzystać z e-usług, potrzebują odpowiedniej infrastruktury. W analizowanych latach zwiększyło się wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia umożliwiające przesyłanie i przekazywanie informacji. Telefon komórkowy w 2013 r. posiadało 94,9% gospodarstw, blisko 74% było wyposażonych w komputer osobisty. W tym niemal wszystkie z dostępem do Internetu (tabela 4).

**Tabela 4.** Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrane dobra umożliwiające korzystanie z e-usług w Polsce i województwie śląskim w latach 2010-2013 (w %)

Wyszczególnienie	Polska				Województwo śląskie			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Telefon komórkowy	88,9	90,3	92,0	93,5	90,5	91,8	93,8	94,9
Komputer osobisty	64,6	66,7	68,3	71,5	66,5	67,2	69,6	73,9
w tym z dostępem do Internetu	59,2	62,3	64,7	68,8	63,4	64,4	67,9	72,9
w tym z dostępem szerokopasmowym	43,0	48,2	52,4	55,4	x	45,1	49,7	54,6
Drukarka	41,0	40,2	37,2	35,8	42,9	39,5	38,6	35,6

Źródło: jak w tabeli 1.

## Wyniki badań bezpośrednich

Rozpatrując częstotliwość korzystania z usług, odnotowano, że najczęściej kilka razy w tygodniu badani korzystali z usług bankowych. Z usług tych najczęściej Ślązaków korzystało także kilka razy w miesiącu. Z badań wynika, że parę razy w miesiącu najczęściej badanych korzystało również z usług gastronomicznych. Spośród analizowanych usług raz w miesiącu najczęściej badanych chodziło do fryzjera (38,7%), przy czym jeżeli chodzi o te usługi, to jednak najczęściej osób, bo aż 42,4% korzystało z nich kilka razy w roku. Z taką samą częstotliwością respondenci korzystali z usług ochrony zdrowia (58,6%) oraz kulturalnych (40,6%). Z usług fitness ponad połowa badanych nie korzystała w ogóle. Ci, którzy deklarowali, że korzystają z tych usług, najczęściej robili to kilka razy w roku (tabela 5).

**Tabela 5.** Częstotliwość korzystania z usług (w %)

Wyszczególnienie	Fitness	Gastronomiczne	Kulturalne	Bankowe	Fryzjerskie	Ochrony zdrowia
Kilka razy w tygodniu	9,7	7,7	0,7	28,7	1,3	0,7
Kilka razy w miesiącu	12,0	34,3	15,4	36,0	2,7	7,1
Raz w miesiącu	5,0	17,2	21,1	14,0	38,7	11,4
Kilka razy w roku	13,4	26,3	40,6	8,3	42,4	58,6
Raz w roku	2,0	3,7	9,4	2,7	2,7	8,1
Rzadziej niż raz w roku	5,4	5,1	5,4	4,7	4,0	9,1
Nie korzystam	52,5	5,7	7,4	5,7	8,1	5,1

Źródło: Badania własne.

W centrach handlowych najczęściej badanych korzystało z usług gastronomicznych (64,6%). Co trzeci korzystał z usług kulturalnych. Korzystanie z usług bankowych deklarowało blisko 29% Ślązaków. Wśród usług, z których korzystał więcej niż co dziesiąty badany, znalazły się: fryzjerskie (16,8%), pralnicze (15%), optyczne (13,7%), kosmetyczne (11,1%) oraz fotograficzne (10,2%). Najmniej zaś spośród badanych korzystało z usług opieki nad dziećmi (1,4%), informatycznych (5,3%) i turystycznych (6,2%). Kobiety częściej od mężczyzn korzystały w centrach handlowych z większości analizowanych usług (poza zegarmistrzowskimi, fitness i informatycznymi) – tabela 6.

**Tabela 6.** Usługi, z których Ślązacy korzystali w centrach handlowych (w %)

Wyszczególnienie	Próba ogółem	Mężczyźni	Kobiety
Gastronomiczne	64,6	61,5	67,5
Kulturalne	35,0	31,2	38,5
Bankowe	28,8	27,5	29,9
Fryzjerskie	16,8	15,6	17,9
Pralnicze	15,0	11,9	17,9
Optyczne	13,7	10,1	17,1
Kosmetyczne	11,1	7,3	14,5
Fotograficzne	10,2	10,1	10,3
Zegarmistrzowskie	9,3	12,8	6,0
Fitness	7,5	9,2	6,0
Ochrony zdrowia	7,5	5,5	9,4
Turystyczne	6,2	6,4	6,0
Informatyczne	5,3	7,3	3,4
Opieka nad dzieckiem	1,4	0,9	2,6
Inne	0,4	0,9	-

Źródło: Badania własne.

Rozwój i upowszechnienie Internetu wywarło znaczny wpływ na funkcjonowanie rynku usług, a zwłaszcza na możliwość świadczenia tych usług i korzystania z nich. Z deklaracji badanych wynika, że blisko 70% z nich korzystało z usług w Internecie, w tym nieznacznie częściej kobiety niż mężczyźni (70,1% wobec 68,5%) – tabela 7.

**Tabela 7.** Deklaracje respondentów dotyczące korzystania z usług w Internecie (w %)

Wyszczególnienie	Próba ogółem	Mężczyźni	Kobiety
Respondenci korzystający z usług w Internecie	69,3	68,5	70,1
Respondenci nie korzystający z usług w Internecie	30,7	31,5	29,9

Źródło: Badania własne.

Analizując zachowanie respondentów, polegające na tym, że informacje o usługach pozyskiwane są w Internecie, a zakup dokonywany jest poza siecią, które nazywane jest efektem ROPO (*research online, purchase offline*) [www 1], stwierdzono, że jest to charakterystyczne zachowanie w odniesieniu do zakupu usług kulturalnych (47,4%), fitness (44,8%), transportowych (41,3%) i bankowych (40,6%). Proces ten, lecz obserwowany w odwrotnym kierunku, tzn. informacje zbierane w placówkach usługowych, a zakup dokonywany w Internecie, nazywany reverse-ROPO, deklarowany jest rzadko. Zaledwie 8% badanych postępowało w ten sposób, planując zakupy usług transportowych, 7% kupując usługi kulturalne. Najczęściej jednak poszukiwanie informacji i realizowanie zakupów, zwłaszcza usług fryzjerskich (70,9%), gastronomicznych (63,2%) oraz ochrony zdrowia (62,1%) odbywało się w placówkach tradycyjnych (tabela 8).

**Tabela 8.** Sposoby planowania i realizowania zakupów usług (w %)

Wyszczególnienie	Poszukiwanie informacji i zakupy usług w Internecie	Poszukiwanie informacji w Internecie, ale zakupy usług w placówkach tradycyjnych	Poszukiwanie informacji w placówkach tradycyjnych, ale zakupy usług w Internecie	Poszukiwanie informacji i zakupy usług w placówkach tradycyjnych
Bankowe	23,2	40,6	3,4	32,8
Fitness	10,5	44,8	3,8	4,1
Fryzjerskie	2,1	22,8	4,2	70,9
Gastronomiczne	5,2	27,1	4,5	63,2
Kulturalne	8,0	47,4	7,0	37,6
Ochrony zdrowia	2,4	29,7	5,9	62,1
Transportowe	12,9	41,3	8,0	37,8

Źródło: Badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość Ślązaków nie kupowała dostępu do usług w Internecie. Jedynie blisko co trzeci z nich deklarował zakupy kilka razy w roku biletów do kina, co czwarty nabywał z taką samą częstotliwością bilety na koncerty. W odniesieniu do innych analizowanych usług (fitness, teatr, usługi transportowe) stwierdzono, że jeżeli badani kupowali dostęp do nich, to zazwyczaj rzadziej niż raz w roku (tabela 9).



**Tabela 9.** Częstotliwość zakupu dostępu do usług w Internecie (w %)

Wyszczególnienie	Karnety na usługi fitness	Bilety do kina	Bilety do teatru	Bilety na koncerty	Bilety na samolot	Bilety na pociąg
Kilka razy w tygodniu	1,5	1,0	-	-	-	1,0
Kilka razy w miesiącu	3,5	4,9	1,5	2,0	1,5	2,5
Raz w miesiącu	4,0	14,6	5,5	5,9	2,5	8,0
Kilka razy w roku	5,0	31,2	15,4	25,9	12,8	14,4
Raz w roku	3,0	9,8	10,4	11,7	10,8	6,5
Rzadziej niż raz w roku	10,0	11,7	17,4	17,1	21,2	15,4
Nie kupuję	73,0	26,8	49,8	37,6	51,2	52,2

Źródło: Badania własne.

Z usług medialnych, do których zalicza się oglądanie filmów oraz słuchanie radia, badani korzystali zazwyczaj kilka razy w tygodniu (odpowiednio 34% oraz 28,7%) bądź kilka razy w miesiącu (29,6% i 26,2%). Najwięcej badanych deklaroowało, że przelewy bankowe robią kilka razy w miesiącu (47,5%), ale również co trzeci deklarował, że robi je częściej, czyli parę razy w tygodniu. Zdecydowana większość badanych (65,7%) nie umawiała jeszcze przez Internet wizyty u lekarza (tabela 10).

**Tabela 10.** Częstotliwość korzystania z usług w Internecie (w %)

Wyszczególnienie	Oglądanie filmów	Słuchanie radia	Przelewy bankowe	Umówienie wizyty u lekarza
Kilka razy w tygodniu	34,0	28,7	33,3	2,5
Kilka razy w miesiącu	29,6	26,2	47,5	1,0
Raz w miesiącu	13,3	7,9	7,8	2,0
Kilka razy w roku	12,8	10,4	4,4	14,9
Raz w roku	1,5	3,0	0,5	4,0
Rzadziej niż raz w roku	2,5	5,9	2,5	10,0
Nie korzystam	6,4	20,8	3,9	65,7

Źródło: Badania własne.

## Podsumowanie

Z informacji zawartych w źródłach wtórnych wynika, że w województwie śląskim w latach 2010-2013 odnotowano stały wzrost liczby przedsiębiorstw świadczących usługi związane z informacją i komunikacją, obsługą rynku nieruchomości oraz opieką zdrowotną i pomocą społeczną. Stały wzrost zatrudnienia

w tym okresie zaobserwowano tylko w usługach związanych z informacją i komunikacją. W wydatkach gospodarstw domowych na usługi dominowały wydatki na transport, najmniej natomiast gospodarstwa domowe wydawały na edukację. W badanych latach zwiększyło się wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia umożliwiające realizowanie e-usług. Z przeprowadzonych badań bezpośrednich wynika, że najczęściej kilka razy w tygodniu badani korzystali z usług bankowych, zaś kilka razy w miesiącu najwięcej badanych korzystało z usług gastronomicznych. Z usług tych badani korzystali również chętnie w centrach handlowych. Blisko  $\frac{3}{4}$  Ślązaków korzystało z usług w Internecie. Decydując się na zakup usług kulturalnych, fitness, transportowych i bankowych, najwięcej badanych informacji na temat tych usług poszukiwało w Internecie, ale zakupu dokonywali w placówce tradycyjnej. Poszukiwanie informacji i realizowanie zakupów usług fryzjerskich, gastronomicznych oraz ochrony zdrowia odbywało się najczęściej w placówkach tradycyjnych. Większość badanych Ślązaków nie kupowała dostępu do usług w Internecie. Jedynie blisko co trzeci deklarował zakupy kilka razy w roku biletów do kina, co czwarty kupował z taką samą częstotliwością bilety na koncerty.

## Literatura

- Bywalec Cz. (2010), *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, C.H. Beck, Warszawa.
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Wódkowski A. (2009), *E-usługi a społeczeństwo informacyjne*, Difin, Warszawa.
- Kotler Ph. (1994), *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & S-ka, Warszawa.
- Lange O. (1978), *Ekonomia polityczna*, T. 1, PWN, Warszawa.
- Olearnik J. (1990), *Konsumpcja usług w Polsce. Diagnoza – Modelowanie – Kształtowanie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. K. Adamieckiego w Katowicach.
- Projekt regionalnego programu operacyjnego województwa śląskiego na lata 2014-2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Katowice, listopad 2014.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2012, GUS, Warszawa.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2013, GUS, Warszawa.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2014, GUS, Warszawa.
- Rocznik Statystyczny Województwa Śląskiego 2013, US w Katowicach, Katowice.
- Rocznik Statystyczny Województwa Śląskiego 2014, US w Katowicach, Katowice.

---

Wolny R. (2013), *Rynek e-usług w Polsce – funkcjonowanie i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

[www 1] <http://onlineresearch.pl/2012/03/efekt-ropo-czyli-jak-on-line-wplywa-na-off-line/> (dostęp: 16.03.2015).

#### **CONSUMPTION SERVICES AND E-SERVICES IN SILESIAN PROVINCE – RESULTS OF RESEARCHES**

**Summary:** The aim of the article is to present selected determinants services and e-services in the Silesian province and the scope of use some. The article is based on secondary sources of information and the results of field research from statutory research of the Market and Consumption Department financed by the Ministry of Science and Higher Education entitled *Trade and services in Europe – Diagnosis and prospects for development (2013-2015)* concerning, among others buying and using services.

**Keywords:** services, e-services, consumption, Silesian province.