



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Oszczędzanie czy konsumowanie? Specyfika postaw konsumenckich i ekonomicznych studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej

Author: Monika Żak

Citation style: Żak Monika. (2020). Oszczędzanie czy konsumowanie? Specyfika postaw konsumenckich i ekonomicznych studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej. "Humanizacja pracy" Nr 1 (2020), s. 163-178



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Monika Żak

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Instytut Socjologii

Zakład Socjologii Ogólnej

monika.zak@us.edu.pl

Oszczędzanie czy konsumowanie? Specyfika postaw konsumenckich i ekonomicznych studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej

Abstrakt

Postawy i zachowania konsumentów stały się przedmiotem zainteresowania przedstawicieli wielu dziedzin nauki oraz życia społecznego. Wiedza na temat preferencji zakupowych, stylu życia, postaw wobec pieniędzy i oszczędzania stanowi element analizy świadomości ekonomicznej społeczeństwa i poziomu rozwoju gospodarczego kraju. Młodzi ludzie, którzy dopiero wchodzi na rynek pracy i stają się uczestnikami rynku dóbr i usług kształtują wzorce zachowań konsumenckich zarówno w procesie nabywania doświadczeń własnych, jak i obserwacji aktywności osób z najbliższego otoczenia. Postawy te w sposób znaczący wpłyną na ich późniejsze decyzje ekonomiczne i działania w roli konsumenta. Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wyników badań przeprowadzonych wśród studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej na temat ich stosunku do oszczędzania i aktywności konsumpcyjnej.

Słowa kluczowe: świadomość ekonomiczna, konsumpcja, zachowania konsumpcyjne, pieniądze, oszczędzanie.

Wstęp

Diagnozowanie postaw konsumenckich jest ważne z wielu punktów widzenia. Producenci i reklamodawcy starają się określić preferencje zakupowe swoich potencjalnych klientów. Socjologowie i psychologowie badają czynniki społeczne i indywidualne określonych zachowań konsumpcyjnych i uwarunkowania wzajemnych relacji między jednostką a społeczeństwem. Ekonomści z kolei kładą nacisk na wpływ poziomu konsumpcji i oszczędności gospodarstw domowych na gospodarkę krajową. Analizy te bardzo często nachodzą na siebie, bowiem nie można ich traktować w zupełnym oderwaniu i zawsze winny być osadzone w określonym kontekście kulturowym, ekonomicznym, społecznym. Konsumowanie jest jedną z najważniejszych aktywności współczesnego człowieka, a rozwój gospodarczy i technologiczny sprzyja zwiększaniu możliwości i źródeł konsumpcyjnych. Prezentowany

w niniejszym artykule materiał empiryczny stanowi część większego projektu badawczego, którego celem było określenie poziomu świadomości ekonomicznej studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej. Konsumpcja i stosunek do pieniądza są jednymi z elementów tworzących pojęcie świadomości ekonomicznej, którą w literaturze można też spotkać pod określeniem kultury ekonomicznej. Postawy wobec konsumpcji i oszczędzania są kształtowane w społeczeństwie zarówno w postaci powielania obowiązujących wzorców, jak i formowane na podstawie indywidualnych doświadczeń i poglądów jednostki. „(...) analizy kultury ekonomicznej odnosić można do danego społeczeństwa, gdzie przedmiotem badania są ukształtowane historycznie wartości kulturowe społeczeństwa określające sposób myślenia o gospodarce. To one bowiem wpływają na wyobrażenia jednostek na temat etosu pracy, stosunek do zróżnicowania materialnego, konsumpcję itp.” (Krzyminiewska, 2013: 39). Kraje Grupy Wyszehradzkiej łączy podobna historia – wszystkie należą do tzw. krajów postkomunistycznych, jednak w różnym stopniu poradziły sobie one ze skutkami minionego okresu. Ich rozwój gospodarczy jest nierównomierny, choć dzisiaj wszystkie są członkami Unii Europejskiej, to różnice są dostrzegalne. Czy i na ile dostrzegalne są również różnice w stosunku do konsumpcji i oszczędzania, wykaże analiza zebranego materiału badawczego. „Charakterystyczną cechą świadomości ekonomicznej jest to, że rozwój jej postępować może odwrotnie do rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. W korzystnych warunkach społeczno-gospodarczych jednostka może osiągać słabszy poziom świadomości ekonomicznej, ograniczający się tylko do niektórych jej dziedzin, może też rozumować ekonomicznie z uwzględnieniem kategorii moralnych. Gdy warunki te pogarszają się, poziom świadomości ekonomicznej może wzrastać, następuje szybsze dojrzewanie ekonomiczne jednostki. Potrzeba walki o przetrwanie, o utrzymanie życia i zdrowia, zdolności do pracy, przyspiesza rozwój świadomości, jej poziomu i zakresu.” (Łaniec, 1993: 15-16). Określenie stosunku młodzieży studiującej, a więc pokolenia, które w najbliższych latach będzie miało decydujący wpływ na rynek i gospodarczy, do tych dwóch czynników świadomości ekonomicznej jest ważne, ponieważ daje pewien punkt wyjścia dla analiz przyszłości i kierunku rozwoju gospodarczego badanych krajów.

1. Postawy wobec konsumpcji i oszczędzania – ujęcie teoretyczne

Konsumpcja jest w dużym stopniu uwarunkowana poziomem dochodu jednostki – suma, jaką dysponuje w większości wypadków wyznacza granice konsumpcji, tak jej wielkość, jak i jakość. „(...) skłonność do konsumpcji jest funkcją mniej więcej stałą, tak że wielkość łącznej konsumpcji zależy zazwyczaj od wielkości łącznego dochodu (...)” (Keynes, 1985: 122). Kon-

sumpcję najogólniej mówiąc definiujemy jako spożywanie dóbr materialnych i korzystanie z usług w procesie zaspokajania potrzeb. Zdaniem Keynesa (1985: 115-138) konsumpcja jest warunkowana przez czynniki obiektywne (stan gospodarki i sytuacja ekonomiczna jednostki) oraz czynniki subiektywne (preferencje konsumenta, jego zwyczaje i przyzwyczajenia, a także podzielany system wartości). „Konsumpcja jest kategorią zaliczaną do klasy procesów realnych (fizycznych, materialnych). W sferze konsumpcji i pojedynczych aktach konsumpcji mają także miejsce procesy regulacyjne, będące operacjami myślowymi związanymi z informacją, kalkulacją i podejmowanie decyzji konsumpcyjnych, jednakże w zachowaniach podmiotów konsumpcji dominują aspekty materialno-fizyczne.” (Grzeża, 2010: 11).

Dzisiejsza konsumpcja w wielu przypadkach to nie tylko sposób zaspokajania różnorodnych potrzeb, ale w dużej mierze potwierdzenie statusu społecznego i ugruntowanie (wysokiej) pozycji społecznej. W związku z tym coraz częściej propaguje się tzw. konsumpcję zrównoważoną, której celem jest ograniczanie zjawiska hiperkonsumpcji, które zaczyna stanowić poważny problem krajów wysokorozwiniętych. Pojawia się więc konieczność edukowania – szczególnie młodego pokolenia – w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji. Przekazywanie wiedzy dzieciom już od najmłodszych lat może skutkować wykształceniem racjonalnych postaw konsumenckich. „(...) współczesny konsument musi posiadać kompetencje konsumenckie związane z wiedzą i umiejętnościami służącymi do skutecznego udziału w systemie gospodarczym i społecznym. Czynnikiem, który wpływa na konieczność ciągłego doskonalenia kompetencji konsumenckich, jest permanentna zmiana na rynku, związana z krótkim ich trwaniem i zmianami mody. Innym czynnikiem jest publiczna debata nad zagrożeniami związanymi z nadmierną konsumpcją, przyczyniająca się do kształtowania świadomości ekologicznej i konieczności podejmowania działań na rzecz ograniczenia konsumpcji produktów, których odpady są niebezpieczne dla środowiska naturalnego.” (Byłok, 2017: 311). Młode pokolenie musi więc wykształcić w sobie odpowiedni stosunek do konsumpcji i stylu zaspokajania potrzeb. Ważne jest również, by w sposób świadomy podchodzić do kwestii potrzeb, które w wielu przypadkach mogą mieć charakter pozorny i otoczkowy i skutkować ciągłym brakiem poczucia satysfakcji i zaspokojenia (Mróz, 2009: 17).

Ograniczenie konsumpcji może być skutkiem lub przyczyną chęci oszczędzania. Z jednej strony możliwe jest zmniejszenie wydatków na zakup dóbr i usług w celu odłożenia środków pieniężnych, a z drugiej strony chęć redukcji konsumpcji może przynieść efekt w postaci wolnych funduszy. „Oszczędności stanowią odsunięcie konsumpcji w czasie. Wybór pomiędzy konsumpcją w okresie bieżącym a oszczędzaniem zależy od preferencji jed-

nostki odnośnie do bieżącej i przyszłej konsumpcji.” (Liberda, 2000: 11). Oszczędzanie jest procesem, który jest kształtowany zarówno w procesie edukacji, jak i socjalizacji wtórnej wynikającej z indywidualnych doświadczeń jednostki. „Oszczędzanie, a zwłaszcza oszczędzanie długoterminowe, nie jest naturalnym ludzkim odruchem. Jest nim bowiem konsumpcja. Jest ona naturalnym odruchem, ponieważ z indywidualnej perspektywy dnia dzisiejszego wydaje się racjonalna. Jest to jednak taki rodzaj racjonalności, który podpowiada nam także, iż Ziemia jest płaska.” (Góra, 2016: 9). Analizując stosunek do konsumpcji i oszczędzania istotny jest również poziom świadomości ekonomicznej oraz postawy wobec konsumpcji i pieniądza. „Postawa wobec pieniędzy jest to względnie trwała struktura komponentów poznawczych, emocjonalnych i (dyspozycji do) zachowań; w strukturze tej mieszczą się: (a) przekonania na temat znaczenia i roli, jaką pieniądze odgrywają w realizacji celów i wartości życiowych jednostki; (b) emocje pozytywne i negatywne doświadczane w kontekście konkretnych zachowań podejmowanych wobec pieniędzy; (c) zachowania obejmujące decyzje i zachowania jednostki, przejawiane na różnym poziomie kompetencji i związane ze zróżnicowanym poziomem kontroli sprawowanej nad pieniędzmi.” (Wąsowicz-Kiryło, 2013: 34). Stosunek do konsumpcji i pieniądza są ze sobą ściśle powiązane i zmieniają się w trakcie życia człowieka. Zdaniem Antonidesa i Van Raaij (2003: 445) w cyklu życia człowieka można wyróżnić kilka najważniejszych okresów związanych z postawą do oszczędzania:

- Do 16 roku życia – etap edukacji szkolnej – młodzieżowe plany oszczędzania;
- 16-20 lat – praca, studia – kredyty studenckie;
- 20-25 lat – samodzielność, niezależność finansowa, stan wolny lub młode małżeństwo – dysponowanie gotówką, oszczędzanie buforowe;
- 25-35 lat – praca, wczesne rodzicielstwo – dysponowanie gotówką, oszczędzanie buforowe, oszczędzanie ukierunkowane na konkretny cel;
- 35-45 lat – praca, dojrzałe rodzicielstwo – dysponowanie gotówką, oszczędzanie buforowe, oszczędzanie ukierunkowane na konkretny cel;
- 45-65 lat – praca, usamodzielnienie się dzieci – dysponowanie gotówką, oszczędzanie buforowe, oszczędzanie ukierunkowane na konkretny cel, zarządzanie majątkiem;
- Powyżej 65 lat – emerytura – zarządzanie majątkiem.

Analizując powyższe zestawienie można stwierdzić, że młode pokolenie dopiero zaczyna „przygodę” z oszczędzaniem ograniczając się przede wszystkim do planów oszczędnościowych, ale z obserwacji studentów można zauważyć, że nieobce jest im również oszczędzanie buforowe i na konkretny cel. Współczesna młodzież legitymuje się dosyć wysokim poziomem świa-

domości ekonomicznej (por. Swadźba, Cekiera, Żak, 2017), co przekłada się na rozumienie najważniejszych procesów ekonomicznych. Stosunek do konsumpcji i oszczędzania będzie zatem pochodną wiedzy i doświadczeń, jakimi dysponuje człowiek w poszczególnych okresach swojego życia. W analizach cyklu życia jednostki w kontekście jej postawy wobec oszczędzania, wskazuje się kilka czynników, które mogą wpływać na jej decyzje ekonomiczne:

- Samokontrola (self-control) – subiektywny i emocjonalny czynnik, który wpływa na decyzje jednostki o wydawaniu lub powstrzymaniu się od wydawania pieniędzy;
- Pokusa (temptation) – powodują, że skłonność do wydawania jest uzależniona od okoliczności;
- Mentalna księgowość (mental account) – mówi o tym, że jednostka ma inny stosunek emocjonalny do poszczególnych środków w zależności od źródeł ich pochodzenia i tak też „księguje” je w swojej świadomości na różnych kontach;
- Kadrowanie (framing) – każda sytuacja jest postrzegana w kontekście pewnego punktu odniesienia – teoria perspektywy (Rószkiewicz, 2008: 42).

Wydaje się, że młode pokolenie dopiero nabywa doświadczenia i wiedzy, w jaki sposób wszystkie te elementy wykorzystywać i jak nimi kierować, by optymalizować zarówno satysfakcję ze swojej konsumpcji, jak i realizować założenia związane z ewentualnymi oszczędnościami. W dalszej części zostaną zaprezentowane wyniki badań stosunku studentów do konsumpcji i pieniądza.

2. Postawy wobec konsumpcji i oszczędzania studentów krajów V4

Badania, których wyniki zostaną przedstawione zostały przeprowadzone w maju 2015 roku w ramach Visegrad Standard Grant „The economic awareness of the young generation of Visegrad Countries”. Badania zostały zrealizowane metodą ankiety audytoryjnej i swoją tematyką obejmowały kwestie związane ze świadomością ekonomiczną (w tym m.in. konsumpcję i stosunek do oszczędzania). Zastosowano celowy dobór próby badawczej – w badaniach wzięli udział studenci reprezentujący różne kierunki humanistyczne/artystyczne, społeczne, ekonomiczne oraz techniczne/rolnicze/medyczne (po ok. 100 respondentów z każdego rodzaju kierunków – w sumie uzyskano około 400 kompletnych kwestionariuszy ankiety). Uzasadnieniem takiego doboru było zebranie informacji i opinii studentów o różnych zainteresowaniach, stylu życia i z prawdopodobnie różnym poziomie wiedzy ekonomicznej. Badania przeprowadzono wśród studentów w krajach Grupy Wyszehradzkiej – w Polsce w Katowicach (Uniwersytet

Ekonomiczny, Uniwersytet Śląski, Politechnika Śląska), na Słowacji w Nitrze (Uniwersytet Konstantina Filozofa i Slovenska Polnohospodarska Univerzita), w Czechach w Ołomuńcu (Uniwersytet im. Palackeho) i w Ostrawie (Uniwersytet w Ostrawie), na Węgrzech w Gödöllő (Szent Istvan University). W każdym z krajów zrealizowano około 400 ankiet.

Analizy i obserwacje wykazały, że przejście od gospodarki centralnie sterowanej do gospodarki wolnorynkowej ukierunkowały Polaków na konsumpcję. Dodatkowym czynnikiem, który przyczynił się do takiego stanu rzeczy był fakt polepszenia się warunków życia po okresie realnego socjalizmu. Młode pokolenie funkcjonuje już w gospodarce rynkowej, w której istnieje niemal nieograniczony dostęp do dóbr i usług, a jedyne, co należy wziąć pod uwagę to poziom dochodów i możliwości ich wydatkowania. Ważne wydaje się ustalenie źródeł dochodów młodego pokolenia – ma to bowiem wpływ na jego stosunek do wydawania i oszczędzania pieniędzy.

Tabela 1. Źródła utrzymania respondenta (%)

Źródła utrzymania	Polacy N=400	Czesi N=400	Słowacy N=387	Węgrzy N=369
Całkowicie utrzymują mnie rodzice lub inni członkowie rodziny	37,0	19,3	39,3	20,1
Utrzymują mnie rodzice, ale w istotny sposób dokładam się do kosztów swojego utrzymania	41,0	62,5	34,6	48,5
Utrzymuję się sam, ale otrzymuję istotną pomoc rodziców lub dalszej rodziny	13,5	13,8	14,7	11,1
Całkowicie lub prawie całkowicie utrzymuję się sam lub wspólnie z partnerem/współmałżonkiem	6,3	4,3	6,7	17,9
Inne możliwości, trudno powiedzieć	2,3	0,3	4,4	2,4
Brak odpowiedzi	0,0	0,0	0,3	0,0
Ogółem	100,1	100,2	100,0	100,0

Źródło: Badania: zespół, opracowanie: własne.

Na podstawie analizy powyższej tabeli można zauważyć, że istnieją pewne różnice, ale i podobieństwa w sytuacji materialnej respondentów. Wśród polskich i słowackich respondentów niemal dwukrotnie więcej niż

wśród czeskich i węgierskich studentów jest osób, które pozostają na całkowitym utrzymaniu rodziców lub innych członków rodzin. Czescy oraz węgierscy studenci częściej deklarują partycypowanie w finansowaniu swojego utrzymania. Można również zauważyć, że stosunkowo sporo respondentów z Węgier deklaruje samodzielne utrzymywanie się (całkowicie samodzielnie lub z partnerem/partnerką). Z powyższych danych wynika, że studenci w większości pozostają na utrzymaniu rodziców, ale starają się dokładać do wydatków. Sytuacja ta jest zgodna z tym, co można zaobserwować wśród polskich studentów – coraz większa grupa łączy studia z pracą zarobkową w ograniczonym wymiarze czasu. Jest to trend, który z roku na rok jest pogłębiany, co studenci uzasadniają z jednej strony możliwością zdobycia doświadczenia zawodowego, a z drugiej chęcią chociaż częściowego uniezależnienia od finansowania przez rodziców. Zdecydowana większość po skończeniu studiów może już wykazać się pewnym doświadczeniem zawodowym i obyciem na rynku pracy.

Określenie stosunku do pieniędzy i konsumpcji zależy w dużej mierze od codziennej aktywności zakupowej. Można zaryzykować stwierdzenie, że chyba każdemu co najmniej raz w życiu zdarzyło się dokonać jakiegoś zakupu pod wpływem impulsu, co nie świadczy bynajmniej o impulsywnym charakterze konsumpcji. Należy jednakże zauważyć, że zakupy impulsywne stają się zjawiskiem coraz częstszym i dotyczą coraz młodsze pokolenia. „Praktycy marketingu uważają, iż impulsywne podejmowanie decyzji przez konsumenta jest bardzo istotnym zjawiskiem we współczesnym świecie. Szacuje się, że około 80% zakupów w niektórych kategoriach produktowych i od 30 do 50% wszystkich zakupów w supermarketach to właśnie zakupy impulsywne.” (Bellenger, Robertso, Hirschman, 1978: 15-18, Za: Gąsiorowska, 2003: 13). Skłonność do zakupów impulsywnych w sposób znaczący będzie również wpływała na sytuację ekonomiczną. Impulsywna konsumpcja może być wynikiem postawy wobec pieniędzy, ale również to ona może taką postawę warunkować. Poczucie konieczności dokonania kolejnego (nie zawsze racjonalnego i obiektywnie niezbędnego) zakupu sprawia, że konsument koncentruje swoje wysiłki na zdobyciu środków, dzięki którym będzie mógł zaspokoić powstałą potrzebę (poczucie potrzeby). W poniższej tabeli zamieszczono dane dotyczące stosunku studentów do wybranych kwestii związanych z zakupami i oszczędzaniem pieniędzy.

Tabela 2. Twierdzenia dot. wydawania i oszczędzania pieniędzy (%)

	Polacy N=400	Czesi N=400	Słowacy N=387	Węgrzy N=369
Oszczędzanie pieniędzy nie ma sensu, lepiej je wydać na bieżące potrzeby				
Zdecydowanie tak	0,0	3,8	2,8	4,3
Raczej tak	3,0	8,8	11,6	11,4
Raczej nie	35,8	32,0	43,4	39,0
Zdecydowanie nie	58,0	51,3	40,6	42,5
Trudno powiedzieć	0,0	2,8	1,0	2,4
Brak odpowiedzi	3,3	1,5	0,5	0,3
Ogółem	100,1	100,2	99,9	99,9
Wolę oszczędzać niż wydać na swoje zachcianki				
Zdecydowanie tak	22,5	8,3	25,6	22,5
Raczej tak	41,8	48,0	47,3	52,6
Raczej nie	24,5	30,3	20,9	17,1
Zdecydowanie nie	4,3	6,3	3,6	4,3
Trudno powiedzieć	7,0	5,8	2,3	3,3
Brak odpowiedzi	0,0	1,5	0,3	0,3
Ogółem	100,1	100,2	100,0	100,1
Często zaciągam kredyt lub pożyczkę, by kupić coś droższego, kupuję na raty				
Zdecydowanie tak	0,0	1,0	0,5	3,3
Raczej tak	2,3	3,3	1,6	3,8
Raczej nie	9,3	21,3	8,8	17,3
Zdecydowanie nie	86,0	71,3	85,5	72,6
Trudno powiedzieć	2,5	2,0	3,1	2,7
Brak odpowiedzi	0,0	1,3	0,5	0,3
Ogółem	100,1	100,2	100,0	100,0
Jeśli chcę coś mieć, kupuję i nie myślę, czy w tej chwili mogę sobie na to pozwolić				
Zdecydowanie tak	2,0	1,0	4,1	6,2
Raczej tak	7,8	10,5	12,1	18,4
Raczej nie	29,3	42,5	33,3	41,7

Monika Żak

Zdecydowanie nie	58,0	43,8	49,1	30,9
Trudno powiedzieć	3,0	1,0	1,0	2,4
Brak odpowiedzi	0,0	1,3	0,3	0,3
Ogółem	100,1	100,1	99,9	99,9
Zazwyczaj kupuję tylko to, co z góry zaplanowałem/łam				
Zdecydowanie tak	15,8	8,5	17,8	17,6
Raczej tak	58,5	55,0	57,1	45,5
Raczej nie	18,8	26,3	19,1	25,2
Zdecydowanie nie	3,3	3,3	3,6	7,9
Trudno powiedzieć	3,8	5,3	2,1	3,5
Brak odpowiedzi	0,0	1,8	0,3	0,3
Ogółem	100,2	100,2	100,0	100,0

Źródło: Badania: zespół, opracowanie: własne.

Zebrane wyniki badań wskazują, że studenci zdecydowanie są przeciwni twierdzeniu, że „Oszczędzanie pieniędzy nie ma sensu, lepiej je wydać na bieżące potrzeby” – przeważająca większość nie zgadza się z takim podejściem do kwestii oszczędności. Można zauważyć, że najmniej skłonnych uznać takie podejście są polscy studenci, którzy w porównaniu do studentów słowackich i węgierskich są bardzo negatywnie do niego nastawieni. Można przypuszczać, że kwestia posiadania oszczędności, lub przynajmniej nie „przejadania” wszystkich środków jest dla studentów istotnym elementem ich aktywności ekonomicznej i konsumpcyjnej.

Co ciekawe, można jednak zaobserwować tutaj pewien brak konsekwencji, ponieważ co czwarty respondent z Polski nie zgadza się z kolejnym twierdzeniem: „Wolę oszczędzać niż wydać na swoje zachcianki” – można tutaj zauważyć, że zarówno polscy, jak i czescy studenci są skłonni zaspokajać swoje „zachcianki”, nawet kosztem ograniczenia oszczędzania. Dodatkowo należy podkreślić, że wśród węgierskich studentów – którzy we wcześniejszym twierdzeniu prezentowali bardziej relatywny stosunek do oszczędzania – zaledwie 17,1% zgadza się z analizowanym twierdzeniem. Z dotychczasowych analiz można wysunąć wniosek, że deklaracja skłonności do oszczędzania wcale nie musi oznaczać całkowitej rezygnacji z wydawania pieniędzy na sprawianie sobie indywidualnych przyjemności. Być może ma tutaj zastosowanie reguła tzw. „złotego środka”, który będzie oznaczał rozsądne podejście zarówno do wydawania, jak i do oszczędzania posiadanych pieniędzy. Potwierdzeniem tego przypuszczenia mogą być wyniki analizy

odpowiedzi udzielonych na kolejne twierdzenie: „Często zaciągam kredyt lub pożyczkę, by kupić coś droższego, kupuję na raty” – tutaj zdecydowana większość studentów wyraziła dezaprobatę. Respondenci deklarują chęć zaspokajania swoich potrzeb, ale nie kosztem zaciągania długów. Ponownie można zaobserwować nieco większy liberalizm wśród studentów z Czech oraz Węgier, zdecydowanie najmniej skłonni do kredytowych zakupów są studenci słowaccy. Dotychczasowe wyniki badań potwierdzają twierdzenie, że współczesny (polski) „Konsument przechodząc z fazy kryzysu do fazy postrecesyjnej stał się bardziej oszczędny, a każdy jego zakup jest przemyślany i weryfikowany.” (Kulykovets, Kudlińska-Chylak, Górską-Warszewicz, 2016: 97).

Analizując wyniki kolejnego twierdzenia („Jeśli chcę coś mieć, kupuję i nie myślę, czy w tej chwili mogę sobie na to pozwolić”) ponownie można zauważyć swoisty brak konsekwencji w wypowiedziach studentów. Twierdzenie to bowiem zakłada konsumpcję, która nie została poprzedzona analizą możliwości finansowych, co może pociągać za sobą problemy związane z płynnością finansową respondenta. Zdecydowana większość badanych przyznała, że nie zdarza się tak postępować. Natomiast w przypadku studentów z Węgier prawie co czwarty przyznał, że działa zgodnie ze schematem założonym w powyższym twierdzeniu – zdarza mu się więc kupować coś bez uwzględnienia swojej aktualnej sytuacji ekonomicznej – i choć węgierscy studenci wykazywali we wcześniejszych analizach jedną z najbardziej otwartych na konsumpcję postaw, to można zauważyć, że nie są oni konsekwentni w swoich deklaracjach/działaniach.

Pomimo zaobserwowanych przypadków braku konsekwencji można zauważyć, że studenci wykazują w swoich deklaracjach dosyć racjonalny stosunek do konsumowania i wydawania pieniędzy, czego potwierdzeniem mogą być wyniki analizy opinii nt. ostatniego twierdzenia: „Zazwyczaj kupuję tylko to, co z góry zaplanowałem/łam” – tutaj również badani wskazali, że ten typ zakupów jest im stosunkowo bliski. Kupowanie wyłącznie produktów i usług, które były na liście potrzeb jest w przypadku dzisiejszego handlu stosunkowo trudnym zadaniem, bowiem sprzedawcy/usługodawcy starają się (choćby poprzez projekt alejek w sklepach, liczne promocje, karty rabatowe etc.) skłonić klienta do zakupów większej ilości aniżeli jego rzeczywiste potrzeby konsumpcyjne. Stąd też w literaturze przedmiotu rozróżnia się pojęcie potrzeby i zachcianki. „Potrzeba jest niezadowolającym stanem konsumenta, który prowadzi go do działania, by poprawić ten stan. Zachcianka to chęć uzyskania większej satysfakcji niż jest absolutnie konieczna do poprawy tego niezadowolającego (konsumenta – przyp. autorki) stanu.” (Sheth, Kellstadt, 1969: 468). W związku z tym można wysunąć konkluzję, że zdecydowana

większość badanych studentów kieruje się przede wszystkim koniecznością zaspokojenia potrzeb, w zdecydowanie mniejszym wymiarze ich aktywność konsumencka jest podyktowana chęcią (koniecznością) zaspokojenia zachcianki. „W literaturze przedmiotu podkreśla się, że zachowanie konsumenta obejmuje wszystkie czynności psychiczne i fizyczne, wraz z ich przyczynami i motywami, dotyczące całego cyklu konsumpcyjnego. Pod opisywanym pojęciem kryje się więc: nabywanie, posiadanie, a także użytkowanie określonych dóbr. (...). Bardzo ważne są aspekty ekonomiczne, koncentrujące się na konfrontacji cen środków konsumpcyjnych z dochodami nabywców.” (Zimon, Gawron-Zimon, Szczygieł, 2014: 56).

Badani studenci w przeważającej większości starają się dostosować poziom i jakość swojej konsumpcji do możliwości finansowych, unikając konieczności zaciągania różnego rodzaju kredytów konsumpcyjnych. Można wysunąć również wniosek, że nie istnieją znaczące różnice w postawach konsumpcyjnych studentów z Polskich, Czech, Słowacji i Węgier, choć czescy i węgierscy respondenci nieco chętniej deklarują konsumpcję opierającą się na zaspokajaniu zachcianek, nawet kosztem oszczędzania. Na podstawie zebranych informacji odwołując się do obowiązujących w literaturze typów konsumentów – rozsądni, tradycjoniści i impulsywni (Garbarski 1998, Dąbrowska, Byłok, Janoś-Kresło, Kielczewski, Ozimek, 2015, Rihn, Khachatryan, Wei, 2018) – można zauważyć, że badani studenci reprezentują przede wszystkim typ rozsądny, co nie wyklucza także stylu tradycjonalistycznego. Wyniki nie wskazują, by wiodącą postawą konsumencką była skłonność do konsumowania impulsywnego.

Oszczędzanie i konsumowanie to pojęcia, które w większości przypadków są rozpatrywane jako przeciwieństwa, które mogą się wzajemnie wykluczać. „Oszczędzanie oznacza zaniechanie konsumpcji bieżącej na rzecz konsumpcji przyszłej i najczęściej skutkuje lokowaniem pieniędzy w instrumenty finansowe, umożliwiające osiągnięcie dochodu, który może być przeznaczony na późniejszą konsumpcję lub przyszłe oszczędności.” (Korenik, 2003: 25-26, Za: Frączek, 2012: 88). Próbując znaleźć odpowiedź na pytanie, co jest bliższe badanym studentom: oszczędzanie czy konsumowanie, poproszono ich o ustosunkowanie się do następującego stwierdzenia: Co byś zrobił, gdybyś niespodziewanie otrzymał 2 500 euro (ok. 10 tys. zł), np. w grach losowych, spadek, niespodziewany zarobek, nagrodę?

Tabela 3. Otrzymanie 2500 euro (%)

Twierdzenie	Polacy N=400	Czesi N=400	Słowacy N=387	Węgrzy N=369
Wydałbym wszystko na bieżące potrzeby lub trochę luksusu	2,5	4,5	3,4	3,3
Wydałbym większość, nieco odkładając	4,0	11,8	5,4	4,1
Wydałbym mniej więcej połowę, a połowę zaoszczędziłbym	24,8	27,5	31,3	16,3
Zaoszczędziłbym lub zainwestowałbym większość, a tylko trochę wydałbym	57,5	42,3	33,3	48,1
Wszystko zaoszczędziłbym lub zainwestowałbym	11,3	11,0	25,8	28,0
Brak odpowiedzi	0,0	3,0	0,8	0,3
Ogółem	100,0	100,1	100,0	100,1

Źródło: Badania: zespół, opracowanie: własne.

Analiza danych zebranych w powyższej tabeli wskazuje, że większość polskich i czeskich studentów skłania się przede wszystkim ku oszczędnościom – deklarują chęć zainwestowania, oszczędzenia większości lub przynajmniej połowy otrzymanej kwoty. Z kolei słowacy i węgierscy respondenci w swoich odpowiedziach zapewniają, że większość lub wręcz całość środków przeznacziliby na inwestycję tudzież odłożyli w formie oszczędności. W zdecydowanej mniejszości są studenci, którzy otrzymane pieniądze przeznacziliby w całości na konsumpcję i tutaj stosunkowo największy odsetek deklaracji należy do Czechów. Oszczędzanie oznacza zatem chęć, możliwość lub konieczność ograniczenia lub zaniechania konsumpcji w danym momencie w celu zabezpieczenia środków na przyszłą konsumpcję. „Proces oszczędzania łączy w sobie przeszłość (nagromadzony majątek) z terażniejszością (oszczędności z dochodu) i przyszłością (odłożona konsumpcja).” (Liberda, 2001: 285). Wychodząc z takiego punktu widzenia można stwierdzić, że młodzież studiująca reprezentuje wysoki poziom świadomości ekonomicznej w zakresie konsumpcji i oszczędzania – w deklarowanych postawach przejawia się duży stopień racjonalności i świadomości mechanizmów rynkowych. Chęć odłożenia konsumpcji w celu oszczędzania wydaje się stać w opozycji do potocznego wizerunku współczesnej młodzie-

ży, która w opinii publicznej jawi się jako nastawiona na hedonistyczny styl życia i myślenie „tu i teraz”.

3. Zakończenie

Młode pokolenie, choć dopiero na progu swojej dorosłości, może dzięki wysokiemu poziomowi świadomości ekonomicznej reprezentować bardzo dojrzałe postawy zarówno wobec konsumpcji, jak i oszczędzania. Obie te aktywności są determinowane przez dwie grupy czynników: ekonomiczne i psychologiczne. Obie grupy są w pewnym stopniu kształtowane i warunkowane w procesie socjalizacji pierwotnej i wtórnej. O wysokim stopniu świadomości ekonomicznej badanej grupy można również wnioskować analizując chęć studentów do samodzielnego utrzymywania się lub przynajmniej do znaczącego partycypowania w kosztach ich utrzymania. Podejmowanie pracy w trakcie studiów staje się coraz popularniejszą praktyką, a wynika ona z kilku podstawowych przesłanek: chęci uzyskania przynajmniej częściowej niezależności finansowej, konieczność zdobywania doświadczenia zawodowego, chęci oszczędzania środków na rozpoczęcie samodzielnej egzystencji po skończonych studiach. Analiza zebranego materiału badawczego wskazała, że studenci krajów V4 reprezentują postawy skłaniające raczej ku oszczędzaniu, aniżeli nadmiernej konsumpcji. Wyniki te oczywiście dotyczą sfery deklaracji, które niekoniecznie będą potwierdzone w rzeczywistej aktywności młodego pokolenia. Wśród badanych studentów krajów Grupy Wyszehradzkiej nie istnieją znaczące różnice, można jedynie zauważyć nieco większą skłonność do oszczędzania wśród polskich i słowackich studentów, co może być wynikiem ogólnych trendów lub jednostkowych uwarunkowań. Różnice te nie są jednak na tyle znaczące, by musiały być przedmiotem pogłębionych analiz. Młode pokolenie jest świadome swojej sytuacji na rynku dóbr i usług zna uprawnienia wynikające z roli aktywnego konsumenta, co przekłada się na charakter ich decyzji konsumpcyjnych, do których należy również gotowość do oszczędzania. W badaniach pojawiły się wprawdzie oznaki pewnej niekonsekwencji w deklaracjach respondentów, jednak ogólny obraz, jaki się z nich prezentuje wskazuje raczej na skłonność do oszczędzania, aniżeli do konsumowania. Odpowiadając zatem na pytanie postawie w tytule artykułu można stwierdzić, że badani studenci krajów V4 są (w sferze deklaratywnej) ukierunkowani na oszczędzanie, w mniejszym stopniu na konsumowanie.

Bibliografia:

1. Antonides G., Van Raaij W.F., 2003, *Zachowania konsumenta. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
2. Bellenger, D.N., Robertson, D.H., Hirschman, E.C., 1978, *A pragmatic concept of impulse purchasing to guide in-store promotion*, "Journal of Advertising Research", 18, 15-18.
3. Byłok F., 2017, *Kompetencje konsumenckie pokolenia Y w Polsce*, [w:] U. Swadźba, R. Cekiera, M. Żak (red.), *Praca – konsumpcja przedsiębiorczość. Świadomość ekonomiczna młodego pokolenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
4. Dąbrowska A., Byłok F., Janoś-Kresło M., Kielczewski D., Ozimek I., 2015, *Kompetencje konsumentów : innowacyjne zachowania, zrównoważona konsumpcja*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
5. Frączek B., 2012, *Analiza czynników wpływających na oszczędzanie i inwestowanie gospodarstw domowych*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 122, s. 87-98.
6. Garbarski L., 1998, *Zachowania nabywców*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
7. Gąsiorowska A., 2003, *Zakupy impulsywne – zjawisko, jego determinanty i behawioralne konsekwencje*, „Marketing i Rynek”, 9/2003, s. 13-20.
8. Góra M., 2016, *Oszczędzanie długookresowe, czyli alokacja dochodu w cyklu życia*, [w:] J. Rutecka-Góra (red.), *Długoterminowe oszczędzanie. Postawy, strategie i wyzwania*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
9. Grzega U., 2010, *Konsumpcja i konsument we współczesnej gospodarce rynkowej*, [w:] E. Kieźel (red.), *Konsument i jego zachowania na rynku europejskim*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
10. Keynes J.M., 1985, *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
11. Korenik D., 2003, *Oszczędzanie indywidualne w Polsce. Produkty różnych pośredników i ich atrakcyjność*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław.
12. Krzyminiewska G., 2013, *Kultura ekonomiczna mieszkańców obszarów wiejskich. Problemy – przekształcenia – wyzwania*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
13. Kulykovets O., Kudlińska-Chylak A., Górską-Warszewicz H., 2016, *Zachowania konsumenckie w zakresie zakupów grupowych*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, XVIII, zeszyt 5, s. 97-102.

14. Liberda B., 2000, *Oszczędzanie w gospodarce polskiej. Teorie i fakty*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne: Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa.
15. Liberda B., 2001, *Zrozumieć oszczędzanie*, [w:] A. Wojtyła (red.), *Czy ekonomia nadąża z wyjaśnianiem rzeczywistości?*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa.
16. Łaniec J.D., 1993, *Świadomość ekonomiczna młodzieży*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Olsztynie, Olsztyn.
17. Mróz B., 2009, *Consumo ergo sum? Rola konsumpcjonizmu we współczesnych społeczeństwach*, [w:] B. Mróz (red.), *Oblicza konsumpcjonizmu*, Wydawnictwo Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa.
18. *Praca – konsumpcja przedsiębiorczość. Świadomość ekonomiczna młodego pokolenia*, 2017, U. Swadźba, R. Cekiera, M. Żak (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
19. Rihn A., Khachatryan H., Wei X., 2018, *Assessing Purchase Patterns of Price Conscious Consumers*, "Horticulturae", 4, 13, s. 1-16.
20. Rószkiewicz M., 2008, *Oszczędzanie. Postawy i zachowania polskich gospodarstw domowych wobec oszczędzania*, Wydawnictwo Aureus, Kraków.
21. Sheth J.N., Kellstadt Ch.H., 1969, *The theory of buyer behavior*, Wiley, New York.
22. Wąsowicz-Kiryło G., 2013, *Postawy wobec pieniędzy. Pomiar – struktura – determinanty*, Difin, Warszawa.
23. Zimon D., Gawron-Zimon Ł., Szczygieł K., 2014, *Wpływ jakości produktów na zachowania konsumentów*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, 2014/4, s. 55-61.

Saving or consuming? The specifics of consumer and economic attitudes of students from the Visegrad Countries

Summary

Consumer attitudes and behaviors are interesting for many researchers. Knowledge about shopping preferences, lifestyle, attitudes towards money and saving money, is part of the analysis of the economic awareness of society and the level of economic development of the country. Young people who enter the labor market and become participants in the market of goods and services shape patterns of consumer behavior both in the process of acquiring their own experiences as well as observing the activity of people from the closest environment. These attitudes will significantly affect on their subsequent economic decisions and actions as a consumer. The purpose of

this article is to present the results of research conducted among students of the Visegrad Countries about their attitudes toward saving money and consumption activity.

Key words: economic awareness, consumption, consumption behavior, money, saving money.