

Efekt latte a oszczędności na podstawie zachowań studentów Politechniki Białostockiej

Izabela Zaniewska

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: 88753@student.pb.edu.pl

Ewa Tokajuk 

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: e.tokajuk@pb.edu.pl

DOI: 10.24427/az-2024-0058

Streszczenie

Efekt latte odnosi się do koncepcji, według której drobne, codzienne wydatki, takie jak zakup kawy, mogą znacząco wpłynąć na nasze finanse w dłuższej perspektywie. Celem artykułu jest zbadanie występowania efektu latte i jego wpływu na oszczędności, na przykładzie zachowań studentów Politechniki Białostockiej. Autorki przeanalizowały codzienne nawyki wydatkowe młodych ludzi oraz ich wpływ na długoterminowe oszczędności. Do analizy wykorzystane zostały wyniki badania Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB 2024. Badanie wykazało, że wielu studentów nie ma wiedzy oraz świadomości finansowej, co sugeruje, że lepsze zarządzanie małymi wydatkami może prowadzić do znacznych oszczędności. Studenci w większości potwierdzili, że dokonują często zbędnych wydatków, jednakże wykazali, że starają się dokonywać zakupów przemyślanych, zwracając uwagę na ceny, szukając produktów promocyjnych i planując swoje wydatki.

Słowa kluczowe

zarządzanie finansami osobistymi, oszczędności, efekt latte, studenci

Wstęp

W latach 90 ubiegłego wieku, kiedy to rynek usług finansowych gwałtownie się rozwijał, zaznaczył się brak wiedzy i ograniczony zakres edukacji finansowej. To właśnie wtedy powstała międzypokoleniowa luka edukacyjna, której po dzień dzisiejszy nie wypełniła edukacja formalna [Milic-Czerniak, 2016, s. 52]. Świadomość finansowa jest niezbędną umiejętnością funkcjonowania w nowoczesnym społeczeństwie i staje się coraz ważniejsza w długoterminowej perspektywie godnego życia jednostki i społeczeństwa [Lyons-Crew, 2024]. Decyzje finansowe są podejmowane i realizowane, aby osiągnąć cele, które zmieniają się w kolejnych fazach cyklu życia. Nie zawsze jest to zgodne z zasadą racjonalności, niejednokrotnie ustępuje ona emocjom, gustom, modom czy chęci dorównania innym [Bogacka-Kisiel, 2012, s.10]. Jednym z takich problemów jest występowanie efektu latte. David Bach, popularny, amerykański mówca motywacyjny i autor książek o tematyce finansowej jest pomysłodawcą tej koncepcji. Obserwując codziennie przechodniów, zauważył, że te same osoby mijają go dzień po dniu z papierowym kubkiem kawy. Zaczął zastanawiać się jak nawyki zakupowe przekładają się na finanse osobiste przechodniów w skali tygodnia, miesiąca, roku jak i całego życia. Proste obliczenia pozwoliły na to, aby uświadomić sobie jak codzienne, często zbędne i niepotrzebne zakupy, wyszczuplają budżet osobisty. *Pamiętaj, że małe kroki mogą z czasem spowodować gigantyczne skoki, więc nigdy nie myśl o żadnych sprawach finansowych lub wydatkach jako o małych* [Bach, 2011]. Coraz częściej mówi się o konieczności oszczędzania, każdy z nas powinien od najmłodszych lat budować swoją poduszkę finansową. Pandemia COVID-19 czy wysoki wzrost inflacji pokazały nam, jak oszczędności są bardzo potrzebne w dobie nieoczekiwanych wydarzeń. Powyższe fakty wskazują na to, że świadome zarządzanie finansami osobistymi jest niezwykle ważne w życiu każdego człowieka, należy więc zwrócić uwagę jak z tymi zagadnieniami radzą sobie osoby młode – studenci. W związku z tym, w ramach niniejszego artykułu, przyjęto jako cel dokonanie, na podstawie badania ankietowego, oceny poziomu wiedzy finansowej, występowania efektu latte oraz nawyku oszczędzania wśród studentów Politechniki Białostockiej.

1. Przegląd literatury

Finanse osobiste w uproszczeniu to gospodarowanie własnymi zasobami pieniężnymi, czyli gospodarowanie pieniądzem [Dorosz, 2023, s. 15]. Zakres znaczeniowy tego pojęcia obejmuje m.in. oszczędzanie, pożyczanie, zabezpieczanie, asygnowanie oraz inne decyzje związane z zarządzaniem środkami finansowymi przez jednostkę. Rutynowe działania w obrębie codziennych decyzji wpływają na naszą

sytuację finansową ale również społeczną, towarzyską czy rodzinną. Dlatego wysokie kompetencje w tym zakresie są kluczowymi umiejętnościami każdego odpowiedzialnego obywatela [Cicharska i in., 2016, s.13]. J. Madura definiuje pojęcie finansów osobistych jako proces planowania wydatków, finansowania i inwestowania w celu zoptymalizowania sytuacji finansowej [2007, s. 2]. Jeszcze w dzieciństwie możemy czuć się w pełni wolni, operować zasobami kieszonkowego, wydając wszystko na gumę do żucia lub oszczędzając przez jakiś czas, aby potem zrobić większy zakup, np. tabliczki czekolady z orzechami. Później coraz częściej pojawia się potrzeba planowania wydatków, dostosowywania ich do możliwości pozyskania pieniądza, a także dążenie do posiadania pieniądza [Bogacka-Kisiel, 2012, s. 9]. Bez finansów nie da się obecnie prawidłowo funkcjonować, każdego dnia mamy do czynienia ze zjawiskami finansowymi [Cicharska i in., 2016, s. 9]. Odnosząc się do piramidy potrzeb Maslova już u jej podstawy znajdują się potrzeby fizjologiczne, które możemy zaspokoić dzięki środkom pieniężnym, co świadczy o tym, że finanse są podstawą naszej egzystencji. Dlatego finanse osobiste i zarządzanie nimi to wiedza i nawyki, które zapewniają bezpieczeństwo finansowe, dostatek, a w niektórych przypadkach – nawet bogactwo. Wiedza, nawyki i praktyki w obszarze finansów osobistych osoby świadomie zarządzającej swoimi finansami i odnoszącej na tym polu sukcesy, można określić jako stan pożądany, swego rodzaju benchmark [Cicharska i in., s. 11]. W 2020 r. około 70% Polaków uważało, że wiedza finansowa i ekonomiczna jest niezbędna w życiu codziennym [Narodowy Bank Polski, 2020, s. 15]. Z analiz przeprowadzonych przez OECD i inne organizacje wynika, że mieszkańcy Polski, a w szczególności niektóre określone grupy, dysponują ograniczonymi kompetencjami finansowymi i niewystarczającą odpornością finansową [OECD, 2023, s. 5]. Blisko 2,7 mln osób, czyli ok. 9% dorosłego społeczeństwa, weszło w nowy rok z kwotą ponad 83,5 mld zł nieuregulowanych zobowiązań [BIG Info-Monitor, 2024]. Z pewnością sprawniejsze planowanie i kontrolowanie wydatków wielu pomogłoby uniknąć takich sytuacji. Ułatwiłoby też zbudowanie nawyku regularnego oszczędzania. Niestety w Polsce edukacja finansowa wciąż jest marginalizowana. Wśród młodych osób jedna trzecia odczuwa deficyt takich umiejętności, a ponad jedna piąta kolejnych pokoleń, włącznie z seniorami informuje, że ma kłopot z planowaniem budżetu. 152 tys. Polaków w wieku 18-25 lat figuruje w bazie Krajowego Rejestru Długów jako dłużnicy [*Czy młodzi ludzie powinni oszczędzać?*, 2024]. To nie znaczy, że tyle młodych osób ma długi. To nie znaczy nawet, że tyle młodych osób ma problemy z ich spłatą. Zgłoszenie do KRD jest możliwe dopiero, gdy wierzyciel ma już tytuł wykonawczy. W pewnym uproszczeniu te 152 tys. to osoby posiadające zobowiązania przeterminowane tak poważnie, że sprawa przy-

najmniej otarła się o sądowe postępowanie egzekucyjne. Powyższe badania pokazują, że edukacja finansowa jest w Polsce potrzebna, a wpływają na to również poniższe fakty:

- Mieszkańcy Polski, zwłaszcza ci znajdujący się w trudnej lub zagrożonej sytuacji materialnej, potrzebują wsparcia w zwiększeniu swojej odporności finansowej.
- Mieszkańcy Polski powinni odzyskać pewność i zaufanie do sektora finansowego w celu zwiększenia wykorzystania oferowanych przez instytucje finansowe produktów oszczędnościowych, inwestycyjnych i emerytalnych.
- Mieszkańcy Polski powinni mieć świadomość, że długoterminowe oszczędzanie jest ważne dla ich przyszłego dobrostanu finansowego oraz posiadać umiejętności i odpowiednie rozeznanie w podejmowaniu długoterminowych decyzji inwestycyjnych.
- Mieszkańcy Polski potrzebują wsparcia w celu dokonywania racjonalnych i korzystnych inwestycji na rynkach kapitałowych.
- Mieszkańcy Polski powinni umieć zarządzać kredytem konsumenckim i zadłużeniem [OECD, 2022, s. 7].

Istotnym procesem w zarządzaniu finansami osobistymi jak i w edukacji finansowej jest oszczędzanie. Każdy z nas powinien od najmłodszych lat budować swoją poduszkę finansową. *Niestety wiele osób nie myśli perspektywicznie, nie patrzy w przyszłość, liczy na cud lub nieoczekiwaną pomoc. Dlatego cały czas tak mało Polaków odkłada pieniądze z myślą choćby o emeryturze [Czy młodzi ludzie powinni oszczędzać?, 2024].* Oszczędności, nie są potrzebne jednostce jedynie na przyjemności, takie jak wyjazd czy zakup ważnego przedmiotu. Pandemia COVID-19 pokazała nam, jak oszczędności są bardzo potrzebne w dobie nieoczekiwanych wydatków. Podczas gdy duża część populacji utraciła pracę lub po prostu z przyczyn wiadomych nie mogła do niej uczęszczać, była zmuszona do korzystania ze swoich oszczędności, dlatego tak ważne jest, aby od najmłodszych lat uczyć się oszczędzania, tak jak to odbywa się u Żydów. Mają oni wybitne zdolności i zamiłowanie do finansów, wiedza finansowa jest u nich przekazywana z pokolenia na pokolenie. W momencie, kiedy dziecko otrzymuje jakiegokolwiek pieniądze, musi rozdzielić je na 5 stosów (grup wydatków): 10% - dziesięcina, 10% - rezerwa na poduszkę finansową na nieprzewidziane wydatki, 10% - samopomoc - pieniądze na pomoc innym Żydom zgodnie z założeniem, że muszą się nawzajem wspierać, 20% - oszczędności i inwestycje, 50% - wydatki – na dowolne rzeczy. Mianem oszczędzania określa się powstrzymywanie się od bieżącej konsumpcji na rzecz jej zwiększania w przyszłości [Harasim, 2007, s. 14]. Tworzenie oszczędności i zarządzanie nimi może być źródłem wielu korzyści do najważniejszych z nich należą:

- zachowanie płynności finansowej;
- sprzyjanie stabilności i racjonalności gospodarowania;
- minimalizacja strat wynikających z przechowywania rezerw transakcyjnych;
- ochrona wartości pieniądza przed inflacją;
- powiększenie dochodów do dyspozycji;
- poczucie bezpieczeństwa i niezależności od skutków wypadków losowych,
- unikanie zbędnych wydatków i poczucie dumy z osiągniętego bogactwa [Harasim, 2007, s. 24].

Trzeba jednak przyznać, że z roku na rok zwiększa się nasza świadomość co do potrzeby oszczędzania. W 2007 r. żadnych dodatkowych pieniędzy na koncie nie posiadało prawie 60% Polaków. Według badania "Barometr oszczędności 2023" żadnych oszczędności nie posiada 21,8% ankietowanych, kolejne ponad 24% ma je w kwocie do 5 tys. zł, a podobny odsetek zgromadził ponad 20 tys. zł. Oszczędności między 5 a 20 tys. zł. ma 17,4% ankietowanych. Należy podkreślić, iż 35% respondentów oceniło, że ich oszczędności, w razie utraty pracy bądź innego źródła dochodu, wystarczyłyby im tylko na miesiąc [Barometr oszczędności, 2023]. Kluczem do sukcesu umożliwiającego zbudowanie poduszki finansowej jest zarówno systematyczne oszczędzanie jak również właściwe zarządzanie budżetem domowym.

Efekt latte to idea oszczędzania na małych drobiazgach. David Bach przedstawił tę koncepcję na podstawie codziennego zakupu kubka kawy. Autor książki *The Latte Factor* sprowadza istotę oszczędzania do znalezienia kilku złotych wydawanych codziennie, które można zaoszczędzić i zainwestować [Olechnowicz-Szewczyk, 2021, s.7]. Przyjmując, że kawa kosztuje średnio ok. 10zł można wywnioskować, że rezygnując z samej kawy pitej poza domem po roku można by było odłożyć 2400 zł, po 10 latach 24 000 zł, a po 30 – 72 000zł. Przykład ten przedstawia jak mała różnica w wydatkach każdego dnia może mieć ogromny wpływ na oszczędności w dłuższej perspektywie. Efekt ten można porównać do efektu kuli śnieżnej, która tocząc się stale się powiększa [Gazeta Krakowska, 2013]. Kawa jest jedynie przykładem, do najczęstszych zbędnych wydatków można zaliczyć jedzenie w restauracjach, gazety czy dodatkowe opłaty bankowe (z których często nie zdajemy sobie sprawy, tj. opłata za wypłatę gotówki w bankomacie) [Becoming Minimalist, 2020]. Tak naprawdę każda odrębna jednostka ma „swoją latte”. Czynniki latte jest metaforą. To może być cokolwiek, na co wydajesz dodatkowe pieniądze, a bez czego mógłbyś się obejść, papierosy, batonik, fantazyjne koktajle, cokolwiek. Czynniki latte nie polega na byciu skąpcem lub odmawianiu sobie. Chodzi o jasne określenie tego, co jest ważne. Chodzi o małe codzienne ekstrawagancje i frywolności, czymkolwiek one są

- pięć, dziesięć, dwadzieścia dolarów dziennie, które równie dobrze można przekierować na własną przyszłość. Chodzi o rezygnację z czegoś małego, aby osiągnąć coś wielkiego [Bach i Mann, 2019, s. 73].

2. Metodyka badań

W artykule przedstawiono wyniki badań statystycznych przeprowadzonych na próbie reprezentatywnej zbiorowości liczącej 401 osób, spośród populacji generalnej studentów Politechniki Białostockiej, liczącej 6810 jednostek [stan na dzień 31.12.2023 r.]. Metodą badawczą był anonimowy sondaż online (CAWI), przeprowadzony w dniach 08.05-23.05.2024 roku. Posłużył on do weryfikacji zmiennych cech statystycznych zbiorowości, zarówno ilościowych oraz jakościowych. W kwestionariuszu zastosowano kilka typów pytań:

- dychotomiczne - pozwalające na wybranie tylko jednej odpowiedzi;
- otwarte - aktywizujące respondenta;
- wielokrotnego wyboru - umożliwiające respondentowi udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi na zadane pytanie;
- z wykorzystaniem 5 stopniowej skali Likerta, dzięki której otrzymano informację na temat akceptacji badanych zjawisk.

Charakterystykę próby badawczej przedstawiono w tabeli 1.

Tab. 1. Charakterystyka grupy badawczej

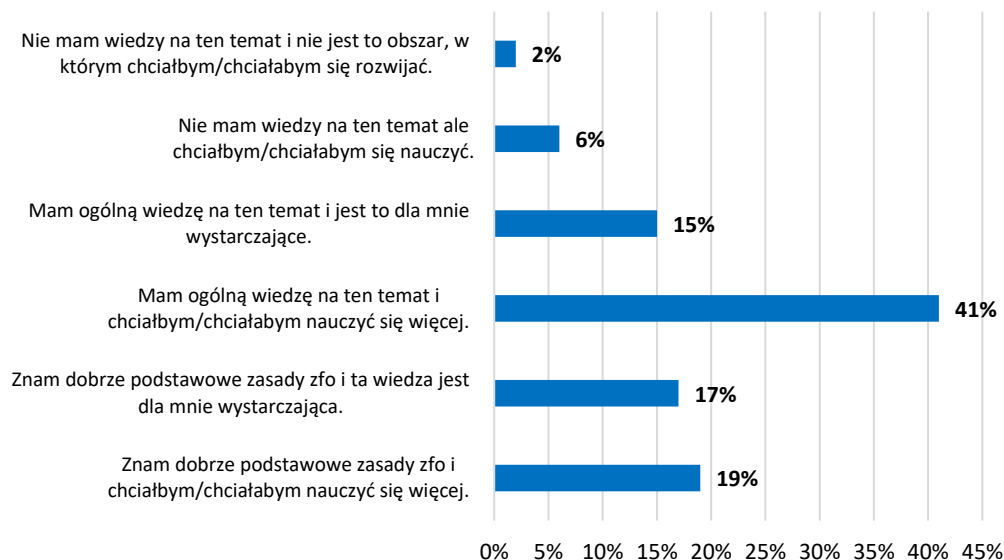
PŁEĆ					
Kobieta			Mężczyzna		
42% (170)			58% (231)		
WIEK					
Poniżej 20 lat	20-22 lat		23-26 lat		Powyżej 26 lat
19% (76)	65% (261)		12% (50)		4% (14)
ROK STUDIÓW					
I	II		III	IV	V
58,5% (234)	19,5% (78)		12% (48)	4,5% (18)	5,5% (23)
WYDZIAŁ					
Architektury	Budownictwa i Nauk o Środowisku	Informatyki	Elektryczny	Inżynierii Zarządzania	Mechaniczny
13% (52)	4,5% (18)	34% (137)	6% (23)	38% (154)	4,5% (17)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB

Wśród badanej grupy największy udział mają mężczyźni (58%) stanowią oni ponad połowę wszystkich ankietowanych. Respondenci znajdują się głównie w przedziale wiekowym 20-22 lata (65%), najmniejszy odsetek to osoby w wieku powyżej 26 lat (4%). Najwięcej badanych studiuje na I roku (58,5%), a najmniej na IV roku (4,5%). Najliczniej ankiety wypełnili studenci na Wydziale Inżynierii Zarządzania (38%) oraz Informatyki (34%). Najmniejszy odsetek respondentów stanowią studenci z Wydziału Elektrycznego (4,5%) i Mechanicznego (4,5%) (Tab. 1).

3. Wyniki badań

Z przeprowadzonych badań wynika, że 36% ocenia swoją wiedzę na temat zarządzania finansami osobistymi dobrze, 56% uważa, że ma ogólną wiedzę, a 8% zadeklarowało brak wiedzy. Ponad połowa, bo aż 66% wyraziło chęć pogłębiania wiedzy i nauki w tym kierunku (Rys. 1).

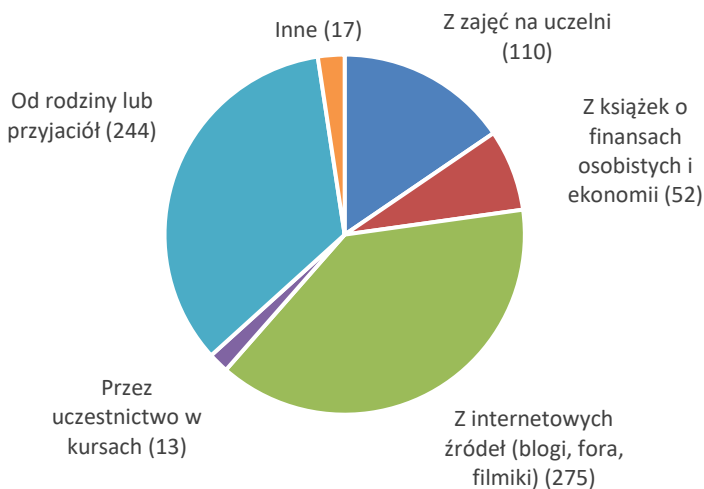


Rys. 1. Ocena wiedzy na temat zarządzania finansami osobistymi.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

Najczęściej wiedzę o zarządzaniu finansami osobistymi respondenci czerpią z internetowych źródeł takich jak blogi, fora czy filmiki (275) (Rys. 2). Ankietowani

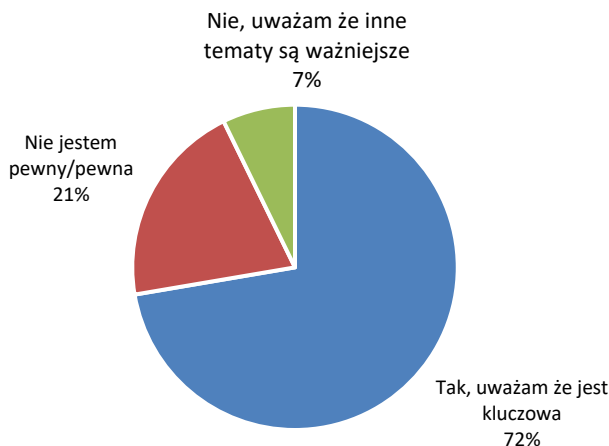
również w dużej mierze deklarują zdobywanie wiedzy od rodziny lub przyjaciół (244) oraz kolejno z zajęć na uczelni (110), z książek o finansach osobistych i ekonomii (52), przez uczestnictwo w kursach (13). Respondenci wybierający odpowiedź „inne” (17) głównie deklarowali, że uczą się sami czerpiąc wiedzę z doświadczenia.



Rys. 2. Źródła czerpania wiedzy na temat zarządzania finansami osobistymi

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

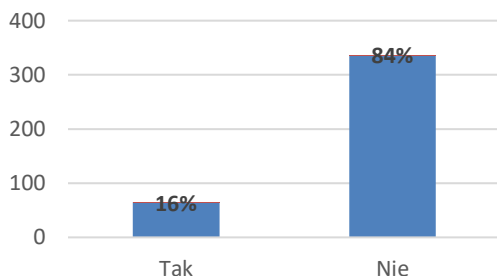
Zgodnie z wynikami (Rys. 3) 72% studentów uważa, że edukacja finansowa jest kluczowa w szkołach i na uczelniach, co stanowi zdecydowaną większość. Około 21% nie jest pewna i nie udzieliła jednoznacznej odpowiedzi. Jedynie 7% uważa, że są tematy ważniejsze niż edukacja finansowa.



Rys. 3. Opinia na temat edukacji finansowej w szkołach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

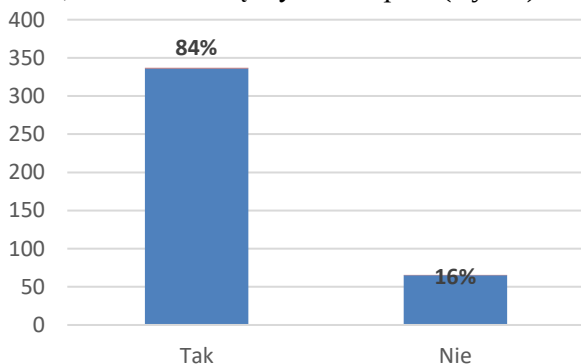
O efekcie latte nie słyszało aż 84% studentów co może wynikać z wcześniej wyrażonych opinii na temat znajomości zagadnień dotyczących zarządzania finansami osobistymi i wyrażeniu potrzeby nauki w tym kierunku. Jedynie 16% słyszało o tej koncepcji (Rys. 4). Największy odsetek respondentów deklarujących znajomość efektu latte, uczęszczał na zajęcia z zarządzania finansami osobistymi, na których powyższa koncepcja została przedstawiona [obserwacja własna].



Rys. 4. Znajomość koncepcji efektu latte

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

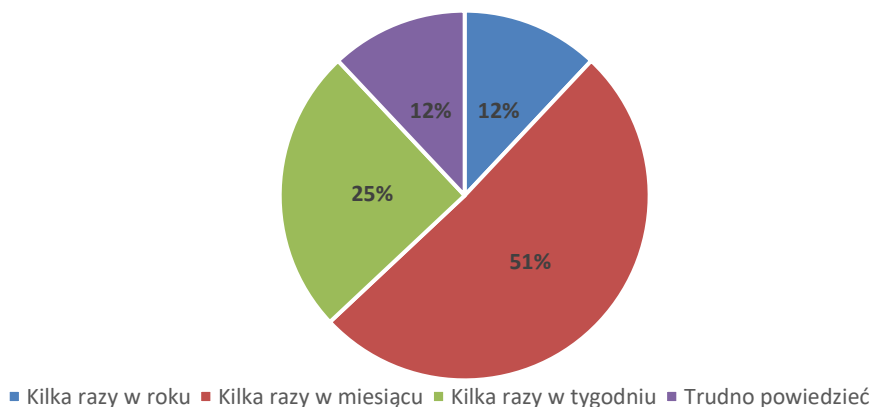
Efekt latte dotyczy 84% respondentów, jest to dokładnie taki sam procent osób, którzy zadeklarowali nie znajomość tego zjawiska. 16% ankietowanych odpowiedziało, że nie robi zbędnych zakupów (Rys. 5).



Rys. 5. Występowanie efektu latte w życiu studentów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

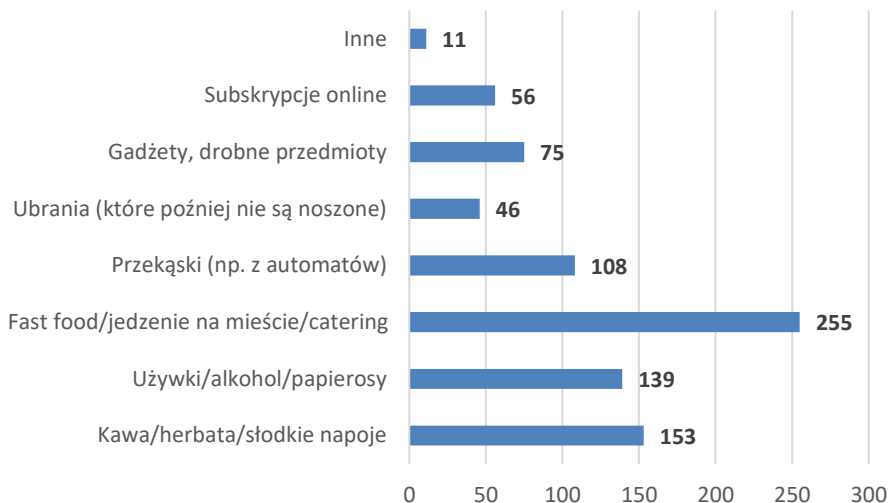
Najwięcej studentów deklaruje, że robi zbędne zakupy kilka razy w miesiącu (51%). Takich zakupów najczęściej, bo kilka razy w tygodniu dokonuje jedna czwarta wszystkich respondentów (25%). Odpowiedź „kilka razy w roku” oraz „trudno powiedzieć” wybrał jednakowy odsetek ankietowanych (12%) (Rys. 6).



Rys. 6. Częstotliwość dokonywania zbędnych zakupów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów.

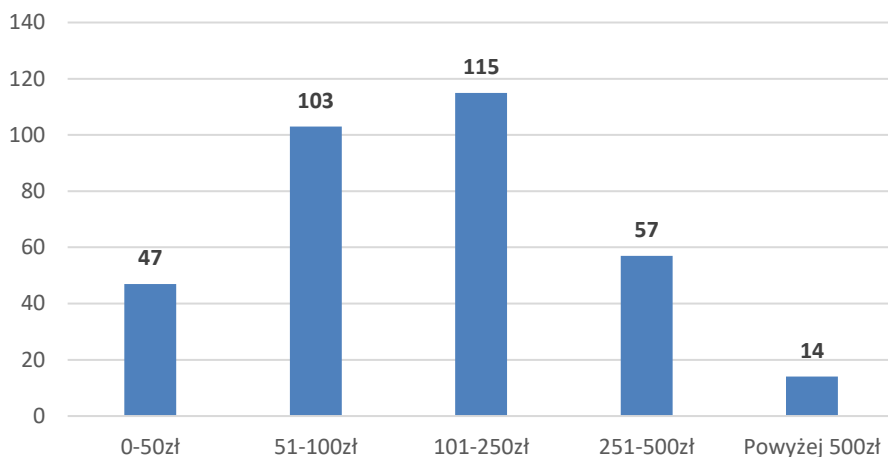
Najczęściej studenci wydają pieniądze w ramach zbędnych zakupów na kwestie żywieniowe takie jak fast food, jedzenie na mieście, catering (255), kawa, herbata, słodkie napoje (153), przekąski z automatów (108). Równie często wybraną odpowiedzią było „używki, alkohol, papierosy” (139), rzadziej wybierane odpowiedzi to „gadżety, drobne przedmioty” (75), „subskrypcje online” (56), „ubrania (które później nie są noszone)” (46). Odpowiedź „inne” (11) wybrało jedenastu studentów i wymienili oni takie kategorie jak gry komputerowe czy hazard (Rys. 7).



Rys. 7. Obiekty najczęstszych zbędnych wydatków

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

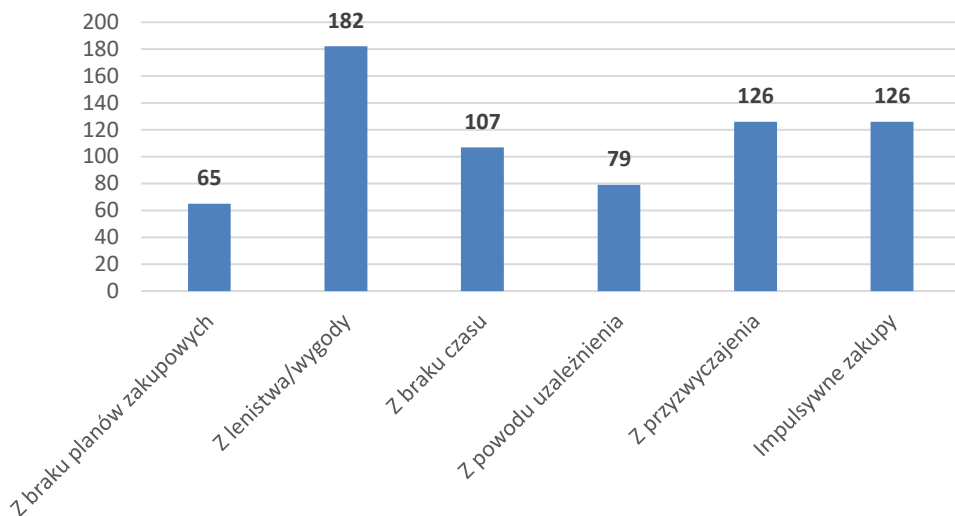
Kwoty jakie najczęściej studenci przeznaczają na zbędne zakupy oscylują w przedziale 101-250zł (115) oraz 51-100zł (103). Rzadziej są to fundusze w wysokości 251-500zł (57), 0-50zł (47), powyżej 500zł (14) (Rys.8).



Rys. 8. Miesięczne kwoty przeznaczone na zbędne wydatki

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

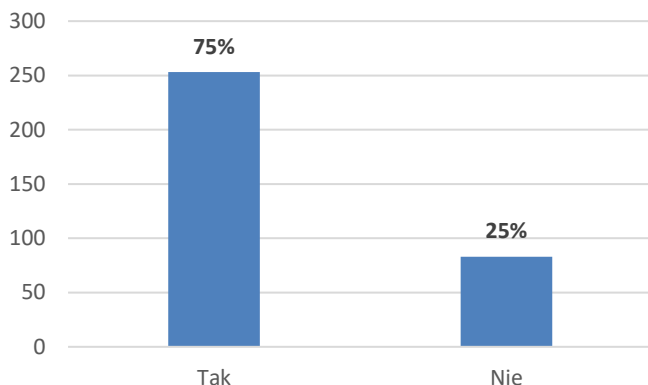
Efekt latte ma u każdej z osób inne podłoże (Rys.9), na jego występowanie składa się wiele czynników. Wśród respondentów najczęstszym powodem występowania tej koncepcji jest lenistwo oraz wygoda (182). Przyzwyczajenie (126) oraz impulsywność np. z powodu wyprzedaży (126) są istotnymi czynnikami wpływającymi na częstotliwość zbędnych zakupów. Życie studentów zazwyczaj określane jest jako dość intensywne dlatego też odpowiedź „z braku czasu” (107) jest odpowiedzią często wybieraną. Należy podkreślić, iż 79 respondentów przyznało, że dokonuje takich zakupów z powodu uzależnienia, jest to istotny problem mogący wymagać interwencji. Najrzadziej wybieraną odpowiedzią jest „z braku planów zakupowych” (65), co może wskazywać na nie planowanie budżetu przez studentów.



Rys. 9. Powody dokonywania zbędnych zakupów

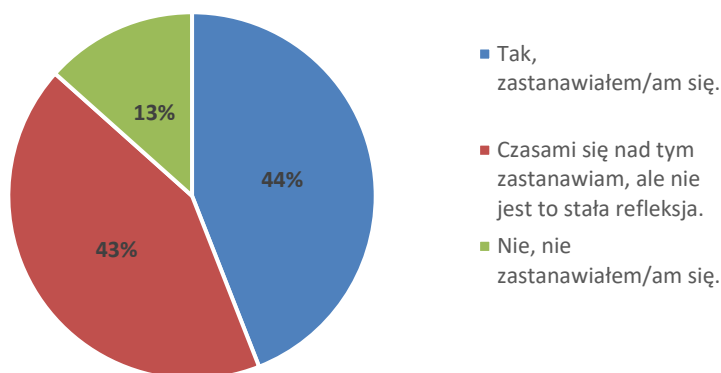
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

Studenci wykazują pewną świadomość finansową co jest zjawiskiem niezwykle pozytywnym. Trzy czwarte respondentów (75%) próbowało zrezygnować ze zbędnych zakupów w ramach oszczędności (Rys.10). Zdecydowana większość (87%) zastanawia się lub chociaż czasami doświadcza refleksji na temat tego, jakie cele finansowe mogły osiągnąć gdyby nie zbędne wydatki (Rys. 11). Taki odsetek wskazuje na gotowość do podejmowania działań w celu poprawy sytuacji finansowej. Jedna czwarta (25%) nie próbowała zrezygnować ze zbędnych wydatków, a 13% nie zastanawia się nad celami, jakie mogłoby osiągnąć gdyby nie zbędne wydatki, co może sugerować na niski poziom planowania finansowego.



Rys. 10. Występowanie próby rezygnacji ze zbędnych wydatków

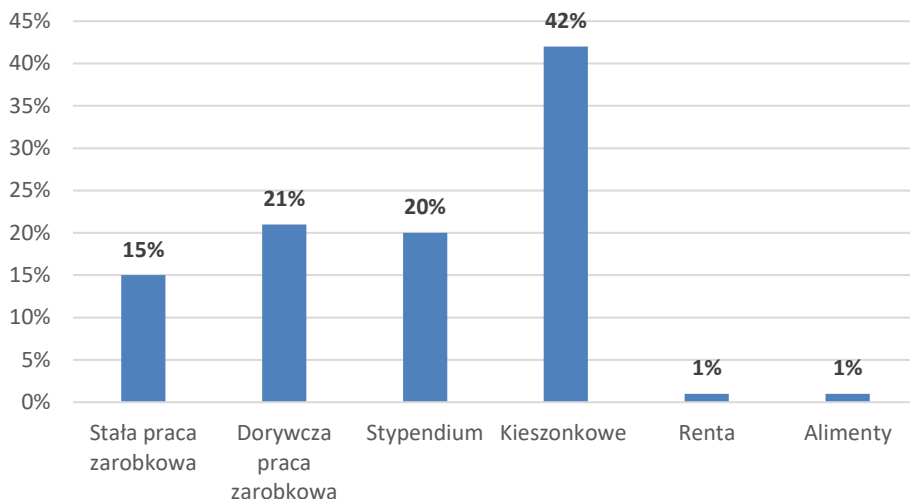
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.



Rys. 11. Refleksja na temat osiągania celów finansowych poprzez rezygnację ze zbędnych wydatków

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

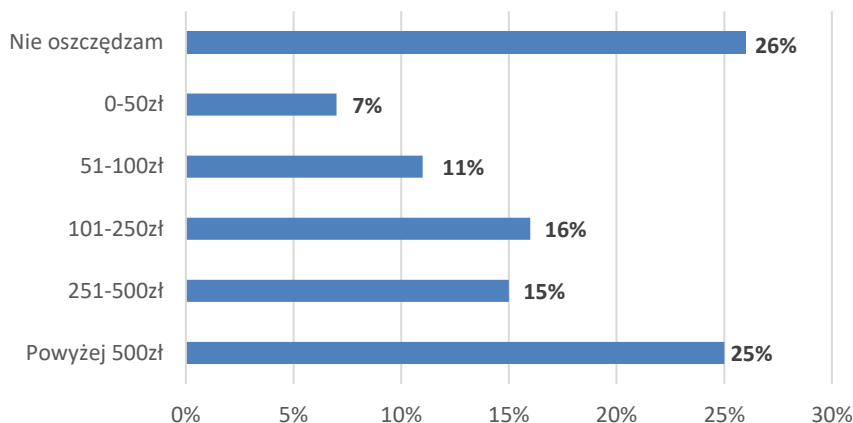
Studenci są to osoby, które często nie zaczęły jeszcze samodzielnego życia z powodu trwającej edukacji, z tego względu najczęściej korzystają z pomocy bliskich. Potwierdziły to wyniki badań, w których respondenci jako główne źródło dochodu wskazywali kieszonkowe (42%). Część respondentów deklaruje utrzymywanie się dzięki dorywczej (21%) i stałej (15) pracy zarobkowej oraz stypendium (20%). Nie-wielka część respondentów wskazała także rentę (1%) oraz alimenty (1%) (Rys. 12).



Rys. 12. Główne źródła utrzymania

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

Regularne oszczędzanie to jedno z głównych celów świadomego zarządzania finansami osobistymi. Jedna trzecia studentów (74%) deklaruje, że każdego miesiąca odkłada pewną kwotę w ramach oszczędności, tworzy to obraz studentów zdających sobie sprawę z ważności tego procesu. Największy odsetek oszczędzających (25%) odkłada sumy w wysokości powyżej 500zł, co świadczy o dużej świadomości i prawdopodobnie dostępie do stałych przychodów pieniężnych. Jedna czwarta (26%) nie oszczędza regularnie pieniędzy, może to świadczyć o braku wiedzy i motywacji do powyższego procesu finansowego. Pozostali ankietowani oszczędzają kwoty w wysokości 0-50zł (7%), 51-100zł (11%), 101-250zł (16%), 251-500zł (15%) (Rys. 13).



Rys. 13. Kwota miesięcznych oszczędności.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

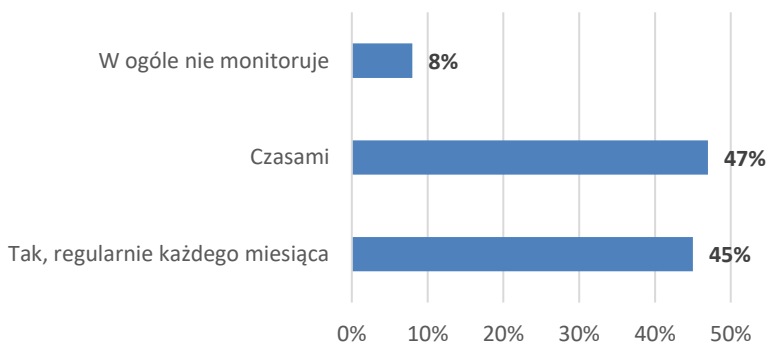
W dobie nieoczekiwanych wydarzeń istotnie ważne jest posiadanie oszczędności. Ponad połowa (64%) deklaruje, że posiada oszczędności na nagłe wydatki, kolejna część ankietowanych (27%) ma niewielkie oszczędności, a jedynie 9% nie posiada ich w ogóle. Te wyniki również pokazują, że studenci charakteryzują się dużą świadomością finansową i wiedzą jak istotne są oszczędności podczas nagłych, nieprzewidzianych wydarzeń (Rys. 14).



Rys. 14. Posiadanie oszczędności na nagłe wydatki

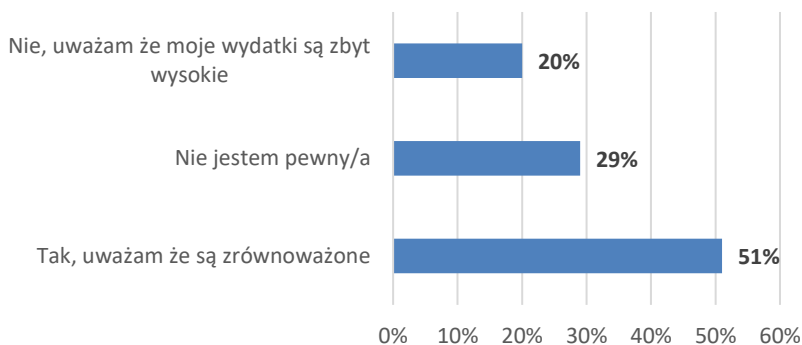
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

Regularne śledzenie wydatków, przychodów i oszczędności jest kluczowym elementem przyczyniającym się do lepszej kontroli nad przepływami finansowymi i pozwala na sprawniejsze planowanie budżetu. Regularne monitorowanie, każdego miesiąca deklaruje 45% studentów. Podobna część (47%) robi to czasami, a więc brakuje im konsekwencji w śledzeniu tych procesów. Jedynie 8% w ogóle nie monitoruje swoich przepływów finansowych (Rys. 15). Połowa respondentów (51%) uważa, że ich wydatki i przychody są zrównoważone, kolejna część (29%) nie jest pewna, a pozostała część (20%) uważa, że ich wydatki są zbyt wysokie (Rys. 16).



Rys. 15. Monitorowanie przepływów finansowych

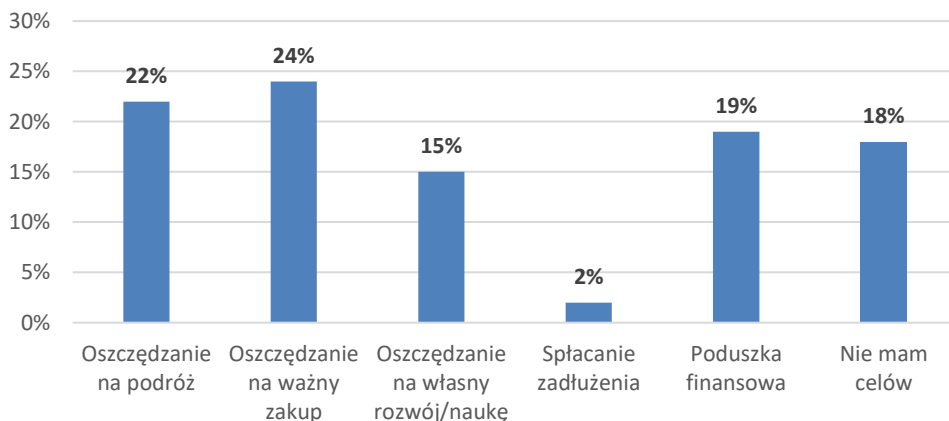
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.



Rys. 16. Opinia na temat zrównoważenia wydatków i przychodów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

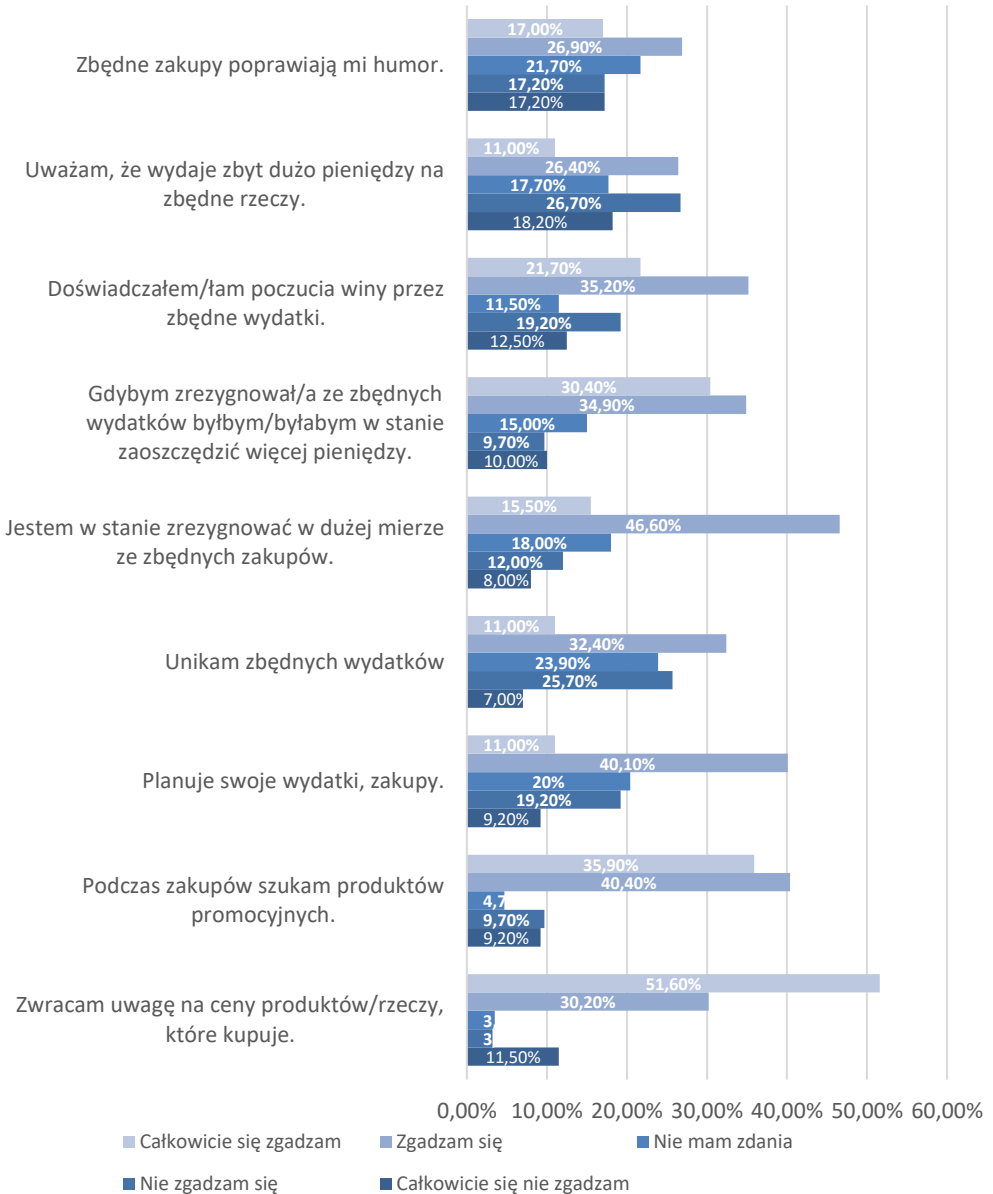
Aby rozpocząć proces oszczędzania ważne jest to aby mieć powód, który jest motywatorem do działania. Zdecydowana większość ma (82%) ma cele finansowe, takie jak: oszczędzanie na ważny zakup (24%), oszczędzanie na podróż (22%), utworzenie poduszki finansowej (19%), oszczędzanie na własny rozwój, naukę (15%), spłacanie zadłużenia (2%). Brak celów deklaruje prawie jedna piąta (18%), co może powodować, że oszczędzanie wydaje się mniej sensowne (Rys. 17).



Rys. 17. Cele finansowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

Studenci zostali poproszeni o przypisanie zgodności do stwierdzeń odnoszących się do zbędnych zakupów. Ocena miała formę pięciostopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznacza „Całkowicie się nie zgadzam”, a 5 – „Całkowicie się zgadzam” (Rys. 18). Studenci w większości zgodzili się z tym, że zbędne zakupy poprawiają im humor (43,9%), przy czym (56,9%) zgadza się z tym, że doświadczyło przez nie poczucia winy. Ponad jedna czwarta (44,9%) nie zgadza się z tym, że wydaje zbyt dużo pieniędzy w ramach zbędnych zakupów ale (65,3%) zgadza się z tym, że mogliby zaoszczędzić więcej gdyby ograniczyli takie wydatki. Prawie połowa (62,1%) zgadza się z tym, że jest w stanie zrezygnować w dużej mierze ze zbędnych wydatków, a mniejszy odsetek (43,4%) zgadza się z tym, że unika zbędnych wydatków. Zdecydowana większość zwraca uwagę na ceny produktów, które kupuje (81,8%) oraz szuka produktów promocyjnych (76,3%). Około połowa respondentów planuje swoje wydatki i zakupy (51,1%).



Rys. 18. Rozkłady odpowiedzi dotyczące postawy studentów wobec zbędnych zakupów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB.

4. Dyskusja wyników

Przeprowadzone badanie Efekt latte a oszczędności wśród studentów PB 2024 pozwoliło lepiej poznać ich sytuację finansową i wiedzę na ten temat. Respondenci w większości (66%) wyrażają chęć dalszej nauki z zakresu zarządzania finansami osobistymi. Studenci w głównej mierze dostrzegają potrzebę edukacji finansowej w szkołach i na uczelniach (72%). Wynik ten pokrywa się z badaniami przeprowadzonymi przez Kantar Polska na zlecenie International Personal Finance, które wykazały, że 57,1% Polaków uważa, że edukacja finansowa jest potrzebna już w szkołach podstawowych, a 70,9% deklaruje potrzebę wprowadzenia edukacji finansowej w szkołach ponadpodstawowych [Provident Polska, 2024]. Najczęściej wiedzę o zarządzaniu finansami osobistymi respondenci czerpią z internetowych źródeł, takich jak blogi, fora czy filmiki (275), na co najprawdopodobniej ma wpływ to, że dostęp do Internetu posiada 93,3% gospodarstw domowych [GUS, 2023]. Również w badaniu Poziom Wiedzy Finansowej Polaków 2023 jako główne źródło wiedzy finansowej zostały wskazane strony internetowe [GPW, 2023].

Zdecydowana większość (84%) deklaruje brak znajomości koncepcji efektu latte. Zagadnienie pochodzi z nauk o zarządzaniu finansami osobistymi, a jak wskazują badania OECD mieszkańcy Polski dysponują ograniczonymi kompetencjami finansowymi [OECD, 2023]. Taki sam procent osób, które o koncepcji wcześniej nie słyszały, informuje, że robi zbędne zakupy. W Polsce 58% uczestników sondażu przyznało, że kupiło coś zbędnego w ciągu ostatniego roku [OBOP TNS Polska, 2013]. Najwięcej studentów deklaruje, że robi zbędne zakupy kilka razy w miesiącu (51%), najczęściej wydając pieniądze na kwestie żywieniowe, takie jak fast food, jedzenie na mieście, catering (255), kawa, herbata, słodkie napoje (153), przekąski z automatów (108). Również w Ameryce jedzenie i picie kawy poza domem jest głównym obiektem zbędnych zakupów. Amerykanie wychodzą na lunch średnio dwa razy w tygodniu i jedzą 18,2 posiłków miesięcznie poza domem - co daje średnio 232 USD miesięcznie na posiłki przygotowywane poza domem, wydają na kawę prawie 15 dolarów tygodniowo lub 1100 dolarów rocznie [Becoming Minimalist, 2020]. Z badań wynika, iż 70% Polaków decyduje się na jedzenie poza domem, a co czwarty przeznaczają na to do 20 zł dziennie, co w skali miesiąca daje 600zł [Badanie CircleK, 2023]. Kwoty jakie najczęściej studenci przeznaczają na zbędne zakupy oscylują w przedziale 101-250zł (115) oraz 51-100zł (103), średnio daje to około 130zł miesięcznie. Najczęściej wybieranymi powodami występowania efektu latte jest lenistwo oraz wygoda (182), przyzwyczajenie (126), impulsywność, np. z powodu wyprzedaży (126) oraz braku czasu (107). Szeroki dostęp do wielu produktów i fakt, że aktualnie można zakupić prawie wszystko nawet nie wychodząc z domu,

wpływają na zachowania zakupowe klientów [Szydło i Potmalnik, 2022]. Wracając do tego, że studenci wydają zbędnie pieniądze głównie w kwestiach żywieniowych może tłumaczyć fakt, że przyrządzanie posiłków jest czasochłonne i często wymaga umiejętności. Jak wynika z badania Budżet czasu ludności 2013 II przygotowywanie posiłków przez kobiety i mężczyzn (czas wykonywania odpowiednio 2 godz. 3 min. oraz 58 min.) daje średnio 1.5h [GUS, 2016, s. 66]. Trzy czwarte respondentów (75%) próbowało zrezygnować ze zbędnych zakupów w ramach oszczędności. Zdecydowana większość (87%) zastanawia się lub chociaż czasami doświadcza refleksji na temat tego, jakie cele finansowe mogły osiągnąć gdyby nie zbędne wydatki. Myślenie o swojej sytuacji finansowej może pozytywnie wpływać na dalsze decyzje finansowe. Wśród studentów Politechniki Białostockiej najczęściej jako główne źródło utrzymania wskazywano na kieszonkowe (42%) dla porównania odsetek utrzymujących się z tej formy dochodu studentów wśród szczecińskich uczelni wynosił 73,8% badanej populacji. Równie istotne znaczenie miały dochody uzyskiwane z pracy (36%), co jest podobnym wynikiem do wyniku studentów szczecińskich uczelni (34,5%) [Bernat, 2015, s. 11].

Prawie trzy czwarte (74%) respondentów oszczędza co miesiąc pewne sumy pieniędzy, jest to spadek względem roku poprzedniego o 7%, kiedy to 81% studentów Politechniki Białostockiej deklarowało oszczędzanie [Szumowska i in., 2023, s. 9]. Wynikiem spadku ilości oszczędzających może być stabilizacja poziomu inflacji, co dla niektórych może oznaczać zakończenie wydarzeń trudnych i poczucie, że oszczędzanie nie jest już takie ważne. Interesujące jest to, że bardzo podobny odsetek w porównaniu roku 2023 i 2024 deklaruje odkładanie następujących kwot: 0-50zł (7%) w 2023 i 2024, 51-100zł (16%) w 2023 i (11%) w 2024, 101-250zł (17%) w 2023 i (16%) w 2024, 251-500zł (16%) w 2023 i (15%) w 2024, powyżej 500zł (24%) w 2023 oraz (25%) w 2024. Jedna dziesiąta deklaruje, że nie ma żadnych oszczędności na nieprzewidziane wydatki, co pokrywa się z badaniami Portfel Studenta 2020 [Raport ZBP, 2020, s. 27]. Regularne monitorowanie swoich przychodów, wydatków i oszczędności każdego miesiąca deklaruje 45% studentów, a z badania Fundacji THINK! wynika, że 66% Polaków jest przekonanych, iż kontroluje swoje wydatki [Citi Handlowy, 2024]. Połowa respondentów (51%) uważa, że ich wydatki i przychody są zrównoważone. Każdego człowieka motywuje co innego, ważne jest aby znaleźć swój cel. Zdecydowana większość (82%) ma cele finansowe, takie jak: oszczędzanie na ważny zakup (24%), oszczędzanie na podróż (22%), utworzenie poduszki finansowej (19%), oszczędzanie na własny rozwój, naukę (15%), spłacanie zadłużenia (2%). Brak celów deklaruje prawie jedna piąta (18%). Wg. badan SW Research [2024] cele oszczędzania pieniędzy wśród młodych ludzi to: dalsza przyszłość, czarna godzina, pasje, podróże, rodzina. Studenci

w większości wykazali, że zwracają uwagę na ceny kupowanych produktów (81,8%), szukają produktów promocyjnych (76,3%) oraz planują swoje wydatki i zakupy (51,1%). Niektórym zbędne zakupy poprawiają humor (43,9%), a u innych (56,9%) powodują poczucie winy. Większość (65,3%) zgadza się z tym, że mogliby zaoszczędzić więcej gdyby ograniczyli takie wydatki.

Podsumowanie

Większość badanych studentów Politechniki Białostockiej wykazuje chęć zdobywania wiedzy z zakresu zarządzania finansami osobistymi, a także dostrzega potrzebę edukacji finansowej w szkołach i na uczelniach, co pokrywa się z opinią Polaków. Ankietowani korzystają głównie z internetowych źródeł do poszerzania swojej wiedzy na temat finansów osobistych, co najprawdopodobniej jest spowodowane szerokim dostępem do Internetu. Większość studentów nie jest zaznajomiona z koncepcją "efektu latte", ale okazuje się, że często dokonują zbędnych zakupów, głównie w kwestiach żywieniowych, takich jak fast food, jedzenie na mieście, kawa, słodkie napoje czy przekąski, co może być spowodowane brakiem czasu, umiejętnością gotowania czy wygodą. Badanie wykazało, że duży odsetek ankietowanych próbował zrezygnować z takiego typu zakupów w celu oszczędzania. Ponadto, większość respondentów regularnie odkłada pewne kwoty jako oszczędności. Studenci zdają sobie sprawę z konieczności monitorowania swoich przepływów finansowych oraz posiadania oszczędności na nagłe wydatki. Z badań wynika, że większość studentów posiada cele finansowe, które są istotne w kontekście motywacji. Większość studentów wykazuje świadomość swoich wydatków i stara się kontrolować swoje finanse. Wniosek z badania sugeruje, że świadomość finansowa studentów jest istotna, ale jednocześnie istnieje potrzeba dalszej edukacji oraz wsparcia w zakresie zarządzania finansami osobistymi. Brak odpowiedniej edukacji finansowej i uświadczenia jak ważne jest planowanie swojego budżetu doprowadza do występowania efektu latte i często braku nawyku oszczędzania. Ponadto Studenci w większości wykazali, że starają się dokonywać zakupów przemyślanych zwracając uwagę na ceny, szukając produktów promocyjnych i planując swoje wydatki. Pod względem aspektu psychologicznego zbędne zakupy poprawiają humor respondentom ale większy odsetek ankietowanych doświadcza poczucia winy.

ORCID iD

Ewa Tokajuk: <https://orcid.org/0000-0001-5799-7305>

Literatura

1. Bach D. (2012), *Facebook*, <https://www.facebook.com/profile/100045893220034/search/?q=small%20steps%20can%20create%20gi-ant%20leaps%20over%20time>, [20.05.2024].
2. Bach D., Mann J. D. (2019), *The Latte Factor, Why You Don't Have to Be Rich to Live Rich*, Atria Books.
3. Badanie CircleK (2023), <https://www.money.pl/gospodarka/co-czwarty-polak-przeznacza-na-jedzenie-poza-domem-srednio-do-20-zi-6967612573154176a.html>, [10.05.2024].
4. Becoming Minimalist (2020), *The Latte Factor: 8 Ways We Often Overspend*, [20.05.2024].
5. Bernat T., Gasior A., Lakomy-Zinowik M., Nagaj R., Szkudlarek P., Zakrzewska M. (2015), *Źródła utrzymania studentów a ich postawy przedsiębiorcze*, *Marketing i Rynek* 22(5), s.723-741.
6. BIG InfoMonitor (2024) <https://media.big.pl/informacje-prasowe/828702/plan-polakow-na-2024-rok-oszczedzanie>, [20.05.2024].
7. Bogacka-Kisiel E. (2012), *Finanse osobiste, Zachowania – Produkty – Strategie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
8. Business Insider (2023), *Barometr Oszczędności 2023* <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/co-piaty-polak-nie-ma-zadnych-oszczednosci-powod-jest-oczywisty/48vzbw>, [16.05.2024].
9. Business Insider (2024), <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/ekspert-polakach-jestesmy-narodem-ktory-nie-potrafi-oszczedzac/f1r733v>, [10.05.2024].
10. Cicharska M., Maciejasz-Świątkiewicz M., Kędzierska-Szczepaniak A. (2016), *Edukacja finansowa, Moda czy konieczność*, Warszawa.
11. Citi Handlowy, badanie Think! https://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/4026_2021-03-19.htm, [21.04.2024].
12. *Czy młodzi ludzie powinni oszczędzać?*, <https://goldsaver.pl/blog/artikul/czy-mlodzi-ludzie-powinni-oszczedzac/>, [21.04.2024].
13. Demirgüç-Kunt, A., Klapper L., Singer D., Ansar S. (2022), *Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*, World Bank Group, Washington, DC.
14. Dorosz A. (2023), *Finanse osobiste*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A.
15. Gazeta Krakowska (2013), <https://gazetakrakowska.pl/efekt-latte-nie-kupuj-drugiego-sniadania-zaoszczedzisz-sporo/ar/c3-10197658>, [20.05.2024].
16. GPW (2023), *Poziom Wiedzy Finansowej Polaków 2023*.

17. GUS (2016), *Budżet czasu ludności 2013*, Warszawa.
18. GUS (2023), *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2023 r.*
19. Harasim J. (2007), *Teoretyczne aspekty gromadzenia i inwestowania nadwyżek finansowych przez gospodarstwa domowe*, w: *Oszczędzanie i inwestowanie indywidualne w Polsce*, PTE, Katowice.
20. Lyons-Crew C., Financial Inclusion Program Manager, https://iase-web.org/islp/documents/posters2019/3_Poland_Poster.pdf, [20.05.2024].
21. Madura J. (2007), *Personal Finance*, Pearson Education, Boston.
22. Milic-Czerniak R. (2016), *Finanse Osobiste, Kompetencje, Narzędzia, Instytucje, Produkty, Decyzje*, Difin SA Warszawa.
23. Millenium Bank (2013), <https://www.bankmillennium.pl/o-banku/centrum-prasowe/informacje-prasowe/-/news/poranna-kawa-a-oszczedzanie?id=4789>, [20.05.2024].
24. Narodowy Bank Polski (2020), Projekt badawczy zrealizowany na zlecenie Narodowego Banku Polskiego przez konsorcjum IBC Group Oraz Centrum Badań Marketingowych INDICATOR techniką CAPI oraz metodami zdalnymi w czasie epidemii, na reprezentatywnej próbie N=2001 mieszkańców Polski wieku 15+.
25. OBOP w TNS Polska (2013), <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artukul/co;czwarty;polak;kupuje;niepotrzebne;rze-czy,127,0,1230463.html>, [20.05.2024].
26. OECD (2020), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy, OECD, Paryż, <http://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobalfinancialliteracysurveyreport.htm>, [10.05.2024].
27. OECD (2020), PISA 2018 Results (Volume IV): Are Students Smart about Money?, PISA, OECD Publishing, Paryż, <https://doi.org/10.1787/48ebd1ba-en>, [20.05.2024].
28. OECD (2022), Financial Literacy in Poland: Relevance, evidence and provision, s.7 <https://www.oecd.org/financial/education/Financial-Literacy-in-Poland-Relevance-evidence-and-provision.htm>, [20.05.2024].
29. OECD (2022), *Znajomość zagadnień finansowych w Polsce: Znaczenie, dowody i oferta edukacyjna*, OECD, Paryż.
30. OECD (2023), *Krajowa Strategia Edukacji Finansowej dla Polski*, <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financial-literacy-poland.htm>, [20.05.2024].
31. Olechnowicz-Szewczyk A. (2021), *Skuteczne zarządzanie finansami osobistymi*, Markiewicz M., Borowicz A. (red.), *Wybrane zagadnienia z zakresu*

- przedsiębiorczości i zarządzania finansami*, Dom Wydawniczy i Handlowy Elipsa, Warszawa.
32. PFR Portal PPK, SW Research (2022), *Oszczędzanie młodych*, Raport badawczy, <https://www.mojeppk.pl/pliki/repozytorium-plikow/materialy-do-pobrania/pdf/oszczedzanie-mlodych-raport.pdf>, [20.05.2024].
 33. Provident Polska (2023), *Edukacja Finansowa Polaków 2023*, <https://media-provident.pl/attachment/2554813>, [26.05.2024].
 34. Szumowska P., Worobiej J., Zimnoch K. (2023), *Inflacja – czy student coraz biedniejszy – w świetle badań Portfele Studentów PB 2023*, Akademia Zarządzania 7(2), s. 64-84.
 35. Szydło J., Potmalnik E. (2022), *Decyzje zakupowe przedstawicieli Pokolenia Z na przykładzie branży modowej*, Marketing i Rynek 9, s.15-26.
 36. TVN24 Biznes (2024), *Analityk BIG Monitor Waldemar Rogowski - źródło PAP* <https://tvn24.pl/biznes/z-kraju/finanse-polakow-39-proc-rodakow-planuje-oszczedzac-w-tym-roku-badanie-big-info-monitor-st7767584>, [20.05.2024].
 37. Zaradny Finansowo (2020), <https://zaradnyfinansowo.pl/efekt-latte/> ZBP (2020), *Portfel Studenta*, [26.05.2024].

The latte effect and savings based on the behavior of students of the Białystok University of Technology

Abstract

The latte effect refers to the concept that small, everyday expenses, such as a purchase, can be stored in our finances for the remaining life of us. The aim of the article is to examine the effects of using latte and its impact on savings in the event of an accident among students of the Białystok University of Technology. The authors who come from young people's spending and their impact on other savings. The study Financial effects among PB 2024 students was used for the analysis. A single study shows that many students do not have knowledge and financial awareness, which means that expense management may be responsible for monitoring finances. Then it was confirmed that they often make unnecessary expenses, which may result in an offense that is subject to a financial penalty if they carefully consider prices, specific products and plan their expenses.

Key words

managing personal finances, savings, latte effect, students