

# Badanie wpływu wzrostu cen na życie warszawskich studentów

---

Alicja Seliga, Joanna Sitarska, Dominika Szelaąg,  
Martyna Terlikowska i Zofia Zbarachewicz




# AGENDA

 Wprowadzenie i poprzednie badania

 Cele naukowe projektu

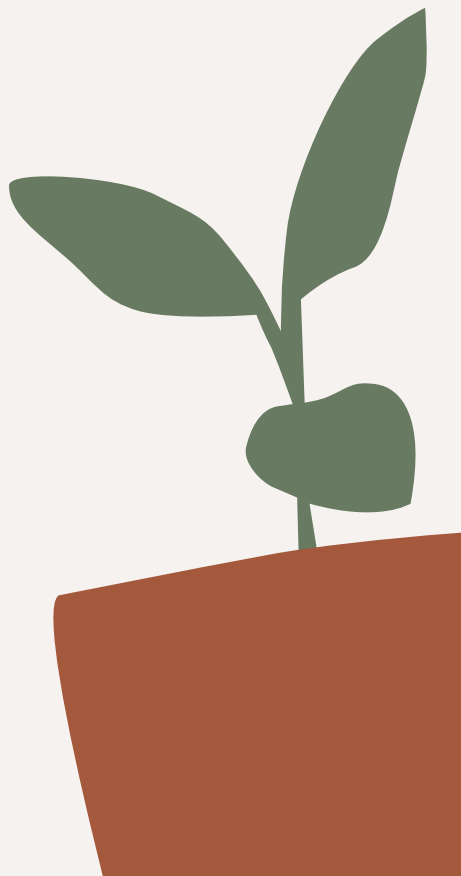
 Znaczenie projektu

 Metodyka i realizacja projektu

 Analiza i interpretacja badań

 Podsumowanie

 Bibliografia



# WPROWADZENIE



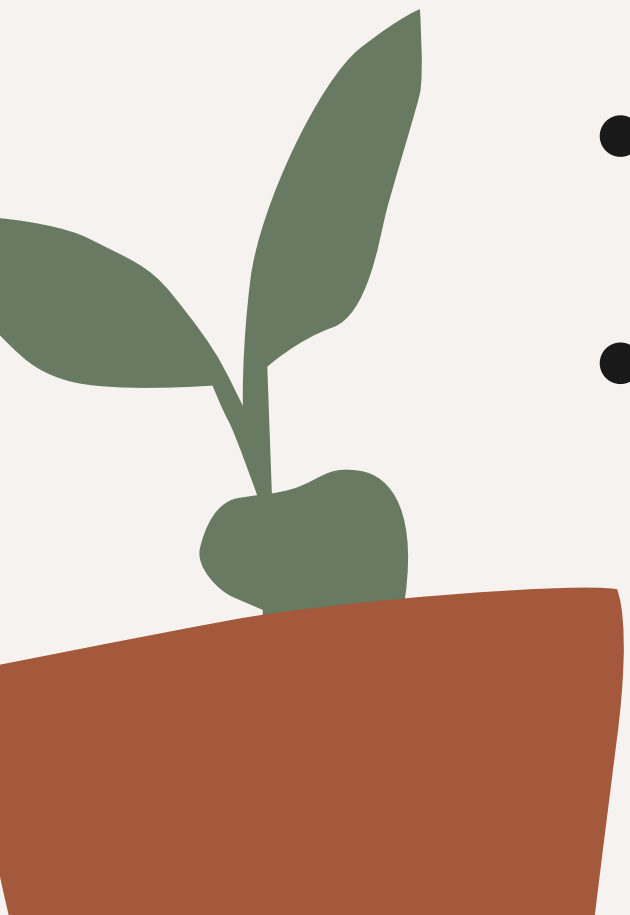
**Celem badania** jest zwrócenie uwagi na obecną sytuację warszawskich studentów, która zmieniła się z uwagi na wzrastające ceny artykułów spożywczych, jak i podniesie cen życia. Jest to aktualna problematyka, która jest priorytetem z uwagi na fakt, że ci właśnie studenci w przyszłości będą nakręcać polską gospodarkę i ważne jest, żeby mieli możliwość zapewnienia sobie godnego życia. Wyniki i wnioski, przekazane Rektorom badanych studentów warszawskich uczelni, mogłyby zoptymalizować wsparcie socjalne dla Studentów i Studentek, którzy by tego najbardziej potrzebowali. Pomoże to także zidentyfikować najważniejsze codzienne potrzeby.

**Główna hipoteza** brzmi „wzrost cen wpłynął na aspekty życia warszawskich studentów, w tym na nawyki żywieniowe, życie towarzyskie, relacje rówieśnicze, zachowania konsumenckie oraz możliwości konsumencie”

# PODSTAWOWE POJĘCIA UŻYTE W PRACY



- student
- cena (encyklopedia zarządzania)
- inflacja (GUS, 2022)
- relacje



# PODSTAWOWE POJĘCIA UŻYTE W PRACY



- Student - osoba kształcąca się na studiach I, II stopnia albo jednolitych studiach magisterskich
- Cena - to określona wartość wyrażona w pieniądzu, będąca ekwiwalentem danego dobra.
- Inflacja (GUS, 2022) - "Inflacja jest procesem zmian cen w całej gospodarce. Jest ona mierzona przez statystykę publiczną i prezentowana w formie wskaźników cen. Przez inflację rozumie się najczęściej średnie zmiany cen konsumpcyjnych towarów i usług nabywanych przez przeciętne gospodarstwo domowe".
- Relacje - stosunek zachodzący między osobami lub grupami społecznymi

# POPZRZEDNIE BADANIA

*CBOS, Jak polacy radzą sobie z inflacją. Komunikat z badań, Nr 128/2022*

Według przeprowadzonego badania **38 procent** respondentów odczuwają skutki wzrostu cen w bardzo dużym stopniu, a **48 proc.** w dużym stopniu. Natomiast tylko **14 proc.** odpowiedzi ankietowanych odczuwają w niewielkim stopniu wzrost cen bądź w ogóle go nie odczuwają. Jak można zauważyć wzrost cen jest odczuwany niemal powszechnie, a większość studentów odczuwa go w sposób silny lub bardzo silny



# POPZRZEDNIE BADANIA

CBOS, *Polacy o inflacji. Komunikat z badań, Nr 61/2022*

Spośród badanych studentów i uczniów, na pytanie „Czy z powodu wzrastających cen niektórych produktów i usług w ciągu ostatnich miesięcy ograniczył(a) Pan(i) wydatki na rozrywkę, wypoczynek i kulturę?” (53 osoby odpowiedziały) aż **62 procent** odpowiedziało „Tak”. Natomiast na pytanie „Czy z powodu wzrastających cen niektórych produktów i usług w ciągu ostatnich miesięcy wykorzystywał(a) Pan(i) oszczędności na bieżące wydatki?” (53 osoby odpowiedziały) **47 proc.** badanych studentów i uczniów odpowiedziało twierdząco. Zauważyć można liczne negatywne skutki inflacji na życie studentów. Coraz mniej osób pozwolić sobie może na bez troskie zakupy, a podstawowe produkty zamieniane są często tańszymi zamiennikami.



# METODYKA I REALIZACJA PROJEKTU



Metody i techniki badania



Metody gromadzenia i analizy danych



Konstrukcja narzędzia badawczego



Charakterystyka badanej populacji



# METODY I TECHNIKI BADANIA



Projekt zrealizowany został przy pomocy metody ilościowej, natomiast techniką badawczą, która została wybrana była technika CAWI, wspomagany komputerowo wywiad online, w której respondent jest proszony o wypełnienie ankiety w formie elektronicznej.

CAWI (ang. *Computer Assisted Web Interview*), jest to forma ankiety internetowej, gdzie respondent wypełnia sam kwestionariusz za pomocą strony WWW. Jest to jedna z wydajniejszych metod ankiety, ponieważ dzięki niej można dotrzeć do jak największej młodych studentów.



# METODY GROMADZENIA I ANALIZY DANYCH

Odpowiedzi, które przesłane zostały za pomocą ankiety internetowej przygotowanej za pomocą *Google Forms* na początku przekonwertowano do programu *Excel*, a następnie do programu *IBM SPSS Statistics*. Analizy danych dokonano we wspomnianym już programie *SPSS*, który pozwala na prowadzenie analiz, które mają na celu opis statystyczny, wyjaśnienie zjawisk czy predykcję.



# KONSTRUKCJA NARZĘDZIA BADAWCZEGO



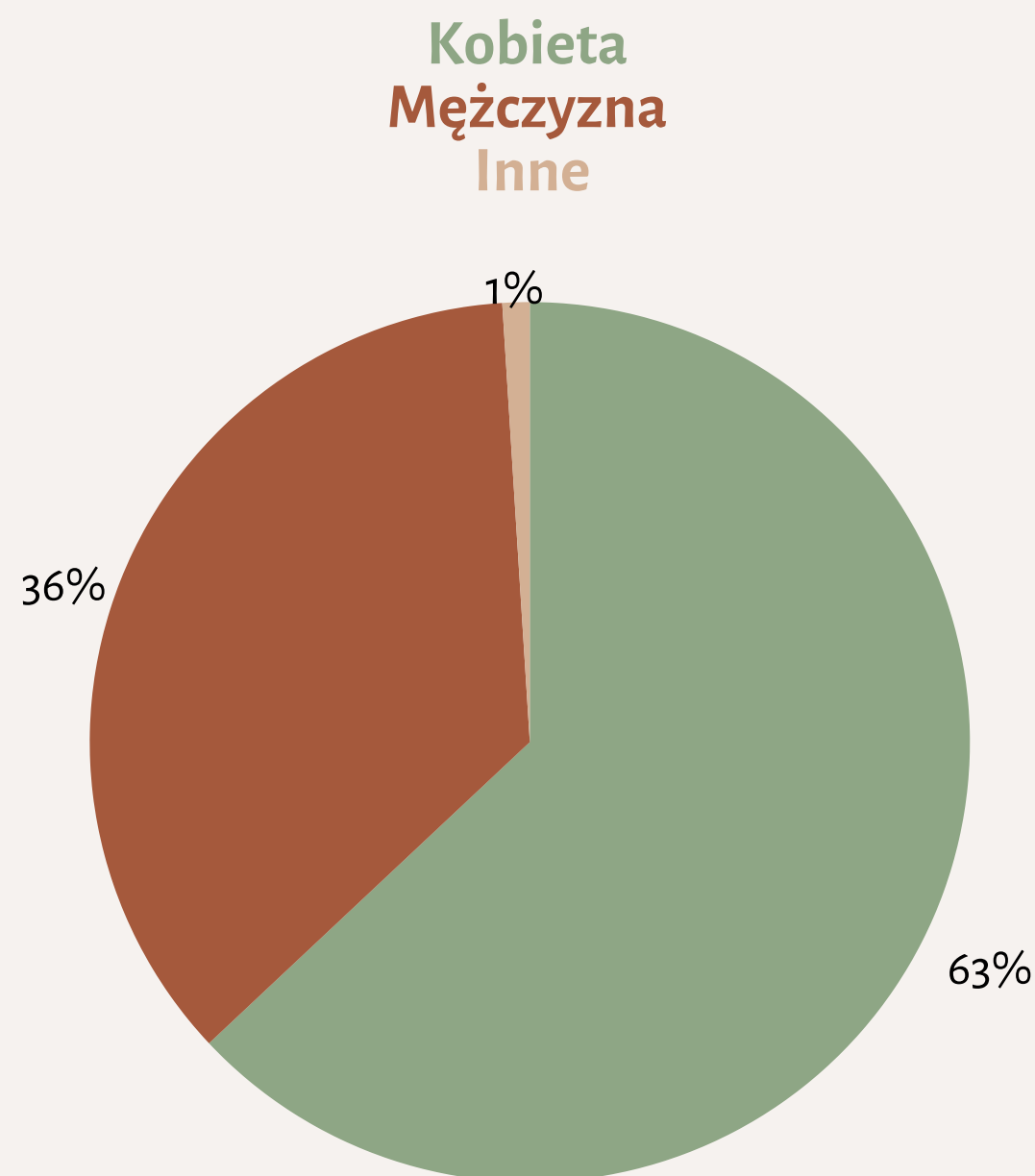
Ankieta składa się z 24 pytań – 3 pytań filtrujących, 9 pytań metryczkowych i 12 pytań „zwykłych”. Zastosowano 12 pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru, 1 pytanie półotwarte jednokrotnego wyboru, 6 pytań półotwartych wielokrotnego wyboru oraz 5 pytań otwartych.

Projektując ankietę na początku zostało zastosowane kilka pytań filtrujących, które w przypadku odpowiedzi, która wskazywałaby, że respondent nie kwalifikuje się do wybranej przez nas próby, od razu wyświetlały komunikat z zakończeniem ankiety.



# CHARAKTERYSTYKA BADANEJ POPULACJI

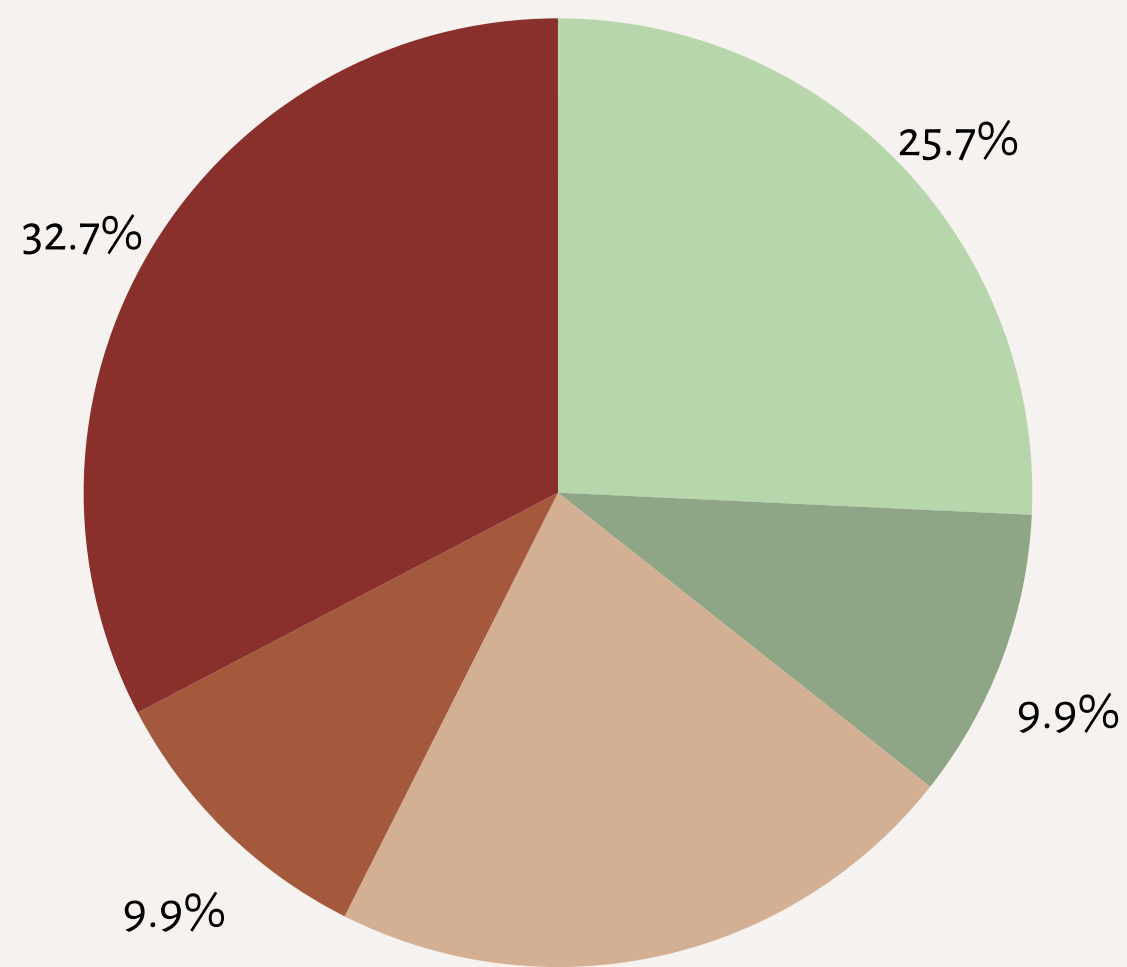
Wykres 1. Płeć respondentów



Źródło: opracowanie własne

Wykres 2. Miejscowość rodzinna

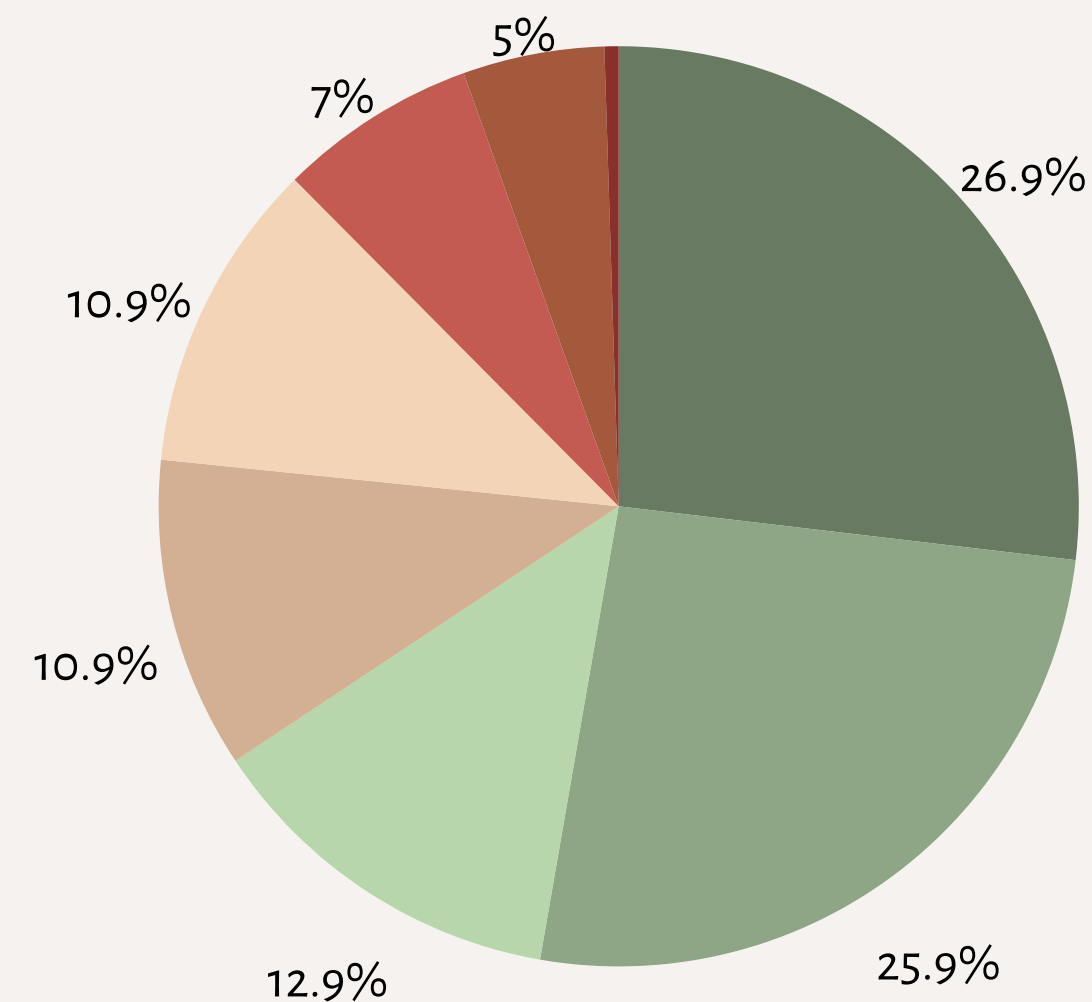
Wieś  
Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców  
Miasto od 20 tys. do 100 tys. mieszkańców  
Miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców  
Miasto powyżej 501 tys. mieszkańców



Źródło: opracowanie własne

Wykres 3. Uczelnie respondentów

SGGW; AWF  
PW; WUM  
SGH; UKSW  
UW; APS



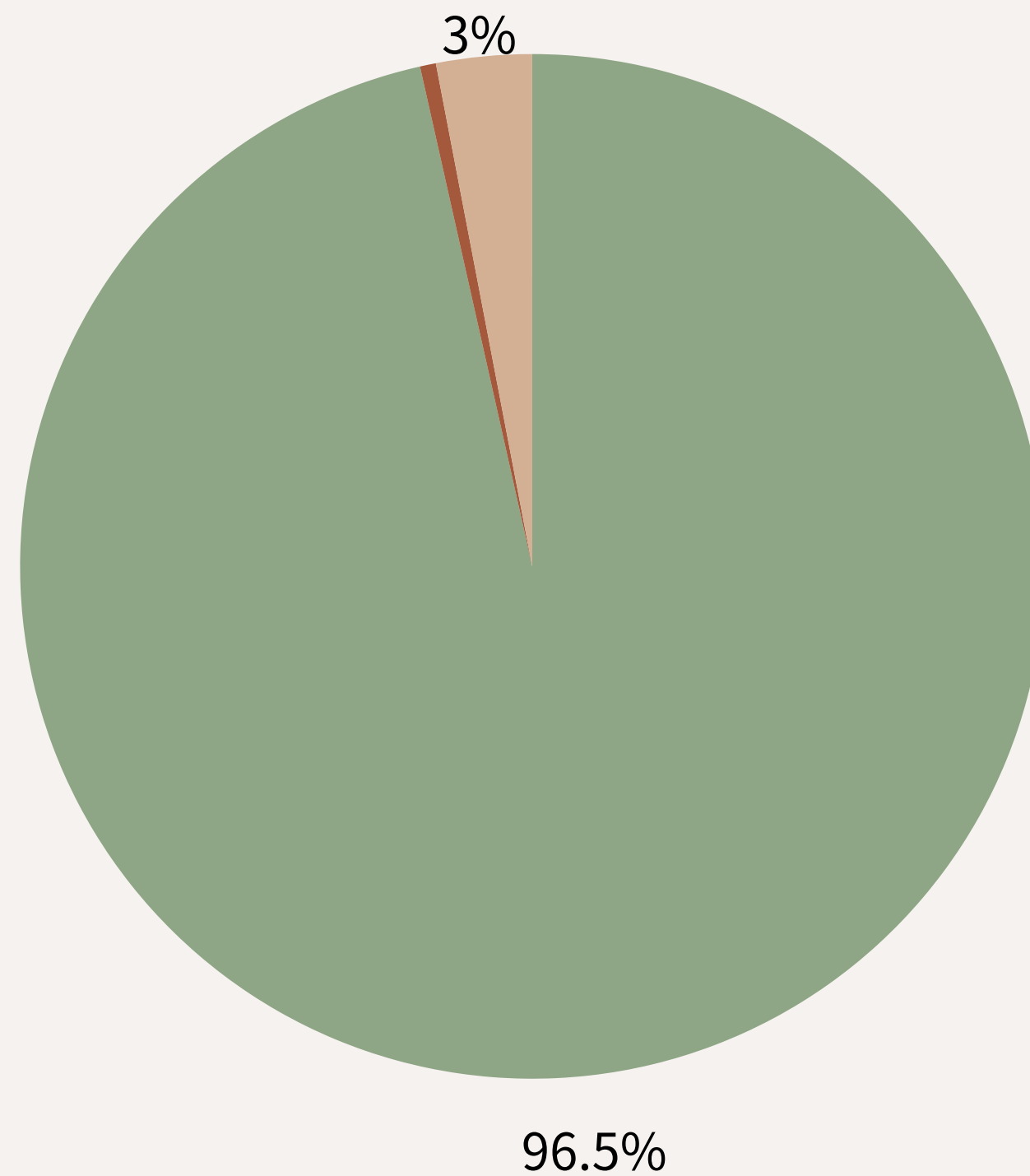
Źródło: opracowanie własne



# **ANALIZA I INTERPRETACJA BADAŃ**



Wykres 4. Czy przez ostatnie 12 miesięcy zauważył(a) Pan(i) wzrost cen dóbr i usług? (N=197)



**Legenda:**

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

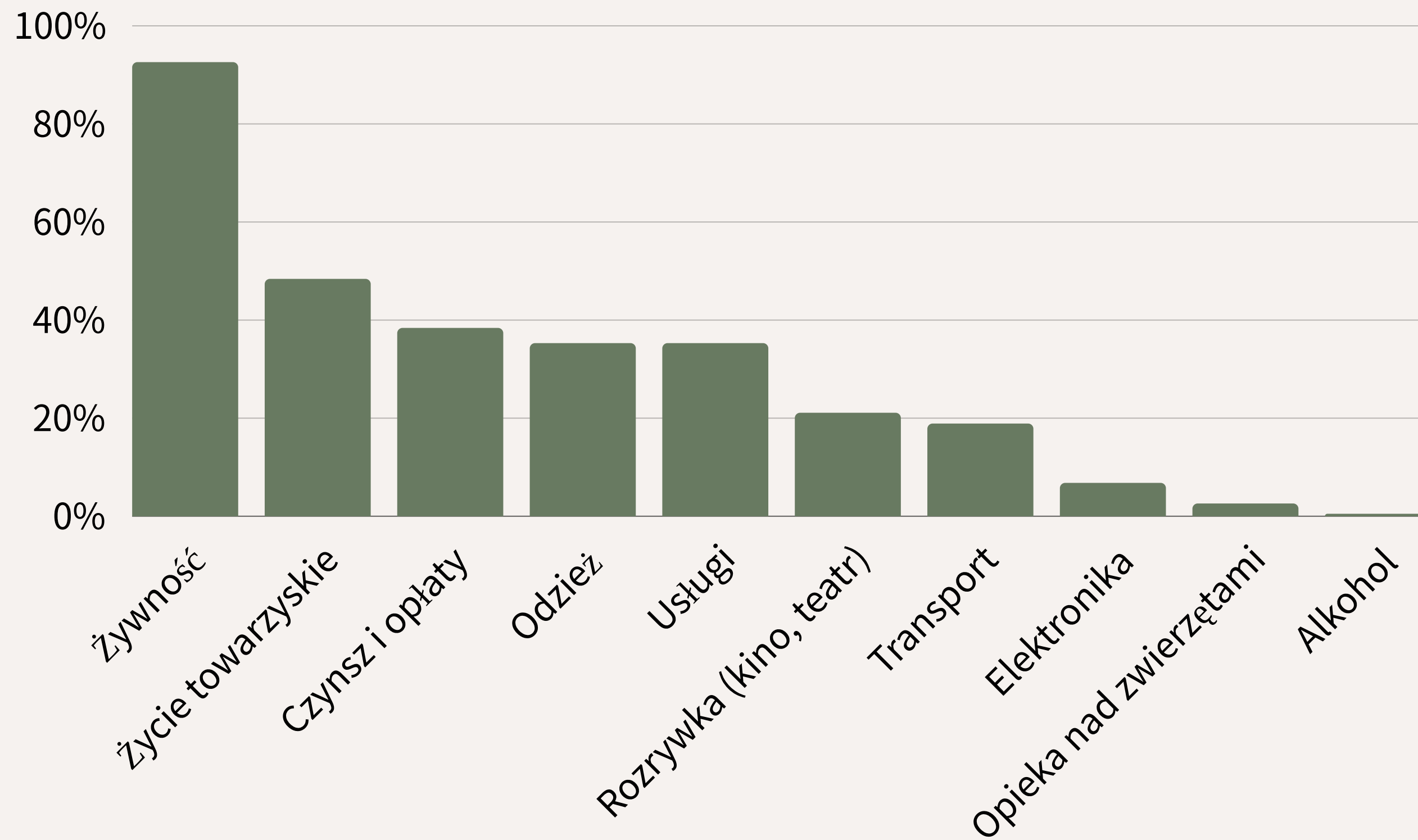
Źródło: opracowanie własne

Wykres 5. Wzrost cen jakich produktów i usług był dla Pana(i) najbardziej widoczny w ciągu ostatnich 12 miesięcy? (N=190)



Źródło: opracowanie własne

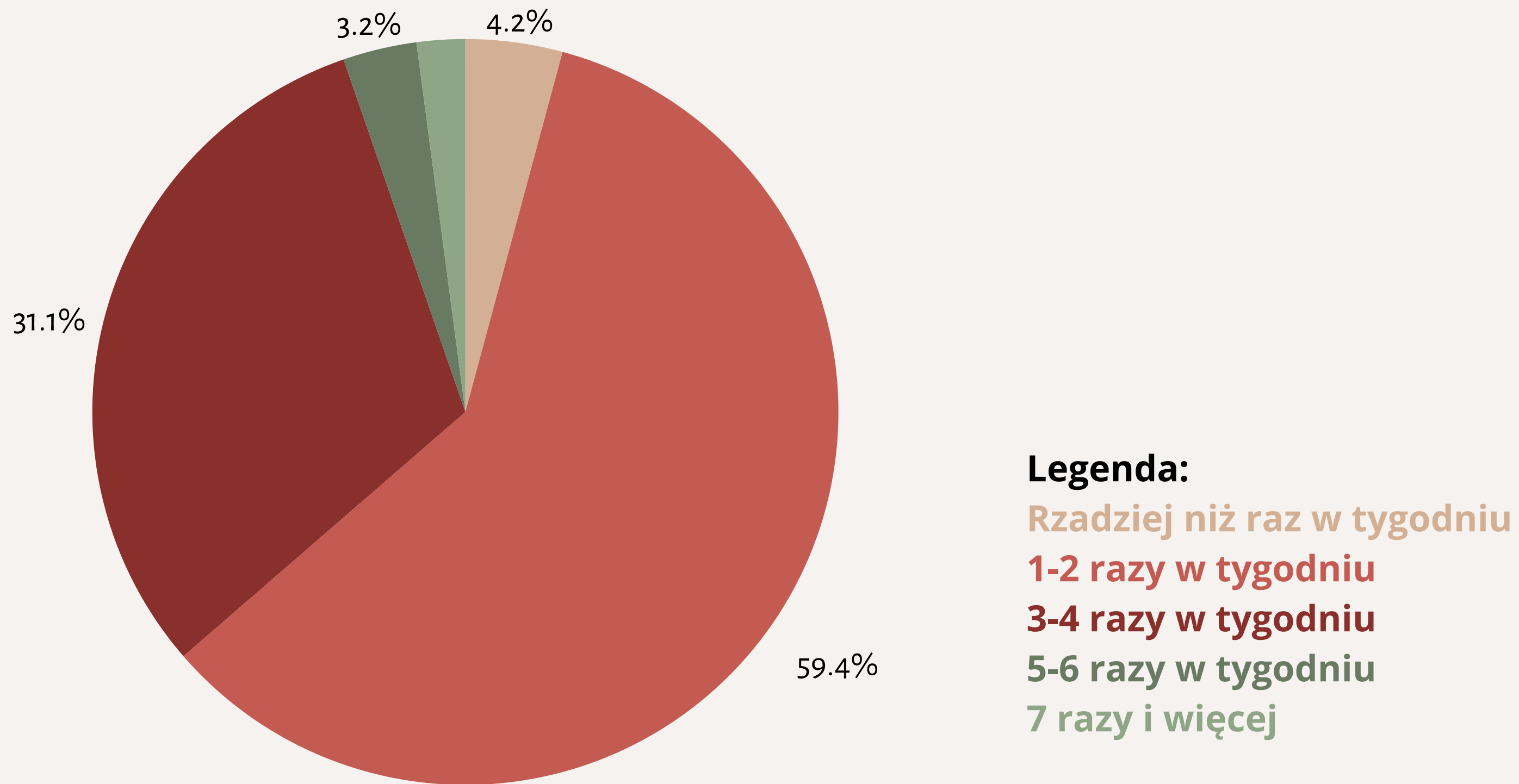
Wykres 6. Na jakie aspekty Pana(i) życia wzrost cen wpłynął najbardziej?  
Prosimy o zaznaczenie trzech odpowiedzi, które najbardziej Pan(i) odczuł(a).  
(N=190)



Źródło: opracowanie własne

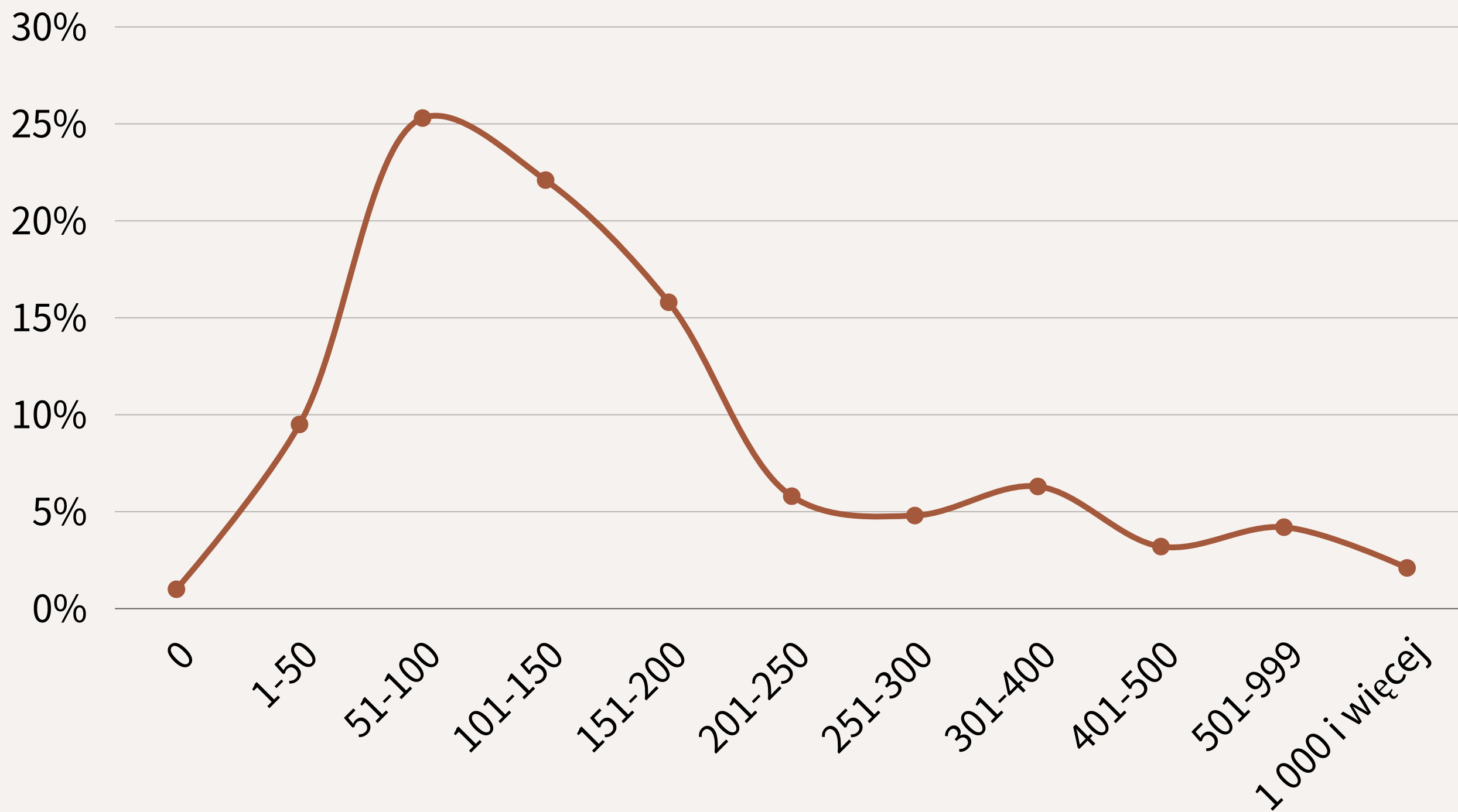


Wykres 7. Ile razy w tygodniu robi Pan(i) zakupy spożywcze? (N=190)



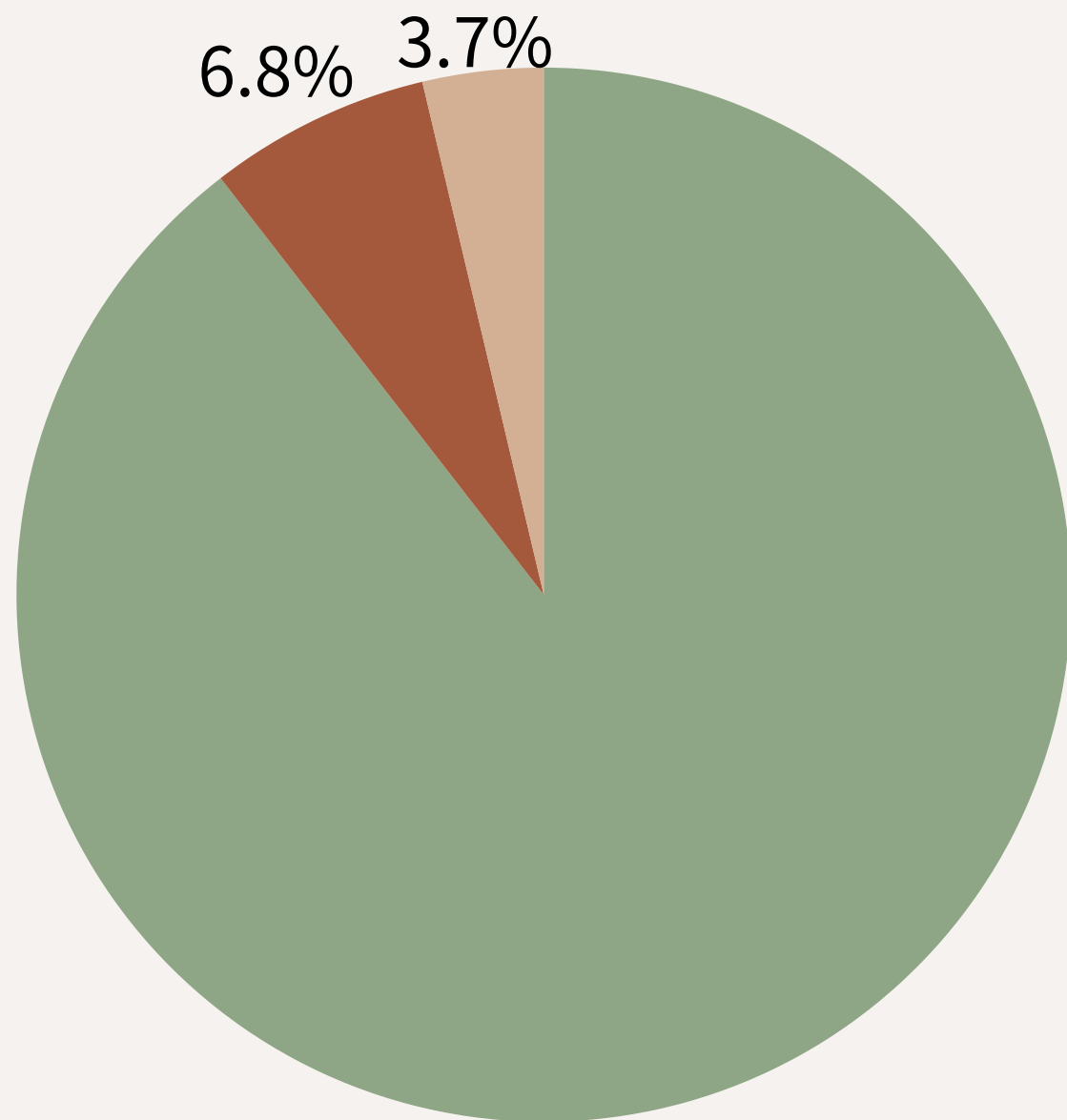
Źródło: opracowanie własne

Wykres 8. Ile średnio w tygodniu wydaje Pan(i) pieniędzy na zakupy spożywcze? (w złotych)? (N=190)



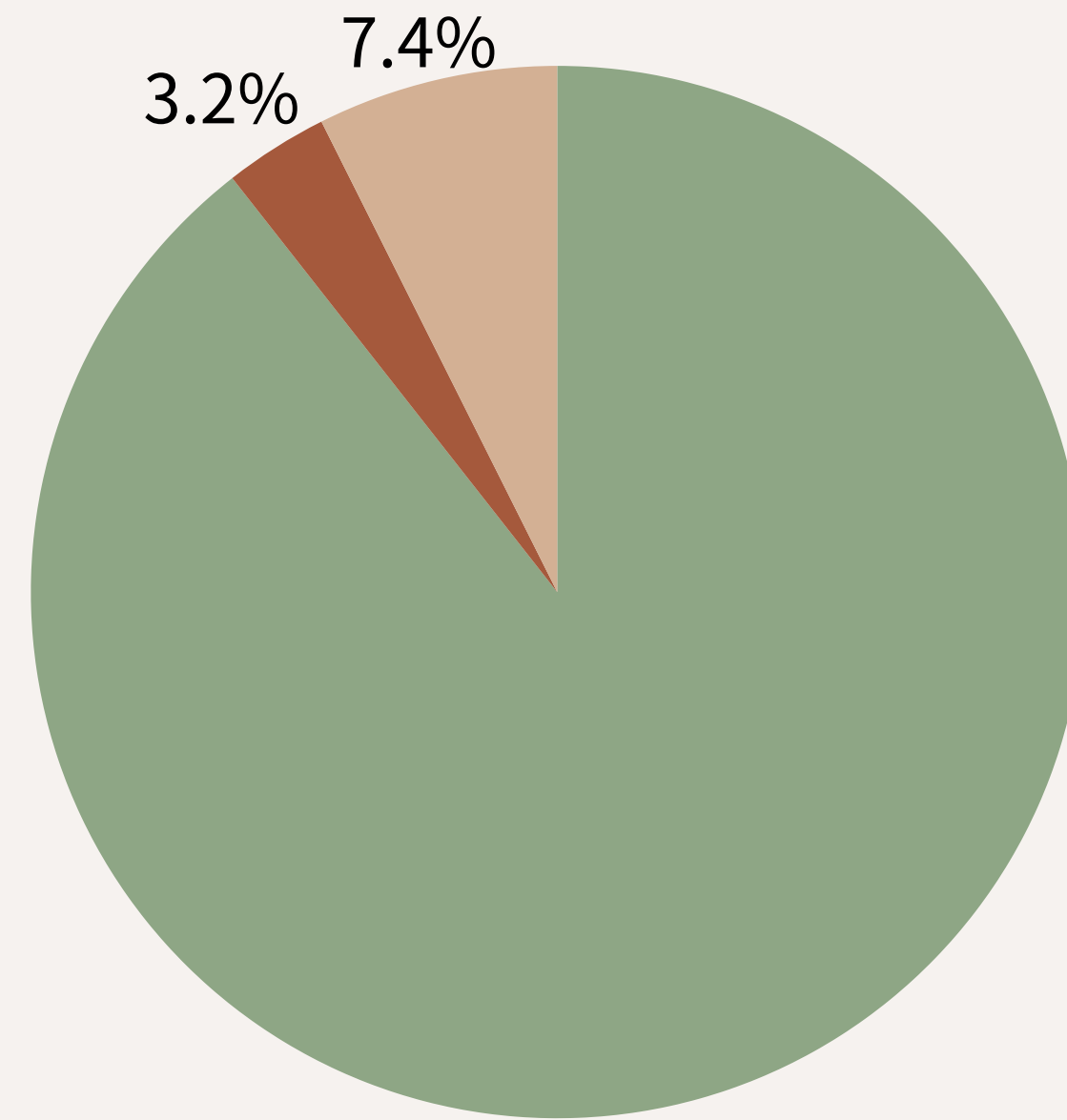
Źródło: opracowanie własne

Wykres 9. Czy zwraca Pan(i) uwagę na promocje w sklepach? (N=190)



Źródło: opracowanie własne

Wykres 10. Czy korzysta Pan(i) z promocji w sklepach? (N=190)



Źródło: opracowanie własne

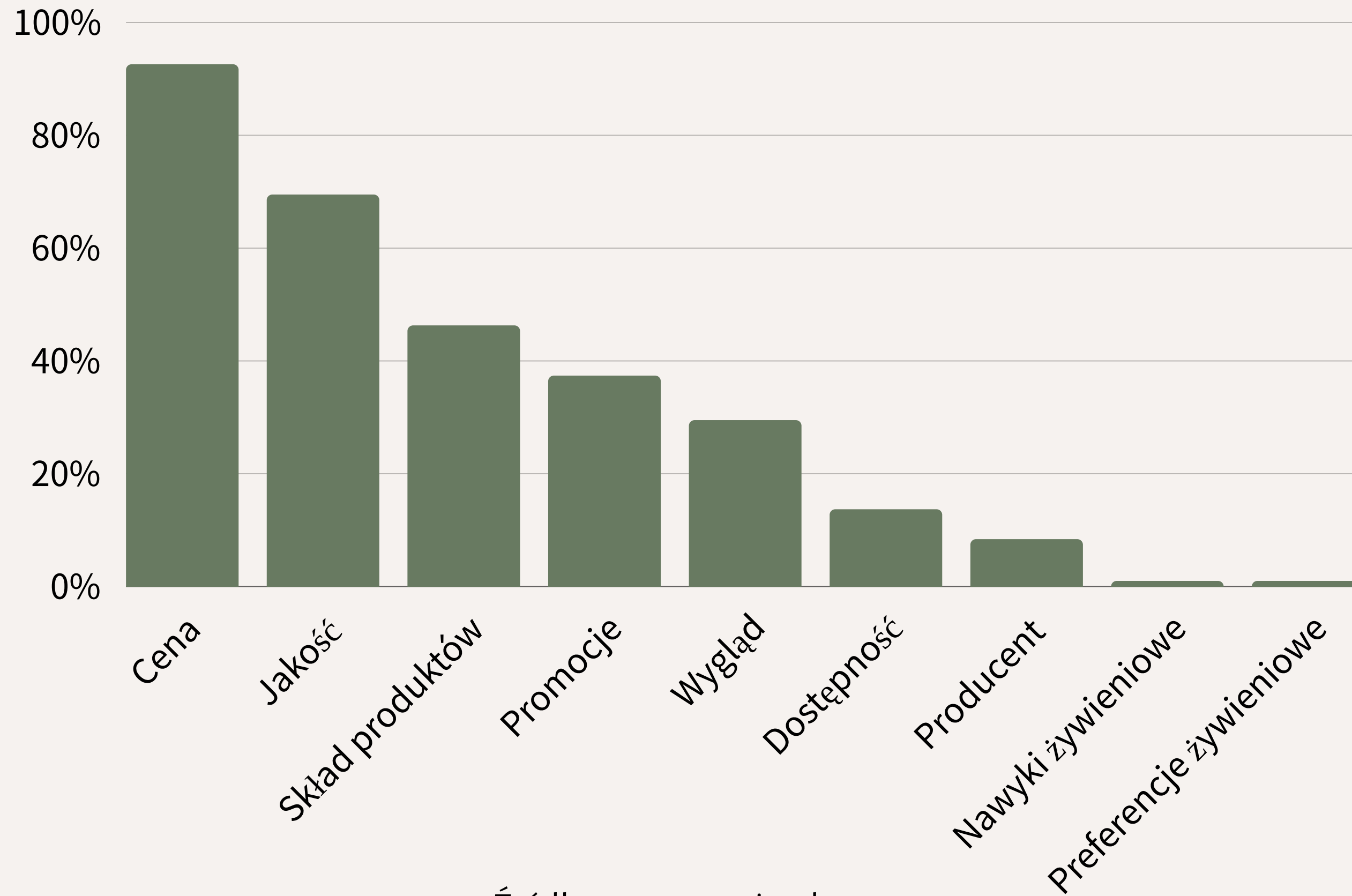
**Legenda:**

Tak

Nie

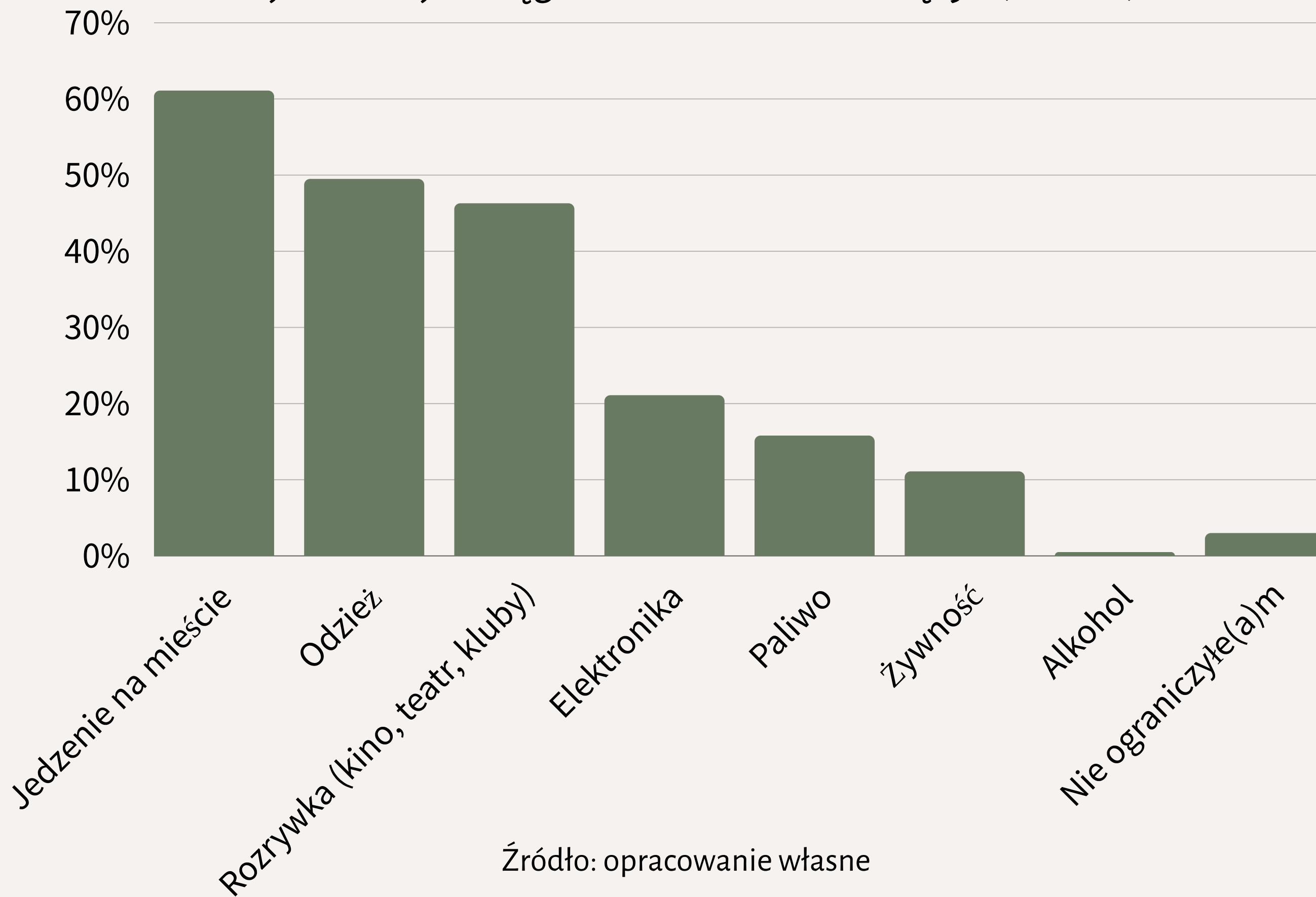
Trudno powiedzieć

Wykres 11. Co decyduje o wyborze produktu podczas zakupów?  
Prosimy zaznaczyć trzy odpowiedzi. (N=190)



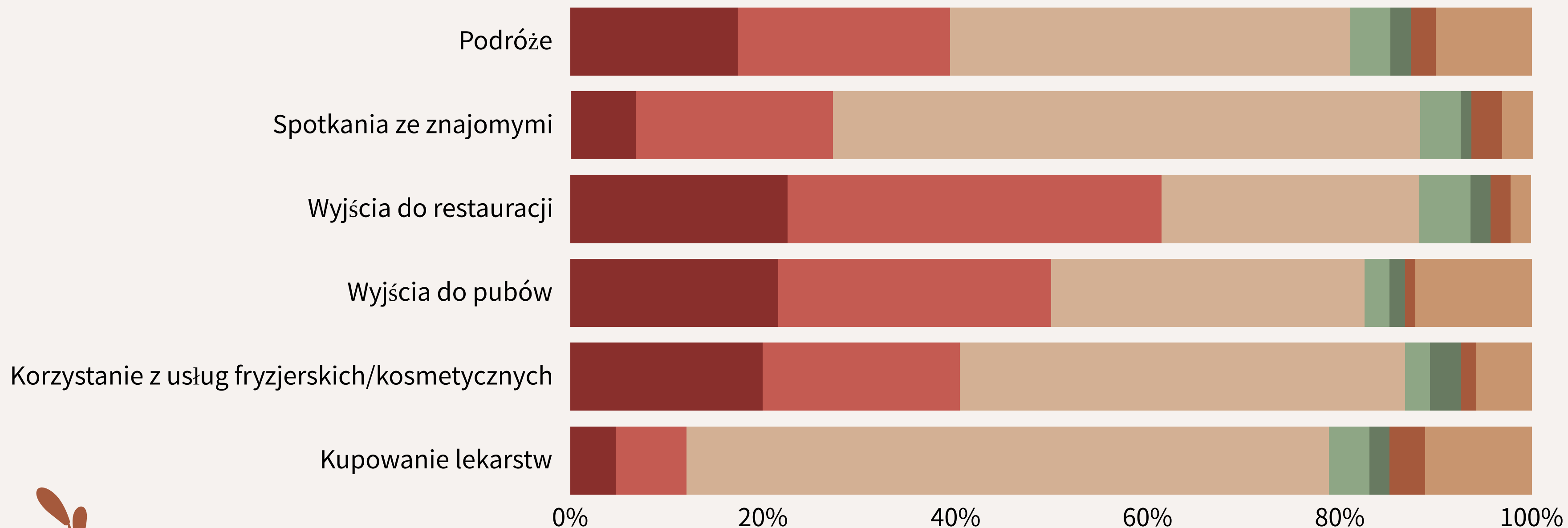
Źródło: opracowanie własne

Wykres 12. Zakup jakich towarów i usług ograniczył(a) Pan(i) najbardziej w ciągu ostatnich 12 miesięcy? (N=190)



Źródło: opracowanie własne

Wykres 13. Czy przez ostatnie 12 miesięcy z powodu wzrostu cen zmieniły(o) się Pana(i)...? (N=190)



Źródło: opracowanie własne

**Legenda:**

- Tak, zdecydowanie się ograniczyły(o)
- Tak, częściowo się ograniczyły(o)
- Nie, nic się nie zmieniło
- Tak, częściowo wzrosły(o)
- Tak, zdecydowanie wzrosły(o)
- Trudno powiedzieć
- Nie dotyczy

# PODSUMOWANIE



- ✿ Wyniki potwierdziły przypuszczenia badaczek, że największą różnicę cen ludzie zauważyli w cenach żywności;
- ✿ Respondenci zauważyli dużą różnicę w wyjściach do pubu, w przeciwieństwie do spotkań ze znajomymi;
- ✿ Duży procent osób, który zauważył zmiany w swoich podróżach;
- ✿ Odpowiedzi, na pytanie „Czy w dobie wzrostu cen zaczął(ęła) Pan(i) wybierać tańsze zamienniki kupowanych na co dzień produktów?“, które były dla badaczek największym zaskoczeniem.

# BIBLIOGRAFIA

- CBOS, Komunikat z badań, nr 138/2022, Jak Polacy radzą sobie z inflacją? [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K\\_138\\_22.PDF?fbclid=IwAR2N-ec\\_AOxvpj\\_AllhW-licFOIaDdSNfroZ6roQVw43XKzSqd7j-W8Huhc](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_138_22.PDF?fbclid=IwAR2N-ec_AOxvpj_AllhW-licFOIaDdSNfroZ6roQVw43XKzSqd7j-W8Huhc), [dostęp online: 26.10.2023].
- CBOS, Komunikat z badań, nr 61/2023, Polacy o inflacji. [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2023/K\\_061\\_23.PDF?fbclid=IwAR2nKmx3da9zNjojZCMHPwFKVXmA1tjbHwmTsqA6Sexfw3kCNFJJVjFtO5g](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2023/K_061_23.PDF?fbclid=IwAR2nKmx3da9zNjojZCMHPwFKVXmA1tjbHwmTsqA6Sexfw3kCNFJJVjFtO5g), [dostęp online: 26.10.2023].
- CBOS, Komunikat z badań, nr 63/2023 Postrzeganie inflacji. [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K\\_063\\_22.PDF?fbclid=IwAR2SXoEVBzLESO7UCETxBom5gCbstCgL\\_jjF\\_OKIwvBiTsF6RMpsS7ReSOY](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_063_22.PDF?fbclid=IwAR2SXoEVBzLESO7UCETxBom5gCbstCgL_jjF_OKIwvBiTsF6RMpsS7ReSOY), [dostęp online: 26.10.2023].
- Bojanowicz, R., Niemal wszyscy Polacy odczuwają skutki inflacji i wzrostu cen [BADANIE]. 21.03.2023, [https://forsal.pl/gospodarka/inflacja/artykuly/8685974,niemal-wszyscy-polacy-odczuwaja-skutki-inflacji-i-wzrostu-cen.html?fbclid=IwAR2VRKmx5-5aQxAlpFf6uoMWSd5hzmz5ziG6hATpKU1yTaC6P0zi\\_5kXj6a4](https://forsal.pl/gospodarka/inflacja/artykuly/8685974,niemal-wszyscy-polacy-odczuwaja-skutki-inflacji-i-wzrostu-cen.html?fbclid=IwAR2VRKmx5-5aQxAlpFf6uoMWSd5hzmz5ziG6hATpKU1yTaC6P0zi_5kXj6a4) [dostęp online: 26.10.2023].
- Machniewski, S., Jak zmieniają się nawyki zakupowe Polaków w obliczu rosnących cen? 29.08.2023, [https://www.money.pl/gospodarka/jak-zmieniaja-sie-nawyki-zakupowe-polakow-w-obliczu-rosnacych-cen-6935729162435552a.html?fbclid=IwAR3Fcw3o8lXqOIoUQwA1mT1VfRz54LJ5Z1hh\\_3zqK8\\_iQKjYBFe39z4XKk](https://www.money.pl/gospodarka/jak-zmieniaja-sie-nawyki-zakupowe-polakow-w-obliczu-rosnacych-cen-6935729162435552a.html?fbclid=IwAR3Fcw3o8lXqOIoUQwA1mT1VfRz54LJ5Z1hh_3zqK8_iQKjYBFe39z4XKk) [dostęp online: 26.10.2023].
- Babbie, E., 2005. Badania społeczne w praktyce. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Świetlik, K., Konsumpcja żywności w Polsce w minionej dekadzie. Uwarunkowania i tendencje, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB, Warszawa 2015, s. 347-363.
- Borowska, A., Mikuła, A., Raczkowska, M., Utzig, M., i inne, Konsumpcja dóbr i usług w gospodarstwach domowych w Polsce, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2020, s. 60-101.
- Kramer, J., Konsumpcja – ewolucja ról i znaczeń, Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2011, s. 5-15.
- Śleszyńska-Świdorska, A. Skłonności konsumpcyjne Polaków w warunkach kryzysu gospodarczego, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, 2013, s. 559-576
- Kępka, A., Pająk, N., Wpływ wojny w Ukrainie na wysokość inflacji w Polsce, Studia Ekonomiczne i Prawne 4/2022 Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Technologiczno-Humanistycznego im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu s. 59-72.
- Barszcz, K., Inflacja w Polsce i jej wpływ na gospodarstwa domowe w latach 2021 – 2022, Zespół Szkół Ekonomicznych w Radomiu, [https://wyzwaniaekonomii.uniwersytetradom.pl/wp-content/uploads/sites/61/2023/02/Barszcz\\_artykul.pdf?fbclid=IwAR1ibLJaacZXjfn3OmO3D5eDr\]29KJVpNe9pf6LKXqYo6sOfwP2Cj7Pswc](https://wyzwaniaekonomii.uniwersytetradom.pl/wp-content/uploads/sites/61/2023/02/Barszcz_artykul.pdf?fbclid=IwAR1ibLJaacZXjfn3OmO3D5eDr]29KJVpNe9pf6LKXqYo6sOfwP2Cj7Pswc), [dostęp online: 26.10.2023].
- Stalończyk, I., Staworko, M., i inne, Sytuacja finansowa studentów Politechniki Białostockiej w czasie pandemii i obecnie, Akademia Zarządzania, Białystok 2022, <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/21712/2.2.%20I.%20Stalończyk%2c%20M.%20Staworko%2c%20K.%20Wołosiewicz%2c%20M.%20Wąsowska%2c%20Sytuacja%20finansowa%20studentów%20Politechniki%20Białostockiej%20w%20czasie....pdf?sequence=1&isAllowed=y>, [dostęp online: 26.10.2023].
- Siuda, P., Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja, [w:] Metody badań online, Tenże (red.) Wydawnictwo Naukowe “Katedra”, Gdańsk 2026, s. 28-81 [https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/10433/Piotr\\_Siuda\\_Ankieta\\_internetowa\\_zalety\\_i\\_wady\\_rekapitulacja.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/10433/Piotr_Siuda_Ankieta_internetowa_zalety_i_wady_rekapitulacja.pdf?sequence=1&isAllowed=y), [dostęp online: 07.01.2024]
- Malinowski, S., Ku nowoczesności - CAWI jako metoda badawcza w naukach obronności wybrane zagadnienia, Akademia Obrony Narodowej, 2012