



CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

SEKRETARIAT
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24
00 - 503 W A R S Z A W A
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/151/2002

ZACHOWANIA KONSUMENCKIE - GDZIE ROBIMY ZAKUPY

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, WRZESIEŃ 2002

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA

- Tak jak przed pięcioma laty Polacy deklarują, że artykuły spożywcze najczęściej kupują w małym sklepie, gdzie towar podaje sprzedawca (62%). Jednocześnie ponad dwukrotnie wzrosła (do 37%) liczba osób, które kupują takie produkty najczęściej w dużym supermarkecie. Zwiększył się też (z 26% do 35%) odsetek respondentów zaopatrujących się w żywność głównie w małym lub średnim sklepie samoobsługowym. Natomiast w porównaniu z rokiem 1997 zmalała liczba osób najczęściej kupujących artykuły spożywcze na bazarach, targowiskach (z 27% do 14%) i w hurtowniach (z 11% do 4%).
- Wyraźniejsze zmiany zachowań konsumenckich dotyczą miejsc zakupu środków czystości. Polacy nadal najczęściej kupują je w małych sklepach, ale czyni tak mniej osób niż pięć lat temu (spadek z 55% do 44%). Równocześnie zdecydowanie wzrosła liczba osób najczęściej kupujących środki czystości w dużych supermarketach (z 15% do 38%) i w sklepach samoobsługowych (z 21% do 30%). Zmalało natomiast znaczenie takich miejsc najczęstszych zakupów środków czystości, jak bazy i targowiska (z 26% do 11%) oraz sklepy sprzedaży hurtowej (z 15% do 9%).
- Podobnie jak w 1997 roku odzież, bieliznę, kosmetyki i inne drobiazgi Polacy kupują przede wszystkim w małych sklepach (37%), na drugiej pozycji lokują się bazy i targowiska (33%), a na trzeciej - sklepy samoobsługowe (22%). Jednocześnie znacznie wzrósł (z 13% do 22%) odsetek osób wskazujących na supermarkety jako miejsce najczęstszych zakupów odzieży, bielizny i kosmetyków. Tego rodzaju artykuły 13% badanych najczęściej kupuje w sklepach określonej firmy, patronackich, a 4% - w hurtowniach.
- Większość ankietowanych (68%) korzysta z promocji, przecen i wyprzedaży, a prawie połowa (45%) z oferty sprzedawców ulicznych. Jedna trzecia badanych (32%) zaopatruje się w sklepach z używaną odzieżą. Relatywnie mało osób korzysta z różnych form sprzedaży wysyłkowej (13%) oraz z oferty domokrajców lub akwizytorów (6%).
- Pewien odsetek respondentów (od 7% do 12%) w ogóle nie robi zakupów albo nie kupuje produktów określonego rodzaju.

Z sierpniowego badania CBOS wynika¹, że - podobnie jak przed pięcioma laty² - artykuły spożywcze kupujemy przede wszystkim w małych sklepach, w których towar podaje sprzedawca. Rozwój w ostatnich kilku latach sieci dużych centrów handlowych nie miał istotnego wpływu na częstość zakupów żywności w takich sklepach. Nadal ponad trzy piąte ankietowanych (62%) deklaruje, że najczęściej korzysta ze spożywczej oferty małych sklepów. Decydujące jest tu zapewne ich usytuowanie - najdogodniejsze dla klientów - w pobliżu domu lub miejsca pracy, a także kupowanie wielu artykułów w niewielkich ilościach, do spożycia bezpośrednio po zakupie. Nie bez znaczenia jest również duża liczba takich placówek handlowych w naszym kraju oraz fakt, że mieszkańcy małych miast i wsi mają ograniczone inne możliwości robienia zakupów.

Można jednak przypuszczać, iż niektóre artykuły żywnościowe kupujemy obecnie raczej w większych sklepach i supermarketach niż w małych sklepach oraz że korzystamy z oferty zarówno jednych, jak i drugich placówek. Wprawdzie od 1997 roku nie zmienił się znacząco odsetek badanych, którzy najczęściej kupują żywność w małych sklepach, ale ponad dwukrotnie wzrosła (z 17% do 37%) liczba osób dokonujących tego rodzaju zakupów przede wszystkim w supermarketach.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (147) przeprowadzono w dniach 2-5 sierpnia 2002 roku na 967-osobowej reprezentatywnej próbie losowo-adresowej dorosłych mieszkańców Polski.

² Zob. W. Derczyński, *Postawy i zachowania konsumenckie*, w: *Wartości, praca, zakupy...O stylach życia Polaków* (red. M. Falkowska), Warszawa 1997, s. 235.

W stosunku do 1997 roku znacznie (o 9 punktów) wzrósł również odsetek Polaków kupujących żywność głównie w niedużych i średniej wielkości sklepach samoobsługowych - obecnie ponad jedna trzecia ankietowanych (35%) deklaruje, że tam najczęściej kupuje artykuły spożywcze, co zapewne wiąże się z rozwojem ogólnokrajowych sieci tych placówek i ich dobrym zaopatrzeniem.

Wyraźnie spadło zainteresowanie zakupami żywności na bazarach i targowiskach - od 1997 roku zmalał (z 27% do 14%) odsetek osób, które najczęściej tam zaopatrują się w artykuły spożywcze. Bazary i targowiska odgrywają dziś w handlu żywnością znacznie mniejszą rolę niż dawniej, kiedy konkurowały ze sklepami samoobsługowymi i wyprzedzały supermarkety. Jeszcze wyraźniej zmalał (z 11% do 4%) odsetek badanych najczęściej kupujących żywność w hurtowniach lub sklepach, w których sprzedawane są tylko hurtowe ilości towarów. Przepuszczalnie wynika to ze skutecznej konkurencji coraz większej liczby dużych centrów handlowych. Nie zmieniła się natomiast marginesowa, jeśli chodzi o zakupy żywności, rola sklepów patronackich (relatywnie nielicznych).

Tabela 1

W jakim sklepie najczęściej kupuje Pan(i) artykuły spożywcze, środki czystości oraz odzież, bieliznę, kosmetyki i inne drobiazgi?	Artykuły spożywcze		Środki czystości		Odzież, bielizna, kosmetyki, inne drobiazgi	
	1997	2002	1997	2002	1997	2002
	w procentach					
W małym sklepie, gdzie towar podaje ekspedient (lub kiosku)	64	62	55	44	40	37
Na bazarze, targowisku, na straganach	27	14	26	11	32	33
W małym lub średnim sklepie samoobsługowym (do 3 kas)	26	35	21	30	19	22
W dużym supermarkecie, supersamie	17	37	15	38	13	22
W hurtowni lub sklepie, gdzie sprzedawane są tylko hurtowe ilości	11	4	15	9	7	4
W sklepie określonej firmy, patronackim	2	2	3	2	15	13
W innym sklepie	1	0	2	2	3	3
Trudno powiedzieć	2	1	2	1	5	3
Nie robię tego typu zakupów	12	9	14	12	16	12

Uwaga! Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wskazać dwie możliwości.

Głównym źródłem zaopatrzenia w środki czystości nadal pozostają małe sklepy, choć w porównaniu z rokiem 1997 znacznie zmalała (z 55% do 44%) liczba osób, które przede wszystkim tam kupują te artykuły. Pod tym względem z małymi sklepami skutecznie konkurują supermarkety (38% wskazań, wzrost o 23 punkty), mające bogatszą ofertę i niższe ceny, a także sklepy samoobsługowe (30%, wzrost o 9 punktów).

Bazary i targowiska, które pięć lat temu były drugim z kolei miejscem najczęstszych zakupów środków czystości, mają obecnie mniejsze znaczenie (spadek wskazań z 26% do 11%). Sklepy dyskontowe czy hurtownie, dorównujące uprzednio supermarketom, także straciły na znaczeniu - z 15% do 9% zmalał odsetek ankietowanych najczęściej kupujących w nich środki czystości.

Od roku 1997 najmniej zmieniły się zachowania konsumenckie dotyczące miejsc najczęstszych zakupów odzieży, bielizny, kosmetyków i innych drobiazgów. Dominują małe sklepy (37% wskazań) oraz bazary, targowiska czy stragany (33%). Nieco ponad jedna piąta ankietowanych (22%, wzrost o 3 punkty) kupuje te artykuły przede wszystkim w sklepach samoobsługowych (małych lub średniej wielkości). Jednak w ciągu ostatnich pięciu lat wzrósł (z 13% do 22%) odsetek osób najczęściej dokonujących takich zakupów w supermarketach czy supersamach. Podobnie jak w przypadku artykułów spożywczych i środków czystości, mniej respondentów wskazuje na sklepy sprzedające ilości hurtowe jako miejsce najczęstszych zakupów odzieży, bielizny, kosmetyków i innych drobiazgów. W zasadzie nie zmienił się odsetek badanych kupujących odzież czy kosmetyki głównie w sklepach firmowych, patronackich (13%). Warto jednak zwrócić uwagę, że obecnie więcej jest osób zaopatrujących się w te artykuły przede wszystkim w supermarketach niż w sklepach firmowych.

Należy podkreślić, że z analizy danych wynika, iż robiąc zakupy w określonym miejscu najczęściej kupujemy tam zazwyczaj nie tylko artykuły spożywcze, ale i środki czystości. Zależność odwrotna także występuje, ale z ograniczeniem do trzech miejsc zakupów: małych sklepów, sklepów samoobsługowych i supermarketów. Jeśli natomiast na przykład najczęściej zaopatrujemy się w środki czystości w ilościach hurtowych, żywność kupujemy głównie w małym sklepie bądź supermarkecie, rzadziej w sklepie, gdzie sprzedawane są hurtowe ilości towarów.

W przypadku zakupów odzieży czy kosmetyków także występuje tego rodzaju tendencja (uwarunkowana przecież po części dostępnością różnych miejsc sprzedaży dla danego klienta), ale jest słabsza - w zakupach żywności bowiem największą rolę odgrywają małe sklepy. Jeśli więc ktoś kupuje odzież czy kosmetyki przede wszystkim na targowiskach i bazarach, w żywność najczęściej zaopatruje się nie tylko tam, ale i w małych sklepach.

Powiązanie zakupów odzieży, bielizny i kosmetyków z jednej strony oraz środków czystości z drugiej ma podobny charakter do powiązania miejsc zakupu żywności oraz odzieży i kosmetyków - miejsce najczęstszych zakupów jednego rodzaju artykułów jest też najczęściej miejscem zakupów innych towarów w przypadku małych sklepów, sklepów samoobsługowych, supermarketów i hurtowni.

Zakupy we wszystkich wymienionych miejscach częściej, oczywiście, robią kobiety niż mężczyźni. Odsetek osób, które deklarują, że nie robią zakupów danego rodzaju artykułów, jest kilkakrotnie większy wśród mężczyzn niż kobiet (zob. tabele aneksowe). Warto jednak zauważyć, że odsetki mężczyzn nierobiących zakupów są nieco niższe niż przed pięcioma laty³.

Inne obserwowane różnice dotyczące miejsc zakupów wynikają głównie z geografii sieci różnego typu placówek handlowych, np. mieszkańcy wsi i małych miast znacznie częściej niż pozostali deklarują, że żywność i środki czystości kupują przede wszystkim w małych sklepach. Podobnie jest z powiązaniem deklaracji dotyczących miejsc najczęstszych zakupów określonych artykułów z poziomem wykształcenia czy sytuacją finansową respondentów - u podłoża leży na ogół odmienny pod tymi względami skład społeczny różnego typu miejscowości, różniących się także rodzajami dostępnych placówek handlowych.

Trzeba pamiętać, że wymienione wyżej typy placówek handlowych nie są jedynymi miejscami, gdzie robimy zakupy - wiele osób korzysta z oferty sklepów z tanią, używaną odzieżą, kupuje od akwizytorów czy ulicznych sprzedawców albo zamawia określone towary korzystając z katalogów firm wysyłkowych.

³ Zob. W. Derczyński, *Postawy i zachowania konsumenckie*, wyd. cyt., s. 235.

Odrębną sprawą jest system promocji, wyprzedaży i przecen - korzystanie z takiej oferty stało się w naszym kraju popularne wraz z rozwojem rynku.

Ankietowanych zapytaliśmy więc dodatkowo, jak często nabywają towary po obniżonej cenie - specjalnie szukając promocji, przecen, wyprzedaży, kupują w sklepach z tanią, używaną odzieżą, a także u domokrażców, sprzedawców ulicznych czy w firmach wysyłkowych.

Ponad dwie trzecie badanych (68%) deklaruje, że robiąc zakupy wykorzystuje promocje, przeceny lub wyprzedaże, a jedna czwarta (25%) twierdzi, iż w ogóle z nich nie korzysta. Częściej niż inni korzystają z promocji i wyprzedaży, a więc można przypuszczać, że szukają takich okazji, mieszkańcy miast małych i średniej wielkości, osoby z wykształceniem średnim i zasadniczym zawodowym oraz niepracujące zawodowo gospodynie domowe. Natomiast najwięcej osób, które z takich okazji nigdy nie korzystają, jest wśród rolników, ludzi z wykształceniem podstawowym i osób starszych (w wieku 55 lat i więcej), emerytów i rencistów (zob. tabele aneksowe).

Dość dużą popularnością cieszą się także sprzedawcy uliczni, wygodnie bowiem jest kupić po drodze coś potrzebnego, niż szukać w sklepach. Z oferty ulicznych sprzedawców korzysta nieco więcej niż dwie piąte ankietowanych (45%), z tym że ponad połowa z nich czyni to niezbyt często. Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni kupują u sprzedawców ulicznych, natomiast z takiej oferty wyraźnie rzadziej niż inni korzystają osoby starsze, emeryci i renciści, a także badani z wyższym wykształceniem, znajdujący się w dobrej sytuacji materialnej.

Tabela 2

Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i):	Dość często	Czasami	Niezbyt często	Nigdy	Trudno powiedzieć	Nie dotyczy (nie robi zakupów)
	w procentach					
- towar po obniżonej cenie, specjalnie szukając promocji, przecen, wyprzedaży	12	33	23	25	0	7
- u ulicznych sprzedawców	4	16	25	48	0	8
- w sklepach z tanią, używaną odzieżą	6	15	11	61	0	8
- z katalogów różnych firm sprzedaży wysyłkowej	2	5	6	79	0	7
- u domokrażców, akwizytorów, którzy przychodzą do domu lub miejsca pracy	0	2	4	86	0	7

Blisko jedna trzecia badanych (32%) deklaruje, że korzysta z oferty sklepów z używaną odzieżą (w tym 21% dość często i czasami). Odsetek ten, jak się wydaje, jest relatywnie wysoki i może świadczyć o celowym poszukiwaniu okazji taniego zakupu potrzebnej odzieży. Kupowanie używanej odzieży wyraźnie powiązane jest przede wszystkim ze złą sytuacją materialną ankietowanych (zob. tabele aneksowe).

Korzystanie z oferty różnych firm prowadzących sprzedaż wysyłkową (13%) oraz kupowanie u domokrażców czy akwizytorów (6%) jest względnie rzadkie. Tego rodzaju oferta zapewne nie dociera do wielu potencjalnych klientów, a ponadto istotny może być rodzaj oferowanych w ten sposób towarów czy też brak możliwości ich bezpośredniego obejrzenia w przypadku sprzedaży wysyłkowej i konieczność korespondencji z firmą.

Kupowanie za pośrednictwem katalogów firm wysyłkowych jest częstsze wśród osób młodych, respondentów z wykształceniem średnim i zasadniczym zawodowym, pracowników fizyczno-umysłowych, uczniów i studentów, gospodyń domowych i bezrobotnych. Ponadto im większe jest miejsce zamieszkania badanych, tym wyższy ich odsetek często korzysta z tej formy zakupów. U domokrażców rzadziej niż inni zaopatrują się badani z wyższym wykształceniem, mieszkańcy wielkich aglomeracji miejskich, przedstawiciele kadry kierowniczej i inteligencji oraz niepracujące gospodynie domowe, którym łatwiej jest robić zakupy w tradycyjny sposób.

Poszukiwanie możliwości zakupu czegoś po niższej cenie (wyprzedaże, promocje) jest wyraźnie powiązane z częstszym korzystaniem z oferty sklepów z używaną odzieżą⁴ oraz, nieco słabiej, z kupowaniem towarów u ulicznych sprzedawców. Dodajmy, że praktykowanie różnych form zakupów zwykle jest do pewnego stopnia powiązane, jedynie korzystanie z katalogów różnych firm sprzedaży wysyłkowej oraz zakupy w sklepach z tanią, używaną odzieżą raczej nie idą ze sobą w parze.

⁴ Współczynnik korelacji Tau b Kendalla =0,244



Jak wynika z deklaracji ankietowanych, w ostatnich pięciu latach zaszły znaczne zmiany w geografii podstawowych zakupów, ale mimo wzrostu znaczenia supermarketów i mniejszych sklepów samoobsługowych miejscem najczęstszych zakupów nadal pozostają małe sklepy. Zmalały odsetki osób wskazujących na targowiska, bazary i stragany oraz sklepy, w których sprzedawane są tylko hurtowe ilości towarów.

Opracował

Włodzimierz DERCZYŃSKI

A N E K S

Tabela 1. W jakim sklepie najczęściej kupuje Pan(i) **artykuły spożywcze**? 1 - W małym sklepie, gdzie towar podaje ekspedient (lub kiosku); 2 - W małym lub średnim sklepie samoobsługowym (do 3 kas); 3 - W dużym supermarkecie, supersamie; 4 - W hurtowni lub sklepie, gdzie sprzedawane są tylko hurtowe ilości; 5 - W sklepie określonej firmy, patronackim; 6 - Na bazarze, targowisku, na straganach; 7 - W innym sklepie; 8 - Trudno powiedzieć, różnie bywa; 9 - Nie robię tego typu zakupów (%)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Liczba osób
Ogółem	62	35	37	4	2	14	0	1	9	967
Płeć										
Mężczyźni	55	35	32	4	2	11	1	1	16	462
Kobiety	68	34	42	4	2	16	0	0	4	505
Wiek										
18-24 lat	51	43	49	4	4	7	0	0	12	149
25-34	63	38	45	5	2	9	2	1	5	174
35-44	65	40	38	6	2	13	0	1	4	166
45-54	63	35	38	3	2	17	0	0	8	216
55-64	69	26	29	7	1	19	0	1	10	107
65 lat i więcej	60	22	20	1	3	17	0	2	18	155
Miejsce zamieszkania										
Wieś	74	27	24	7	1	9	1	1	11	355
Miasto do 20 tys.	63	47	33	2	1	8	0	1	9	119
20-100 tys.	54	35	42	2	4	19	0	0	10	195
101-500 tys.	55	27	55	2	4	17	0	0	11	187
501 tys. i więcej mieszk.	46	57	44	0	2	21	0	0	2	111
Wykształcenie										
Podstawowe	68	27	25	3	1	14	1	0	14	243
Zasadnicze zawodowe	60	28	34	6	3	15	0	0	13	266
Średnie	61	42	41	4	3	13	0	1	6	360
Wyższe	50	43	61	1	2	13	0	1	1	99
Grupa społ.-zaw. pracujący										
Kadra kier., inteligencja	44	47	67	0	2	10	0	0	0	53
Prac. umysł. niż. szczebla	61	44	49	6	3	12	0	1	3	84
Pracownicy fiz.- umysł.	54	25	46	5	3	17	2	1	12	79
Robotnicy wykwalifikowani	61	45	33	2	4	12	0	0	9	82
Robotnicy niewykwalifik.	62	27	31	1	2	10	0	0	21	50
Rolnicy	75	38	21	9	3	10	3	3	7	56
Pracujący na własny rach.	66	52	35	3	5	10	0	1	4	43
Bierni zawodowo										
Renciści	62	26	26	8	0	18	0	0	18	106
Emeryci	65	23	26	1	3	20	0	1	12	171
Uczniowie i studenci	48	48	51	10	4	4	0	0	6	56
Bezrobotni	65	31	40	4	1	12	0	0	9	134
Gospodynie domowe i inni	69	43	41	1	0	16	0	0	0	54
Pracuje w:										
inst. państw., publicznej	54	41	46	4	3	13	1	0	6	130
spółce właścicieli										
prywatnych i państwa	46	35	64	3	3	16	0	1	4	74
sekt. pryw. poza rolnict.	63	45	34	4	2	8	0	1	12	176
prywatnym gosp. rolnym	77	32	23	11	3	11	3	3	6	65
Dochody na jedną osobę										
Do 299 zł	62	34	35	9	2	15	2	0	7	104
300-399	70	34	39	6	0	7	2	0	6	68
400-599	68	32	32	1	3	10	0	1	12	169
600-800	61	38	45	3	1	14	0	0	4	154
Powyżej 800 zł	54	44	43	2	4	21	0	1	2	135
Ocena własnych war. mater.										
Źłe	64	27	32	5	2	15	0	0	12	309
Średnie	65	37	35	4	2	13	0	1	9	448
Dobre	51	39	51	3	3	14	1	1	6	210
Udział w prakt. religijnych										
Kilka razy w tygodniu	72	21	45	2	1	18	0	0	3	51
Raz w tygodniu	64	36	33	2	2	14	1	1	8	517
1-2 razy w miesiącu	65	28	46	2	3	11	0	0	8	122
Kilka razy w roku	54	37	35	2	4	14	0	1	17	178
W ogóle nie uczestniczy	55	38	45	2	0	15	0	0	10	96
Poglądy polityczne										
Lewica	64	34	43	0	2	11	1	1	8	244
Centrum	61	36	36	8	2	18	1	1	6	247
Prawica	61	37	41	3	4	15	0	1	6	191
Trudno powiedzieć	60	32	30	5	1	12	0	0	16	285

Tabela 2. W jakim sklepie najczęściej kupuje Pan(i) **środki czystości**? 1 - W małym sklepie, gdzie towar podaje ekspedient (lub kiosku); 2 - W małym lub średnim sklepie samoobsługowym (do 3 kas); 3 - W dużym supermarkecie, supersamie; 4 - W hurtowni lub sklepie, gdzie sprzedawane są tylko hurtowe ilości; 5 - W sklepie określonej firmy, patronackim; 6 - Na bazarze, targowisku, na straganach; 7 - W innym sklepie; 8 - Trudno powiedzieć, różnie bywa; 9 - Nie robię tego typu zakupów

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Liczba osób
Ogółem	44	30	38	9	2	11	2	1	12	967
Płeć										
Mężczyźni	38	29	32	7	2	10	2	1	21	462
Kobiety	51	31	43	10	3	11	1	1	4	505
Wiek										
18-24 lat	33	30	50	10	3	7	1	1	16	149
25-34	45	34	45	11	2	10	3	1	7	174
35-44	39	30	42	13	2	10	0	1	10	166
45-54	47	34	39	7	3	11	2	1	9	216
55-64	51	26	33	9	3	10	1	0	11	107
65 lat i więcej	52	22	17	1	1	16	2	2	21	155
Miejsce zamieszkania										
Wieś	59	25	26	10	1	10	2	1	14	355
Miasto do 20 tys.	46	40	33	8	1	7	3	2	12	119
20-100 tys.	37	32	38	8	4	12	0	0	12	195
101-500 tys.	34	24	56	9	2	10	2	1	13	187
501 tys. i więcej mieszk.	26	44	49	6	3	18	0	0	6	111
Wykształcenie										
Podstawowe	57	23	27	3	2	11	3	1	16	243
Zasadnicze zawodowe	43	26	31	9	2	17	1	0	18	266
Średnie	40	37	44	12	2	8	2	1	8	360
Wyższe	33	34	62	10	3	4	0	1	5	99
Grupa społ.-zaw. pracujący										
Kadra kier., inteligencja	34	30	67	7	5	6	0	0	3	53
Prac. umysł. niż. szczebla	37	35	57	15	2	7	1	1	2	84
Pracownicy fiz.- umysł.	36	27	49	11	2	10	4	1	14	79
Robotnicy wykwalifikowani	43	38	34	1	5	14	0	0	17	82
Robotnicy niewykwalifik.	55	29	29	5	3	11	0	0	21	50
Rolnicy	55	34	28	13	3	14	3	3	9	56
Pracujący na własny rach.	46	50	34	18	5	3	1	1	4	43
Bierni zawodowo										
Renciści	50	22	27	16	0	9	1	0	18	106
Emeryci	50	24	24	3	3	16	1	1	15	171
Uczniowie i studenci	25	34	54	9	5	7	0	0	20	56
Bezrobotni	44	24	39	8	2	9	3	1	12	134
Gospodynie domowe i inni	50	42	40	6	0	15	4	1	0	54
Pracuje w:										
inst. państw., publicznej	42	36	53	9	3	10	1	0	6	130
spółce właścicieli	26	34	58	8	7	7	2	1	11	74
prywatnych i państwa	42	38	35	10	2	8	1	1	13	176
sekt. pryw. poza rolnict.	58	31	28	13	3	13	3	3	8	65
prywatnym gosp. rolnym										
Dochody na jedną osobę										
Do 299 zł	48	25	31	21	2	10	3	0	12	104
300-399	55	33	38	5	2	5	4	0	8	68
400-599	45	33	34	5	2	11	4	1	14	169
600-800	39	34	44	10	2	11	1	1	6	154
Powyżej 800 zł	45	37	43	7	4	15	1	0	5	135
Ocena własnych war. mater.										
Złe	51	27	30	9	1	10	2	0	15	309
Średnie	43	32	36	9	3	12	1	1	12	448
Dobre	37	31	53	8	3	9	1	1	10	210
Udział w prakt. religijnych										
Kilka razy w tygodniu	49	14	41	16	1	14	3	1	8	51
Raz w tygodniu	47	31	36	11	2	10	2	1	10	517
1-2 razy w miesiącu	47	28	45	6	3	11	1	0	12	122
Kilka razy w roku	40	32	36	4	4	12	1	2	18	178
W ogóle nie uczestniczy	36	34	43	5	0	8	0	0	16	96
Poglądy polityczne										
Lewica	39	31	45	5	2	10	2	1	12	244
Centrum	45	33	38	13	1	10	2	0	8	247
Prawica	45	30	41	10	4	11	0	1	10	191
Trudno powiedzieć	48	27	30	7	2	12	2	1	17	285

Tabela 3. W jakim sklepie najczęściej kupuje Pan(i) **odzież, bieliznę, kosmetyki, inne drobiazgi**? 1 - W małym sklepie, gdzie towar podaje ekspedient (lub kiosku); 2 - W małym lub średnim sklepie samoobsługowym (do 3 kas); 3 - W dużym supermarkecie, supersamie; 4 - W hurtowni lub sklepie, gdzie sprzedawane są tylko hurtowe ilości; 5 - W sklepie określonej firmy, patronackim; 6 - Na bazarze, targowisku, na straganach; 7 - W innym sklepie; 8 - Trudno powiedzieć, różnie bywa; 9 - Nie robię tego typu zakupów

	(%)									Liczba osób
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Ogółem	37	22	22	4	13	33	3	3	12	967
Płeć										
Mężczyźni	30	22	23	4	11	28	1	3	19	462
Kobiety	43	22	21	4	15	36	4	3	5	505
Wiek										
18-24 lat	36	20	28	5	20	36	2	2	9	149
25-34	43	22	20	5	20	29	4	2	6	174
35-44	33	29	24	3	13	34	1	5	8	166
45-54	34	28	27	5	11	32	4	3	10	216
55-64	35	18	20	3	8	41	5	4	11	107
65 lat i więcej	40	13	12	1	5	26	1	4	27	155
Miejsce zamieszkania										
Wieś	38	23	18	4	9	36	2	3	14	355
Miasto do 20 tys.	49	28	20	3	9	20	5	6	9	119
20-100 tys.	37	21	21	4	11	33	1	3	12	195
101-500 tys.	32	19	29	6	21	32	2	1	11	187
501 tys.i więcej mieszk.	28	22	28	2	20	36	6	1	6	111
Wykształcenie										
Podstawowe	41	14	18	3	5	36	3	1	20	243
Zasadnicze zawodowe	33	22	25	4	10	39	2	3	13	266
Średnie	36	27	23	5	16	31	3	3	7	360
Wyższe	40	25	22	1	31	16	1	10	3	99
Grupa społ.-zaw. pracujący										
Kadra kier., inteligencja	44	23	24	0	38	6	2	8	2	53
Prac. umysł. niż. szczebla	36	31	31	5	21	21	1	6	2	84
Pracownicy fiz.- umysł.	35	35	17	5	11	44	5	1	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	24	28	32	2	9	34	1	7	14	82
Robotnicy niewykwalifik.	37	18	17	9	4	30	2	5	21	50
Rolnicy	53	29	13	1	2	38	0	6	12	56
Pracujący na własny rach.	38	28	11	4	30	37	0	4	4	43
Bierni zawodowo										
Renciści	35	21	23	8	3	25	2	3	19	106
Emeryci	37	15	18	1	7	32	3	3	20	171
Uczniowie i studenci	46	17	31	13	25	25	0	0	6	56
Bezrobotni	27	15	26	2	14	49	4	0	9	134
Gospodynie domowe i inni	54	22	17	1	18	36	9	1	0	54
Pracuje w:										
inst. państw., publicznej	35	32	27	6	15	28	3	4	5	130
spółce właścicieli	28	22	26	2	25	31	0	10	6	74
prywatnych i państwa	36	31	19	6	15	25	2	4	13	176
sekt. pryw. poza rolnict.	48	30	20	1	5	37	0	5	10	65
prywatnym gosp. rolnym										
Dochody na jedną osobę										
Do 299 zł	32	30	12	10	10	42	5	0	13	104
300-399	45	25	29	3	8	32	6	3	5	68
400-599	37	20	21	3	8	39	2	4	12	169
600-800	37	16	21	4	17	35	2	5	8	154
Powyżej 800 zł	42	29	27	3	18	24	1	2	5	135
Ocena własnych war. mater.										
Złe	38	19	17	4	8	35	4	2	16	309
Średnie	37	23	25	4	11	36	2	4	10	448
Dobre	36	26	25	2	24	22	2	4	8	210
Udział w prakt. religijnych										
Kilka razy w tygodniu	47	17	15	3	13	36	8	6	5	51
Raz w tygodniu	38	26	22	5	12	32	2	3	10	517
1-2 razy w miesiącu	42	18	19	2	6	37	4	2	12	122
Kilka razy w roku	30	19	25	2	21	33	3	3	16	178
W ogóle nie uczestniczy	32	16	27	4	15	31	3	2	13	96
Poglądy polityczne										
Lewica	37	20	21	3	14	33	2	4	11	244
Centrum	39	24	22	4	16	28	2	4	10	247
Prawica	39	26	24	4	17	30	3	2	7	191
Trudno powiedzieć	34	20	21	5	7	38	4	4	16	285

Tabela 4. Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i) **towar po obniżonej cenie, specjalnie szukając promocji, przecen, wyprzedaży?** 1 - Dość często i czasami (łącznie); 2 -Niezbyt często i nigdy (łącznie)

			(%)	
	1	2	Nie robi zakupów	Liczba osób
Ogółem	45	48	7	967
Płeć				
Mężczyźni	40	47	13	462
Kobiety	50	48	3	505
Wiek				
18-24 lat	44	48	7	149
25-34	51	43	5	174
35-44	48	49	3	166
45-54	49	44	7	216
55-64	39	52	9	107
65 lat i więcej	34	52	15	155
Miejsce zamieszkania				
Wieś	39	51	9	355
Miasto do 20 tys.	57	38	4	119
20-100 tys.	50	42	8	195
101-500 tys.	46	45	8	187
501 tys.i więcej mieszk.	40	58	2	111
Wykształcenie				
Podstawowe	35	53	11	243
Zasadnicze zawodowe	51	39	10	266
Średnie	47	48	5	360
Wyższe	44	54	1	99
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier.,inteligencja	50	50	0	53
Prac.umysł.niż.szczębla	47	51	2	84
Pracownicy fiz.- umysł.	54	35	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	44	49	6	82
Robotnicy niewykwalifik.	47	35	18	50
Rolnicy	29	67	5	56
Pracujący na własny rach.	33	64	4	43
Bierni zawodowo				
Renciści	42	46	12	106
Emeryci	40	49	12	171
Uczniowie i studenci	45	49	6	56
Bezrobotni	50	44	6	134
Gospodynie domowe i inni	60	40	0	54
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	49	47	4	130
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	46	52	2	74
sekt. pryw. poza rolnict.	45	44	11	176
prywatnym gosp. rolnym	32	64	4	65
Dochody na jedną osobę				
Do 299 zł	52	44	4	104
300-399	56	42	2	68
400-599	41	49	9	169
600-800	48	47	5	154
Powyżej 800 zł	48	50	2	135
Ocena własnych war. mater.				
Złe	47	43	10	309
Średnie	43	50	7	448
Dobre	46	49	5	210
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	52	45	3	51
Raz w tygodniu	47	47	6	517
1-2 razy w miesiącu	43	50	7	122
Kilka razy w roku	41	46	13	178
W ogóle nie uczestniczy	41	51	7	96
Poglądy polityczne				
Lewica	44	47	8	244
Centrum	50	45	5	247
Prawica	45	51	4	191
Trudno powiedzieć	42	47	12	285

Tabela 5. Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i) u ulicznych sprzedawców?
 1 - Dość często i czasami (łącznie); 2 - Niezbyt często i nigdy (łącznie)
 (%)

	1	2	Trudno powiedzieć	Nie robi zakupów	Liczba osób
Ogółem	20	72	0	8	967
Płeć					
Mężczyźni	16	71	0	13	462
Kobiety	23	74	1	3	505
Wiek					
18-24 lat	21	72	0	7	149
25-34	25	69	1	5	174
35-44	22	75	0	3	166
45-54	20	72	1	7	216
55-64	11	80	0	9	107
65 lat i więcej	15	70	0	15	155
Miejsce zamieszkania					
Wieś	19	71	0	10	355
Miasto do 20 tys.	18	76	1	5	119
20-100 tys.	16	75	0	8	195
101-500 tys.	24	68	0	8	187
501 tys. i więcej mieszk.	21	76	1	2	111
Wykształcenie					
Podstawowe	18	71	0	12	243
Zasadnicze zawodowe	22	68	0	10	262
Średnie	21	74	0	5	360
Wyższe	13	84	1	1	99
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	15	85	0	0	53
Prac. umysł. niż. szczebla	22	75	2	2	84
Pracownicy fiz.- umysł.	30	60	0	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	18	75	0	6	82
Robotnicy niewykwalifik.	24	58	0	18	50
Rolnicy	23	70	0	7	56
Pracujący na własny rach.	16	81	0	4	43
Bierni zawodowo					
Renciści	12	75	1	12	106
Emeryci	13	75	0	12	171
Uczniowie i studenci	25	69	0	6	56
Bezrobotni	24	71	0	6	134
Gospodynie domowe i inni	25	75	0	0	54
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	23	73	0	4	130
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	14	83	1	2	74
sekt. pryw. poza rolnict.	21	68	0	11	176
prywatnym gosp. rolnym	26	68	0	6	65
Dochody na jedną osobę					
Do 299 zł	23	74	0	4	104
300-399	23	74	1	2	68
400-599	23	68	0	9	169
600-800	19	76	0	5	154
Powyżej 800 zł	15	82	0	2	135
Ocena własnych war. mater.					
Złe	19	70	0	11	309
Średnie	21	72	0	7	448
Dobre	18	76	0	5	210
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	20	77	0	3	51
Raz w tygodniu	21	73	0	6	517
1-2 razy w miesiącu	28	65	0	7	122
Kilka razy w roku	12	74	0	13	178
W ogóle nie uczestniczy	18	74	0	7	96
Poglądy polityczne					
Lewica	19	73	0	8	244
Centrum	23	72	0	5	247
Prawica	18	78	0	3	191
Trudno powiedzieć	19	69	0	12	285

Tabela 6. Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i) w sklepach z tanią, używaną odzieżą? 1 - Dość często i czasami (łącznie); 2 - Niezbyt często i nigdy (łącznie)

	1	2	Trudno powiedzieć	Nie robi zakupów	Liczba osób
Ogółem	20	72	0	8	967
Płeć					
Mężczyźni	16	71	0	13	462
Kobiety	24	73	0	3	505
Wiek					
18-24 lat	13	78	2	8	149
25-34	18	76	1	5	174
35-44	27	69	0	3	166
45-54	23	70	0	7	216
55-64	24	68	0	9	107
65 lat i więcej	16	69	0	15	155
Miejsce zamieszkania					
Wieś	16	74	1	9	355
Miasto do 20 tys.	31	64	1	4	119
20-100 tys.	25	66	0	10	195
101-500 tys.	19	72	0	8	187
501 tys. i więcej mieszk.	15	83	0	2	111
Wykształcenie					
Podstawowe	20	69	0	11	243
Zasadnicze zawodowe	21	69	0	10	266
Średnie	22	72	1	5	360
Wyższe	12	85	1	2	99
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	18	82	0	0	53
Prac. umysł. niż. szczebla	15	82	1	2	84
Pracownicy fiz.-umysł.	20	69	0	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	27	66	0	6	82
Robotnicy niewykwalifik.	29	53	0	18	50
Rolnicy	15	80	0	5	56
Pracujący na własny rach.	15	82	0	4	43
Bierni zawodowo					
Renciści	29	58	0	13	106
Emeryci	13	75	0	12	171
Uczniowie i studenci	2	92	0	6	56
Bezrobotni	29	64	2	6	134
Gospodynie domowe i inni	26	74	0	0	54
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	24	72	0	4	130
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	22	74	1	2	74
sekt. pryw. poza rolnict.	17	72	0	11	176
prywatnym gosp. rolnym	15	81	0	4	65
Dochody na jedną osobę					
Do 299 zł	36	60	0	4	104
300-399	30	68	0	2	68
400-599	18	73	0	9	169
600-800	26	70	0	5	154
Powyżej 800 zł	14	84	0	3	135
Ocena własnych war. mater.					
Złe	27	62	1	10	309
Średnie	18	75	0	7	448
Dobre	14	80	0	5	210
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	25	72	0	3	51
Raz w tygodniu	20	73	0	6	517
1-2 razy w miesiącu	18	74	2	7	122
Kilka razy w roku	24	62	0	13	178
W ogóle nie uczestniczy	14	77	0	9	96
Poglądy polityczne					
Lewica	23	68	1	8	244
Centrum	19	76	0	5	247
Prawica	20	76	0	4	191
Trudno powiedzieć	19	69	0	12	285

Tabela 7. Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i) z katalogów różnych firm sprzedaży wysyłkowej? 1 - Dość często i czasami (łącznie); 2 - Niezbyt często i nigdy (łącznie) (%)

	1	2	Nie robi zakupów	Liczba osób
Ogółem	7	85	7	967
Płeć				
Mężczyźni	6	82	13	462
Kobiety	8	89	3	505
Wiek				
18-24 lat	15	78	7	149
25-34	11	84	5	174
35-44	6	91	3	166
45-54	4	89	7	216
55-64	3	89	9	107
65 lat i więcej	4	82	14	155
Miejsce zamieszkania				
Wieś	4	86	9	355
Miasto do 20 tys.	4	92	4	119
20-100 tys.	9	82	8	195
101-500 tys.	9	82	8	187
501 tys. i więcej mieszk.	11	87	2	111
Wykształcenie				
Podstawowe	3	86	11	243
Zasadnicze zawodowe	8	82	10	266
Średnie	10	85	5	360
Wysze	4	94	1	99
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	5	95	0	53
Prac. umysł. niż. szczebla	6	92	2	84
Pracownicy fiz. - umysł.	17	73	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	3	90	6	82
Robotnicy niewykwalifik.	5	77	18	50
Rolnicy	0	95	5	56
Pracujący na własny rach.	10	86	4	43
Bierni zawodowo				
Renciści	2	86	12	106
Emeryci	3	85	11	171
Uczniowie i studenci	16	78	6	56
Bezrobotni	12	82	6	134
Gospodynie domowe i inni	11	89	0	54
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	8	88	4	130
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	5	94	2	74
sekt. pryw. poza rolnict.	9	80	11	176
prywatnym gosp. rolnym	0	96	4	65
Dochody na jedną osobę				
Do 299 zł	8	88	4	104
300-399	6	92	2	68
400-599	6	85	9	169
600-800	8	88	4	154
Powyżej 800 zł	7	91	2	135
Ocena własnych war. mater.				
Złe	8	82	10	309
Średnie	5	88	7	448
Dobre	10	85	5	210
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	8	88	3	51
Raz w tygodniu	6	88	6	517
1-2 razy w miesiącu	7	86	7	122
Kilka razy w roku	10	77	13	178
W ogóle nie uczestniczy	8	84	7	96
Poglądy polityczne				
Lewica	3	89	8	244
Centrum	10	86	5	247
Prawica	12	84	4	191
Trudno powiedzieć	5	83	12	285

Tabela 8. Jak często bywają takie sytuacje, że kupuje Pan(i) u domokrażców, akwizytorów, którzy przychodzą do domu lub miejsca pracy? 1 - Dość często; 2 - Czasami; 3 - Niezbyt często; 4 - Nigdy

	(%)						
	1	2	3	4	Trudno powiedzieć	Nie robi zakupów	Liczba osób
Ogółem	0	2	4	86	0	7	967
Płeć							
Mężczyźni	0	1	3	83	0	13	462
Kobiety	0	3	5	89	0	3	505
Wiek							
18-24 lat	0	2	6	85	0	7	149
25-34	0	2	1	92	0	5	174
35-44	0	4	5	88	0	3	166
45-54	0	4	4	85	0	7	216
55-64	0	1	3	87	0	9	107
65 lat i więcej	1	1	3	81	0	14	155
Miejsce zamieszkania							
Wieś	0	4	3	84	0	9	355
Miasto do 20 tys.	1	0	4	91	0	4	119
20-100 tys.	0	2	9	81	0	8	195
101-500 tys.	0	1	1	88	0	8	187
501 tys.i więcej mieszk.	0	1	2	96	0	2	111
Wykształcenie							
Podstawowe	0	2	3	83	0	11	243
Zasadnicze zawodowe	0	5	2	83	0	10	268
Średnie	0	1	6	89	0	5	360
Wyższe	0	2	2	95	0	1	99
Grupa społ.-zaw. pracujący							
Kadra kier., inteligencja	0	1	0	99	0	0	53
Prac.umysł.niż.szczebła	0	2	5	91	0	2	84
Pracownicy fiz.- umysł.	0	4	7	78	0	10	79
Robotnicy wykwalifikowani	0	2	1	91	0	6	82
Robotnicy niewykwalifik.	0	3	0	79	0	18	50
Rolnicy	0	7	3	84	0	5	56
Pracujący na własny rach.	0	0	6	90	0	4	43
Bierni zawodowo							
Renciści	0	1	5	81	0	12	106
Emeryci	0	0	5	83	0	11	171
Uczniowie i studenci	0	0	7	87	0	6	56
Bezrobotni	0	5	3	86	0	6	134
Gospodynie domowe i inni	1	0	1	98	0	0	54
Pracuje w:							
inst. państw., publicznej	0	2	3	91	0	4	130
spółce właścicieli	0	0	0	98	0	2	74
prywatnych i państwa	0	0	0	98	0	2	74
sekt. pryw. poza rolnict.	0	2	5	82	0	11	176
prywatnym gosp. rolnym	0	7	3	86	0	4	65
Dochody na jedną osobę							
Do 299 zł	0	6	3	87	0	4	104
300-399	1	4	3	90	0	2	68
400-599	0	3	6	82	0	9	169
600-800	0	1	4	90	0	4	154
Powyżej 800 zł	0	1	4	93	0	2	135
Ocena własnych war. mater.							
Złe	0	2	6	82	0	10	309
Średnie	0	3	3	88	0	7	448
Dobre	0	2	3	89	0	5	210
Udział w prakt. religijnych							
Kilka razy w tygodniu	1	5	5	85	0	3	51
Raz w tygodniu	0	3	4	88	0	6	517
1-2 razy w miesiącu	0	3	4	86	0	7	122
Kilka razy w roku	0	1	3	82	0	13	178
W ogóle nie uczestniczy	0	0	2	90	0	7	96
Poglądy polityczne							
Lewica	0	2	3	87	0	8	244
Centrum	0	3	3	89	0	5	247
Prawica	0	2	4	90	0	4	191
Trudno powiedzieć	0	2	5	81	0	12	285