



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/151/2004

OPINIE O PODWYŻKACH CEN I ZMIANY W KONSUMPCJI

KOMUNIKAT Z BADAŃ

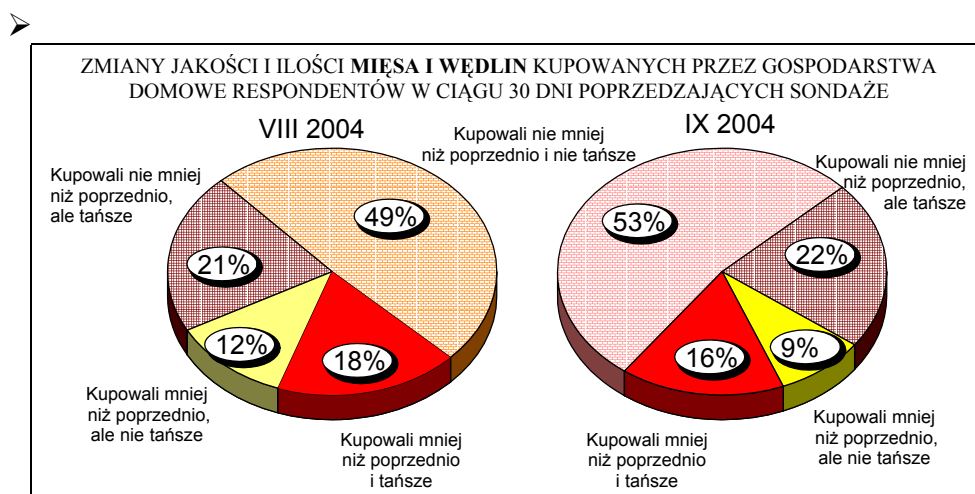
WARSZAWA, WRZESIEŃ 2004

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

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku
13 października 2003 roku



- We wrześniu ponownie zmalał odsetek Polaków, którzy twierdzą, że w miesiącu poprzedzającym sondaż wzrosły ceny wielu artykułów uwzględnionych w badaniu. Większość odczuła jednak podwyżki cen mięsa i wędlin (80%), cukru i wyrobów cukierniczych (70%) oraz benzyny i oleju napędowego (63%), a ponad połowa - nabiału (59%), lekarstw (54%) oraz pieczywa (51%). Zdaniem badanych, podrożały też: mąka, makaron i kasze (46%), papierosy (44%), tłuszcze roślinne (41%), środki czystości i higieny (31%) oraz inne produkty (rzadziej wskazywane). W przypadku niemal wszystkich artykułów (poza paliwami) podwyżki znacznie częściej określano jako niewielkie niż znaczne.
- W miesiącu poprzedzającym sondaż w części gospodarstw domowych zdecydowano się na zakup tańszych produktów, niż kupowano wcześniej. Dotyczyło to przede wszystkim mięsa i wędlin (37% wskazań), papierosów (26%), cukru i jego przetworów (23%), nabiału, tłuszczu roślinnych, środków higieny i czystości (po 21%), mąki, jej przetworów i kasz (18%), kawy i herbaty (17%) oraz innych (w granicach od 12% do 15%). We wrześniu tego typu zachowania przystosowawcze były deklarowane częściej niż lipcu i sierpniu.
- Podobnie jak wcześniej, również w miesiącu poprzedzającym wrześniowy sondaż, część rodzin musiała zmniejszyć ilości kupowanych produktów, takich jak mięso i wędliny (24% wskazań), cukier i wyroby cukiernicze (18%), gazety, czasopisma i książki, napoje alkoholowe, przetwory warzywne i owocowe (po 16%), a także świeże warzywa i owoce, lekarstwa (po 13%), nabiał (10%) oraz inne (od 3% do 9%). Jedynie ilość kupowanego mięsa i wędlin ograniczano w ostatnim miesiącu nieco rzadziej niż w lipcu i sierpniu.



Uzyskane w ostatnich trzech sondażach opinie Polaków na temat podwyżek cen piętnastu grup podstawowych artykułów konsumpcyjnych oraz deklarowane sposoby radzenia sobie w nowej sytuacji cenowej mogą świadczyć o tym, że społeczeństwo ciągle jeszcze przeżywa „szok cenowy” z początku lata, choć jego dotkliwość jest mniej odczuwana niż w poprzednich miesiącach. We wrześniu¹, podobnie jak przed miesiącem, odnotowujemy wprawdzie symptomy poprawy opinii na temat podwyżek cen, jednak nie towarzyszą im pozytywne zmiany w zachowaniach konsumenckich.

OPINIE O PODWYŻKACH CEN

Porównanie wyników badań przeprowadzonych w lipcu, sierpniu i wrześniu pozwala dostrzec pewne symptomy uspokojenia opinii na temat podwyżek. Przede wszystkim **coraz mniej Polaków twierdzi, że w miesiącu poprzedzającym sondaż wzrosły ceny większości artykułów uwzględnionych w badaniu, systematycznie rośnie natomiast odsetek tych, którzy dostrzegają ich stabilizację** (prawdopodobnie na wyższym poziomie). Ponadto we wrześniu nastąpiła zasadnicza zmiana w opiniach na temat wzrostu cen mięsa i cukru oraz ich przetworów, czyli artykułów postrzeganych jako najbardziej dotknięte podwyżką. Jeszcze w sierpniu, a przede wszystkim w lipcu dominowało przekonanie, że ceny ich wzrosły w sposób zasadniczy, obecnie natomiast przeważa opinia o ich niewielkim wzroście.

Niemniej jednak nadal w odczuciu większości Polaków w ciągu miesiąca poprzedzającego wrześniowy sondaż miała miejsce podwyżka cen mięsa i wędlin (wskazuje na nią 80%, w tym 37% uznaje za znaczną), cukru i wyrobów cukierniczych (odpowiednio: 70% i 30%) oraz benzyny i oleju napędowego (63% i 33%). Ponad połowa ankietowanych odczuła też wzrost cen nabiału (59%), lekarstw (54%) oraz pieczywa (51%), a ponad dwie piąte - mąki, jej przetworów oraz kasz (46%), papierosów (44%) i tłuszczów roślinnych (41%).

Dla uzupełnienia obrazu skali podwyżek odczuwanej przez społeczeństwo warto dodać, że zdaniem niemal jednej trzeciej badanych (31%) podrożały też środki czystości i higieny, a mniej więcej co piąty zauważa podwyżki cen gazet, czasopism i książek (22%), kawy i herbaty (20%) oraz przetworów z warzyw i owoców (18%). Ponad jedna piąta ankietowanych (22%) uważa nawet (w środku sezonu), że podrożały świeże owoce i warzywa; niemal tyle samo twierdzi, że staniały. Stosunkowo najmniejsza grupa (12%) wskazuje na wzrost cen alkoholu (16% uważa, że jego ceny spadły). Świeże owoce i warzywa oraz alkohol to jedyne artykuły, których ceny w opinii znaczącej grupy badanych zmalały. Warto przy tym podkreślić, że odczuwane w ostatnim miesiącu podwyżki w przypadku niemal wszystkich artykułów (poza paliwami) znacznie częściej postrzegane są jako niewielkie niż znaczne.

Wynika z tego, że mimo wyraźnej poprawy, opinie o podwyżkach nadal mają dramatyczną wymowę - szczególnie jeśli skonfrontujemy je z rzeczywistymi zmianami cen, jakie miały miejsce w ostatnim okresie². Można przypuszczać, że w wielu przypadkach subiektywne oceny respondentów wynikały (choć nie tego dotyczyło pytanie) z porównania cen obecnych z tymi sprzed tegorocznej fali podwyżek.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (172) zrealizowano w dniach 3-6 września 2004 roku na liczącej 969 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. Zob. komunikaty CBOS: „Postrzegane zmiany cen i ich konsekwencje dla konsumpcji”, lipiec 2004 oraz „Percepcja zmian cen a zachowania konsumenckie”, sierpień 2004 (oprac. K. Zagórski).

² Zob. dane GUS: www.stat.gov.pl. Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych (potocznie „inflacja”).

RYS. 1. ODSETKI RESPONDENTÓW DOSTRZEGAJĄCYCH W CIĄGU 30 DNI
POPZEDZAJĄCYCH SONDAŻE WZROST CEN WYMIENIONYCH PRODUKTÓW

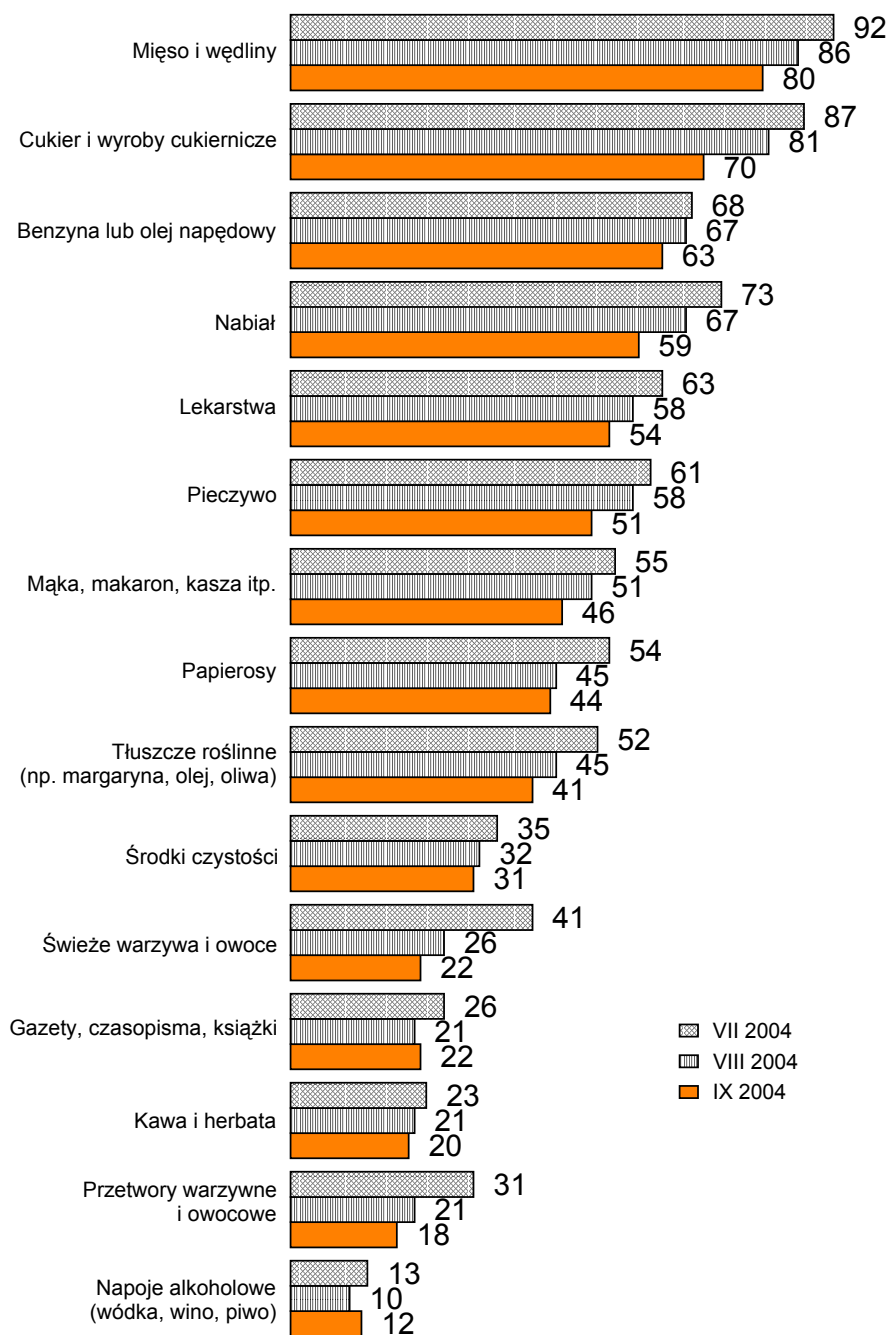


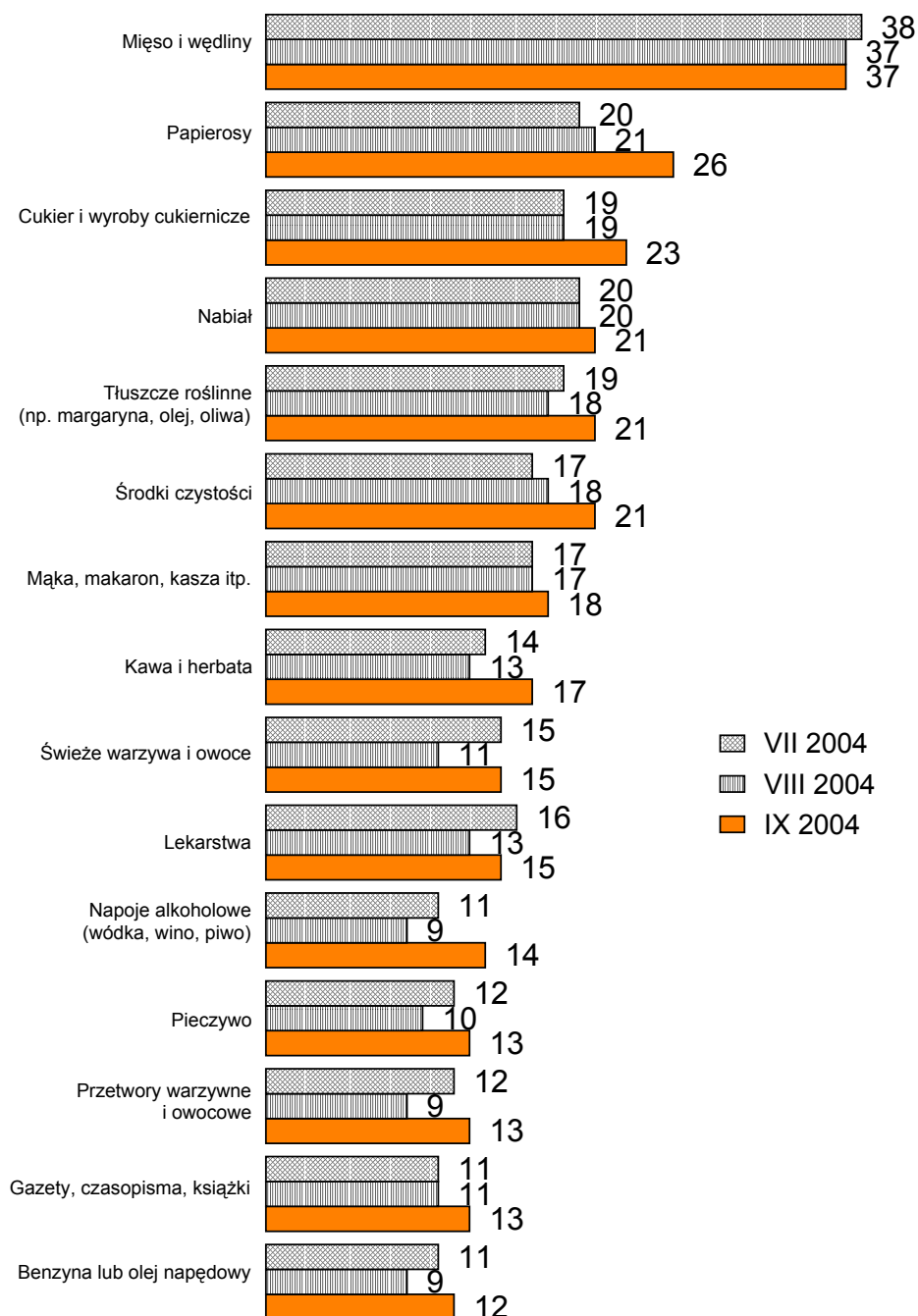
Tabela 1

Czy, Pana(i) zdaniem, w ciągu ostatnich 30 dni ceny wymienionych produktów spadły, podniosły się czy pozostały takie same?		Wzrosły			Pozostały takie same	Spadły	Trudno powiedzieć
		zdecydowanie	nieco	Ogółem wzrosły			
		w procentach					
Mięso i wędliny	VII	63	29	92	4	1	3
	VIII	48	38	86	8	1	5
	IX	37	43	80	13	1	6
Cukier i wyroby cukiernicze	VII	54	33	87	7	1	5
	VIII	43	38	81	12	1	6
	IX	30	40	70	22	1	6
Benzyna, olej napędowy	VII	38	30	68	4	3	25
	VIII	32	35	67	7	1	25
	IX	33	30	63	11	1	26
Nabiał (mleko, sery, jajka, masło)	VII	25	48	73	20	1	6
	VIII	18	49	67	23	1	9
	IX	14	45	59	30	1	10
Lekarstwa	VII	29	34	63	18	1	18
	VIII	21	37	58	20	1	21
	IX	19	35	54	25	0	21
Pieczywo	VII	12	49	61	32	1	6
	VIII	7	51	58	35	1	6
	IX	5	46	51	41	1	7
Mąka, makaron i inne wyroby mączne, kasze	VII	11	44	55	33	1	11
	VIII	7	44	51	37	2	10
	IX	5	41	46	41	1	12
Papierosy	VII	22	32	54	10	1	35
	VIII	13	32	45	13	0	41
	IX	14	30	44	16	0	40
Tłuszcze roślinne, np. margaryna, olej, oliwa	VII	13	39	52	38	1	9
	VIII	8	37	45	41	1	13
	IX	5	36	41	50	1	11
Środki czystości (mydło, środki higieny osobistej, proszki i płyny do prania i czyszczenia itp.)	VII	7	28	35	56	1	9
	VIII	4	28	32	56	1	11
	IX	3	28	31	58	1	11
Świeże warzywa i owoce	VII	9	32	41	31	17	11
	VIII	4	22	26	34	23	17
	IX	2	20	22	38	24	17
Gazety, czasopisma, książki	VII	6	20	26	56	1	17
	VIII	2	19	21	58	1	20
	IX	4	18	22	60	0	18
Kawa, herbata	VII	4	19	23	67	2	8
	VIII	2	19	21	68	1	10
	IX	2	18	20	70	1	9
Przetwory warzywne i owocowe	VII	7	24	31	43	3	23
	VIII	4	17	21	40	6	33
	IX	2	16	18	43	7	32
Napoje alkoholowe (wódka, wino, piwo)	VII	4	9	13	38	16	33
	VIII	1	9	10	41	15	34
	IX	2	10	12	40	16	32

JAK ZMIENIAŁA SIĘ KONSUMPCJA W OSTATNICH TRZECH MIESIĄCACH?

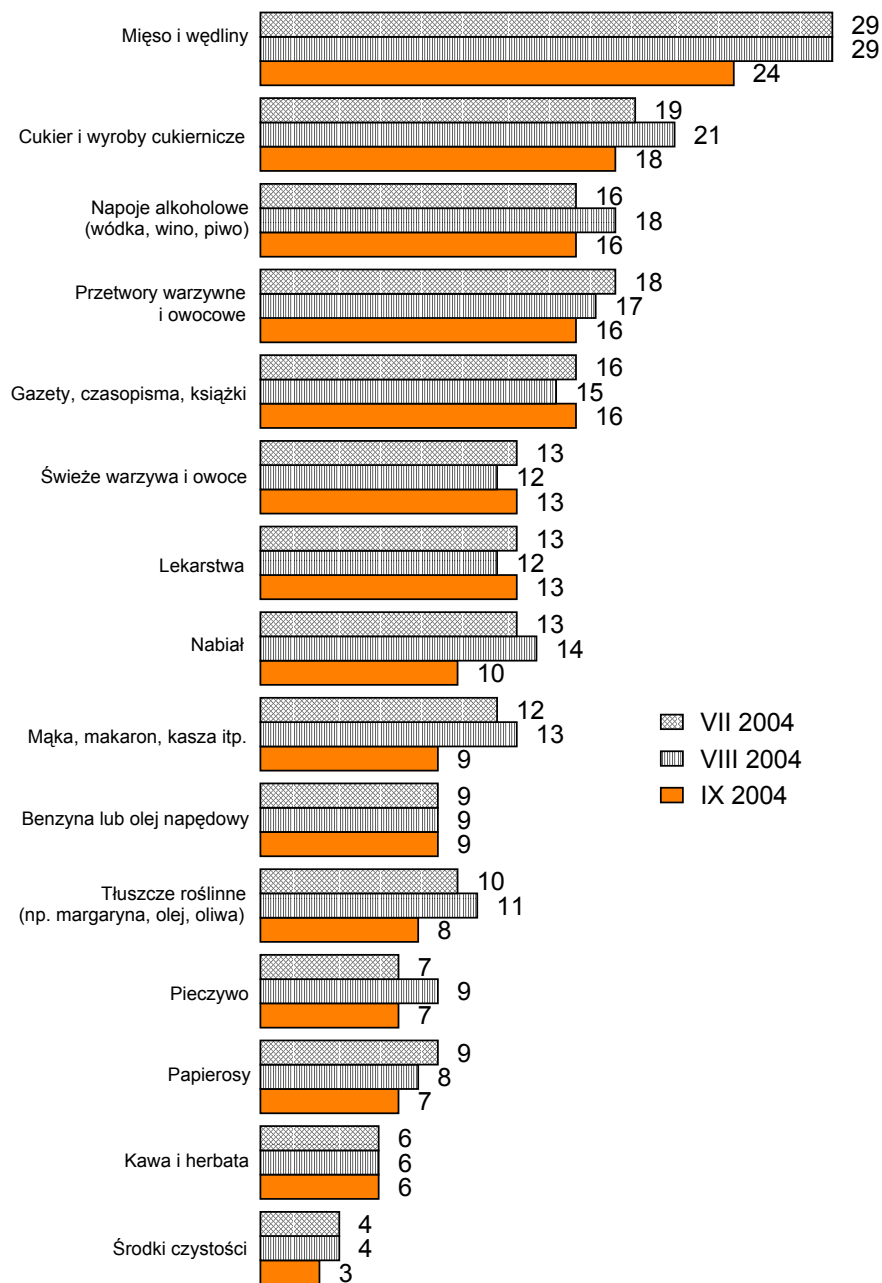
Z deklaracji ankietowanych wynika, że część gospodarstw domowych zareagowała na wzrost cen zmianą modelu konsumpcji większości omawianych artykułów, polegającą przede wszystkim na kupowaniu tańszych produktów danego asortymentu oraz - rzadziej - na kupowaniu mniejszej ich ilości. Takie reakcje to inny wymiar (obok opinii na temat podwyżek cen) przeżywanego przez społeczeństwo szoku cenowego. Stosowanie tego typu strategii przystosowawczych badani zadeklarowali zarówno w lipcu, jak i w sierpniu (na zbliżonym poziomie). **We wrześniu z kolei zwiększył się odsetek rodzin, które w ciągu 30 dni poprzedzających sondaż w wielu przypadkach musiały kupować produkty tańsze, a więc zazwyczaj gorszego gatunku niż nabywane wcześniej. W niektórych przypadkach zmniejszył się natomiast odsetek gospodarstw domowych, które na skutek podwyżek ograniczyły ilość różnych kupowanych produktów.** Być może jest jednak za wcześnie na stwierdzenie trendu w tym zakresie. Wynika z tego, że symptomom poprawy opinii na temat podwyżek cen nie towarzyszą pozytywne zmiany w konsumpcji. Wręcz przeciwnie, w społeczeństwie nasila się tendencja do kupowania tańszych, a więc często jakościowo gorszych produktów, utrzymuje się też liczba rodzin ograniczających spożywanie podstawowych produktów. Można więc uznać, że **wprawdzie przeżywany szok cenowy jest obecnie nieco mniej widoczny w opiniach o podwyżkach cen, ale wyraźnie utrzymuje się w zachowaniach konsumenckich Polaków.**

RYS. 2. ODSETKI RESPONDENTÓW DEKLARUJĄCYCH KUPOWANIE TAŃSZYCH PRODUKTÓW W CIĄGU 30 DNI POPRZEDZAJĄCYCH SONDAŻE



* W obliczeniach pominięto osoby, których gospodarstwa domowe nie kupowały i nie kupują danych produktów (100% = konsumenci danego produktu)

RYS. 3. ODSETKI RESPONDENTÓW DEKLARUJĄCYCH KUPOWANIE MNIEJSZEJ ILOŚCI WYMIENIONYCH PONIŻEJ PRODUKTÓW W CIĄGU 30 DNI POPRZEDZAJĄCYCH SONDAŻE



Z deklaracji ankietowanych wynika, że w miesiącu poprzedzającym wrześniowy sondaż niemal dwie piąte gospodarstw domowych (37%) było zmuszonych z powodu podwyżki cen do kupna tańszych niż dawniej gatunków mięsa, a jedna czwarta (24%)

kupowała go mniej. Ponadto niemal co czwarta rodzina (23%) zdecydowała się na tańsze wyroby cukiernicze, a prawie co piąta (18%) ograniczała ich ilość. Co piąta rodzina (21%) wybierała tańszy nabiał, a co dziesiąta (10%) kupiła mniej tego typu produktów. Podobnie kształtowały się zakupy tłuszczów roślinnych (21% kupowało tańsze ich rodzaje, a 8% ograniczyło ich ilość), mąki i jej przetworów oraz kasz (odpowiednio: 18% i 9%). W zbliżonym wymiarze kupowano tańsze środki czystości i higieny (21%), lecz tylko nieliczne gospodarstwa domowe (3%) ograniczały ich ilość. Przy zakupie pozostałych artykułów strategie przystosowawcze były na ogół rzadziej stosowane. Dla pełniejszego obrazu trzeba jednak nadmienić, że w ostatnim miesiącu znaczna liczba gospodarstw domowych zmuszona była kupować tańsze rodzaje świeżych warzyw i owoców (15%), a także mniejsze ich ilości (13%). Identycznie kształtowała się też konsumpcja lekarstw (15% rodzin kupowało tańsze, a 13% - mniej). Podwyżki cen negatywnie odbiły się poza tym na spożyciu pieczywa (13% rodzin wybierało tańsze, a 7% - mniej), a jeszcze bardziej na zakupie gazet, czasopism i książek (odpowiednio: 13% i 16%). Zmieniła się także konsumpcja używek - papierosów (26% rodzin przerzuciło się na tańsze, w 7% ograniczono ich ilość), kawy i herbaty (odpowiednio: 17% i 6%) oraz alkoholu (odpowiednio: 14% i 16%), a także paliw (odpowiednio: 12% i 9%).

Na podwyżkę cen poszczególnych artykułów rodziny na ogół znacznie częściej zareagowały rezygnacją z droższych produktów na rzecz tańszych niż zmniejszeniem wielkości spożycia (jedynie w przypadku alkoholu oraz gazet, czasopism i książek nieco częściej ograniczano ilość niż jakość). Należy ponadto zauważyć, że we wrześniu zwiększył się odsetek rodzin, które zmuszone były w ostatnim miesiącu kupować poszczególne produkty tańszego rodzaju - tego typu ograniczeń konsumpcji nie odnotowaliśmy jednak w przypadku zakupu mięsa i jego przetworów, nabiału i masła, mąki, makaronu i kasz, a także lekarstw oraz gazet, czasopism i książek. Niemal nie zmienił się natomiast odsetek rodzin, które w ostatnim miesiącu kupowały mniejsze ilości poszczególnych produktów (jedynie w niewielkim stopniu zmalała liczba rodzin ograniczających ilość nabywanego mięsa i wędlin oraz nabiału i tłuszczu roślinnych). Rysuje się jednak nieistotna jeszcze statystycznie tendencja do spadku liczby kupujących mniejsze ilości innych produktów.

Tabela 2

Czy w ciągu ostatnich 30 dni na potrzeby gospodarstwa domowego kupowali Państwo więcej niż poprzednio czy też mniej wymienionych poniżej produktów?	Kupowali więcej		Kupowali tyle samo	Kupowali mniej			Nie kupowali w ogóle	Trudno powiedzieć	
	znacznie	niedużo		niedużo	znacznie*	Ogółem mniej			
	w procentach								
Mięso i wędliny	VII	2	6	61	19	10	29	1	1
	VIII	1	5	62	20	9	29	1	2
	IX	1	7	65	18	6	24	2	1
Cukier i wyroby cukiernicze	VII	2	7	70	13	6	19	1	1
	VIII	2	9	65	15	6	21	1	2
	IX	1	8	71	14	4	18	1	1
Napoje alkoholowe (wódka, wino, piwo)	VII	1	3	48	8	9	16	29	2
	VIII	2	7	51	11	7	18	21	2
	IX	0	3	47	8	8	16	33	1
Przetwory warzywne i owocowe	VII	2	8	55	12	6	18	15	2
	VIII	2	7	51	11	6	17	21	2
	IX	2	7	51	11	5	16	23	1
Gazety, czasopisma, książki	VII	0	3	67	9	7	16	12	2
	VIII	1	3	67	9	6	15	12	2
	IX	1	4	66	9	7	16	12	1
Świeże warzywa i owoce	VII	12	20	48	8	5	13	6	1
	VIII	11	19	46	8	4	12	10	2
	IX	8	17	49	9	4	13	12	1
Lekarstwa	VII	7	16	50	9	4	13	12	2
	VIII	6	13	53	7	5	12	13	2
	IX	7	14	52	8	5	13	12	2
Nabiał (mleko, sery, jajka, masło)	VII	2	6	75	9	4	13	3	1
	VIII	2	7	71	11	3	14	4	2
	IX	2	8	73	8	2	10	5	1
Mąka, makaron, kasza itp.	VII	1	5	79	8	4	12	2	1
	VIII	1	4	79	10	3	13	1	2
	IX	1	6	81	7	2	9	2	1
Benzyna i olej napędowy	VII	3	5	45	5	4	9	36	2
	VIII	4	9	42	6	3	9	33	3
	IX	6	8	40	5	4	9	36	1
Tłuszcze roślinne, np. margaryna, olej, oliwa	VII	1	3	84	8	2	10	1	1
	VIII	1	5	80	9	2	11	1	2
	IX	1	6	83	7	1	8	1	1
Pieczywo	VII	2	6	83	6	1	7	1	1
	VIII	2	5	82	7	2	9	1	2
	IX	1	7	83	6	1	7	0	1
Papierosy	VII	0	2	44	5	4	9	41	4
	VIII	1	3	41	4	4	8	45	2
	IX	2	2	44	4	3	7	43	2
Kawa i herbata	VII	1	3	88	4	2	6	1	1
	VIII	1	4	86	4	2	6	1	2
	IX	1	4	87	5	1	6	1	1
Środki czystości (mydło, środki higieny osobistej, proszki i płyny do prania i czyszczenia itp.)	VII	2	5	88	3	1	4	0	1
	VIII	2	6	85	3	1	4	1	2
	IX	2	6	86	2	1	3	1	2

* W tym ci, którzy w ogóle przestali kupować

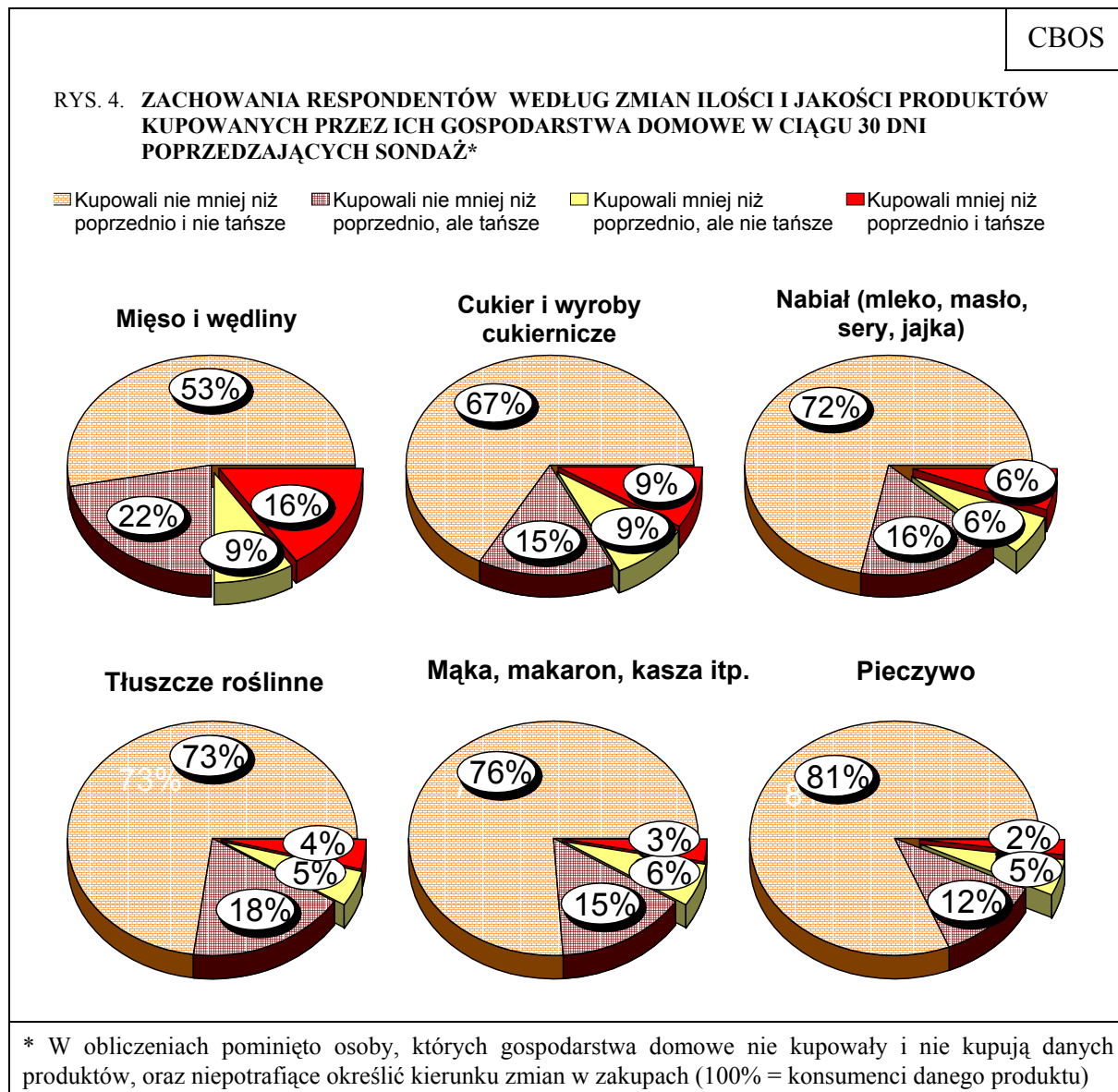
Należy podkreślić, że wśród piętnastu artykułów uwzględnionych na naszej liście znajdują się takie, które przez znaczną część gospodarstw domowych w ogóle nie były kupowane w omawianym okresie. We wrześniu, podobnie jak w lipcu i sierpniu, ponad dwie piąte respondentów (43%) deklaruje, że w ciągu 30 dni poprzedzających sondaż w ogóle nie kupowali na potrzeby gospodarstwa domowego papierosów, ponad jedna trzecia (36%) nie nabywała benzyny lub olejów napędowych, a jedna trzecia (33%) - alkoholu. W części gospodarstw domowych nie kupowano ponadto przetworów warzywnych i owocowych (23%), a także świeżych warzyw i owoców, lekarstw oraz gazet, czasopism i książek (po 12%). Dlatego też dla ukazania całokształtu zmian konsumpcji omawianych grup artykułów w dalszej części komunikatu będziemy analizować odpowiedzi tylko tych respondentów, których rodziny nabywały poszczególne produkty.

STRATEGIE PRZYSTOSOWAWCZE - KOMPLEKSOWA ANALIZA JAKOŚCIOWYCH I ILOŚCIOWYCH ZMIAN W KONSUMPCJI

Łączna analiza zmian standardu konsumpcji, zarówno o charakterze jakościowym (deklaracje dotyczące kupowania tańszych produktów), jak i ilościowym (deklaracje dotyczące kupowania mniejszych ilości), doprowadziła we wrześniu do prawie takich samych rezultatów jak w lipcu i sierpniu. Świadczy to zarówno o rzetelności pomiarów, jak i o stałości strategii przystosowawczych, jakie gospodarstwa domowe zastosowały wobec podwyżek cen. Należy tu jednak wyraźnie podkreślić, iż nasze dane przedstawiają subiektywne oceny zmian konsumpcji, nie zaś ich rzeczywistą wielkość mierzoną obiektywnymi wskaźnikami.

Podobnie jak w ubiegłych miesiącach, zmiany w konsumpcji spowodowane wzrostem cen najczęściej dotyczą zakupu mięsa i wędlin. Niemal jedna szóstka gospodarstw domowych (16%) kupowała nie tylko tańsze, a więc zazwyczaj gorsze mięso i wędliny, ale także nabywała ich mniej. Ponad jedna piąta (22%) nie zmniejszyła wprawdzie ilości, jednak kupowała tańsze rodzaje mięsa i jego przetworów, a 9% zdecydowało się ograniczyć tylko

ich ilość (nie decydując się na kupowanie tańszych rodzajów). W sumie prawie połowa konsumentów mięsa i wędlin (47%) zareagowała na podwyżki obniżeniem standardu konsumpcji. Trzeba podkreślić, że odsetek ten jest obecnie nieco niższy (o 4 punkty) niż w lipcu i sierpniu.



Kategorie produktów		Kupowali nie mniej niż wcześniej		Kupowali mniej	
		nie tańsze	tańsze	nie tańsze	tańsze
		w procentach			
Mięso i wędliny	VII	49	21	12	18
	VIII	49	21	12	18
	IX	53	22	9	16
Cukier i wyroby cukiernicze	VII	68	13	12	7
	VIII	65	12	15	8
	IX	67	15	9	9
Papierosy	VII	68	15	10	7
	VIII	70	19	6	6
	IX	67	21	5	7
Napoje alkoholowe (wódka, wino, piwo)	VII	68	7	20	5
	VIII	73	6	16	5
	IX	69	9	16	6
Przetwory warzywne i owocowe	VII	71	8	16	5
	VIII	74	6	17	3
	IX	72	9	15	4
Nabiał (mleko, sery, jajka, masło)	VII	71	16	8	5
	VIII	70	16	8	6
	IX	72	16	6	6
Tłuszcze roślinne, np. margaryna, olej, oliwa	VII	73	17	7	3
	VIII	73	14	8	5
	IX	73	18	5	4
Lekarstwa	VII	71	14	12	3
	VIII	77	11	9	3
	IX	73	12	11	4
Gazety, czasopisma, książki	VII	76	7	12	5
	VIII	78	6	11	5
	IX	75	8	11	6
Mąka, makaron, kasza itp.	VII	75	13	8	4
	VIII	72	14	9	5
	IX	76	15	6	3
Świeże warzywa i owoce	VII	76	11	9	4
	VIII	79	8	9	4
	IX	76	11	9	4
Środki czystości (mydło, środki higieny osobistej, proszki i płyny do prania i czyszczenia)	VII	81	16	1	2
	VIII	79	17	2	2
	IX	77	20	1	2
Kawa, herbata	VII	82	12	4	2
	VIII	81	12	4	3
	IX	78	16	4	2
Benzyna, oleje napędowe	VII	79	7	10	4
	VIII	80	6	10	5
	IX	78	8	10	4
Pieczywo	VII	81	11	6	2
	VIII	81	8	7	4
	IX	81	12	5	2

* W obliczeniach pominięto osoby, których gospodarstwa domowe nie kupowały i nie kupują danych produktów, oraz niepotrafiące określić kierunku zmian w zakupach (100% = konsumenci danego produktu)

Z deklaracji konsumentów wynika ponadto, że około jednej trzeciej z nich zmuszonych było kupować w mniejszej ilości lub tańsze produkty cukiernicze oraz papierosy i napoje alkoholowe, a około jednej czwartej zastosowało tego typu ograniczenia w konsumpcji przetworów warzywnych i owocowych (zmiany te zapewne mają w znacznym stopniu charakter sezonowy), ale także, choć nieco rzadziej, świeżych warzyw i owoców. Przede wszystkim jednak mniej więcej w co czwartym gospodarstwie domowym na niekorzyść zmieniła się konsumpcja takich podstawowych produktów żywnościowych, jak: nabiał i masło, tłuszcze roślinne, mąka i jej przetwory oraz kasze. Co czwarta rodzina kupowała także mniej gazet, czasopism i książek lub starała się wybierać tańsze ich rodzaje. Niemal równie często odnotowujemy tego typu ograniczenia przy zakupie środków czystości i higieny, a także kawy i herbaty (w obu przypadkach dotyczą one nieco mniejszej liczby gospodarstw niż w lipcu) oraz paliw. Postrzegane podwyżki cen stosunkowo najmniej odbiły się na konsumpcji pieczywa, choć niemal co piąta rodzina (19%) zmuszona była i w tym przypadku wprowadzić ograniczenia.

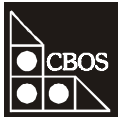
★

★

★

Skala, w jakiej Polacy (mimo pewnej poprawy) deklarują obniżenie standardu konsumpcji artykułów uwzględnionych w badaniu, a także ciągle jeszcze wyolbrzymione (mimo pewnego uspokojenia) opinie o zasięgu podwyżek cen świadczą o ciągłym przeżywaniu przez społeczeństwo szoku cenowego, wyraźnego na początku lata. Wydaje się jednak, że szok ten zaczyna z wolna mijać.

Opracowała
Bogna WCIÓRKA



A N E K S

Tabela 1. Zmiany ilości i jakości **mięsa i wędlin** kupowanych przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	53	22	9	16	927
Płeć					
Mężczyźni	59	19	8	15	438
Kobiety	48	25	10	17	489
Wiek					
18-24 lat	62	15	9	14	138
25-34	61	15	8	15	169
35-44	59	21	8	12	159
45-54	44	29	9	18	192
55-64	42	28	10	21	105
65 lat i więcej	50	24	9	17	164
Miejsce zamieszkania					
Wieś	54	24	8	14	339
Miasto do 20 tys.	58	16	12	13	111
20-100 tys.	55	20	10	16	182
101-500 tys.	53	21	6	20	180
501 tys. i więcej mieszk.	43	26	12	20	114
Wykształcenie					
Podstawowe	49	26	7	18	259
Zasadnicze zawodowe	44	25	11	20	235
Średnie	57	20	9	14	329
Wyższe	73	10	10	8	103
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	78	11	7	3	64
Prac.umysł.niż.szczebła	68	14	9	10	69
Pracownicy fiz.- umysł.	53	18	7	22	94
Robotnicy wykwalifikowani	61	21	4	14	76
Robotnicy niewykwalifik.	41	26	17	16	37
Rolnicy	62	23	9	6	47
Pracujący na własny rach.	67	16	8	9	34
Bierni zawodowo					
Renciści	38	30	8	23	97
Emeryci	49	25	8	19	184
Uczniowie i studenci	69	13	10	8	68
Bezrobotni	36	30	12	22	109
Gospodynie domowe i inni	38	30	11	21	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	67	14	7	11	132
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	57	22	3	18	72
sekt. pryw. poza rolnict.	61	17	10	12	172
prywatnym gosp. rolnym	59	28	10	3	52
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	30	33	16	21	126
301-500	52	23	8	17	180
501-900	52	21	9	18	212
901-1200	58	21	9	13	77
Powyżej 1200 zł	67	12	5	15	70
Ocena własnych war. mater.					
Złe	35	30	9	26	256
Średnie	53	23	10	14	434
Dobre	74	11	6	9	236
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	46	20	16	17	49
Raz w tygodniu	56	23	7	15	469
1-2 razy w miesiącu	54	22	9	15	131
Kilka razy w roku	48	27	10	16	174
W ogóle nie uczestniczy	51	12	14	23	104
Poglądy polityczne					
Lewica	60	18	11	11	169
Centrum	53	21	8	18	274
Prawica	56	23	8	12	213
Trudno powiedzieć	46	25	9	20	270

Tabela 2. Zmiany ilości i jakości **cukru i wyrobów cukierniczych** kupowanych przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	67	15	9	9	930
Płeć					
Mężczyźni	71	14	7	8	437
Kobiety	64	15	12	10	493
Wiek					
18-24 lat	71	10	11	8	139
25-34	70	12	11	8	169
35-44	68	19	8	5	160
45-54	63	20	7	10	189
55-64	61	15	9	15	107
65 lat i więcej	69	10	12	9	165
Miejsce zamieszkania					
Wieś	70	14	8	7	343
Miasto do 20 tys.	69	12	10	9	112
20-100 tys.	72	11	8	8	183
101-500 tys.	60	18	11	11	178
501 tys. i więcej mieszk.	59	17	14	10	113
Wykształcenie					
Podstawowe	67	15	9	9	263
Zasadnicze zawodowe	60	23	6	10	238
Średnie	69	11	12	9	327
Wyższe	79	5	11	5	102
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	84	6	5	5	62
Prac.umysł.niż.szczebła	74	6	16	3	71
Pracownicy fiz.-umysł.	71	11	9	8	94
Robotnicy wykwalifikowani	64	26	3	7	80
Robotnicy niewykwalifik.	61	31	3	6	39
Rolnicy	71	14	6	9	48
Pracujący na własny rach.	78	13	3	6	34
Bierni zawodowo					
Renciści	55	18	17	10	97
Emeryci	69	13	8	10	184
Uczniowie i studenci	75	10	10	5	68
Bezrobotni	57	20	10	13	110
Gospodynie domowe i inni	57	9	17	17	44
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	78	12	5	5	135
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	66	16	10	8	72
sekt. pryw. poza rolnict.	70	16	8	6	173
prywatnym gosp. rolnym	72	15	7	6	52
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	54	27	7	12	127
301-500	66	14	10	10	180
501-900	62	15	11	12	212
901-1200	72	13	7	8	76
Powyżej 1200 zł	73	11	11	5	71
Ocena własnych war. mater.					
Złe	52	22	11	15	254
Średnie	69	13	10	9	438
Dobre	81	10	7	2	238
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	60	12	16	11	53
Raz w tygodniu	70	14	9	7	472
1-2 razy w miesiącu	67	12	11	11	132
Kilka razy w roku	64	20	6	10	170
W ogóle nie uczestniczy	63	16	12	9	103
Poglądy polityczne					
Lewica	75	9	9	7	167
Centrum	67	17	7	10	274
Prawica	70	13	11	6	214
Trudno powiedzieć	60	17	12	11	274

Tabela 3. Zmiany ilości i jakości **nabiału (mleko, sery, jajka, masło)** kupowanego przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	73	16	6	6	895
Płeć					
Mężczyźni	76	14	4	5	426
Kobiety	69	18	7	6	469
Wiek					
18-24 lat	74	14	8	5	130
25-34	75	14	7	5	166
35-44	74	18	4	4	154
45-54	70	20	5	6	185
55-64	67	19	3	10	101
65 lat i więcej	75	13	6	5	159
Miejsce zamieszkania					
Wieś	76	11	6	6	296
Miasto do 20 tys.	72	16	6	5	117
20-100 tys.	75	17	4	5	181
101-500 tys.	69	19	5	6	184
501 tys.i więcej mieszk.	66	22	8	3	117
Wykształcenie					
Podstawowe	70	16	7	8	241
Zasadnicze zawodowe	63	25	5	7	222
Średnie	76	15	5	5	326
Wyższe	91	4	5	0	106
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	87	7	6	0	64
Prac.umysł.niż.szczebla	84	8	6	2	69
Pracownicy fiz.- umysł.	73	16	6	4	94
Robotnicy wykwalifikowani	71	24	2	4	78
Robotnicy niewykwalifik.	71	26	0	3	38
Rolnicy	81	7	6	6	34
Pracujący na własny rach.	82	13	3	3	36
Bierni zawodowo					
Renciści	63	23	9	6	89
Emeryci	74	13	5	8	181
Uczniowie i studenci	76	13	12	0	64
Bezrobotni	60	22	5	13	105
Gospodynie domowe i inni	62	24	4	10	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	85	8	4	2	132
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	71	17	8	4	70
sekt. pryw. poza rolnict.	75	19	4	2	177
prywatnym gosp. rolnym	83	9	5	2	37
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	55	26	10	10	118
301-500	69	22	3	6	172
501-900	71	17	6	7	212
901-1200	78	11	7	5	79
Powyżej 1200 zł	84	9	5	2	71
Ocena własnych war. mater.					
Złe	56	26	7	12	245
Średnie	75	15	5	4	418
Dobre	85	8	5	1	232
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	71	11	11	7	49
Raz w tygodniu	77	13	5	5	443
1-2 razy w miesiącu	73	19	2	6	130
Kilka razy w roku	66	21	7	6	169
W ogóle nie uczestniczy	66	21	8	4	103
Poglądy polityczne					
Lewica	82	10	6	2	165
Centrum	70	21	6	4	260
Prawica	78	11	5	5	209
Trudno powiedzieć	65	20	5	10	260

Tabela 4. Zmiany ilości i jakości **tłuszczów roślinnych, np. margaryny, oleju, oliwy** kupowanych przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	74	18	5	4	933
Płeć					
Mężczyźni	77	16	4	3	436
Kobiety	70	20	6	4	497
Wiek					
18-24 lat	76	14	5	5	135
25-34	76	15	7	3	171
35-44	70	23	5	3	163
45-54	72	22	2	4	194
55-64	69	21	5	5	105
65 lat i więcej	78	14	5	3	166
Miejsce zamieszkania					
Wieś	74	17	5	3	341
Miasto do 20 tys.	75	19	4	1	113
20-100 tys.	78	16	3	3	181
101-500 tys.	68	21	4	7	182
501 tys.i więcej mieszk.	72	20	5	4	115
Wykształcenie					
Podstawowe	72	19	5	4	263
Zasadnicze zawodowe	67	24	5	5	236
Średnie	75	18	3	3	329
Wyższe	86	4	8	2	105
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	82	7	12	0	64
Prac.umysł.niż.szczebla	82	8	7	2	71
Pracownicy fiz.- umysł.	76	17	2	4	92
Robotnicy wykwalifikowani	76	19	3	2	79
Robotnicy niewykwalifik.	62	35	3	0	38
Rolnicy	80	14	4	2	49
Pracujący na własny rach.	82	18	0	0	36
Bierni zawodowo					
Renciści	63	25	8	4	99
Emeryci	78	15	4	3	184
Uczniowie i studenci	82	11	4	3	67
Bezrobotni	60	31	2	8	110
Gospodynie domowe i inni	61	20	6	14	44
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	78	13	8	1	135
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	71	23	3	3	70
sekt. pryw. poza rolnict.	79	15	4	2	174
prywatnym gosp. rolnym	82	14	4	0	54
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	62	26	6	6	127
301-500	67	25	4	4	182
501-900	74	17	3	6	212
901-1200	75	16	8	2	76
Powyżej 1200 zł	84	11	5	0	72
Ocena własnych war. mater.					
Złe	61	27	4	7	255
Średnie	74	18	5	3	439
Dobre	85	9	4	1	239
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	75	16	5	5	54
Raz w tygodniu	75	16	6	3	474
1-2 razy w miesiącu	73	18	4	4	132
Kilka razy w roku	69	26	3	3	173
W ogóle nie uczestniczy	73	16	5	6	101
Poglądy polityczne					
Lewica	82	12	4	2	169
Centrum	69	21	6	4	274
Prawica	78	16	4	1	215
Trudno powiedzieć	69	21	4	6	275

Tabela 5. Zmiany ilości i jakości **mąki, makaronu i innych wyrobów mącznych, kasz** kupowanych przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	76	15	6	3	918
Płeć					
Mężczyźni	81	13	4	2	427
Kobiety	72	17	7	4	492
Wiek					
18-24 lat	72	12	10	6	134
25-34	75	15	8	2	166
35-44	74	18	4	4	158
45-54	75	20	4	1	188
55-64	75	15	6	5	104
65 lat i więcej	83	10	5	2	168
Miejsce zamieszkania					
Wieś	79	14	5	3	338
Miasto do 20 tys.	79	15	5	1	111
20-100 tys.	80	12	5	3	179
101-500 tys.	66	21	8	4	176
501 tys.i więcej mieszk.	72	15	8	5	115
Wykształcenie					
Podstawowe	76	15	6	3	262
Zasadnicze zawodowe	69	21	8	2	234
Średnie	78	14	4	4	324
Wyższe	85	4	8	3	98
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier.,inteligencja	84	5	10	0	60
Prac.umysł.niż.szczebla	89	7	1	2	65
Pracownicy fiz.- umysł.	74	18	4	4	92
Robotnicy wykwalifikowani	75	18	5	2	78
Robotnicy niewykwalifik.	74	23	3	0	39
Rolnicy	79	14	4	2	47
Pracujący na własny rach.	85	12	0	3	36
Bierni zawodowo					
Renciści	70	16	9	4	97
Emeryci	82	12	4	2	186
Uczniowie i studenci	73	10	11	6	67
Bezrobotni	62	27	6	5	106
Gospodynie domowe i inni	64	15	17	4	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	83	11	5	1	130
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	76	15	7	2	68
sekt. pryw. poza rolnict.	79	15	3	2	171
prywatnym gosp. rolnym	78	16	6	0	52
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	61	31	6	2	125
301-500	71	20	5	3	180
501-900	78	13	5	4	210
901-1200	85	9	3	3	77
Powyżej 1200 zł	80	11	9	0	69
Ocena własnych war. mater.					
Złe	67	23	6	5	253
Średnie	78	14	6	2	436
Dobre	82	9	7	2	229
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	74	12	13	1	54
Raz w tygodniu	80	12	5	3	469
1-2 razy w miesiącu	75	19	3	3	129
Kilka razy w roku	66	23	6	5	169
W ogóle nie uczestniczy	78	13	8	2	98
Poglądy polityczne					
Lewica	82	11	6	1	165
Centrum	75	17	4	4	269
Prawica	79	14	6	2	213
Trudno powiedzieć	71	17	8	4	271

Tabela 6. Zmiany ilości i jakości **pieczywa** kupowanego przez gospodarstwa domowe respondentów w ciągu ostatnich 30 dni

(%)

	Nie mniej i nie tańsze	Nie mniej, ale tańsze	Mniej, ale nie tańsze	Mniej i tańsze	Liczba osób
Ogółem	81	12	5	2	952
Płeć					
Mężczyźni	84	12	3	1	450
Kobiety	79	11	8	2	502
Wiek					
18-24 lat	80	8	10	2	143
25-34	84	9	6	1	172
35-44	78	14	5	3	162
45-54	79	16	4	1	196
55-64	82	12	3	3	109
65 lat i więcej	85	9	4	2	171
Miejsce zamieszkania					
Wieś	83	10	4	2	349
Miasto do 20 tys.	81	11	7	1	118
20-100 tys.	84	9	5	1	184
101-500 tys.	78	14	6	2	184
501 tys.i więcej mieszk.	74	16	8	2	117
Wykształcenie					
Podstawowe	80	13	4	3	271
Zasadnicze zawodowe	73	19	6	2	241
Średnie	86	7	5	2	333
Wyższe	87	4	8	0	106
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	91	4	5	0	64
Prac.umysł.niż.szczebla	85	6	7	2	71
Pracownicy fiz.- umysł.	80	15	5	1	95
Robotnicy wykwalifikowani	79	15	5	1	80
Robotnicy niewykwalifik.	84	16	0	0	38
Rolnicy	88	10	0	2	51
Pracujący na własny rach.	88	9	3	0	37
Bierni zawodowo					
Renciści	76	11	8	5	102
Emeryci	85	10	4	1	189
Uczniowie i studenci	86	4	8	1	70
Bezrobotni	67	23	8	2	111
Gospodynie domowe i inni	77	9	10	4	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	87	7	5	1	137
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	83	12	5	0	72
sekt. pryw. poza rolnict.	82	12	5	1	178
prywatnym gosp. rolnym	87	11	2	0	56
Dochody na jedną osobę					
Do 300 zł	69	25	4	2	129
301-500	82	12	6	1	181
501-900	81	10	7	3	217
901-1200	83	11	5	2	78
Powyżej 1200 zł	90	9	1	0	72
Ocena własnych war. mater.					
Złe	72	21	4	4	262
Średnie	84	8	6	2	446
Dobre	85	8	6	0	245
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	79	12	8	1	53
Raz w tygodniu	86	8	4	2	483
1-2 razy w miesiącu	82	12	5	1	135
Kilka razy w roku	72	19	6	3	178
W ogóle nie uczestniczy	74	16	9	1	104
Poglądy polityczne					
Lewica	89	6	4	1	171
Centrum	79	15	4	2	279
Prawica	85	10	5	1	220
Trudno powiedzieć	76	13	8	2	282