



## **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](mailto:sekretariat@cbos.pl)

BS/95/2008

### **PERCEPCJA CEN I REAKCJE NA PODWYŻKI**

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, CZERWIEC 2008

PRZEDRUK I ROZPOWSZECHNIANIE 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  
12 października 2007 roku

Ze względu na wzrost cen żywności, jaki nastąpił w tym roku, oraz prognozy wskazujące na dalsze podwyżki cen artykułów spożywczych, zapytaliśmy ankietowanych, jak ich zdaniem zmieniły się ceny – nie tylko produktów żywnościowych, ale także innych towarów codziennego użytku. Interesowało nas, w jakim stopniu gospodarstwa domowe odczuły podwyżki, a także – jak dostosowały do nich swój styl konsumpcji.

### PERCEPCJA CEN

Wzrost cen surowców i energii jest jedną ze składowych wzrostu cen żywności. Zapytaliśmy Polaków<sup>1</sup>, czy w ich odczuciu w ostatnich dwunastu miesiącach zmieniły się ceny energii elektrycznej, gazu oraz wody. Uzyskane deklaracje są właściwie jednoznaczne. Przekonanie, że w ciągu ostatniego roku wzrosły ceny energii elektrycznej i gazu, jest powszechne (odpowiednio: 95% i 90% wskazań). Nieco mniej ankietowanych (81%) wskazuje na wzrost opłat za wodę, tylko nieliczni (8%) sądzą, że nie uległy one zmianie.

Tabela 1

Czy, w Pana(i) odczuciu, w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy ceny:	Spadły	Nie zmieniły się	Wzrosły	Trudno powiedzieć
	w procentach			
– energii elektrycznej	0,3	2	95	3
– gazu	0,3	4	90	6
– wody	0,3	8	81	11

Zdaniem badanych ceny niemal wszystkich przedstawionych przez nas kategorii produktów wzrosły, szczególnie zaś podrożały artykuły spożywcze. Od stycznia do kwietnia 2008 roku, jak podaje GUS, ceny żywności wzrosły w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku o 7,2%. Mimo że zwiększyło się również przeciętne wynagrodzenie, wzrost cen artykułów spożywczych jest odczuwany niemal powszechnie.

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (216) zrealizowano w dniach 9–12 maja 2008 roku na liczącej 1116 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Tabela 2

Czy, Pana(i) zdaniem, w ciągu ostatnich trzech miesięcy, tzn. od połowy lutego, ceny:	Spadły	Nie zmieniły się	Wzrosły	Trudno powiedzieć
	w procentach			
– produktów zbożowych (pieczywa, mąki, makaronów)	0,4	9	86	5
– nabiału (jajek, mleka, masła, sera)	1	9	84	6
– mięsa, wędlin	1	10	83	6
– benzyny, oleju napędowego	1	4	81	14
– lekarstw	1	12	69	18
– cukru i wyrobów cukierniczych	4	25	62	9
– papierosów	0,4	10	60	30
– środków higieny (mydła, środków higieny osobistej, proszków i płynów do prania, czyszczenia itp.)	1	30	57	12
– napojów alkoholowych (piwa, wina, wódki)	1	28	39	32
– gazet, czasopism	1	45	33	21

Najczęściej wskazywano na wzrost cen produktów zbożowych, takich jak pieczywo, mąka, makarony – więcej płaci za te artykuły 86% Polaków, w tym 40% deklaruje, że ich ceny zdecydowanie wzrosły. Prawie powszechne jest również przekonanie o wzroście cen nabiału – jajek, mleka, masła, sera (84% wskazań, w tym 39% – że podwyżki są znaczące) oraz cen mięsa i wędlin (83%). Prawie dwie trzecie ankietowanych (62%) wskazuje na wzrost cen cukru i wyrobów cukierniczych, w tym 40% twierdzi, że za tego typu produkty płaci obecnie nieco więcej, a 22% deklaruje, że znacznie więcej. Jedna czwarta (25%) nie dostrzega zmian w cenach cukru w ciągu ostatnich trzech miesięcy.

W przypadku percepcji cen paliw również dominują deklaracje wskazujące na podwyżki. Przeważająca większość dorosłych (81%) uważa, że wzrosły ceny benzyny i oleju napędowego, co więcej, częściej mówiono o znaczącym ich wzroście (47%) niż o niewielkim (34%).

Zdaniem większości Polaków istotnie podrożały lekarstwa. Ponad dwie trzecie (69%) uważa, że ceny leków wzrosły, w tym 37% zaobserwowało znaczący ich wzrost, a 32% – umiarkowany. Stosunkowo wielu badanych (18%) nie orientuje się w cenach produktów farmaceutycznych.

Środki higieny osobistej i środki czystości w opinii ponad połowy badanych (57%) również podrożały, blisko jedna trzecia zaś (30%) uważa, że ich ceny się nie zmieniły.

Zdaniem większości dorosłych (60%) wzrosły także ceny papierosów, w tym co trzeci (32%) wskazuje na znaczne ich podwyżki. Tylko co dziesiąty (10%) nie dostrzega zmian w cenach wyrobów tytoniowych, a dość znaczna grupa (30%) nie ma zdania na ten temat.

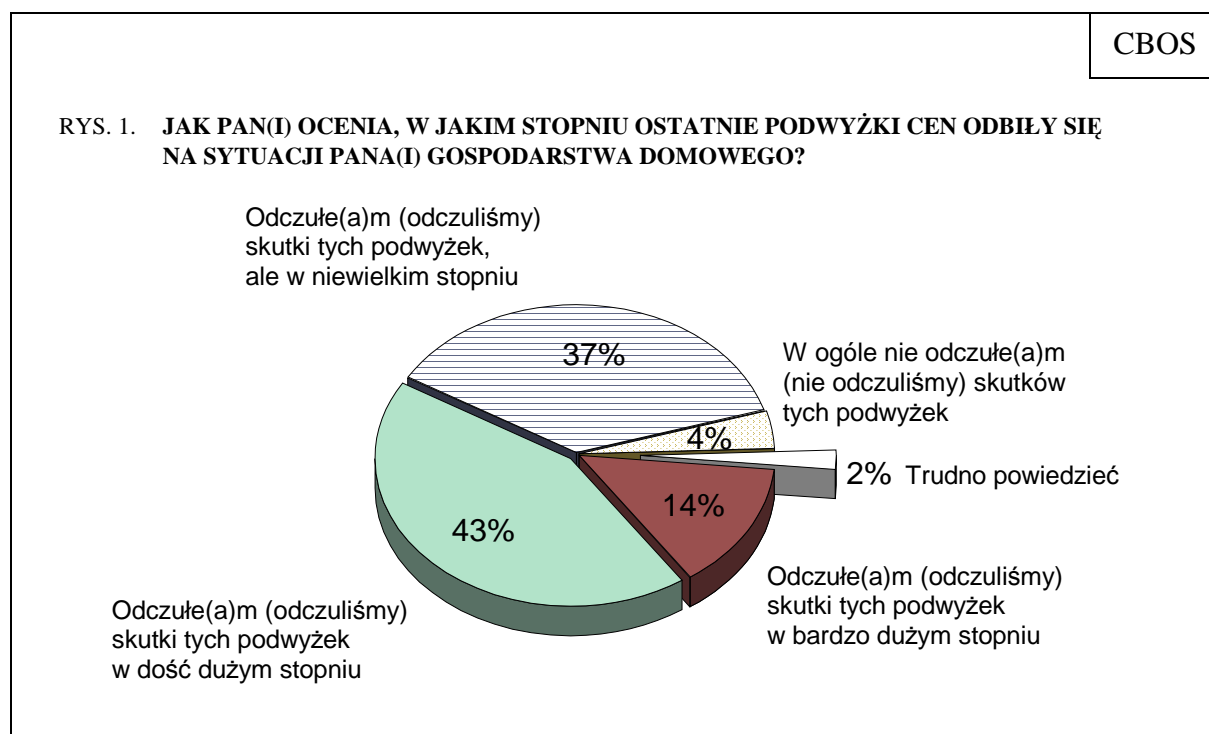
Percepcja cen napojów alkoholowych nie jest tak jednoznaczna. Wprawdzie największa grupa dorosłych (39%) deklaruje, że w ciągu ostatnich trzech miesięcy podwyżki objęły również tę kategorię produktów, niemniej stosunkowo wielu (28%) wyraża opinię, że w tym czasie ich ceny nie uległy zmianie. Pozostali (32%) nie orientują się w cenie wyrobów alkoholowych.

Jedyną kategorią produktów, w przypadku której więcej osób nie zauważyło zmian cen, niż odnotowało ich wzrost, to gazety i czasopisma. Ponad dwie piąte Polaków (45%) sądzi, że ceny prasy się nie zmieniły, a co trzeci (33%) twierdzi, że wzrosły. Jedna piąta (21%) nie ma orientacji w tym zakresie.

Co ciekawe, uzyskiwane przez gospodarstwa domowe dochody *per capita* nie różnicują istotnie percepcji cen żywności. Wszystkie wyodrębnione grupy – od najmniej do najwięcej zarabiających – w większości deklarują, że ceny produktów spożywczych wzrosły. Pewne zróżnicowania można zauważyć w odniesieniu do cen cukru i wyrobów cukierniczych – im wyższe dochody, tym częstsze deklaracje, że ta grupa produktów nie podrożała. Ponadto zauważalny wpływ wysokości dochodów na postrzeganie zmian cen odnotowujemy w przypadku środków czyszczących i kosmetyków; ankietowani o niższych dochodach *per capita* relatywnie częściej niż inni odczuwają wzrost cen tego rodzaju produktów. Jeśli chodzi o percepcję cen napojów alkoholowych i papierosów, otrzymane deklaracje wskazują, że osoby mniej zarabiające częściej dostrzegają podwyżki. Zapewne wynika to stąd, że ci, którzy uzyskują wyższe dochody, rzadziej orientują się w cenach tych artykułów (deklaracje „trudno powiedzieć”). O wzroście cen prasy przekonana jest duża grupa osób najmniej zarabiających, natomiast im wyższe dochody, tym częstsze przeświadczenie, że ceny gazet i czasopism nie zmieniły się w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Na postrzeganie cen wpływa również ocena własnych warunków materialnych. Zazwyczaj im gorzej respondenci je oceniają, tym częściej deklarują, że ceny wymienionych produktów wzrosły. Wyjątkiem są tu napoje alkoholowe i papierosy, w przypadku których subiektywnie pojęta jakość warunków bytu nie odgrywa znaczącej roli w percepcji cen tych wyrobów.

## REAKCJE NA PODWYŻKI CEN

Ponad połowa Polaków (57%) przyznaje, że skutki ostatnich podwyżek cen odczuła w dość dużym (43%) lub bardzo dużym (14%) stopniu. Pozostali odczuli podwyżki nieznacznie (37%) lub w ogóle nie doświadczyli skutków wzrostu cen (4%).



Pominięto ankietowanych, którzy nie zaobserwowali podwyżek cen (0,5%)

Podwyżki cen w dużym lub bardzo dużym stopniu najczęściej odczuli ludzie starsi, emeryci, renciści, bezrobotni, ponadto osoby słabiej wykształcone, mieszkańcy mniejszych miast (od 20 tys. do 100 tys. ludności), respondenci o niższych dochodach *per capita* (do 500 zł) i gorzej oceniający własne warunki materialne. Można również zauważyć, że częściej byli to pracownicy spółek właścicieli prywatnych i państwa, rzadziej zaś zatrudnieni w instytucjach państwowych i sektorze prywatnym poza rolnictwem.

Ankietowanych zapytaliśmy również o różne sposoby radzenia sobie z podwyżkami cen, takie jak: całkowite rezygnowanie z nabywania określonych produktów, ograniczanie konsumpcji, kupowanie tańszych towarów i robienie zakupów „na zapas”. Z uzyskanych deklaracji wynika, że większość badanych (59%) w ciągu ostatnich trzech miesięcy ograniczyła konsumpcję, tzn. kupowała mniejszą ilość niektórych produktów. Niemal tyle

samo (58%) twierdzi, że w tym okresie z powodu wzrostu cen nabywało towary tańsze, niższej jakości. Mniej popularną reakcją na podwyżki było całkowite skreślenie danych produktów z listy zakupów. Taki sposób radzenia sobie ze wzrostem cen praktykował co czwarty dorosły (24%). Jeszcze mniej osób (10%) przyznaje, że robiło zapasy niektórych produktów, spodziewając się dalszego wzrostu ich cen.

Tabela 3

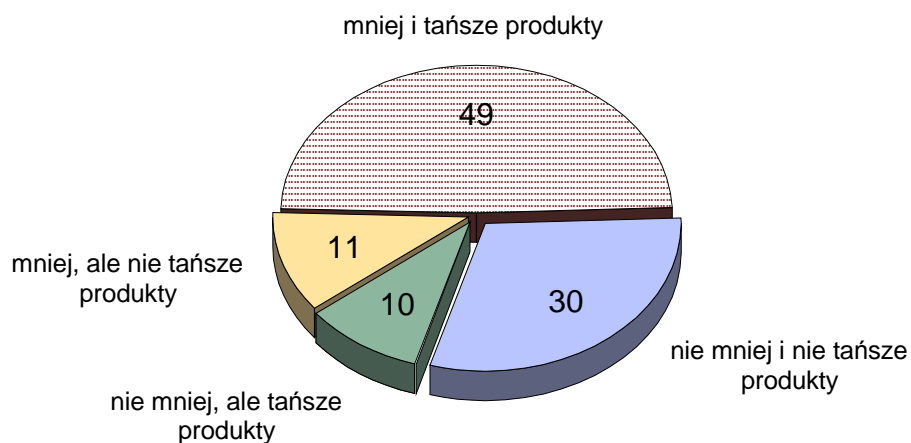
Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy:	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
– kupował(a) Pan(i) /kupowali Państwo/ mniej niektórych produktów	59	39	3
– kupował(a) Pan(i) /kupowali Państwo/ niektóre produkty tańsze, niższej jakości	58	40	2
– był(a) Pan(i) zmuszony(a) /byli Państwo zmuszeni/ całkowicie zrezygnować z kupowania niektórych produktów	24	71	4
– robił(a) Pan(i) /robili Państwo/ zapasy niektórych produktów, spodziewając się, że ich ceny nadal będą rosły	10	89	2

Pominięto grupę ankietowanych, która nie zaobserwowała podwyżek cen

Do całkowitej rezygnacji z zakupu niektórych produktów stosunkowo częściej zmuszeni byli starsi ankietowani, emeryci i renciści, bezrobotni, najmniej zarabiający i najgorzej oceniający własne warunki bytowe. Strategia polegająca na gromadzeniu zapasów niektórych produktów nie jest silnie uwarunkowana statusem materialnym, niemniej zauważalnie najrzadziej praktykowali ją członkowie gospodarstw o najwyższych dochodach *per capita*.

Dwie najbardziej rozpowszechnione strategie radzenia sobie z podwyżkami cen można również przedstawić następująco. Niemal połowa dorosłych (49%) przyznaje, że w ciągu ostatnich trzech miesięcy kupowała zarówno mniej niektórych produktów, jak i zastępowała pewne artykuły ich tańszymi odpowiednikami. Co dziewiąty dorosły (11%) ograniczył konsumpcję, ale nie kosztem jakości nabywanych towarów, natomiast co dziesiąty (10%) – odwrotnie – kupował tyle samo produktów, ale niektóre z nich były tańsze, niższej jakości. Blisko jedna trzecia Polaków (30%) ani nie zmniejszyła ilości nabywanych dóbr, ani nie zastąpiła żadnego z nich odpowiednikami niższej jakości, tańszymi.

RYS. 2. ZMIANY W ILOŚCI I JAKOŚCI KONSUMPCJI ZE WZGLĘDU NA PODWYŻKI CEN. ODSETKI ANKIETOWANYCH, KTÓRZY KUPOWALI:



Respondenci źle oceniający własne warunki materialne, mniej zarabiający – szczególnie ci o dochodach 301–500 zł na jedną osobę w gospodarstwie domowym – relatywnie częściej niż inni nabywali zarówno mniej produktów, jak i zastępowali niektóre z nich tańszymi odpowiednikami. Ponad połowa ankietowanych, którzy uzyskują dochody powyżej 1200 zł *per capita*, nie musiała ani ograniczać konsumpcji, ani kupować tańszych produktów. Ponadto istnieje duża rozbieżność opinii między wsią a miastami (szczególnie największymi aglomeracjami), których mieszkańcy w większości deklarują, że nie stosowali żadnej z tych strategii konsumenckich, podczas gdy trzy piąte mieszkańców wsi musiało kupować zarówno mniej produktów, jak i niższej jakości.

Jak w kontekście czterech strategii radzenia sobie z podwyżkami cen zachowywali się ankietowani deklarujący, że odczuli podwyżki w dużym stopniu, a jak ci, którzy odczuli je nieznacznie bądź w ogóle nie doświadczyli skutków wzrostu cen? Ponad jedna trzecia osób, które odczuły podwyżki w znacznym stopniu (37%), przyznaje, że w ciągu ostatnich trzech miesięcy zrezygnowała z zakupu niektórych towarów. Wśród osób, które mówią, że ich gospodarstwa domowe nie odczuły wzrostu cen (lub odczuły tylko w niewielkim stopniu), ta strategia praktykowana jest relatywnie rzadko (8%). Jeśli chodzi o gromadzenie zapasów mających uchronić gospodarstwo przed dalszymi skutkami podwyżek, to, ogólnie rzecz biorąc, jest to mało popularny sposób postępowania zarówno dla tych, którzy odczuli wzrost



cen, jak i nieuświadamiwiających sobie tego. Niemniej należy zauważyć, że ta pierwsza grupa postępowała w ten sposób dwukrotnie częściej niż ci, dla których podwyżki nie stanowiły większego problemu.

Tabela 4

Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego?	Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy był(a) Pan(i) zmuszon(a) /byli Państwo zmuszeni/ całkowicie zrezygnować z kupowania niektórych produktów?		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Nie odczułem (nie odczuliśmy) skutków tych podwyżek	8	89	3
Odczułem (odczuliśmy) skutki tych podwyżek	37	59	4
Trudno powiedzieć	6	53	41

Tabela 5

Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego?	Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy robił(a) Pan(i) /robili Państwo/ zapasy niektórych produktów, spodziewając się, że ich ceny nadal będą rosły?		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Nie odczułem (nie odczuliśmy) skutków tych podwyżek	6	94	0
Odczułem (odczuliśmy) skutki tych podwyżek	12	86	2
Trudno powiedzieć	4	67	29

Ograniczenie konsumpcji i kupowanie tańszych produktów było praktykowane przez zdecydowaną większość osób, które odczuły podwyżki cen, oraz dość znaczną grupę tych, którzy ich nie odczuli. Warto zaznaczyć, że w tej drugiej grupie nieco bardziej rozpowszechnione było kupowanie produktów tańszych, niższej jakości niż nabywanie mniejszej liczby towarów. Natomiast wśród osób, które w dużym stopniu odczuły wzrost cen, nieco częściej wspomina się o ograniczaniu konsumpcji niż o zastępowaniu niektórych produktów ich tańszymi odpowiednikami.

Tabela 6

Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego?	Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy kupował(a) Pan(i) /kupowali Państwo/ mniej niektórych produktów?		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Nie odczułem (nie odczuliśmy) skutków tych podwyżek	32	65	3
Odczułem (odczuliśmy) skutki tych podwyżek	80	19	1
Trudno powiedzieć	6	51	43

Tabela 7

Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego?	Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy kupował(a) Pan(i) /kupowali Państwo/ niektóre produkty tańsze, niższej jakości?		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Nie odczułe(a)m (nie odczuliśmy) skutków tych podwyżek	37	61	2
Odczułe(a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek	74	25	1
Trudno powiedzieć	17	44	39

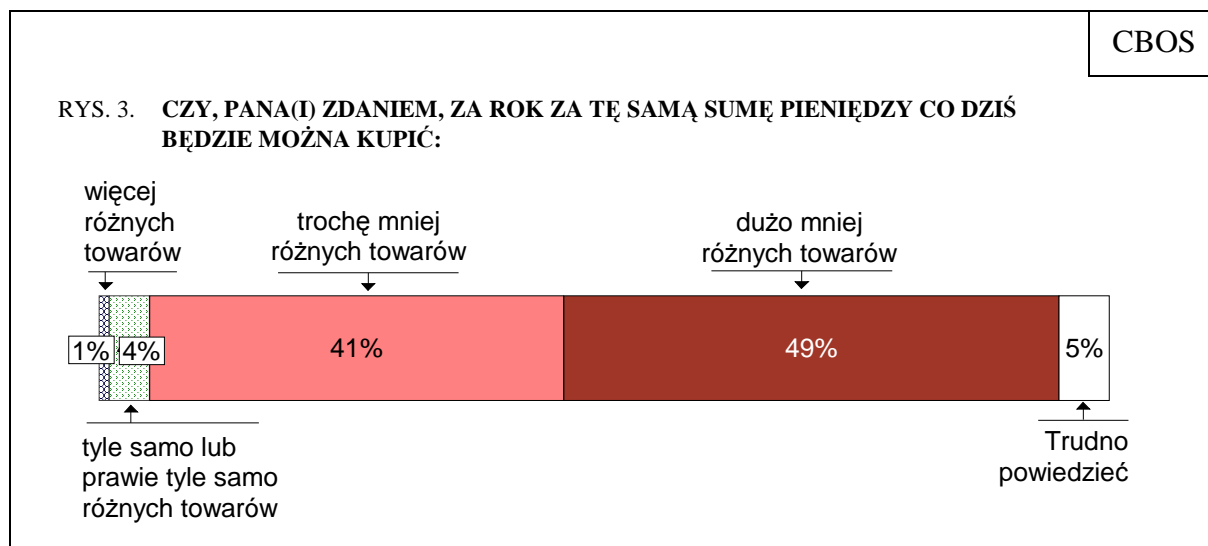
Poniższa tabela przedstawia w bardziej szczegółowym ujęciu zależność między oceną wpływu podwyżek na własną sytuację materialną a zastosowaną przez gospodarstwo domowe strategią konsumpcji.

Tabela 8

Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego?	Zmiany w ilości i jakości konsumpcji ze względu na podwyżki cen. Ankietowani deklarujący, że kupowali:			
	mniej i tańsze produkty	mniej, ale nie tańsze	nie mniej, ale tańsze	nie mniej i nie tańsze
	w procentach			
W ogóle nie odczułe(a)m (nie odczuliśmy) skutków tych podwyżek	6	3	5	85
Odczułe(a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek, ale w niewielkim stopniu	26	10	15	50
Odczułe(a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek w dość dużym stopniu	64	13	7	15
Odczułe(a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek w bardzo dużym stopniu	83	8	3	5

### PRZEWIDYWANIA

Przewidywania dotyczące cen są mało optymistyczne. O tym, że za rok za tę samą kwotę co dziś będzie można kupić mniej towarów, przekonanych jest 90% ankietowanych, w tym blisko połowa (49%) sądzi, że będzie to dużo mniej towarów, niż można nabyć obecnie. Tylko nieliczni (4%) nie przewidują spadku wartości złotego, a znikoma liczba badanych (1%) utrzymuje, że jego siła nabywcza wzrośnie.



Przewidywania dotyczące inflacji są najbardziej pesymistyczne z dotychczasowych i najbliższe tym z końca 1999 roku.

Tabela 9

Czy, Pana(i) zdaniem, za rok za tę samą sumę pieniędzy co dziś będzie można kupić:	Wskazania respondentów według terminów badań				
	XII '99	XII '00	XII '01	IX '05	V '08
	w procentach				
– więcej różnych towarów	1	1	1	2	1
– tyle samo lub prawie tyle samo różnych towarów	6	5	11	13	4
– trochę mniej	40	38	46	39	41
– dużo mniej różnych towarów niż dzisiaj	48	47	32	35	49
Trudno powiedzieć	5	9	10	11	5



Nie wiemy, w jakim stopniu tegoroczny wzrost wynagrodzeń złagodził skutki podwyżek cen. Bez wątplenia jednak wzrost cen produktów – szczególnie artykułów spożywczych – jest dostrzegany powszechnie. Co więcej, ponad połowa Polaków przyznaje, że skutki podwyżek cen w ciągu ostatnich trzech miesięcy były odczuwalne dla budżetów ich gospodarstw domowych, stąd też ponad połowa dorosłych musiała zmienić styl konsumpcji – kupując albo mniej produktów, albo wyroby niższej jakości.

Opracował  
Michał FELIKSIĄK



## A N E K S

Tabela 1. Jak Pan(i) ocenia, w jakim stopniu ostatnie podwyżki cen odbiły się na sytuacji Pana(i) gospodarstwa domowego? 1 - Odczułem (a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek w niewielkim stopniu lub w ogóle nie odczułem (a)m (nie odczuliśmy); 2 - Odczułem (a)m (odczuliśmy) skutki tych podwyżek w dużym stopniu

(%)

	1	2	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	41	57	2	1110
Płeć				
Mężczyźni	46	52	2	533
Kobiety	37	61	2	577
Wiek				
18-24 lata	59	36	4	158
25-34	47	50	3	209
35-44	44	56	0	192
45-54	39	60	1	193
55-64	34	65	1	175
65 lat i więcej	26	71	3	184
Miejsce zamieszkania				
Wieś	40	58	2	419
Miasto do 20 tys.	44	55	1	150
20-100 tys.	36	63	1	220
101-500 tys.	47	50	2	171
501 tys. i więcej mieszk.	44	53	3	150
Wykształcenie				
Podstawowe	31	65	4	284
Zasadnicze zawodowe	39	59	2	290
Średnie	44	55	1	375
Wyższe	58	40	2	161
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	61	38	1	81
Prac. umysł. niż. szczebla	49	49	3	117
Pracownicy fiz.- umysł.	38	62	0	77
Robotnicy wykwalifikowani	42	56	1	118
Robotnicy niewykwalifik.	38	61	1	63
Rolnicy	41	57	2	59
Pracujący na własny rach.	66	31	3	40
Bierni zawodowo				
Renciści	28	70	1	74
Emeryci	28	69	2	239
Uczniowie i studenci	60	33	7	94
Bezrobotni	33	66	1	76
Gospodynie domowe i inni	41	58	1	71
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	52	47	1	166
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	38	62	0	98
sekt. pryw. poza rolnict.	50	47	3	232
prywatnym gosp. rolnym	43	56	2	55
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	22	74	4	45
301-500	26	73	1	118
501-900	36	62	2	235
901-1200	41	58	1	125
Powyżej 1200 zł	53	45	1	151
Ocena własnych war. mater.				
Złe	14	85	1	224
Średnie	39	59	2	489
Dobre	60	38	2	397
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	44	56	0	56
Raz w tygodniu	41	57	2	524
1-2 razy w miesiącu	41	57	2	211
Kilka razy w roku	47	50	3	203
W ogóle nie uczestniczy	34	65	2	117
Poglądy polityczne				
Lewica	43	56	1	149
Centrum	42	55	2	317
Prawica	43	56	2	365
Trudno powiedzieć	38	60	3	278

Tabela 2. Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy kupował(a) Pan(i) (kupowali Państwo) mniej niektórych produktów?

(%)

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	59	39	3	1100
Płeć				
Mężczyźni	56	41	3	525
Kobiety	61	36	3	575
Wiek				
18-24 lata	47	48	5	156
25-34	59	39	2	206
35-44	62	36	2	192
45-54	56	41	3	191
55-64	61	38	1	175
65 lat i więcej	65	30	4	181
Miejsce zamieszkania				
Wieś	64	33	3	416
Miasto do 20 tys.	59	38	2	149
20-100 tys.	59	39	2	218
101-500 tys.	63	33	4	169
501 tys. i więcej mieszk.	37	60	3	148
Wykształcenie				
Podstawowe	67	28	5	279
Zasadnicze zawodowe	63	34	3	285
Średnie	56	43	2	374
Wyższe	43	55	2	162
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	44	55	1	81
Prac. umysł. niż. szczebla	50	45	5	117
Pracownicy fiz.- umysł.	65	35	0	76
Robotnicy wykwalifikowani	55	42	3	116
Robotnicy niewykwalifik.	68	32	0	63
Rolnicy	62	35	4	59
Pracujący na własny rach.	52	48	0	40
Bierni zawodowo				
Renciści	68	28	4	74
Emeryci	63	34	3	235
Uczniowie i studenci	43	49	9	92
Bezrobotni	74	26	0	76
Gospodynie domowe i inni	60	38	1	71
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	51	46	2	166
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	55	42	3	97
sekt. pryw. poza rolnict.	56	43	1	230
prywatnym gosp. rolnym	62	34	4	55
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	66	34	0	45
301-500	79	18	2	115
501-900	67	31	2	231
901-1200	54	43	3	125
Powyżej 1200 zł	37	60	2	151
Ocena własnych war. mater.				
Złe	84	14	2	223
Średnie	60	38	3	483
Dobre	43	53	4	395
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	60	35	5	55
Raz w tygodniu	59	39	2	521
1-2 razy w miesiącu	63	33	4	209
Kilka razy w roku	50	48	3	200
W ogóle nie uczestniczy	64	34	2	115
Poglądy polityczne				
Lewica	52	45	4	149
Centrum	62	36	2	314
Prawica	56	42	2	361
Trudno powiedzieć	62	34	4	276

Tabela 3. Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy kupował(a) Pan(i) (kupowali Państwo) niektóre produkty tańsze, niższej jakości?

(%)

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	58	40	2	1100
Płeć				
Mężczyźni	54	43	2	525
Kobiety	61	37	2	575
Wiek				
18-24 lata	48	46	6	156
25-34	57	40	2	206
35-44	57	41	2	192
45-54	49	49	1	191
55-64	63	36	1	175
65 lat i więcej	70	28	2	181
Miejsce zamieszkania				
Wieś	67	30	3	416
Miasto do 20 tys.	57	42	2	149
20-100 tys.	58	40	2	218
101-500 tys.	54	44	2	169
501 tys. i więcej mieszk.	36	63	1	148
Wykształcenie				
Podstawowe	70	26	4	279
Zasadnicze zawodowe	64	33	3	285
Średnie	53	46	1	374
Wyższe	34	65	1	162
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	37	62	1	81
Prac. umysł. niż. szczebla	41	56	2	117
Pracownicy fiz.- umysł.	57	43	0	76
Robotnicy wykwalifikowani	54	41	4	116
Robotnicy niewykwalifik.	64	34	2	63
Rolnicy	68	32	0	59
Pracujący na własny rach.	31	69	0	40
Bierni zawodowo				
Renciści	82	16	1	74
Emeryci	67	31	2	235
Uczniowie i studenci	43	50	7	92
Bezrobotni	77	22	1	76
Gospodynie domowe i inni	57	41	1	71
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	44	54	2	166
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	52	47	2	97
sekt. pryw. poza rolnict.	48	50	2	230
prywatnym gosp. rolnym	67	33	0	55
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	65	32	3	45
301-500	76	23	2	115
501-900	67	32	1	231
901-1200	56	43	1	125
Powyżej 1200 zł	36	62	2	151
Ocena własnych war. mater.				
Złe	84	14	2	223
Średnie	57	40	2	483
Dobre	43	54	3	395
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	60	38	1	55
Raz w tygodniu	58	39	3	521
1-2 razy w miesiącu	58	39	3	209
Kilka razy w roku	47	50	3	200
W ogóle nie uczestniczy	70	30	0	115
Poglądy polityczne				
Lewica	54	43	3	149
Centrum	64	34	2	314
Prawica	52	46	1	361
Trudno powiedzieć	59	37	4	276

Tabela 4. Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy **był(a) Pan(i) zmuszony(a) (byli Państwo zmuszeni) całkowicie zrezygnować z kupowania niektórych produktów?**

(%)

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	24	71	4	1099
Płeć				
Mężczyźni	22	74	4	524
Kobiety	27	69	5	575
Wiek				
18-24 lata	14	77	9	156
25-34	22	77	1	206
35-44	22	77	2	190
45-54	24	74	3	191
55-64	30	65	4	175
65 lat i więcej	34	58	7	181
Miejsce zamieszkania				
Wieś	25	70	5	416
Miasto do 20 tys.	35	62	3	149
20-100 tys.	23	72	5	218
101-500 tys.	23	74	3	168
501 tys. i więcej mieszk.	17	80	3	148
Wykształcenie				
Podstawowe	32	62	6	279
Zasadnicze zawodowe	28	69	3	285
Średnie	19	76	5	373
Wyższe	18	81	1	162
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	15	84	1	81
Prac. umysł. niż. szczebla	19	78	3	116
Pracownicy fiz.- umysł.	25	73	2	76
Robotnicy wykwalifikowani	23	75	2	116
Robotnicy niewykwalifik.	13	84	3	63
Rolnicy	22	72	5	59
Pracujący na własny rach.	18	82	0	40
Bierni zawodowo				
Renciści	42	51	7	74
Emeryci	30	64	6	235
Uczniowie i studenci	9	77	14	92
Bezrobotni	42	58	0	76
Gospodynie domowe i inni	25	74	1	71
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	20	77	2	166
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	20	79	1	96
sekt. pryw. poza rolnict.	16	83	2	230
prywatnym gosp. rolnym	21	73	6	55
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	36	64	0	45
301-500	34	63	3	115
501-900	28	69	3	230
901-1200	26	71	3	125
Powyżej 1200 zł	11	87	2	151
Ocena własnych war. mater.				
Złe	49	49	2	223
Średnie	23	71	6	481
Dobre	12	85	3	395
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	18	79	4	55
Raz w tygodniu	25	71	4	520
1-2 razy w miesiącu	26	67	7	209
Kilka razy w roku	19	78	3	200
W ogóle nie uczestniczy	33	66	1	115
Poglądy polityczne				
Lewica	21	76	3	149
Centrum	23	72	5	314
Prawica	22	75	3	360
Trudno powiedzieć	31	63	6	276

Tabela 5. Czy z powodu wzrostu cen niektórych produktów w okresie ostatnich trzech miesięcy **robił(a) Pan(i) (robili Państwo) zapasy niektórych produktów, spodziewając się, że ich ceny nadal będą rosły?**

(%)

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	10	89	2	1098
Płeć				
Mężczyźni	9	89	2	524
Kobiety	10	89	2	574
Wiek				
18-24 lata	13	83	4	155
25-34	10	87	3	206
35-44	8	92	0	192
45-54	8	90	2	191
55-64	10	89	1	174
65 lat i więcej	9	91	1	181
Miejsce zamieszkania				
Wieś	13	85	2	415
Miasto do 20 tys.	10	88	2	149
20-100 tys.	9	89	2	218
101-500 tys.	7	92	1	168
501 tys. i więcej mieszk.	5	95	1	148
Wykształcenie				
Podstawowe	12	85	3	278
Zasadnicze zawodowe	8	90	2	284
Średnie	10	88	2	374
Wyższe	6	94	0	162
Grupa społ.-zaw. pracujący				
Kadra kier., inteligencja	5	95	0	81
Prac.umysł.niż.szczebła	6	92	2	117
Pracownicy fiz.- umysł.	15	85	0	76
Robotnicy wykwalifikowani	7	92	1	116
Robotnicy niewykwalifik.	13	87	0	63
Rolnicy	14	86	0	59
Pracujący na własny rach.	3	97	0	40
Bierni zawodowo				
Renciści	13	84	3	72
Emeryci	7	92	1	235
Uczniowie i studenci	11	82	7	91
Bezrobotni	11	85	4	76
Gospodynie domowe i inni	15	81	3	71
Pracuje w:				
inst. państw., publicznej	10	89	1	166
spółce właścicieli				
prywatnych i państwa	6	94	0	97
sekt. pryw. poza rolnict.	7	92	1	230
prywatnym gosp. rolnym	14	86	0	55
Dochody na jedną osobę				
Do 300 zł	11	89	0	45
301-500	13	85	2	115
501-900	7	92	1	230
901-1200	9	91	0	125
Powyżej 1200 zł	5	93	1	151
Ocena własnych war. mater.				
Złe	10	88	2	221
Średnie	9	88	2	483
Dobre	9	90	1	395
Udział w prakt. religijnych				
Kilka razy w tygodniu	5	92	4	55
Raz w tygodniu	9	90	1	520
1-2 razy w miesiącu	8	88	4	208
Kilka razy w roku	12	86	3	200
W ogóle nie uczestniczy	14	86	0	115
Poglądy polityczne				
Lewica	8	92	0	149
Centrum	12	87	1	314
Prawica	7	92	1	361
Trudno powiedzieć	11	85	4	274