



## **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/175/2008

### **PERCEPCJA CEN**

### **KOMUNIKAT Z BADAŃ**

WARSZAWA, LISTOPAD 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  
3 października 2008 roku

Według danych GUS, inflacja w ostatnich trzech miesiącach malała. W listopadowym sondażu<sup>1</sup> sprawdziliśmy, jak w percepcji społecznej kształtują się ceny wybranych kategorii produktów. Społeczne postrzeganie cen nie jest wiernym odbiciem rzeczywistości rynkowej, więc należy je traktować jako jeden z wymiarów nastrojów konsumenckich, które z kolei w pewnym stopniu mogą się przekładać na zachowania kupujących.

Zdaniem większości Polaków, w ostatnich trzech miesiącach podrożały artykuły spożywcze, takie jak mięso, wędliny (75% wskazań), produkty zbożowe – pieczywo, mąka, makarony (72%) oraz nabiał (70%). Ponad połowa ankietowanych (57%) twierdzi, że obecnie płaci więcej za cukier i wyroby cukiernicze, ale dość duża grupa (31%) uważa, że w ciągu ostatnich trzech miesięcy ceny tych produktów nie uległy zmianie.

Prawie trzy czwarte respondentów (72%) jest zdania, że podrożały papierosy, tylko nieliczni twierdzą, że ten produkt utrzymał swoją cenę lub potaniał. Co do cen napojów alkoholowych zdania są podzielone: 40% ankietowanych uważa, że wzrosły, a 35% nie dostrzega zmian.

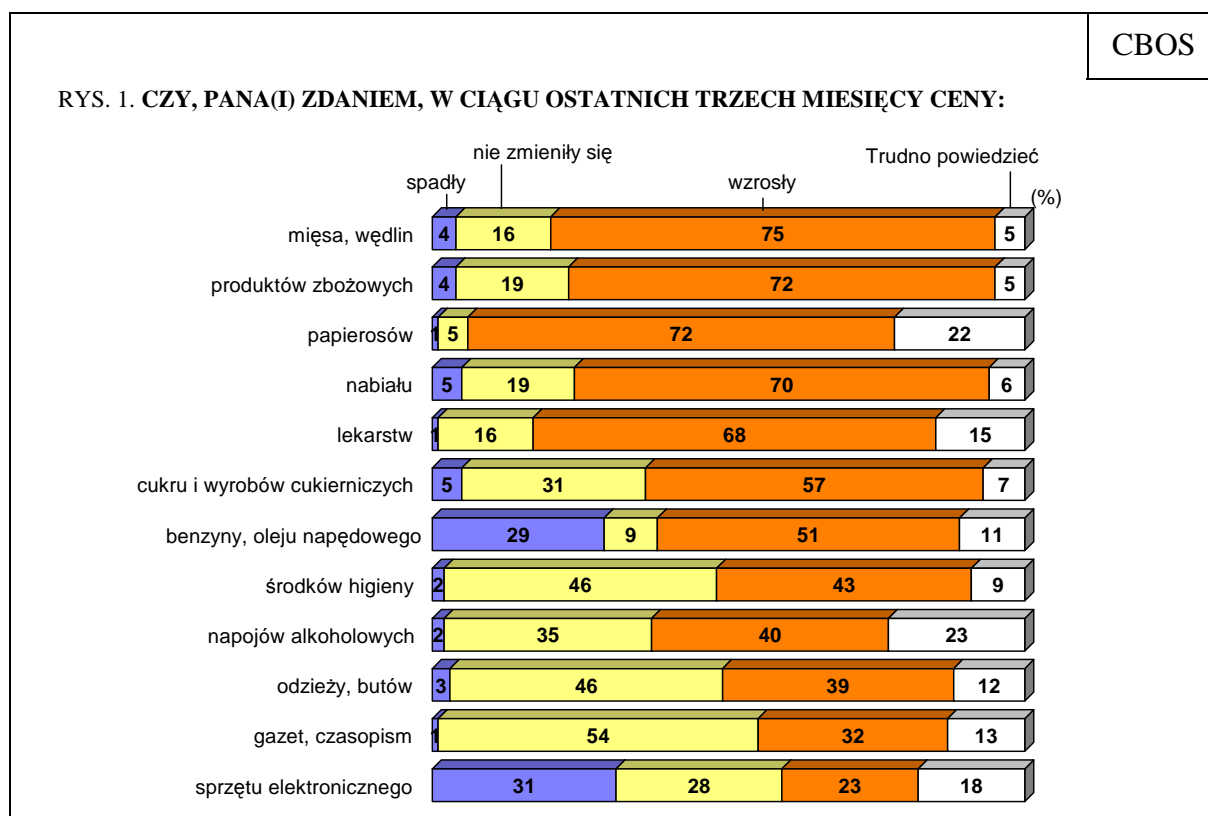
Dość jednoznacznie, w odczuciu społecznym, podrożały produkty farmaceutyczne; na wzrost ich cen wskazuje ponad dwie trzecie badanych (68%). Artykuły chemiczne, takie jak środki higieny osobistej, proszki i płyny do prania oraz czyszczenia, zachowały – zdaniem 46% respondentów – swoją wcześniejszą cenę, a w opinii 43% – podrożały.

Deklaracje wskazujące na podwyżki przeważają również w przypadku benzyny i olejów napędowych (51%). Niemniej dość liczna grupa respondentów (29%) uważa, że ceny paliw są niższe niż trzy miesiące temu, a co jedenasty (9%) uznaje je za stabilne w ostatnim czasie.

---

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (222), zrealizowano w dniach 6–12 listopada na liczącej 1050 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Ponad połowa badanych (54%) uważa, że ceny gazet i czasopism są mniej więcej takie same jak trzy miesiące temu, natomiast co trzeci respondent (32%) ma wrażenie, że wzrosły. Prawie połowa Polaków (46%) twierdzi, że nie zmieniły się ceny odzieży i obuwia, natomiast blisko dwie piąte (39%) mówi o podwyżkach cen tych towarów. W odniesieniu do sprzętu elektronicznego około jednej trzeciej pytanych (31%) zauważa spadek ich cen w ciągu ostatnich trzech miesięcy, natomiast ponad jedna czwarta (28%) uznaje, że pozostały one na mniej więcej podobnym poziomie.



Na postrzeganie cen istotnie wpływa sytuacja materialna respondentów – w przypadku większości wymienionych kategorii produktów osoby źle lub średnio oceniające własne warunki materialne, jak również badani z gospodarstw o najniższych dochodach *per capita* częściej niż lepiej sytuowani mówią o podwyżkach. Warto również wspomnieć, że dochody mają w tej kwestii pewien wpływ na odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Anketowani najmniej zarabiający w wielu przypadkach udzielają jej rzadziej niż najlepiej sytuowani, którzy prawdopodobnie mniej uważnie niż ci pierwsi obserwują zmiany cen poszczególnych produktów – szczególnie tych podstawowych, jak choćby artykuły spożywcze. Kolejnym czynnikiem, który wiąże się z postrzeganiem cen, jest miejsce zamieszkania respondentów.

Zazwyczaj ci, którzy mieszkają w największych aglomeracjach miejskich, nieco rzadziej niż np. mieszkańcy wsi mówią o wzroście cen poszczególnych produktów; wyjątkiem są ceny nabiału – na to, że wyroby z tej grupy drożeją, częściej wskazują mieszkańcy dużych miast niż wsi. Poziom wykształcenia, który tak jak wielkość miejscowości zamieszkania jest istotnie związany z sytuacją materialną badanych, także oddziałuje na postrzeganie cen: badani mający wyższe wykształcenie relatywnie rzadziej niż pozostali mówią o podwyżkach. Dodatkowo można zauważyć różnice w wiedzy o zmianach cen niektórych produktów wiążące się z wiekiem respondentów. Na przykład im są starsi, tym częściej dostrzegają wzrost cen produktów farmaceutycznych. W pewnym stopniu wynika to z faktu, że młodszy słabiej orientują się w cenach lekarstw, o czym z kolei świadczy relatywnie wyższy odsetek wskazań „trudno powiedzieć” w tej grupie. Najmłodszy badani ponadto stosunkowo częściej niż starsze pokolenia nie wiedzą, jak kształtują się ceny artykułów spożywczych (z wyjątkiem cukru i wyrobów cukierniczych), co prawdopodobnie spowodowane jest tym, że rzadziej samodzielnie robią tego typu zakupy.

Tabela 1

Wyszczególnione artykuły	Czy, Pana(i) zdaniem, w ciągu ostatnich trzech miesięcy ceny [wymienionych artykułów]											
	spadły			nie zmieniły się			wzrosły			Trudno powiedzieć		
	V	VIII	XI	V	VIII	XI	V	VIII	XI	V	VIII	XI
	2008											
	w procentach											
Mięso, wędliny	1	3	4	10	9	16	83	81	75	6	7	5
Nabiał (jaja, mleko, masło, ser)	1	3	5	9	9	19	84	80	70	6	8	6
Produkty zbożowe (pieczywo, mąka, makarony)	0,4	2	4	9	10	19	86	82	72	5	6	5
Cukier i wyroby cukiernicze	4	5	5	25	31	31	62	53	57	9	11	7
Benzyna, olej napędowy	1	2	29	4	2	9	81	90	51	14	6	11
Środki higieny (mydło, środki higieny osobistej, proszki i płyny do prania i czyszczenia itp.)	1	1	2	30	38	46	57	48	43	12	13	9
Lekarstwa	1	1	1	12	12	16	69	68	68	18	19	15
Gazety, czasopisma	1	2	1	45	50	54	33	28	32	21	20	13
Papierosy	0,4	2	1	10	2	5	60	70	72	30	26	22
Napoje alkoholowe (piwo, wino, wódka)	1	1	2	28	29	35	39	40	40	32	30	23
Odzież, buty	-	5	3	-	43	46	-	34	39	-	18	12
Sprzęt elektroniczny	-	26	31	-	29	28	-	19	23	-	25	18

Mimo iż obecnie, podobnie jak w maju i sierpniu, przeważają opinie o wzroście cen – szczególnie dotyczących artykułów spożywczych – można zauważyć zmiany świadczące o pewnej poprawie nastrojów konsumenckich. Mniej badanych niż w poprzednich sondażach sądzi, że podrożały ostatnio artykuły spożywcze, natomiast zwiększyła się liczba osób, które nie dostrzegają zmian. Znacznie więcej respondentów niż w maju i sierpniu zauważa spadek lub stabilność cen benzyny. Ponadto od maja stopniowo ubywa wskazań na podwyżki cen środków higieny. W odniesieniu do wyników poprzednich pomiarów nie odnotowujemy natomiast jednoznacznego wzrostu deklaracji świadczących o tym, że – w opinii społecznej – jakaś z wymienionych grup produktów istotnie podrożała.

Opracował

Michał FELIKSIAK