



Centrum Badania Opinii Społecznej

ul. ŻURAWIA 4 skr. pt. 24

00-955 WARSZAWA 15

SEKRETARIAT: 28-37-04; 29-35-69

Telefon dyżurny: 21-34-34

ZESPÓŁ REALIZACJI BADAŃ: 40-56-41

Telex: 816-436

BDF/159/12/89

ZAMIARY ZAKUPU ARTYKUŁÓW TRWAŁEGO UŻYTKU
W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH

Lipiec 1989 r.

W cyklu badań "Jak nam się żyje?"¹, poświęconym opinii ludzi o warunkach życia w kraju i sytuacji materialnej gospodarstw domowych, główny nacisk położono na sondowanie subiektywnych odczuć dotyczących poziomu życia i zadowolenia z zaspokajania potrzeb. Zbierano też dane o wymiernych wskaźnikach poziomu życia, które stanowią punkt odniesienia dla analizy ocen subiektywnych.

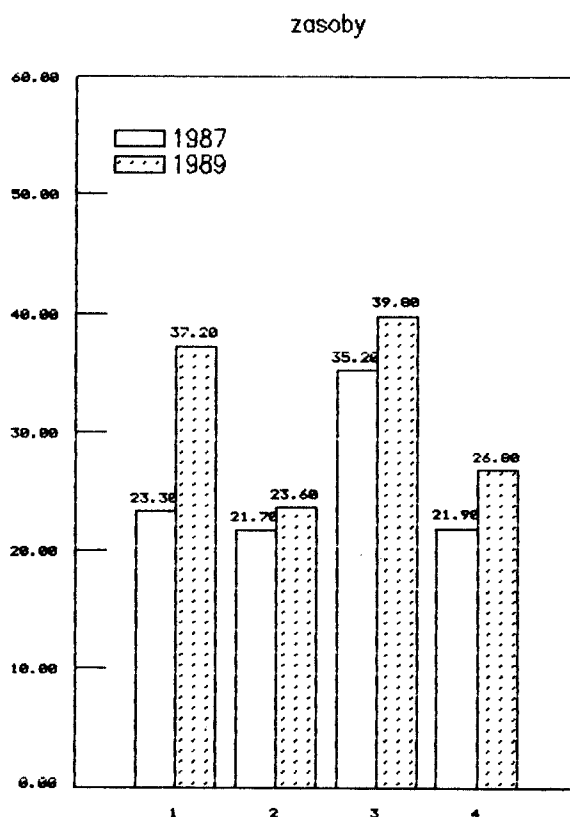
Jednym z nich jest stan posiadania wybranych dóbr trwałego użytku, zwanych czasami umownie luksusowymi: telewizor kolorowy, zamrażarka, pralka automatyczna, samochód osobowy. Zasadność tego określenia jest słusznie kwestionowana. Są to bowiem przedmioty, które pełnią normalne w cywilizowanym świecie funkcje użytkowe, ułatwiające codzienne życie. Przy braku zwłaszcza - jak u nas - rozwiniętej sieci usług konsumpcyjnych stają się po prostu niezbędne dla sprawnego funkcjonowania gospodarstwa domowego. Na miano luksusu mogłyby zasługiwać co najwyżej szczególnie atrakcyjne modele, z uwagi na ich wyjątkową jakość czy nowoczesność rozwiązań.

Chociaż obecna sytuacja materialna większości gospodarstw domowych w kraju i stan zaopatrzenia rynku nie sprzyjają nabywaniu tych artykułów, to jednak w ciągu ostatnich trzech lat nastąpił wzrost stanu ich posiadania (rys.1). Odsetek nie posiadających żadnego z tych przedmiotów zmalał z 44,0 do 40,1%, a posiadających wszystkie - zwiększył się z 5,0 do 8,3% (tab.1). Najbardziej wzrosła liczba telewizorów kolorowych; tylko w ciągu ostatniego roku o 12,1%. Nawet bardzo wysoka cena nie stanowi przeszkody w ich kupnie.

Poziom wyposażenia w telewizory kolorowe jest taki sam jak w pralki automatyczne, choć funkcje użytkowe obu dóbr są zdecydowanie odmienne. Przyczyną tak dużego u nas popytu na telewizory kolorowe jest nie tylko chęć zaspokojenia potrzeby rozrywki, uprzyjemnienia życia. W warunkach inflacyjnego wzrostu cen, który dotyczy także artykułów i usług użytku kul-

¹ Badania te prowadzone były na 1500-osobowej adresowej próbie dorosłych mieszkańców kraju. Terminy kolejnych badań: luty '87, luty '88 i marzec '89.

Rysunek 1.



- 1 - telewizor kolorowy, 2 - zamrażarka,
3 - pralka automatyczna, 4 - samochód osobowy

turalnego, telewizor staje się zastępczą formą konsumpcji kulturalnej, stosunkowo tania, wygodna i dostępna dla całej rodziny. Zaspokaja również potrzebę informacji. Zakupy telewizorów kolorowych mają też charakter tezauryzacyjny.

Wzrost wyposażenia w badane dobra trwałego użytku jest zróżnicowany: większy w mieście niż na wsi, w grupach o wyższym poziomie wykształcenia i wśród lepiej sytuowanych. Stosunkowo najskromniej wyposażone są nie gospodarstwa ludzi młodych, w wieku do 29 lat (tab.1).

Analiza zmian stanu posiadania poszczególnych dóbr prowadzi do wniosku, że w pewnych grupach były one nieznaczne, a w niektórych nastąpił nawet regres (tab.2). Jest to niewątpliwie symptom dokonującego się rozwarstwienia materialnego społeczeństwa.

Zakupu dóbr trwałego użytku dokonała w ciągu ostatnich 12-13 miesięcy jedna czwarta respondentów (25,5%). Najczęściej nabywano: telewizory kolorowe (21,4%), pralki automatyczne (10,1%), zamrażarki (10,1%), samochody osobowe (9,5%), telewizory czarno-białe (6,2%), magnetowidy (3,9%), radioodbiorniki, magnetofony lub gramofony (3,6%), a także maszyny rolnicze (poza ciągnikami i kombajnami; 3,6%).

Według deklaracji respondentów, najczęstszym sposobem zakupu było przypadkowe natrafienie na dostawę w sklepie (31,3%), drugim - odkupienie od znajomych lub rodziny (21,8%), trzecim - codzienne dowiadywanie się w sklepie o termin dostawy (16,5%); korzystano także z zapisów na tzw. społeczną listę (10,7%). Z innych sposobów nabywania deficytowych dóbr można wymienić różnego rodzaju talony, przydziały i przedpłaty. Marginesowe dotychczas, ale coraz bardziej rozpowszechniające się, w warunkach niedoborów rynkowych, formy nabywania niektórych artykułów, to zamówienia u rzemieślników (np. meble) oraz kupowanie tzw. składaków (przedmioty składane z części przez fachowców, np. telewizory kolorowe czy samochody osobowe).

Dość liczna grupa badanych (11,4%) przyznaje się do dokonania zakupu pożądanego dobra trwałego użytku za łapówkę. Przypuszczalnie jednak odsetek przyznających się do takiego sposobu radzenia sobie z trudnościami rynku nie oddaje rzeczywistej skali tego zjawiska. Świadczą o tym wyniki innych badań CBOS, w których sondowano problem łapownictwa. W badaniu przeprowadzonym we wrześniu 1988² zapytano respondentów, jak postąpiliby, gdyby pracownik sklepu zaproponował im sprzedanie jakiejś potrzebnej rzeczy za cenę wyższą od oficjalnej. Tylko około jednej trzeciej (28,9%) stwierdziło, że w żadnym wypadku nie skorzystałoby z tej propozycji. Połowa (50,6%) odmówiłaby tylko wówczas, gdyby żądanie sprzedawcy było zbyt wygórowane, a co piąty (20,3%) skorzystałby z tego sposobu dokonania zakupu.

² Badanie "Co o tym myślisz?" przeprowadzone na 1500-osobowej reprezentacji udziałowej dorosłych mieszkańców kraju we wrześniu 1988.

Analiza sposobu nabywania przez gospodarstwa domowe poszczególnych artykułów trwałego użytku wykazała, że za łapówkę najczęściej kupowano telewizory, meble i maszyny rolnicze; dzięki przypadkowemu zaś trafieniu na dostawę - głównie łódówki, zamrażarki, telewizory czarno-białe i meble. Sposobem na nabycie tych artykułów jest też zapisanie się na listę społeczną albo codzienne dowiadywanie się o dostawę. Za dewizy są kupowane przede wszystkim telewizory kolorowe i magnetowidy. Artykuły te są też często przywożone z zagranicy, podobnie jak komputery.

Mimo wzrostu wyposażenia gospodarstw domowych w sprzęt elektrotechniczny i zmechanizowany, potwierdzonego także wynikami badań budżetów rodzinnych GUS, stopień zadowolenia z wyposażenia mieszkań spada. W latach 1987-1989 średnia ocena zadowolenia ze stanu posiadania dóbr trwałego użytku zmniejszyła się o 10 punktów: z 59,3 do 48,5³, przy czym jest niższa w mieście niż na wsi. Niskiemu poziomowi zadowolenia sprzyja gorszy status materialny, niższy poziom wykształcenia, a także etap cyklu rozwoju gospodarstwa domowego respondenta, określany przez jego wiek. Najmniej zadowolone ze stanu posiadania tych artykułów są osoby w wieku do 30 lat, a więc w wieku zakładania rodziny i wyposażania gospodarstwa domowego (tab.3). Stosunkowo największy spadek zadowolenia z wyposażenia mieszkania wystąpił w grupie techników i pracowników handlu i usług, rolników indywidualnych, a także wśród przedstawicieli inteligencji.

Spadek zadowolenia z posiadanego w gospodarstwie domowym sprzętu trwałego użytku wywołany jest nie tylko brakiem niektórych przedmiotów, lecz także zużyciem istniejącego i koniecznością jego wymiany. Poziom zadowolenia wyznaczany jest ponadto także aspiracjami, co widoczne jest zwłaszcza wśród inteligencji i osób znajdujących się w lepszej sytuacji materialnej. Mimo stosunkowo wysokiego poziomu wyposażenia ich gospodarstw domowych, zadowolenie również zmniejsza się. Dyskomfort w tych gru-

³ Zadowolenie mierzone było według następującej punktacji: zadowolony - 100, raczej zadowolony - 75, częściowo zadowolony, częściowo niezadowolony - 50, raczej niezadowolony - 25, niezadowolony - 0 punktów.

pach wynika z niemożności nabycia urządzeń nowocześniejszych, a nawet najnowszych stanowiących ostatni "krzyk" mody i osiągnięć techniki, jak komputery, magnetowidy czy anteny satelitarne. Grupy te należą do tak zwanych przywódców opinii, którzy pierwsi nabywają ukazujące się na rynku nowości. Reprezentowany przez nie popyt ma charakter wyprzedzający upowszechnienie i masową konsumpcję tych artykułów.

Według badań, ponad połowa (51,4%) dorosłych Polaków chciałaby w najbliższym czasie dokonać zakupu jakiegoś dobra trwałego użytku. Dla 67,1% spośród nich podstawowym tego powodem jest niezbędność tego sprzętu w gospodarstwie domowym, dla 43,4% - popyt restytucyjny, czyli konieczność wymiany starej, zużytej rzeczy na nową. Jedna trzecia zaś potrzebę upragnionego zakupu argumentuje chęcią uprzyjemnienia sobie życia i podniesienia jego standardu (33,4%). Ważną przyczyną zamiarów dokonania zakupu jest też obawa przed inflacją i wzrostem cen ("gdy zdrożeje, nie będzie mnie stać") - 10,6%. Efekt demonstracji ("większość znajomych już ma, nie chcę być gorszy") odgrywa, przynajmniej w deklaracjach, niewielką rolę (4,4%). Również do zakupów lokacyjnych ("lepiej mieć towar niż pieniądze") dokonywanych w celu odsprzedaży lub na zapas, na własne potrzeby przyznaje się niewielka grupa (zaledwie 2,5% badanych).

Kolejność najczęstszych deklaracji zakupu jest następująca:

- 1) meble - 33,4%
- 2) telewizor kolorowy - 17,9%
- 3) pralka automatyczna - 15,6%
- 4) samochód osobowy - 14,4%
- 5) zamrażarka - 13,1%
- 6) maszyny rolnicze (poza ciągnikami i kombajnami) - 9,5%
- 7) lodówka - 7,8%
- 8) telewizor (bez określania jaki) - 7,5%
- 9) ciągnik, kombajn - 5,1%
- 10) magnetowid - 5,0%.

Popyt, zwany restytucyjnym, występuje przede wszystkim przy zamiarach zakupu lodówki, pralki automatycznej, telewi-

zora czarno-białego, a także mebli. Znaczną rolę zaczyna on też odgrywać przy nabyciu samochodu. Chęć zaś uprzyjemnienia życia i podniesienia jego jakości - przy zakupie telewizora kolorowego, magnetowidu i komputera, również samochodu. Obawa przed inflacją, barierą cenową i niedostępnością pożądanego artykułu z powodu tej ostatniej wpływa najczęściej na plany zakupu telewizora kolorowego, pralki automatycznej i mebli. Chęć dorównania znajomym sprzyja szczególnie decyzjom o zakupie magnetowidu i telewizora kolorowego, a także samochodu. Motyw niezbędności zaś - decyduje najczęściej o zakupie mebli, pralki automatycznej, zamrażarki, ciągnika, kombajnu i innych maszyn rolniczych.

Wśród planujących w najbliższym czasie zakup jakiegoś dobra trwałego użytku tylko 5% nie przewiduje z tym żadnych trudności, natomiast połowa (49,2%), uważa je za oczywiste. Dla reszty problemem jest w równym stopniu brak pieniędzy (18,9%), jak i niedostępność towarów w sklepie (18,9%).

Dla 23,2% badanych podstawową trudnością w zakupie pożądanego dobra jest zdobycie na ten cel pieniędzy. Główne możliwości rozwiązania tego problemu wymieniane przez badanych to odkładanie pieniędzy na zakup, wzięcie pożyczki lub kredytu, zdobycie pieniędzy przez dodatkową pracę, także przez wyjazd za granicę oraz zaciągnięcie pożyczki u rodziny lub znajomych. Możliwości zakupu widzą oni najczęściej przez: stanie w kolejce lub zapis na tzw. społeczną listę w punkcie sprzedaży (16,2%), wykorzystanie znajomości, dojsć i układów (7,3%), wręczenie łapówki (5,0%) lub zakup od "stacza" (1,2%).

Dość liczna grupa nie wierzy po prostu w jakiegokolwiek możliwości przezwyciężenia trudności związanych z zakupami (8,8%), niektórzy liczą na przypadek, szczęśliwy zbieg okoliczności (3,5%) lub mają nadzieję na poprawę zaopatrzenia w przyszłości i czekają na lepsze czasy (3,2%).

x

x

x

Mimo powszechnego niezadowolenia z dochodów i własnej sytuacji materialnej ze strony gospodarstw domowych występuje duży nacisk na rynek artykułów trwałego użytku, służących wyposażeniu mieszkania, ułatwianiu prac domowych i podnoszeniu jakości życia. W przypadku niektórych artykułów, takich jak zamrażarka czy telewizor kolorowy, jest to przede wszystkim popyt o charakterze pierwotnym - nabywane są one przez gospodarstwa domowe po raz pierwszy. W przypadku innych (lodówka, meble, telewizor czarno-biały) znaczną rolę odgrywa popyt resytucyjny (wymiana zużytych przedmiotów). Presja na rynek dóbr trwałego użytku w dużym stopniu wynika też z obawy przed inflacją i z zakupów o charakterze lokacyjnym. Bardzo ważne znaczenie stymulacyjne w dziedzinie popytu na dobra trwałego użytku odgrywają także, niezbyt jeszcze uświadamiane, zmiany zachodzące w psychice i postawach konsumentów. Masowe w ostatnich latach wyjazdy zagraniczne Polaków umożliwiają porównanie własnego standardu życia z wzorcami innych krajów. Porównania te powodują frustracje i stanowczy sprzeciw, zwłaszcza ludzi młodych, wobec warunków życia naszego społeczeństwa, jednocześnie wzmagają chęć naśladowania wzorów konsumpcji krajów o wyższym poziomie życia. Stąd sprzeciw wobec traktowania przedmiotów służących ułatwianiu prowadzenia gospodarstw domowych i podnoszenia standardu życia jako luksusu.

Tabela 1

w procentach

Cechy badanych	Odsetek deklarujących w swoim gospodarstwie domowym:			
	brak wszystkich wymienionych dóbr		posiadanie wszystkich wymienionych dóbr	
	87	89	87	89
<u>Wiek</u>				
Do 29	41,3	39,5	4,9	6,7
30-39	34,1	29,7	6,1	9,5
40-59	40,9	34,5	6,2	11,3
60 i więcej lat	62,5	60,5	2,3	4,1
<u>Miejsce zamieszkania</u>				
Wieś	52,7	54,9	2,8	5,3
Miasto	35,9	30,2	6,3	10,4
<u>Wykształcenie</u>				
Podstawowe i niepełne podstawowe	62,3	61,1	1,1	2,6
Zasadnicze zawodowe	45,4	38,1	3,3	6,4
Średnie lub niepełne średnie	30,3	27,2	8,8	11,2
Ponadśrednie	15,5	12,8	11,8	22,8
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>				
Inteligencja	6,8	12,7	15,3	22,2
Pracownicy umysłowi	28,8	21,0	7,8	10,8
Pracownicy handlu i usług	32,0	33,3	8,0	3,9
Robotnicy wykwalifikowani	42,6	33,1	3,0	9,6
Robotnicy niewykwalifikowani	56,9	52,4	0,8	3,2
Rolnicy	56,2	53,4	2,1	6,8
Prywatni właściciele	18,2	9,4	22,7	50,0
Emeryci i renciści	58,7	57,8	3,4	2,9
Pozostali niepracujący	36,7	33,5	7,3	7,1
<u>Dochód na osobę w gospodarstwie domowym</u>				
Bardzo niski	55,2	58,5	1,9	4,1
Niski	50,7	46,5	2,4	5,5
Średni	44,5	41,5	4,1	5,6
Wysoki	30,6	29,1	8,6	11,5
Bardzo wysoki	26,2	24,2	15,9	24,2
<u>Ocena własnej sytuacji materialnej</u>				
Dobra	24,5	20,6	18,7	26,1
Raczej dobra	28,8	24,7	9,8	23,6
Przeciętna	41,8	33,5	3,2	7,6
Raczej zła	66,5	59,7	0,6	3,4
Zła	70,7	60,7	0,0	0,0
Ogółem	44,0	40,1	5,0	8,3

Tabela 2 w procentach

Cechy badanych	Stan posiadania								
	telewizor kolorowy		zamrażarka		pralka automatyczna		samochód osobowy		
	'87	'89	'87	'89	'87	'89	'87a)	'89	
<u>Wiek</u>									
Do 29	22,6	31,2	23,3	22,9	36,1	39,9	27,9	26,5	
30-39	31,0	46,5	24,8	25,1	46,5	52,6	33,2	31,8	
40-59	26,0	44,2	21,6	26,4	36,3	41,1	32,6	33,4	
60 i więcej lat	11,5	21,4	17,4	18,6	20,7	23,6	13,5	11,8	
<u>Miejsce zamieszkania</u>									
Wieś	10,1	15,7	22,3	26,5	18,5	18,9	22,8	23,3	
Miasto	31,5	51,5	21,5	21,7	45,6	53,7	30,4	29,2	
<u>Wykształcenie</u>									
Podstawowe i niepełne podstawowe	9,6	15,7	18,3	18,7	16,4	17,0	16,4	13,1	
Zasadnicze zawodowe	19,6	35,0	20,6	24,7	29,1	39,7	25,8	26,9	
Średnie lub niepełne średnie	36,9	54,3	26,3	24,6	50,7	53,8	34,3	33,5	
Ponadsrednie	42,2	63,8	24,2	34,2	71,4	73,8	50,9	51,7	
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>									
Inteligencja	61,0	65,1	32,2	33,3	83,1	77,8	62,7	52,4	
Pracownicy umysłowi	35,1	59,7	20,5	22,6	57,1	61,3	35,6	34,9	
Pracownicy handlu i usług	36,0	43,1	32,0	15,7	48,0	45,1	24,0	27,5	
Robotnicy wykwalifikowani	22,4	41,0	23,6	26,8	33,5	47,3	24,0	30,5	
Robotnicy niewykwalifikowani	15,4	20,2	14,6	17,7	22,3	25,0	17,7	12,1	
Rolnicy	9,5	16,2	22,8	29,7	15,5	16,2	25,8	24,3	
Prywatni właściciele	45,5	90,6	31,8	56,3	54,5	78,1	54,5	78,1	
Emeryci i renciści	14,4	23,4	16,3	17,9	22,3	23,6	19,0	12,5	
Pozostali niepracujący	29,4	41,9	23,7	23,2	46,3	45,2	31,1	33,5	
<u>Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym</u>									
Bardzo niski	12,4	22,0	18,1	15,4	24,8	21,1	20,0	17,9	
Niski	17,7	25,4	17,0	18,4	28,6	32,0	24,8	24,2	
Średni	22,6	34,8	21,1	24,2	36,3	36,9	23,6	21,2	
Wysoki	34,3	49,4	27,8	26,1	46,5	51,3	32,2	33,7	
Bardzo wysoki	46,7	61,7	29,9	37,5	57,0	63,3	49,6	46,9	
<u>Ocena własnej sytuacji materialnej</u>									
Dobra	43,8	68,4	40,6	43,5	52,3	63,0	50,3	56,5	
Raczej dobra	33,3	59,6	32,6	30,3	52,3	57,3	40,9	48,3	
Przeciętna	23,2	39,1	20,9	26,4	35,3	42,6	25,8	28,2	
Raczej zła	8,4	21,8	7,8	15,0	21,2	26,7	16,2	16,0	
Zła	7,5	21,3	10,4	9,5	12,3	23,6	8,5	8,4	

a) Łącznie z samochodami dostawczymi

Tabela 3

Cechy badanych	Średnia ^{a)} ocen zadowolenia z wyposażenia mieszkania - według terminów badań		
	II '87	II '88	III '89
<u>Płeć</u>			
Mężczyźni	60,7	53,5	50,4
Kobiety	58,1	53,2	46,7
<u>Wiek</u>			
Do 29	56,2	49,5	42,6
30-39	58,6	51,3	47,8
40-59	59,8	54,5	50,6
60 i więcej lat	63,0	57,3	51,2
<u>Miejsce zamieszkania</u>			
Wieś	57,9	50,4	43,6
Miasto	60,2	55,3	51,8
<u>Wykształcenie</u>			
Podstawowe i niepełne podstawowe	56,3	50,2	45,4
Zasadnicze zawodowe	58,4	50,2	47,9
Średnie lub niepełne średnie	62,5	56,9	50,8
Ponadśrednie	63,0	61,4	53,4
<u>Grupa społeczno-zawodowa</u>			
Inteligencja	69,2	67,1	54,4
Pracownicy umysłowi	61,2	57,9	52,4
Pracownicy handlu i usług	64,5	53,1	42,1
Robotnicy wykwalifikowani	56,4	48,1	48,3
Robotnicy niewykwalifikowani	49,2	44,6	43,5
Rolnicy indywidualni	60,5	51,2	43,4
Prywatni właściciele	62,5	61,4	56,2
Emeryci, renciści	61,0	57,7	51,0
Pozostali niepracujący	59,4	51,0	45,7
<u>Dochód na osobę w gospodarstwie domowym</u>			
Bardzo niski	50,0	43,3	37,6
Niski	52,4	47,2	44,5
Przeciętny	60,1	54,7	47,8
Wysoki	63,7	59,7	54,8
Bardzo wysoki	62,8	61,7	57,2
<u>Ocena własnej sytuacji materialnej</u>			
Bardzo dobra	82,5	97,2	87,5
Dobra	80,9	85,9	76,8
Raczej dobra	73,1	73,6	68,2
Średnia	59,8	54,7	50,0
Raczej zła	44,0	38,7	36,9
Zła	34,0	27,4	31,1
Bardzo zła	30,2	28,8	29,4
Średnia ogólna	59,3	53,3	48,5

a) Średnie podano w punktach: zadowolony - 100, raczej zadowolony - 75, częściowo zadowolony, częściowo niezadowolony - 50, raczej niezadowolony - 25, niezadowolony - 0.