

Koniunktura konsumencka ^{*)} Lipiec 2007 r.

W lipcu 2007 r. obydwa wskaźniki ufności konsumenckiej, zarówno bieżący, jak i wyprzedzający, nie uległy istotnej zmianie względem poprzedniego miesiąca. Utrzymuje się natomiast korzystny dystans wobec wyników sprzed roku oraz dwóch lat. **Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** wynosi obecnie –7,2 (wobec wartości –7,3 w czerwcu). W porównaniu do analogicznego miesiąca 2006 oraz 2005 roku jest to wynik lepszy odpowiednio o 6,7 oraz o 16,4 pp. **Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** osiągnął w lipcu wartość –6,9 (w poprzednim miesiącu –7,0). W okresie ostatnich dwóch lat obserwowany jest stały wzrost jego notowań – o 10,8 oraz o 23,3 pp. względem tego samego miesiąca 2006 oraz 2005 roku.

Obecny poziom wskaźników ufności konsumenckiej jest głównie rezultatem pogorszenia się w lipcu niektórych wskaźników charakteryzujących nastroje konsumenckie społeczeństwa polskiego, szczególnie widocznego w przypadku oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów oraz oceny przewidywanych (w najbliższych 12 miesiącach) możliwości oszczędzania pieniędzy, przy jednoczesnej poprawie opinii konsumentów w zakresie oceny zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w ostatnich 12 miesiącach, oceny przewidywanych w najbliższych 12 miesiącach zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, a także malejących obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia.

Dwa z wymienionych wskaźników koniunktury konsumenckiej tj. ocena zmian ogólnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w najbliższych 12 miesiącach oraz obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia osiągnęły w lipcu najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania.

Przebieg zmian nastrojów społecznych w obszarze konsumpcji indywidualnej obserwowany w latach 2005-2007, świadczy o tym, że w dalszym ciągu zwiększa się udział konsumentów odczuwających poprawę oraz zmniejsza się udział konsumentów odczuwających pogorszenie swojej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Jest to widoczne w obrębie wszystkich prezentowanych wskaźników koniunktury konsumenckiej, a w szczególności w przypadku ocen zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w ostatnich 12 miesiącach (wzrost wartości wskaźnika w stosunku do analogicznego okresu 2006 i 2005 r. wyniósł odpowiednio 8,2 oraz 22,5 pp.), jak i w odniesieniu do obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów (odpowiednio 9,5 i 17,3 pp.). Największą poprawę wskaźnika w porównaniu z wynikami sprzed roku i dwóch lat obserwuje się w zakresie obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia (odpowiednio o 27,2 oraz 51,9 pp.).

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W lipcu 2007 r. badanie przeprowadzono na próbie 1747 gospodarstw domowych.

Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są: 1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I) oraz 2) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący oczekiwane w najbliższych miesiącach zmiany w tendencjach konsumpcji indywidualnej (tablica II). Obydwa wskaźniki ufności konsumenckiej mogą przyjmować wartości od –100 do +100. Wartość dodatnia oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych optymistycznie nad konsumentami nastawionymi pesymistycznie, natomiast wartość ujemna oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych pesymistycznie nad konsumentami nastawionymi optymistycznie. Szczegółowe wyjaśnienia metodologiczne badania przedstawiono w publikacji „Koniunktura konsumencka. Tendencje zmian październik 2003-styczeń 2004”.

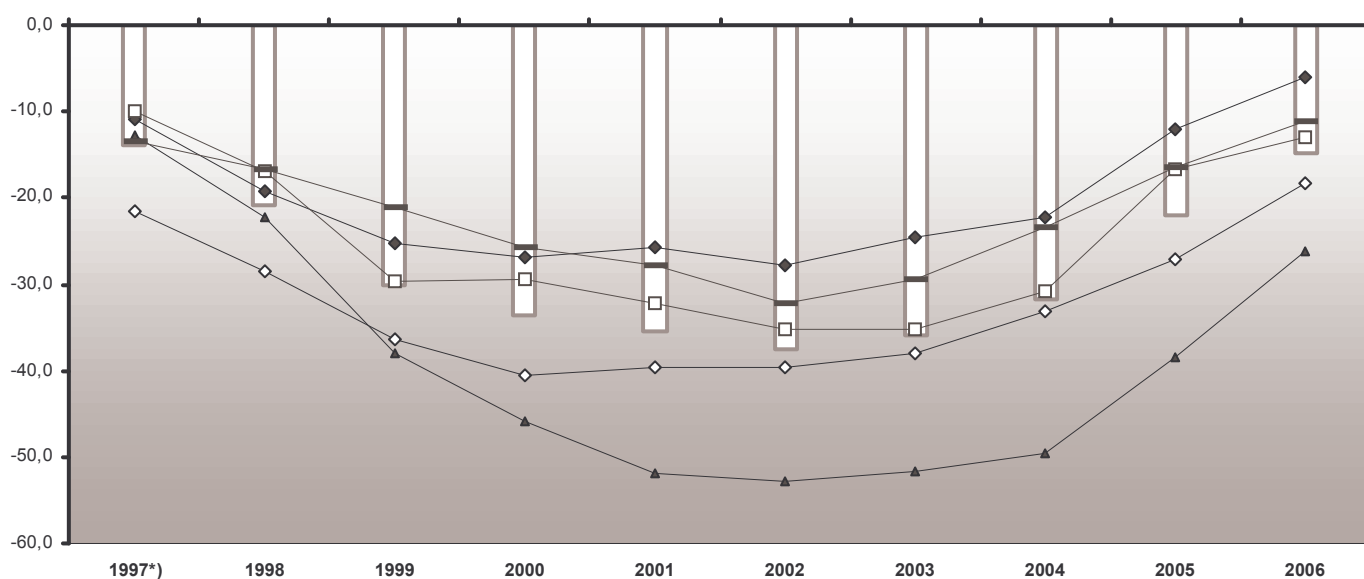
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów.

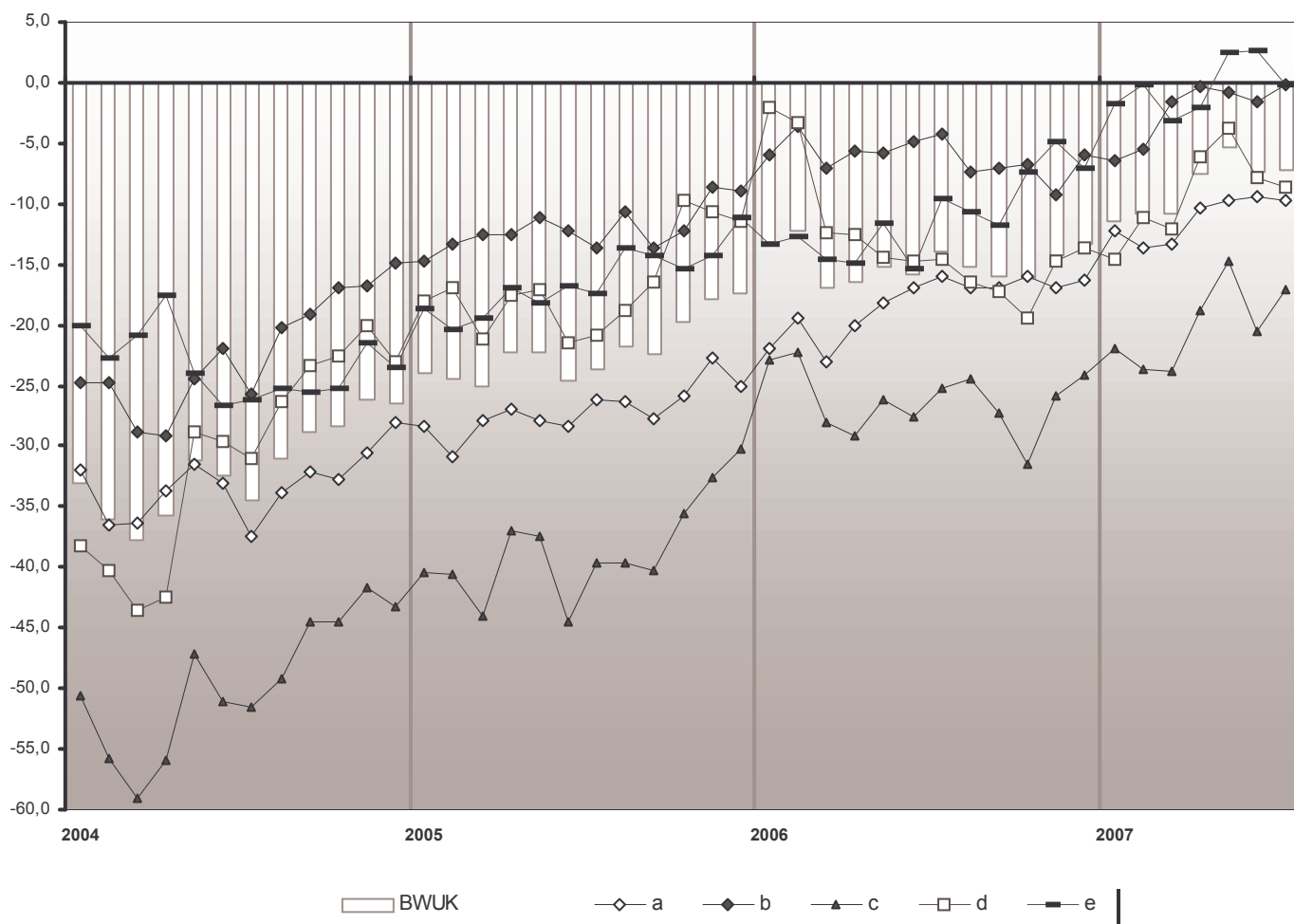
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK	
Rok	Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy			
		a	b	c	d	e		
w procentach								
1997 *)		-21,6	-11,0	-12,8	-10,0	-13,4	-13,8	
1998		-28,6	-19,2	-22,3	-17,0	-16,6	-20,8	
1999		-36,3	-25,3	-37,9	-29,7	-21,0	-30,0	
2000		-40,6	-26,8	-45,8	-29,5	-25,8	-33,7	
2001		-39,7	-25,8	-51,8	-32,2	-27,8	-35,5	
2002		-39,6	-27,8	-52,9	-35,1	-32,1	-37,5	
2003		-38,1	-24,5	-51,7	-35,2	-29,4	-35,8	
2004		-33,1	-22,3	-49,5	-30,8	-23,3	-31,8	
	01	-31,9	-24,7	-50,6	-38,3	-20,0	-33,1	
	02	-36,5	-24,7	-55,8	-40,2	-22,7	-36,0	
	03	-36,3	-28,9	-59,0	-43,6	-20,9	-37,8	
	04	-33,7	-29,2	-56,0	-42,5	-17,6	-35,8	
	05	-31,5	-24,4	-47,2	-28,9	-23,9	-31,2	
	06	-33,0	-22,0	-51,0	-29,6	-26,6	-32,4	
	07	-37,5	-25,7	-51,5	-31,1	-26,2	-34,4	
	08	-33,8	-20,2	-49,2	-26,4	-25,3	-31,0	
	09	-32,1	-19,1	-44,5	-23,4	-25,6	-28,9	
	10	-32,8	-16,9	-44,5	-22,6	-25,3	-28,4	
	11	-30,5	-16,7	-41,6	-20,1	-21,4	-26,1	
	12	-28,0	-14,9	-43,3	-23,0	-23,5	-26,5	
2005		-27,0	-12,0	-38,5	-16,7	-16,4	-22,1	
	01	-28,3	-14,7	-40,5	-18,1	-18,7	-24,0	
	02	-30,8	-13,4	-40,6	-17,0	-20,4	-24,4	
	03	-27,9	-12,6	-44,1	-21,2	-19,4	-25,0	
	04	-26,9	-12,6	-36,9	-17,5	-17,0	-22,2	
	05	-27,9	-11,1	-37,4	-17,1	-18,2	-22,3	
	06	-28,3	-12,2	-44,5	-21,5	-16,8	-24,6	
	07	-26,2	-13,7	-39,6	-20,8	-17,4	-23,6	
	08	-26,3	-10,6	-39,6	-18,8	-13,6	-21,8	
	09	-27,7	-13,7	-40,2	-16,4	-14,3	-22,4	
	10	-25,9	-12,2	-35,6	-9,7	-15,3	-19,7	
	11	-22,8	-8,6	-32,6	-10,7	-14,2	-17,8	
2006	12	-25,1	-8,9	-30,2	-11,5	-11,1	-17,4	
		-18,2	-6,1	-26,2	-13,0	-11,1	-14,9	
	01	-22,0	-5,9	-22,9	-2,1	-13,3	-13,2	
	02	-19,4	-3,6	-22,3	-3,3	-12,7	-12,3	
	03	-23,1	-7,0	-28,1	-12,4	-14,5	-17,0	
	04	-20,1	-5,6	-29,1	-12,5	-14,9	-16,4	
	05	-18,2	-5,8	-26,2	-14,4	-11,6	-15,2	
	06	-16,9	-4,8	-27,6	-14,7	-15,4	-15,9	
	07	-16,0	-4,3	-25,3	-14,5	-9,6	-13,9	
	08	-16,9	-7,4	-24,4	-16,5	-10,6	-15,2	
	09	-17,0	-7,0	-27,2	-17,2	-11,7	-16,0	
	10	-16,0	-6,7	-31,5	-19,4	-7,3	-16,2	
2007	11	-16,9	-9,2	-25,8	-14,8	-4,8	-14,3	
	12	-16,3	-6,0	-24,1	-13,7	-7,0	-13,4	
	01	-12,3	-6,4	-21,9	-14,6	-1,8	-11,4	
	02	-13,6	-5,5	-23,7	-11,1	-0,1	-10,8	
	03	-13,4	-1,6	-23,8	-12,0	-3,1	-10,8	
	04	-10,3	-0,3	-18,8	-6,1	-2,0	-7,5	
	05	-9,7	-0,8	-14,8	-3,8	2,5	-5,3	
	06	-9,4	-1,5	-20,6	-7,8	2,7	-7,3	
	07	-9,7	-0,2	-17,1	-8,7	-0,1	-7,2	

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres Ia. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT



Wykres Ic. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 - 2007



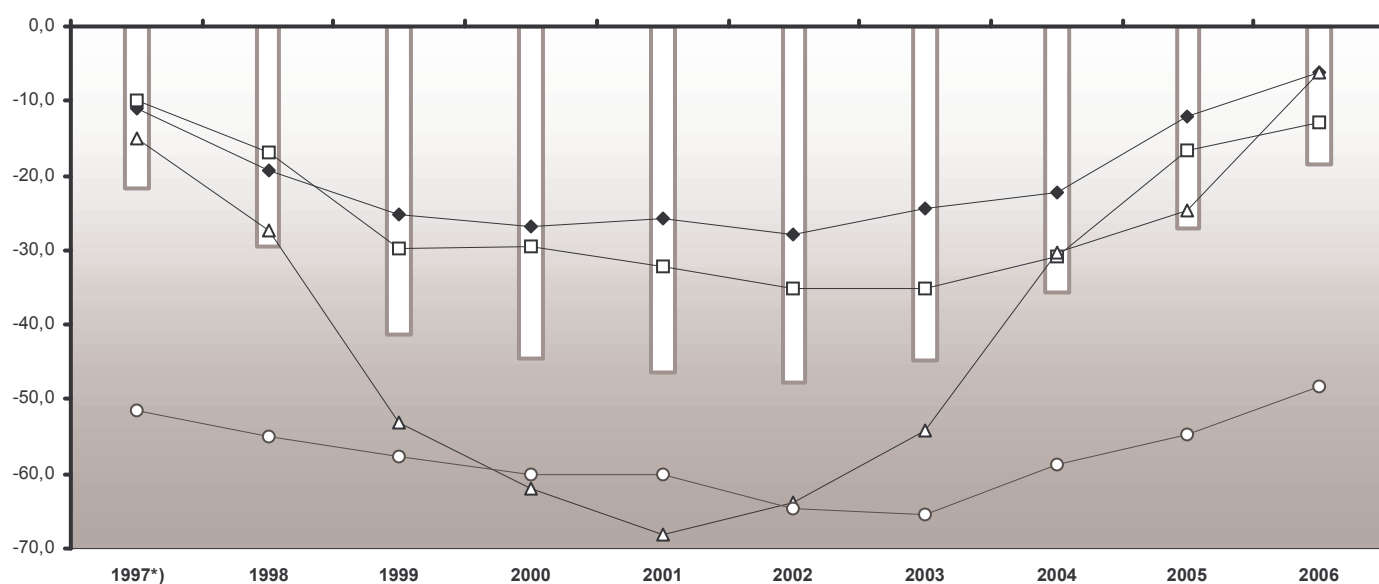
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym) i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach.

Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Miesiąc	b	d	f	g	
<i>w procentach</i>						
1997 *)		-11,0	-10,0	-15,0	-51,4	-21,9
1998		-19,2	-17,0	-27,3	-55,0	-29,6
1999		-25,3	-29,7	-53,1	-57,6	-41,4
2000		-26,8	-29,5	-62,0	-60,1	-44,6
2001		-25,8	-32,2	-68,0	-60,1	-46,5
2002		-27,8	-35,1	-63,8	-64,6	-47,8
2003		-24,5	-35,2	-54,1	-65,4	-44,8
2004		-22,3	-30,8	-30,3	-58,8	-35,7
	01	-24,7	-38,3	-42,6	-59,6	-41,5
	02	-24,7	-40,2	-44,3	-59,6	-42,4
	03	-28,9	-43,6	-44,3	-62,2	-44,9
	04	-29,2	-42,5	-40,2	-60,3	-43,2
	05	-24,4	-28,9	-22,7	-60,5	-34,3
	06	-22,0	-29,6	-23,8	-57,9	-33,5
	07	-25,7	-31,1	-25,7	-59,8	-35,7
	08	-20,2	-26,4	-25,2	-60,1	-33,1
	09	-19,1	-23,4	-24,6	-57,4	-31,3
	10	-16,9	-22,6	-23,3	-56,5	-30,0
	11	-16,7	-20,1	-24,5	-55,3	-29,3
	12	-14,9	-23,0	-22,9	-56,2	-29,4
2005		-12,0	-16,7	-24,8	-54,6	-27,2
	01	-14,7	-18,1	-21,5	-54,0	-27,2
	02	-13,4	-17,0	-27,5	-55,1	-28,4
	03	-12,6	-21,2	-28,4	-53,4	-29,0
	04	-12,6	-17,5	-24,8	-53,7	-27,3
	05	-11,1	-17,1	-26,1	-53,1	-27,0
	06	-12,2	-21,5	-30,5	-57,8	-30,6
	07	-13,7	-20,8	-29,4	-56,1	-30,2
	08	-10,6	-18,8	-27,9	-55,8	-28,4
	09	-13,7	-16,4	-25,9	-55,5	-28,0
	10	-12,2	-9,7	-21,6	-53,6	-24,4
	11	-8,6	-10,7	-18,0	-53,2	-22,7
	12	-8,9	-11,5	-16,5	-53,4	-22,7
2006		-6,1	-13,0	-6,3	-48,3	-18,5
	01	-5,9	-2,1	-10,8	-49,2	-17,1
	02	-3,6	-3,3	-12,7	-50,5	-17,6
	03	-7,0	-12,4	-16,2	-50,7	-21,7
	04	-5,6	-12,5	-14,3	-50,0	-20,8
	05	-5,8	-14,4	-9,6	-48,6	-19,7
	06	-4,8	-14,7	-8,7	-49,5	-19,5
	07	-4,3	-14,5	-4,7	-46,9	-17,7
	08	-7,4	-16,5	-4,6	-47,8	-19,2
	09	-7,0	-17,2	-3,4	-47,5	-18,9
	10	-6,7	-19,4	0,8	-46,6	-18,1
	11	-9,2	-14,8	3,3	-47,3	-17,1
	12	-6,0	-13,7	5,9	-45,3	-14,9
2007						
	01	-6,4	-14,6	11,0	-43,4	-13,4
	02	-5,5	-11,1	8,7	-42,8	-12,7
	03	-1,6	-12,0	9,9	-40,8	-11,2
	04	-0,3	-6,1	16,5	-41,7	-8,0
	05	-0,8	-3,8	18,9	-39,7	-6,4
	06	-1,5	-7,8	19,0	-37,6	-7,0
	07	-0,2	-8,7	22,5	-41,1	-6,9

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIa. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT



Wykres IIc. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 - 2007

