

## Koniunktura konsumencka Listopad 2004 r.

### Uwagi wstępne

Od 1997 r. program badań polskiej statystyki publicznej uwzględnia (obok koniunktury w przemyśle, budownictwie i handlu) także, pod nazwą „Kondycja gospodarstw domowych”, badanie koniunktury konsumenckiej, prowadzone od 2004 r. z częstotliwością miesięczną.

Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są:

1. bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I)
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.

### Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w listopadzie 2004 r.

Na podstawie wyników badania przeprowadzonego w listopadzie można stwierdzić, że utrzymywała się trwająca od lipca b.r. wzrostowa tendencja konsumenckich **ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych**, zarówno w odniesieniu do ostatnich 12 miesięcy, jak i planowanych na najbliższe 12 miesięcy.

W listopadzie 2004 r. konsumenci polscy znacznie lepiej niż w październiku oceniali zmiany, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych w okresie ostatnich 12 miesięcy: wskaźnik ocen zwiększył się z -32,8 (w październiku) do -30,5 w listopadzie (w październiku zaobserwowano nieznaczne pogorszenie). Ocenę oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych (**w najbliższych 12 miesiącach**) w listopadzie 2004 r. były natomiast tylko nieznacznie lepsze od ocen październikowych: wskaźnik ocen zwiększył się z -16,9 do -16,7.

Nadal poprawiały się również oceny konsumenckie **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju**, zarówno w ostatnich 12 miesiącach, jak i dotyczące najbliższych 12 miesięcy. **W odniesieniu do ostatnich 12 miesięcy**, wskaźnik konsumenckich ocen zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju wyniósł w listopadzie b.r. -41,6 i był wyraźnie wyższy, niż w październiku i wrześniu, kiedy wynosił -44,5. Również wskaźnik ocen **oczekiwanych** przez konsumentów zmian sytuacji gospodarczej kraju (**w najbliższych 12 miesiącach**) ukształtował się w listopadzie 2004 r. na poziomie -20,1 i był znacznie wyższy niż w październiku (-22,6).

W listopadzie 2004 r. - po raz pierwszy tak znacząco od czerwca br. - poprawiły się konsumenckie oceny **obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**: wskaźnik ocen w tym zakresie zwiększył się z poziomu -25,3 w październiku do -21,4 w listopadzie, osiągając wartość wyższą od notowanej w maju (-23,9), jednakże niższą od notowanej w kwietniu (-17,6).

W listopadzie 2004 r. nie odnotowano dalszego spadku **obaw społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**, obserwowanego w ciągu ostatnich trzech miesięcy: wskaźnik zwiększył się z poziomu 23,3 w październiku do 24,5 w listopadzie, osiągając wartość zbliżoną do zanotowanej we wrześniu (24,6). Mimo różnokierunkowych zmian wskaźnika, jego wartości zanotowane w miesiącach maj - listopad świadczą o utrwalaniu się oczekiwań społeczeństwa polskiego odnośnie redukcji poziomu bezrobocia w porównaniu z sytuacją utrzymującą się jeszcze w pierwszych miesiącach 2004 r. (w okresie styczeń - kwiecień 2004 r. przeciętny wskaźnik wynosił 42,8).

W listopadzie 2004 r., podobnie jak w poprzednich dwóch miesiącach (wrześniu i październiku) poprawiły się oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** przez konsumentów w okresie najbliższych 12 miesięcy: wskaźnik ocen w tym zakresie zwiększył się z -56,5 w październiku do -55,3. Wartości wskaźników możliwości oszczędzania pieniędzy przez konsumentów w 2004 r. utrzymują się na dużo wyższym poziomie niż w analogicznych miesiącach 2003 r.

## Wskaźniki ufności konsumenckiej w październiku 2004 r.

Listopad 2004 r. był czwartym z kolei miesiącem, w którym zwiększał się **bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** – do poziomu -26,1 (w październiku wynosił -28,4). Wartości zanotowane w miesiącach sierpień - listopad 2004 r. są jednocześnie najwyższymi wartościami notowanymi po 1999 r. Jest to wynik stałego wzrostu niemal wszystkich wskaźników częściowych w tym okresie. Poprawa ta jest szczególnie widoczna w przypadku salda oceny zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w ostatnich 12 miesiącach (wzrost w stosunku do sierpnia 2004 r. o 7,6 pkt. procentowego) oraz salda zmian oczekiwanych w najbliższych 12 miesiącach (wzrost o 6,3 pkt. procentowego). Pozostałe współczynniki nie wykazywały wprawdzie podobnej tendencji wzrostowej – zarówno względem postrzegania przez konsumentów zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (o 3,5 pkt. procentowego przy ocenie poprzednich 12 miesięcy oraz o 3,3 pkt. procentowego w przypadku 12 kolejnych miesięcy), jak i konsumenckiej oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów. Jednakże, w odróżnieniu od pozostałych, wartość tego ostatniego wskaźnika oscylowała od sierpnia do października na niemal nie zmienionym poziomie, wzrastając z nacznie (o 3,9 pkt. procentowego) dopiero w listopadzie.

**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** w listopadzie 2004 r. (czwarty miesiąc z kolei) zwiększył się i ukształtował na poziomie -29,3 (w październiku wynosił -30,0). Wartości tych wskaźników osiągnięte w ostatnich czterech miesiącach są najwyższymi wartościami notowanymi od 1999 r. Także i tutaj, w okresie od sierpnia do listopada 2004 r., można stwierdzić poprawę w obrębie każdego ze wskaźników częściowych. Największy wzrost wystąpił w przypadku oceny zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju (o 6,3 pkt. procentowego) oraz w zakresie oceny możliwości oszczędnościowych (4,8 pkt. procentowego). Współczynnik określający obawy konsumentów związane z zagrożeniem bezrobociem wzrósł w omawianym okresie o 0,7 pkt. procentowego.

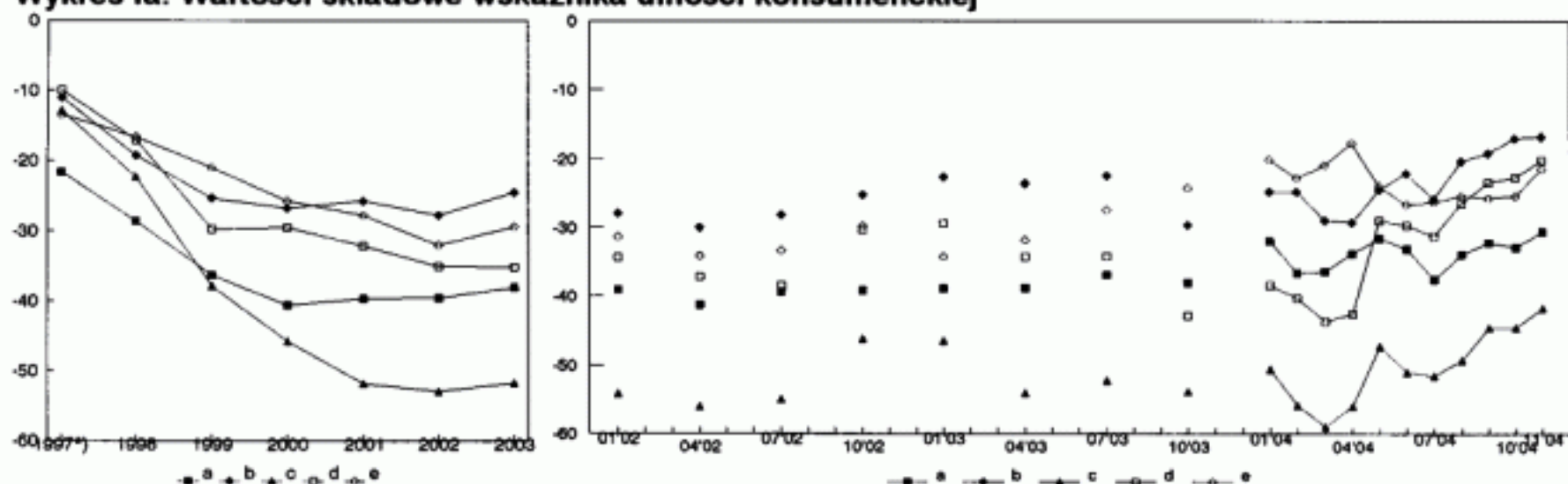
Wskaźniki ufności konsumenckiej oscylują wokół wartości -30, a le w okresie ostatnich trzech miesięcy obserwuje się wzrost tej miary, co świadczy o zmniejszeniu pesymizmu respondentów w ocenie zmian sytuacji własnych gospodarstw domowych oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju. Poprawa jest zauważalna zarówno w ocenie aktualnej sytuacji jak i przewidywań co do przyszłych zmian, chociaż bardziej wyraźna w przypadku bieżącego wskaźnika ufności. Korzystną zmianę w opiniach konsumentów obserwuje się też w stosunku do ubiegłego roku. Średnia z bieżących wskaźników ufności konsumenckiej dla 2003 r. wyniosła -35,8, podczas gdy w 2004 r. (obliczona z 11 miesięcy) była istotnie wyższa (-32,3).

**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

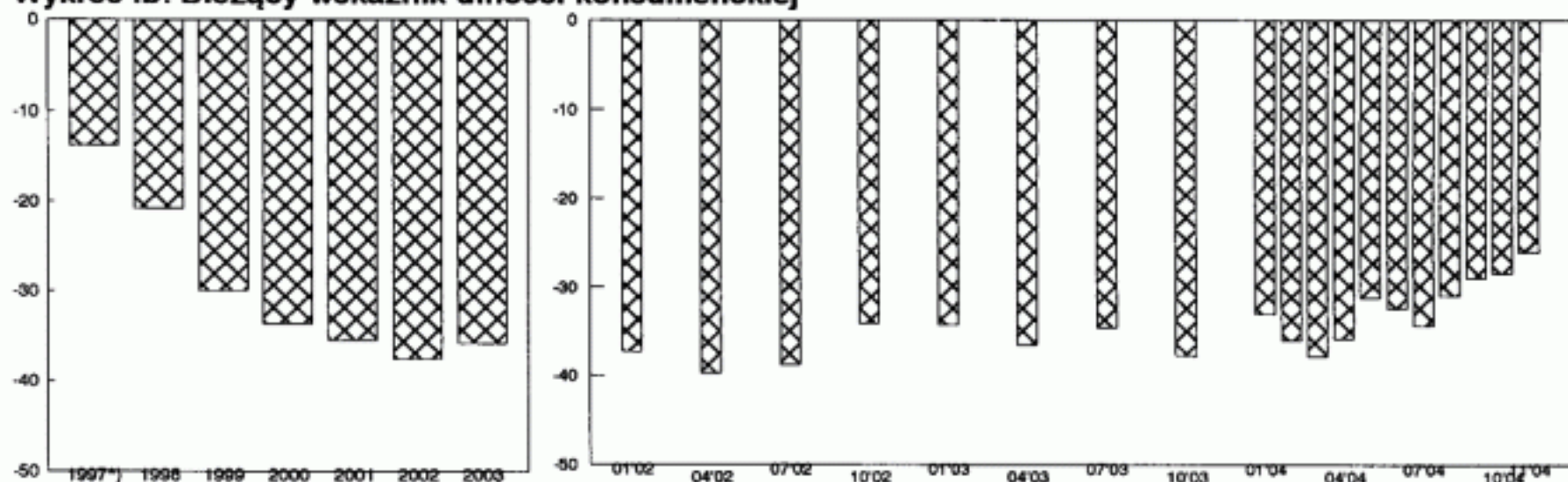
Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów

Okres badania ankietowego Rok	Kwa- rtał Mie- siąc	Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne do- konywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsu- menckiej BWUK
		ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesięcy		
		a	b	c	d		
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
	01	-38,8	-22,6	-46,5	-29,4	-34,3	-34,3
	04	-38,7	-23,6	-54,1	-34,3	-31,8	-36,5
	07	-36,9	-22,4	-52,2	-34,2	-27,4	-34,6
	10	-38,0	-29,6	-53,9	-42,8	-24,2	-37,7
2004							
	I	-34,9	-26,1	-55,1	-40,7	-21,2	-35,6
	II	-32,8	-25,2	-51,4	-33,6	-22,7	-33,1
	III	-34,5	-21,7	-48,4	-27,0	-25,7	-31,5
	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

**Wykres Ia. Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej**



**Wykres Ib. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej**



\*) kwiecień, lipiec, październik

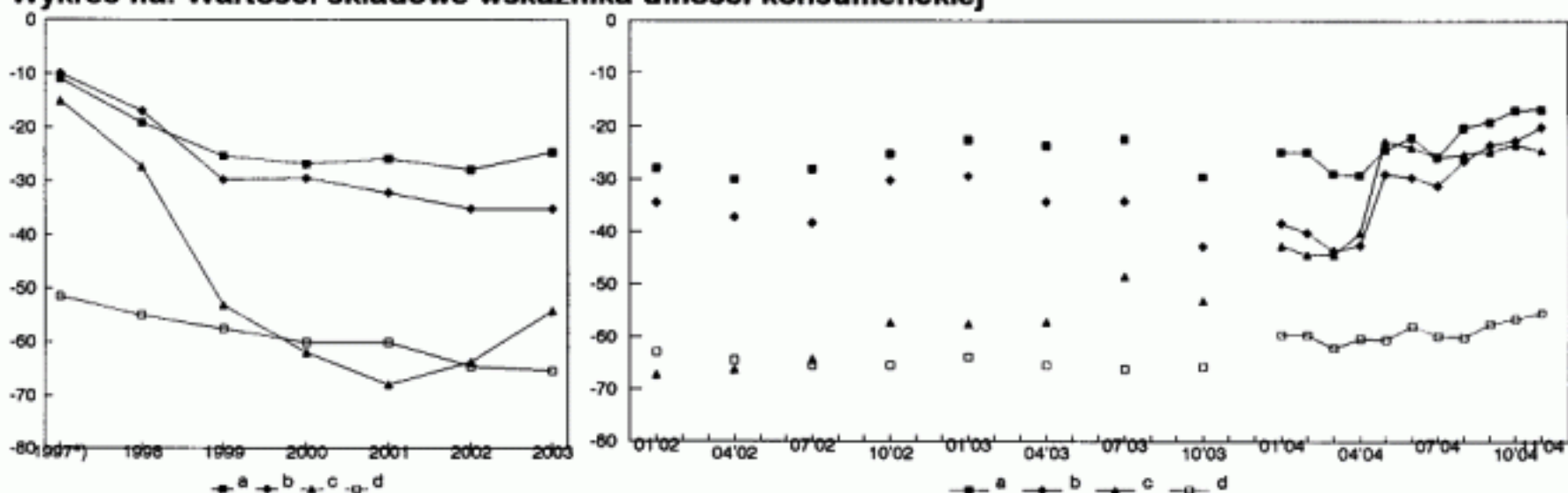


**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

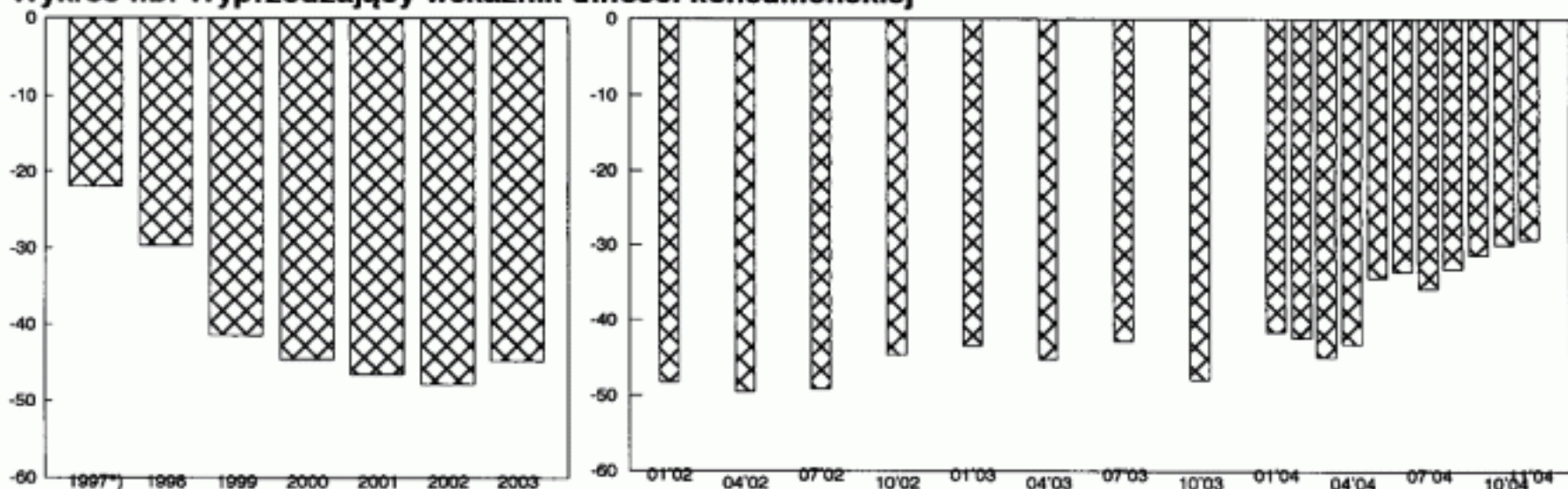
**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach**

Okres badania ankietowego Rok	Kwartał Mie- siąc	Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekono- micznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem -)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsu- menckiej WWUK
		a	b	c	d	
w procentach						
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
	01	-22,6	-29,4	-57,6	-64,0	-43,4
	04	-23,6	-34,3	-57,2	-65,5	-45,2
	07	-22,4	-34,2	-48,4	-66,1	-42,8
	10	-29,6	-42,8	-53,2	-65,8	-47,9
2004	I	-26,1	-40,7	-43,7	-60,5	-42,9
	II	-25,2	-33,6	-28,9	-59,6	-37,0
	III	-21,7	-27,0	-25,1	-59,1	-33,4
	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

**Wykres IIa. Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej**



**Wykres IIb. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej**



\*) kwiecień, lipiec, październik