

Koniunktura konsumencka^{*)} Grudzień 2004 r.

Analiza wskaźników ufności konsumenckiej (bieżącego i wyprzedzającego) z perspektywy całego 2004 roku świadczy o bardzo wyraźnej poprawie nastrojów konsumentów.

Konsekwentny wzrost **bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej**, notowany w całym drugim półroczu, osiągnął poziom –26,5, zmniejszając swoją wartość w grudniu jedynie o 0,4 pkt. procentowego w stosunku do wyniku z listopada. Średnie saldo kwartalne tego współczynnika ocen podlegało wyraźnemu, regularnemu wzrostowi od poziomu –35,6 w pierwszych miesiącach roku do wartości –27,0 w ostatnim kwartale.

Podobny przebieg obserwuje się w odniesieniu do **wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej**, który w ostatnim miesiącu roku przyjął wartość –29,4, a więc zaledwie o 0,1 pkt. procentowego niższą od notowanej w listopadzie. Także i w tym przypadku mamy do czynienia ze znaczącym, regularnym wzrostem średniej wartości kwartalnej wskaźnika, przy czym charakteryzuje się on nieco większą rozpiętością skali, poczynając od wartości –42,9 w pierwszym kwartale roku do –29,6 w kwartale czwartym.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w grudniu 2004 r.

W grudniu 2004 roku konsumenci lepiej niż w poprzednich miesiącach oceniali **zmiany, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy). Wskaźnik ocen zwiększył się wyraźnie do –28,0 i osiągnął najwyższy od początku roku poziom. Poprawa oceny tych zmian następowała stopniowo przez ostatnich sześć miesięcy. Znajduje to odzwierciedlenie w wynikach obejmujących średnie wartości kwartalne tego współczynnika, gdzie relatywnie niski jego poziom notowany w III kwartale (–34,5), uległ następnie wyraźnej poprawie, wzrastając do –30,4 w ostatnim kwartale roku.

Również wartość wskaźnika oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach) znacznie się polepszyła. Grudzień był kolejnym miesiącem drugiego półroczu, w którym ulegał on zwiększeniu: z –25,7 (w lipcu), do –14,9. Także i w tym przypadku jest to wynik najwyższy w całym 2004 roku. Średnia kwartalna wartość omawianego współczynnika wzrastała od poziomu –26,1 (I kwartał) do –16,2 (ostatni kwartał).

W grudniu wskaźnik ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach), zmniejszył się do –43,3. Nie nastąpiła zatem dalsza poprawa, jaką obserwowano od lipca br. Pomimo dość zdecydowanych wahań wartości współczynnika w skali miesięcznej, zachował on w 2004 roku wyraźny trend wzrostowy: średnie kwartalne saldo ocen było najniższe w I kwartale (–55,1), najwyższe zaś w kwartale IV (–43,1).

Zahamowaniu również uległ obserwowany od początku drugiego półroczu przyrost optymizmu konsumentów w zakresie **oczekiwanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian sytuacji gospodarczej kraju**. W grudniu osiągnął wartość –23,0, zbliżając się do poziomu notowanego pod koniec trzeciego kwartału. Poprawa nastawienia konsumentów w tym obszarze jest lepiej widoczna na podstawie średnich wartości wskaźników ocen w poszczególnych kwartałach. I tak w I kwartale kształtował się on na poziomie –40,7, sukcesywnie rosnąc do –21,9 w ostatnim kwartale.

Krótkotrwała natomiast okazała się listopadowa poprawa nastrojów w zakresie oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**. Wskaźnik ocen, wynoszący w październiku –25,3, w

listopadzie zaś –21,4, zmniejszył się w grudniu do –23,5, a więc przyjął wartość bliską tej, którą zaobserwowano w maju. Biorąc pod uwagę wyniki kwartalne, należy stwierdzić pewne pogorszenie nastrojów konsumentów w ciągu 2004 roku, wyrażające się obniżeniem średniego kwartalnego salda ocen o 2,2 pkt. procentowego (z –21,2 w I kwartale do –23,4 w kwartale IV).

Niewielkie wahania wykazywał pod koniec roku wskaźnik **obaw społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**. Średnie kwortalne saldo ocen, stosunkowo wysokie na początku roku (43,7 w I kwartale) zmalało radykalnie w kwartale II (28,9), utrzymując ten kierunek zmian również w kolejnych dwóch kwartałach (25,1 w III oraz 23,6 w IV kwartale).

Nieco bardziej pesymistyczne nastroje konsumentów, w zakresie oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy, odzwierciedla grudniowy spadek tego wskaźnika do poziomu –56,2. Jednakże różnica w stosunku do poprzednich miesięcy nie jest znaczna, co znamionuje pewną stabilizację poziomu ocen w tym obszarze w czwartym kwartale. Szczególnie, że średnie saldo ocen z trzech ostatnich miesięcy roku wyniosło –56,0 i było znacznie wyższe niż w I kwartale (–60,5).

Wartości niemal wszystkich opisanych współczynników cząstkowych uległy w skali 2004 roku poprawie, niezależnie od pewnych wahań obserwowanych w skali miesięcznej (widocznych zwłaszcza w przypadku wskaźników oceny zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju oraz oceny możliwości oszczędzania pieniędzy). Ilustrują to wyniki kwartalne, gdzie różnica pomiędzy średnimi saldami ocen z I oraz IV kwartału oznacza poprawę.

Jedynym współczynnikiem, którego wartość, mierzona średnim kwartalnym saldem ocen, zmalała w ciągu 2004 roku, świadcząc o pogorszeniu opinii konsumentów, był wskaźnik oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów – omawiana różnica wyniosła tu 2,2 pkt. procentowego.

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W grudniu 2004 r. badanie przeprowadzono na próbie 1904 gospodarstw domowych.

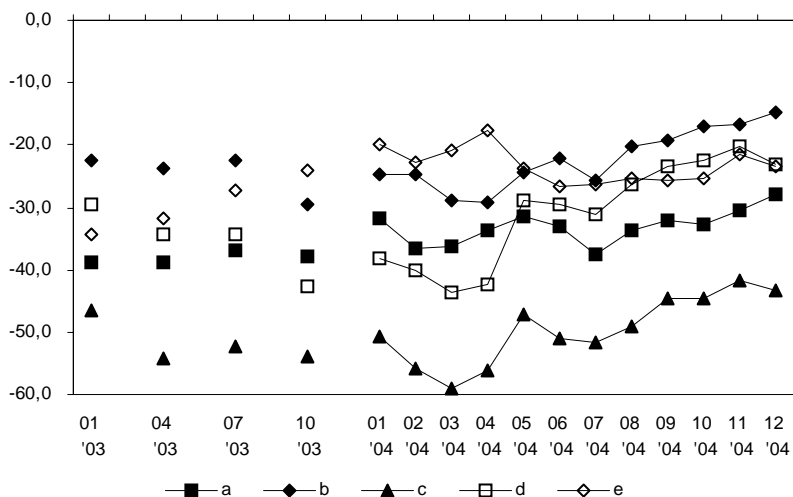
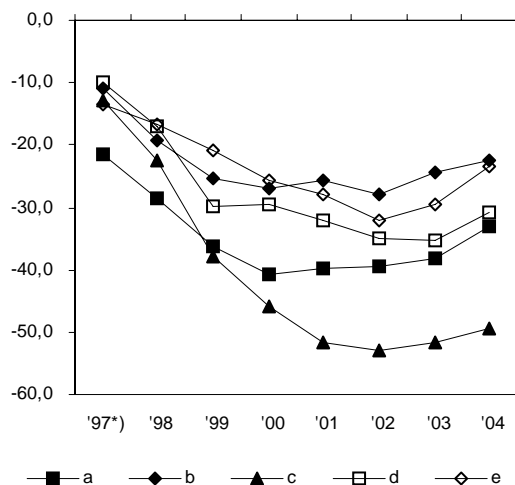
Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są: 1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I); oraz 2) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący oczekiwane w najbliższych miesiącach 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

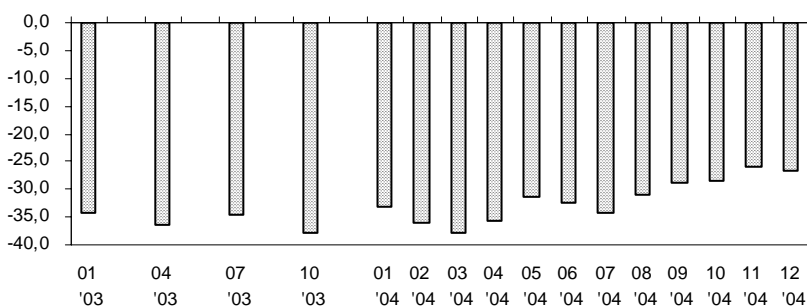
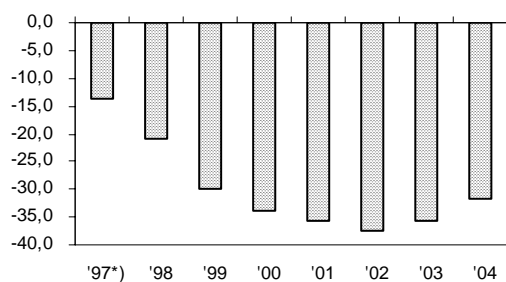
Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów.

Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK		
		ostatnich 12	najbliższych 12	ostatnich 12	najbliższych 12				
		miesiącach	miesiącach	miesiącach	miesiącach				
Rok	Kwartał Miesiąc	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	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		
	I		-33,1	-22,3	-49,5	-30,8	-23,3	-31,8	
			-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
				-34,5	-21,7	-48,4	-27,0	-25,7	-31,5
	III			-30,4	-16,2	-43,1	-21,9	-23,4	-27,0
			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		

Wykres Ia Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej



Wykres IIb Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej



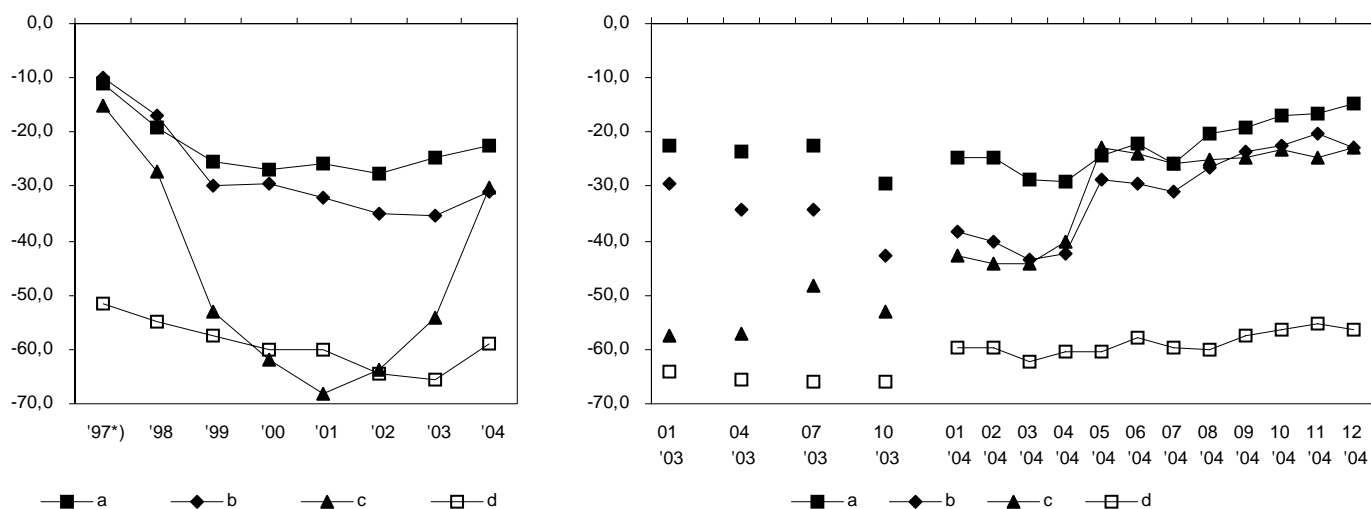
*) kwiecień, lipiec, październik

Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

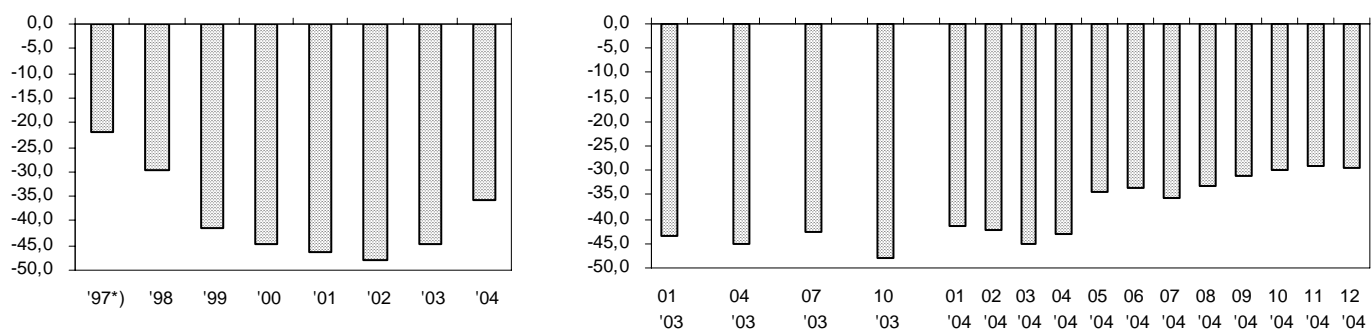
Wyprzedzający ały wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach.

Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem –)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	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
2004	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
	I	-22,3	-30,8	-30,3	-58,8	-35,7
	II	-26,1	-40,7	-43,7	-60,5	-42,9
	III	-25,2	-33,6	-28,9	-59,6	-37,0
	IV	-21,7	-27,0	-25,1	-59,1	-33,4
	01	-16,2	-21,9	-23,6	-56,0	-29,6
	02	-24,7	-38,3	-42,6	-59,6	-41,5
	03	-24,7	-40,2	-44,3	-59,6	-42,4
	04	-28,9	-43,6	-44,3	-62,2	-44,9
	05	-29,2	-42,5	-40,2	-60,3	-43,2
	06	-24,4	-28,9	-22,7	-60,5	-34,3
	07	-22,0	-29,6	-23,8	-57,9	-33,5
	08	-25,7	-31,1	-25,7	-59,8	-35,7
	09	-20,2	-26,4	-25,2	-60,1	-33,1
	10	-19,1	-23,4	-24,6	-57,4	-31,3
	11	-16,9	-22,6	-23,3	-56,5	-30,0
	12	-16,7	-20,1	-24,5	-55,3	-29,3
		-14,9	-23,0	-22,9	-56,2	-29,4

Wykres IIa. Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej



Wykres IIb. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej



*) kwiecień, lipiec, październik