

Koniunktura konsumencka^{*)}

Kwiecień 2006 r.

Kwietniowe notowania obu wskaźników ufności konsumenckiej (bieżącego oraz wyprzedzającego) świadczą o utrzymywaniu się nastrojów społecznych w obszarze konsumpcji indywidualnej na poziomie znacznie korzystniejszym niż przed rokiem czy dwoma laty.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej ukształtował się w obecnym miesiącu na poziomie zbliżonym do odnotowanego w marcu, przyjmując wartość $-16,4$ (wyższą o $0,6$ pkt. procentowego). Porównanie z analogicznym miesiącem 2005 oraz 2004 roku obrazuje znaczącą poprawę – odpowiednio o $5,8$ oraz o $19,4$ pkt. procentowego.

Wartość **wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej** wzrosła w kwietniu tylko nieznacznie (o $0,9$ pkt. procentowego w stosunku do wyniku z poprzedniego miesiąca) i wynosi $-20,8$. W perspektywie ostatnich dwóch lat oznacza to stały wzrost notowań – o $6,5$ pkt. procentowego w relacji do kwietnia 2005 r. oraz o $22,4$ pkt. procentowego względem tego samego miesiąca 2004 r.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w kwietniu 2006 roku

Saldo ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** w okresie ostatnich 12 miesięcy przyjęło w kwietniu wartość $-20,1$. Oznacza to poprawę o $3,0$ pkt. procentowe względem wyniku z marca. Również w stosunku do analogicznego miesiąca 2005 r. oraz 2004 r. obserwowane zmiany kształtują się korzystnie, a dystans jaki dzieli te notowania od obecnego wyniku wynosi odpowiednio $6,8$ oraz $13,6$ pkt. procentowego.

Ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** w najbliższych 12 miesiącach uległa w kwietniu niewielkiemu wzrostowi (o $1,4$ pkt. procentowego w relacji do poprzedniego miesiąca) i wynosi obecnie $-5,6$. Jest zatem o $7,0$ pkt. procentowych wyższa od wyniku uzyskanego przed rokiem oraz o $23,6$ pkt. procentowego, w porównaniu do obserwacji sprzed dwóch lat.

Opracowanie:

Departament Statystyki Społecznej

Kontakt w sprawach merytorycznych: Kazimierz Latuch,
tel. (0-22) 608-32-06; e-mail: K.Latuch@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:

Wydział Obsługi Prasowej: tel.(0-22) 608 38 04, 608 31 57, 608 34 91;
fax (0-22) 608 38 68, 608 38 86; e-mail: M.Lukaszewicz@stat.gov.pl

*Stanowisko prasowe w CIS do bezpośredniego odbioru materiałów prasowych,
czynne w dniach publikowania o godz. 14:00*

Internet: www.stat.gov.pl

Saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach) zmniejszyło się w obecnym miesiącu o 1,0 pkt procentowy względem marca do wartości –29,1. Tym samym korzystna różnica, w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku, jak również roku 2004, zamyka się wielkością odpowiednio 7,8 oraz 26,9 pkt. procentowego.

Nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** nie zmieniło się od marca. Wskaźnik ocen przyjął w bieżącym miesiącu wartość –12,5. Nadal utrzymuje się korzystny dystans pomiędzy obecnym notowaniem a wynikami sprzed roku oraz dwóch lat, wynoszący odpowiednio 5,0 pkt. procentowego (względem kwietnia 2005 r.) oraz 30,0 pkt. procentowych (w odniesieniu do kwietnia 2004 r.).

Wartość wskaźnika dotyczącego oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** wynosi aktualnie –14,9, jest więc o 0,4 pkt. procentowego niższa od notowanej w poprzednim miesiącu. Porównanie z wynikami sprzed roku oraz sprzed dwóch lat wykazuje przy tym umiarkowaną poprawę rzędu 2,1 oraz 2,7 pkt. procentowego (w relacji do analogicznego miesiąca).

Obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia były w kwietniu mniejsze w porównaniu do obserwacji z poprzedniego miesiąca. Wartość wskaźnika zmalała o 1,9 pkt. procentowego i wynosi obecnie 14,3. Nie wpłynęło to w sposób istotny na przebieg zmian w dłuższej perspektywie czasowej. W stosunku do kwietnia 2005 r. zaobserwowano spadek obaw wyrażający się różnicą 10,5 pkt. procentowego, a względem tego samego miesiąca 2004 r. – o 25,9 pkt. procentowego.

W odniesieniu do marca br. przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy zmieniły się tylko nieznacznie. Wartość wskaźnika wzrosła o 0,7 pkt. procentowego i wynosi –50,0. Obecne notowanie jest nieco korzystniejsze od wyników uzyskanych w analogicznym miesiącu 2005 oraz 2004 roku odpowiednio o 3,7 oraz 10,3 pkt. procentowego.

Przedstawione powyżej obserwacje pozwalają stwierdzić, że w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego, a także 2004 r., nastroje społeczne mierzone wartością wskaźników koniunktury konsumenckiej wykazują konsekwentną, choć przebiegającą w zmiennym tempie, poprawę. Jest to najbardziej widoczne w przypadku obydwu wskaźników oceny **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju** oraz wskaźnika **obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia**. W skali miesięcznej nie stwierdzono znaczących wahań wartości wskaźników, a wyraźne różnice dotyczyły salda ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) oraz **obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia**. W obydwu wymienionych przypadkach różnice te świadczą o poprawie nastrojów konsumenckich.

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W kwietniu 2006 r. badanie przeprowadzono na próbie 1939 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”.

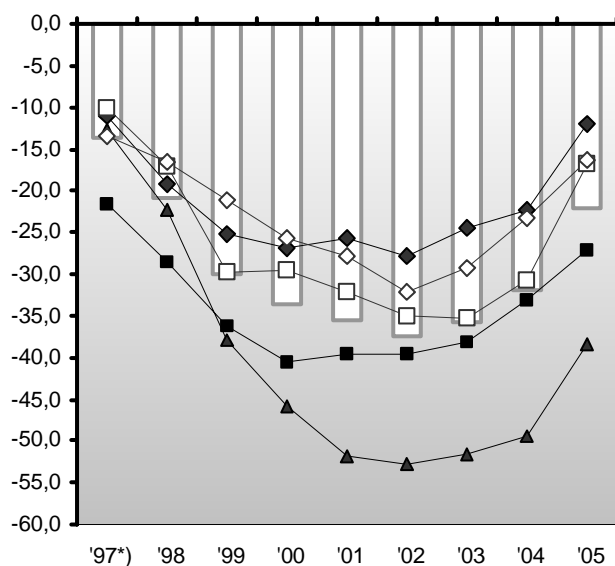
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

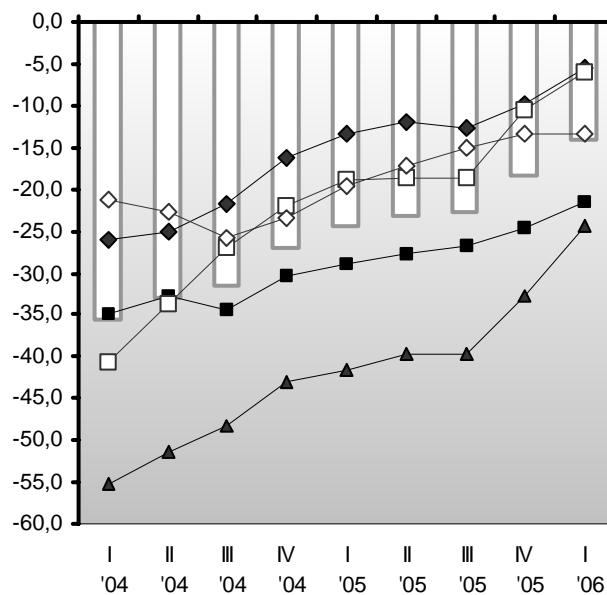
| Okres badania ankietowego | | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w: | | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w: | | Obecne dokonywanie ważnych zakupów | Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK |
|---------------------------|--------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Rok | Kwartał Miesiąc | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach | | |
| | | 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 |
| | 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 |
| | IV | -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 |
| 2005 | | -27,0 | -12,0 | -38,5 | -16,7 | -16,4 | -22,1 |
| | I | -29,0 | -13,5 | -41,7 | -18,8 | -19,5 | -24,5 |
| | II | -27,7 | -12,0 | -39,6 | -18,7 | -17,3 | -23,1 |
| | III | -26,7 | -12,7 | -39,8 | -18,7 | -15,1 | -22,6 |
| | IV | -24,6 | -9,9 | -32,8 | -10,6 | -13,5 | -18,3 |
| | 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 |
| | 12 | -25,1 | -8,9 | -30,2 | -11,5 | -11,1 | -17,4 |
| 2006 | | | | | | | |
| | I | -21,5 | -5,5 | -24,4 | -5,9 | -13,5 | -14,2 |
| | 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 |

*) kwiecień, lipiec, październik

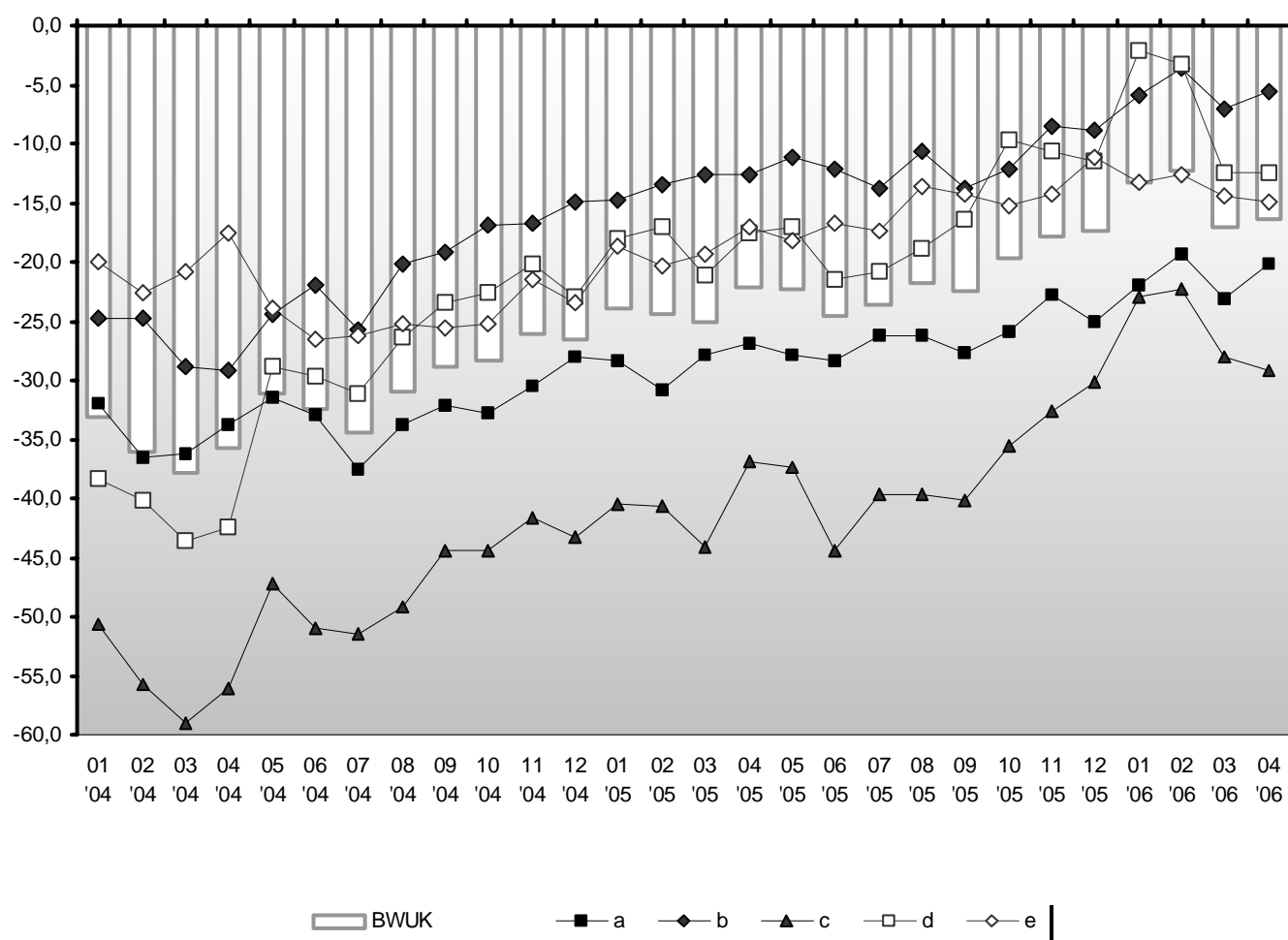
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



Wykres Ib Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według kwartałów



Wykres Ic Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według miesięcy



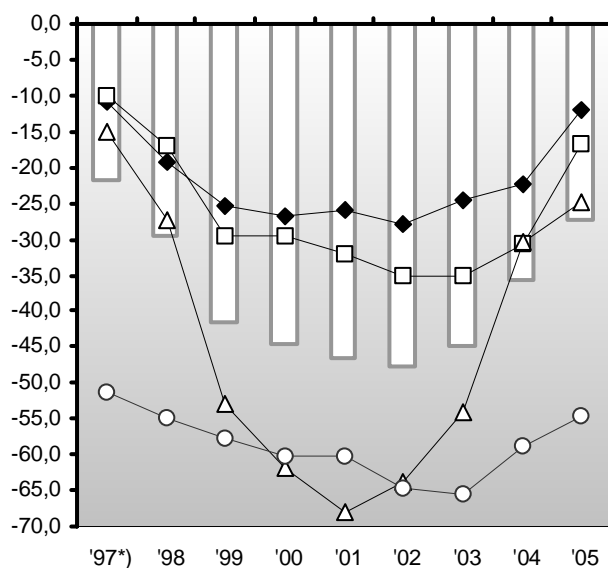
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

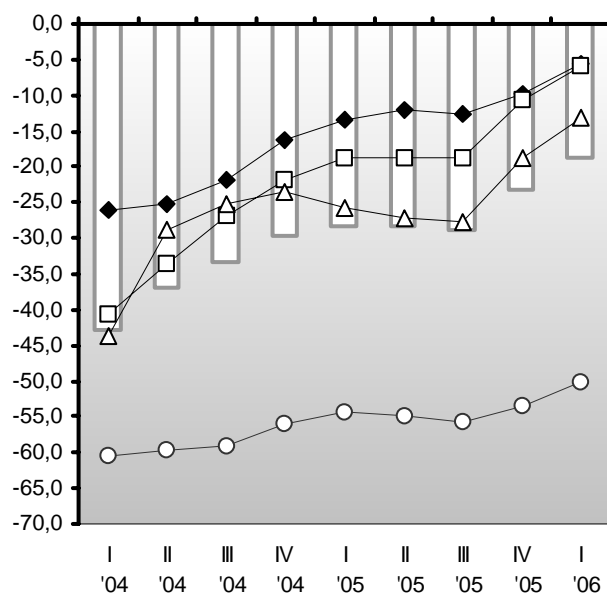
| Rok | Okres badania ankietowego | | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju | Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem –) | Oszczędzanie pieniędzy | Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK |
|---------|---------------------------|---------|--|--|--|------------------------|-------------------------------------|
| | 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 | | | -22,3 | -30,8 | -30,3 | -58,8 | -35,7 |
| | 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 |
| | IV | | -16,2 | -21,9 | -23,6 | -56,0 | -29,6 |
| | | 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 |
| | I | | -13,5 | -18,8 | -25,8 | -54,2 | -28,2 |
| | II | | -12,0 | -18,7 | -27,1 | -54,9 | -28,3 |
| | III | | -12,7 | -18,7 | -27,7 | -55,8 | -28,9 |
| | IV | | -9,9 | -10,6 | -18,7 | -53,4 | -23,3 |
| | | 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 | | | | | | | |
| | I | | -5,5 | -5,9 | -13,3 | -50,1 | -18,8 |
| | | 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 |

*) kwiecień, lipiec, październik

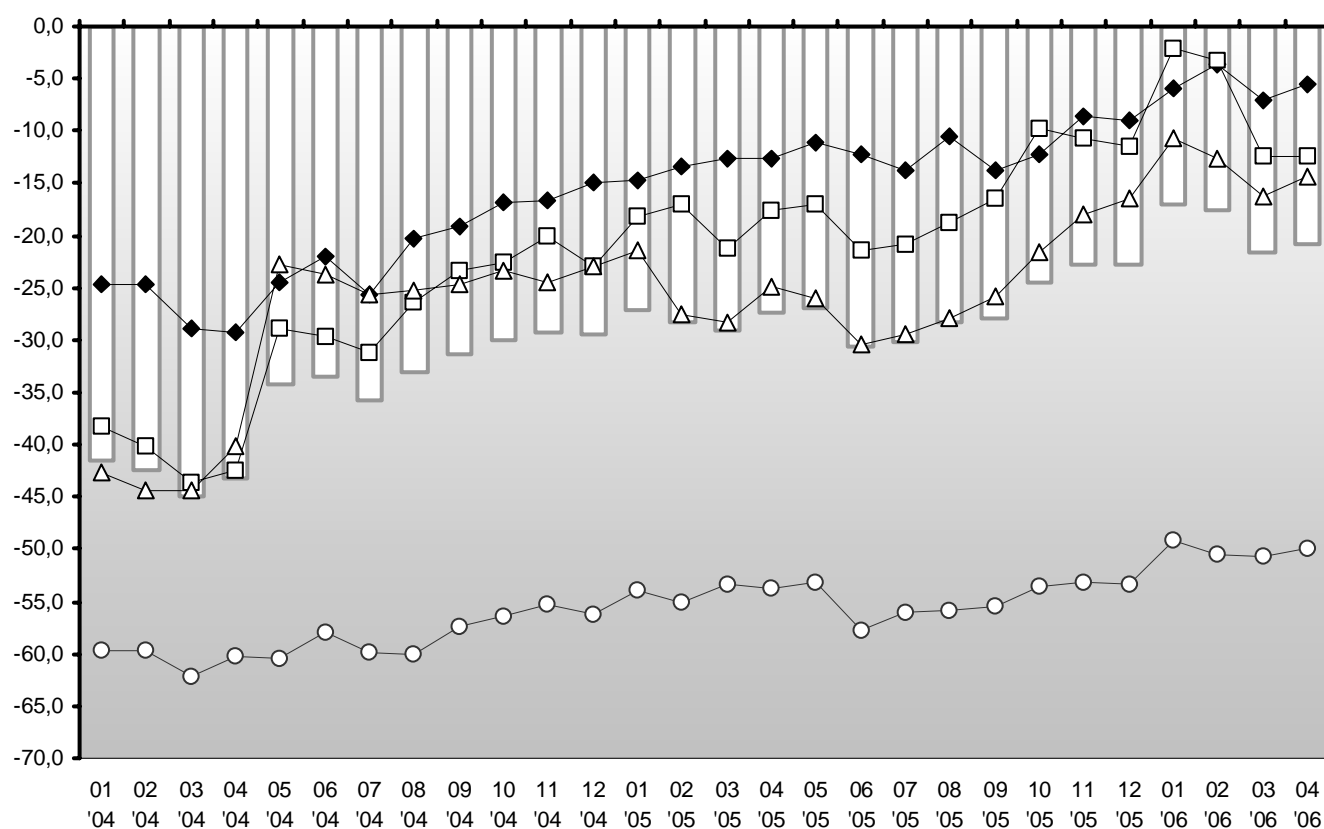
Wykres IIa Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



Wykres IIb Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według kwartałów



Wykres IIc Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według miesięcy



WWUK
 a
 b
 c
 d