

Koniunktura konsumencka^{*)}

Listopad 2006 r.

W listopadzie notowania obu wskaźników ufności konsumenckiej (bieżącego oraz wyprzedzającego) poprawiły się w porównaniu do wartości uzyskanych w poprzednim miesiącu.

Zaobserwowano gorsze niż w październiku oceny zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz oczekiwanych możliwości oszczędzania pieniędzy, przy jednoczesnej poprawie pozostałych wskaźników koniunktury konsumenckiej, szczególnie wyraźnej w przypadku ocen dotyczących zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, jak również oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów oraz obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia.

Za wyjątkiem opinii na temat oczekiwanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, nastroje społeczne w obszarze konsumpcji indywidualnej nadal utrzymują się na bardziej korzystnym niż przed rokiem czy dwoma laty poziomie.

Wartość **bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej** jest wyższa od wyniku z poprzedniego miesiąca o 1,9 pkt. procentowego i wynosi obecnie –14,3. W porównaniu do analogicznego okresu 2005 oraz 2004 roku obserwuje się znaczną poprawę – odpowiednio o 3,5 oraz o 11,8 pkt. procentowego.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej osiągnął w listopadzie wartość –17,1, a więc lepszą o 1,0 pkt. procentowy od wyniku z poprzedniego miesiąca. W okresie ostatnich dwóch lat obserwowany jest stały wzrost notowań – o 5,6 pkt. procentowego w relacji do listopada 2005 r. oraz o 12,2 pkt. procentowego względem listopada 2004 r.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w listopadzie 2006 roku

Saldo ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** w okresie ostatnich 12 miesięcy przyjęło w listopadzie wartość –16,9. Pogorszyło się tym samym w porównaniu z poprzednim miesiącem o 0,9 pkt. procentowego. W odniesieniu do analogicznego okresu 2005 r. oraz 2004 r. obserwowane zmiany kształtują się korzystnie, z różnicą wynoszącą odpowiednio: 5,9 oraz 13,6 pkt. procentowego.

Ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach) pogorszyła się względem października o 2,5 pkt. procentowego i wynosi obecnie –9,2. Wynik ten jest też mniej korzystny od uzyskanego przed rokiem (o 0,6 pkt. procentowego) i jednocześnie o 7,5 pkt. procentowego wyższy od notowanego przed dwoma laty.

Saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju** w ostatnich 12 miesiącach uległo względem października poprawie o 5,7 pkt. procentowego, przyjmując wartość –25,8. W dalszym ciągu utrzymuje się korzystna różnica, zarówno w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku, jak i 2004 r. (odpowiednio: 6,8 oraz 15,8 pkt. procentowego).

Zapoczątkowana w pierwszym kwartale br. tendencja spadkowa w obszarze wskaźnika **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** nie znalazła odzwierciedlenia w obecnym miesiącu. Wskaźnik ocen przyjął w listopadzie wartość -14,8, wyższą od obserwowanej w październiku o 4,6 pkt. procentowego. W relacji do analogicznego miesiąca 2005 r. obecny wynik jest gorszy o 4,1 pkt. procentowego, natomiast w odniesieniu do listopada 2004 r. oznacza poprawę o 5,3 pkt. procentowego.

Wskaźnik uwzględniający opinie nabywców na temat **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** przyjął aktualnie wartość -4,8, a więc poprawił się o 2,5 pkt. procentowego wobec notowania z poprzedniego miesiąca i jest najwyższy od początku realizacji badania. Porównanie z wynikami sprzed roku oraz sprzed dwóch lat wykazuje poprawę o 9,4 oraz 16,6 pkt. procentowego.

Obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia były w listopadzie mniejsze od obserwowanych w poprzednim miesiącu. Wartość wskaźnika zmalała o 2,5 pkt. procentowego i wynosi obecnie -3,3. Jest to kolejny miesiąc (począwszy od kwietnia br.), w którym stwierdzono poprawę nastrojów w tym zakresie, a zarazem najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania. Podobnie jak to miało miejsce w październiku liczba konsumentów wyrażających opinie pozytywne jest większa od liczby osób nastawionych negatywnie. Przebieg zmian w dłuższym okresie czasu, obejmującym kolejno lata 2005 i 2004, również kształtuje się korzystnie, a odnotowany w tym czasie spadek obaw wyraża się różnicą odpowiednio 21,3 oraz 27,8 pkt. procentowego.

Przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** (w okresie najbliższych 12 miesięcy) były w listopadzie nieco mniej optymistyczne niż w październiku. Wartość wskaźnika obniżyła się nieznacznie (o 0,7 pkt. procentowego) i wynosi obecnie -47,3, jednakże korzystna różnica w stosunku do wyników uzyskanych w analogicznym miesiącu 2005 oraz 2004 roku jest bardzo widoczna i wynosi odpowiednio 5,9 oraz 8,0 pkt. procentowych.

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W listopadzie 2006 r. badanie przeprowadzono na próbie 1791 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”.

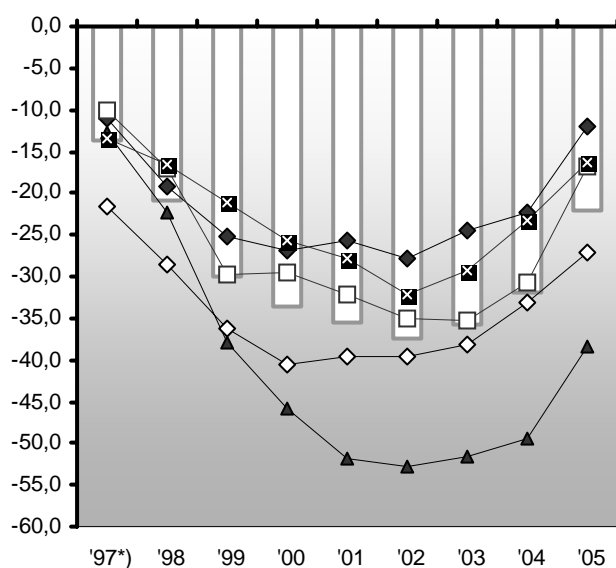
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

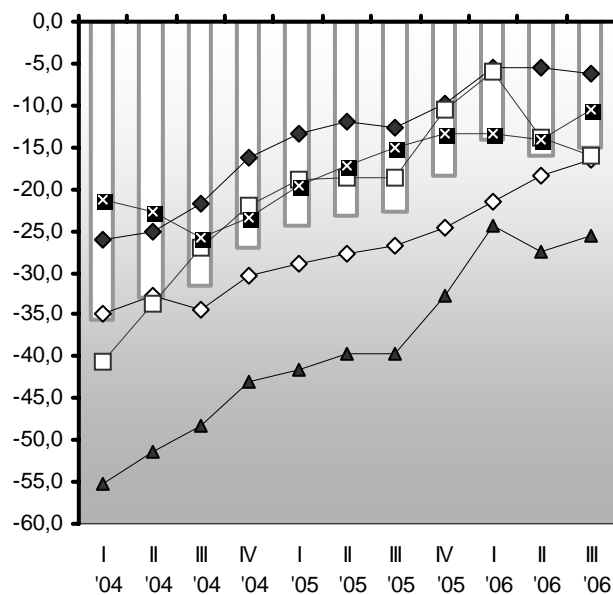
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywane ważne zakupy	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
	Kwartał	Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy		
			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
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
	II		-18,4	-5,4	-27,6	-13,9	-14,0	-15,9
	III		-16,6	-6,2	-25,6	-16,1	-10,6	-15,0
		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
		11	-16,9	-9,2	-25,8	-14,8	-4,8	-14,3

*) kwiecień, lipiec, październik

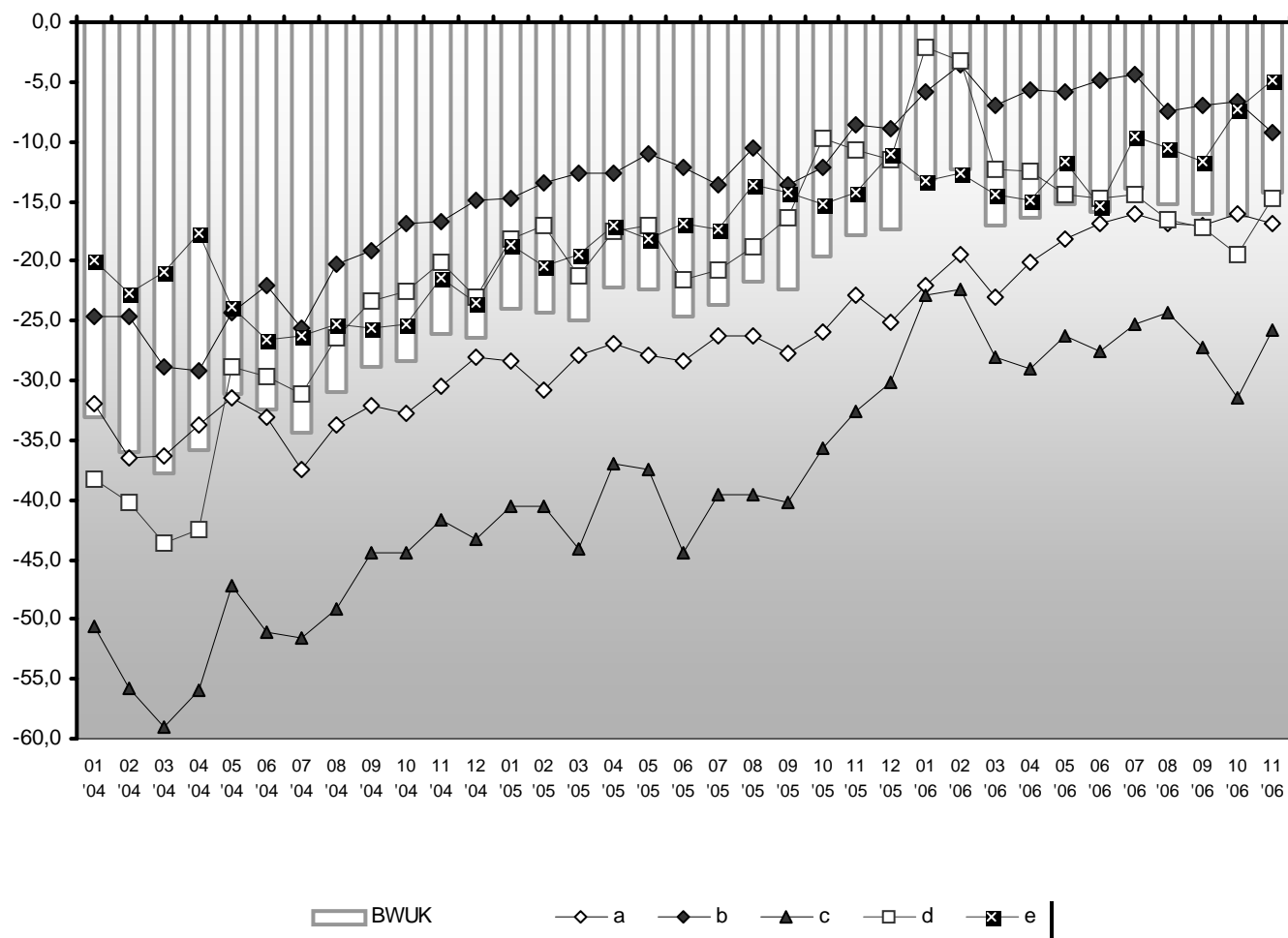
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



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



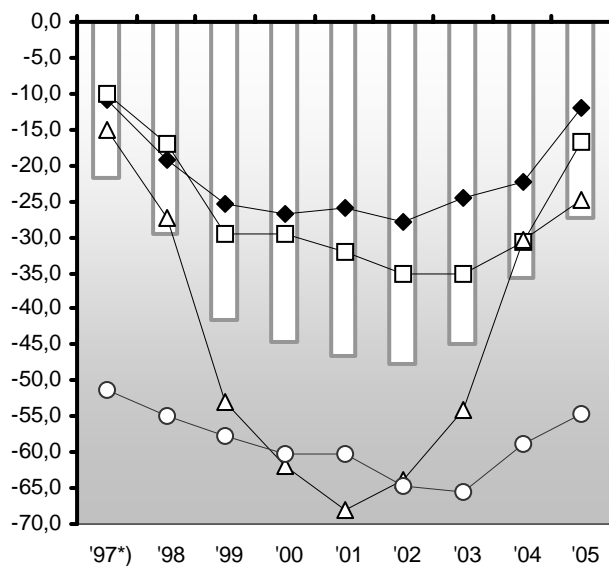
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

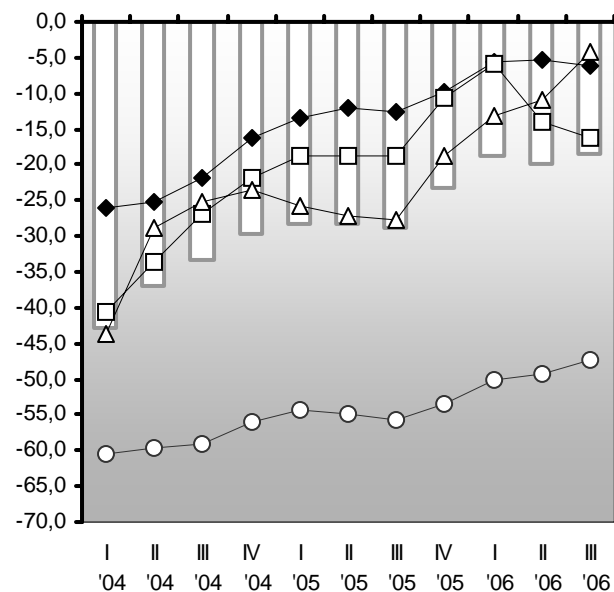
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			a	b	c	d	
w procentach							
1997 *)			-11,0	-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
	II		-5,4	-13,9	-10,9	-49,4	-20,0
	III		-6,2	-16,1	-4,3	-47,4	-18,6
		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

*) kwiecień, lipiec, październik

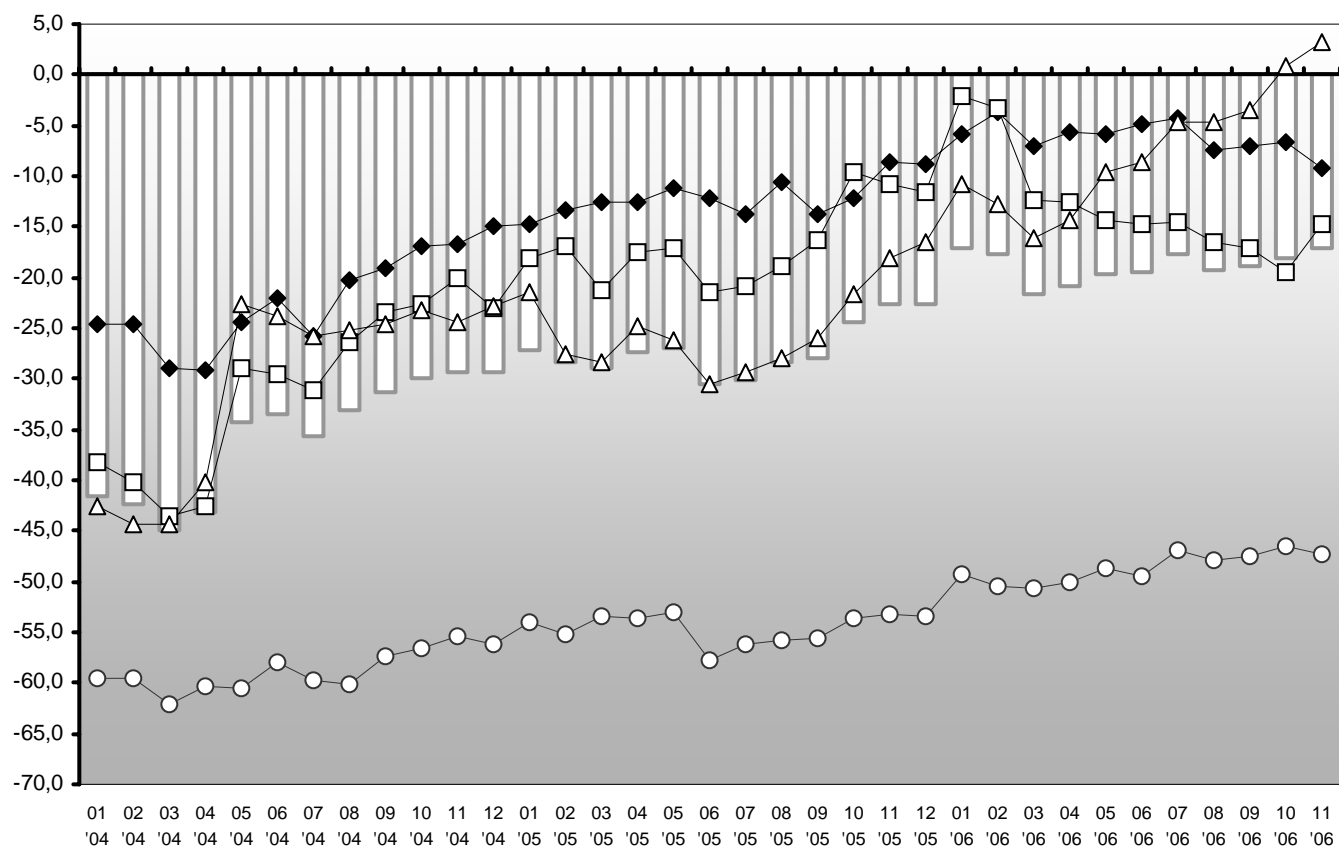
Wykres IIa Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



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