

Koniunktura konsumencka^{*)} **I kwartał 2007 r.**

W I kwartale 2007 r. nastąpiła dalsza, znacząca poprawa wszystkich podstawowych wskaźników charakteryzujących nastroje konsumenckie.

- **Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** osiągnął w I kwartale 2007 r. wartość –11,0 i był wyższy o 3,6 pp. w porównaniu do IV kwartału 2006 r.
- **Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** osiągnął w I kwartale 2007 r. wartość –12,5, a więc lepszą o 4,2 pp. od wyniku z poprzedniego kwartału.

Zmiany wartości obydwu wskaźników ufności konsumentów w ostatnich kwartałach, w szczególności zaś w ostatnich dwóch kwartałach wskazują, że **oczekiwać należy dalszego utrzymywania się wysokiej dynamiki konsumpcji indywidualnej gospodarstw domowych**.

Wskaźnik ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w ostatnich 12 miesiącach) przyjął w I kwartale 2007 r. wartość –13,1 i był wyższy o 3,3 pp. W stosunku do wartości zaobserwowanej w IV kwartale 2006 r. **(zwiększył się udział konsumentów odczuwających lepszą sytuację finansową i jednocześnie zmniejszył się udział konsumentów odczuwających swoją sytuację finansową jako gorszą)**.

W I kwartale 2007 r. uległy poprawie także oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach): poziom tego wskaźnika wyniósł –4,5 i był wyższy o 2,8 pp. niż w IV kwartale 2006 r. **(zwiększył się udział konsumentów oczekujących lepszej sytuacji finansowej i jednocześnie zmniejszył się udział konsumentów oczekujących gorszej sytuacji finansowej)**.

Dynamika wskaźników ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych w I kwartale 2007 r. wskazuje, że **gospodarstwa domowe odczuwają poprawę, jak również spodziewają się dalszego wzrostu swoich dochodów**.

W I kwartale 2007 r. poprawiły się zarówno oceny **zaszłych zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach), jak również **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju**: wskaźnik ocen zaszłych zmian ukształtował się na poziomie -23,1 i był wyższy niż w IV kwartale 2006 r. o 4,0 pp., a wskaźnik ocen oczekiwanych ukształtował się na poziomie -12,6 i był wyższy niż w IV kwartale 2006 r. o 3,4 pp. **Przedstawione zmiany wartości wskaźników ocen zmian sytuacji gospodarczej kraju świadczą o tym, że konsumenci oczekują dalszego wzrostu gospodarczego.**

W I kwartale 2007 r., podobnie jak w dwóch poprzednich kwartałach znacząco poprawiły się oceny **obecných warunków dokonywania ważnych zakupów** dla gospodarstw domowych: wartość tego wskaźnika ukształtowała się na poziomie wynoszącym -1,6, co w stosunku do IV kwartału 2006 r. oznacza poprawę o 4,8 pp. Zmiany wartości tego wskaźnika w I kwartale 2007 r. **wskazują na utrzymywanie się wysokiej dynamiki zakupu dóbr trwałego użytku na potrzeby gospodarstw domowych i dalsze polepszanie wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałe.**

W I kwartale 2007 r., podobnie jak w II półroczu 2006 r., znacznie zmniejszyły się w społeczeństwie **obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia** (w okresie najbliższych 12 miesięcy). Wartość tego wskaźnika wyniosła -9,9 pp. i była lepsza niż w IV kwartale 2006 r. o 6,6 pp. Korzystne zmiany wartości tego wskaźnika począwszy od II kwartału 2004 r., a zwłaszcza w II półroczu 2006 r. i I kwartale 2007 r. wskazują, że **społeczeństwo zauważa systematycznie zmniejszający się poziom bezrobocia, jak również spodziewa się dalszej poprawy sytuacji na rynku pracy.**

Wartość wskaźnika przewidywanych **możliwości oszczędzania pieniędzy** (w okresie najbliższych 12 miesięcy) poprawiła się względem poprzedniego kwartału o 4,1 pp., przyjmując poziom -42,3. Tendencje zmian wartości tego wskaźnika oznaczają, że **wraz z poprawą sytuacji finansowej gospodarstw domowych wzrasta także ich skłonność do oszczędzania pieniędzy.**

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W I kwartale 2007 r. badanie przeprowadzono na próbie 5374.

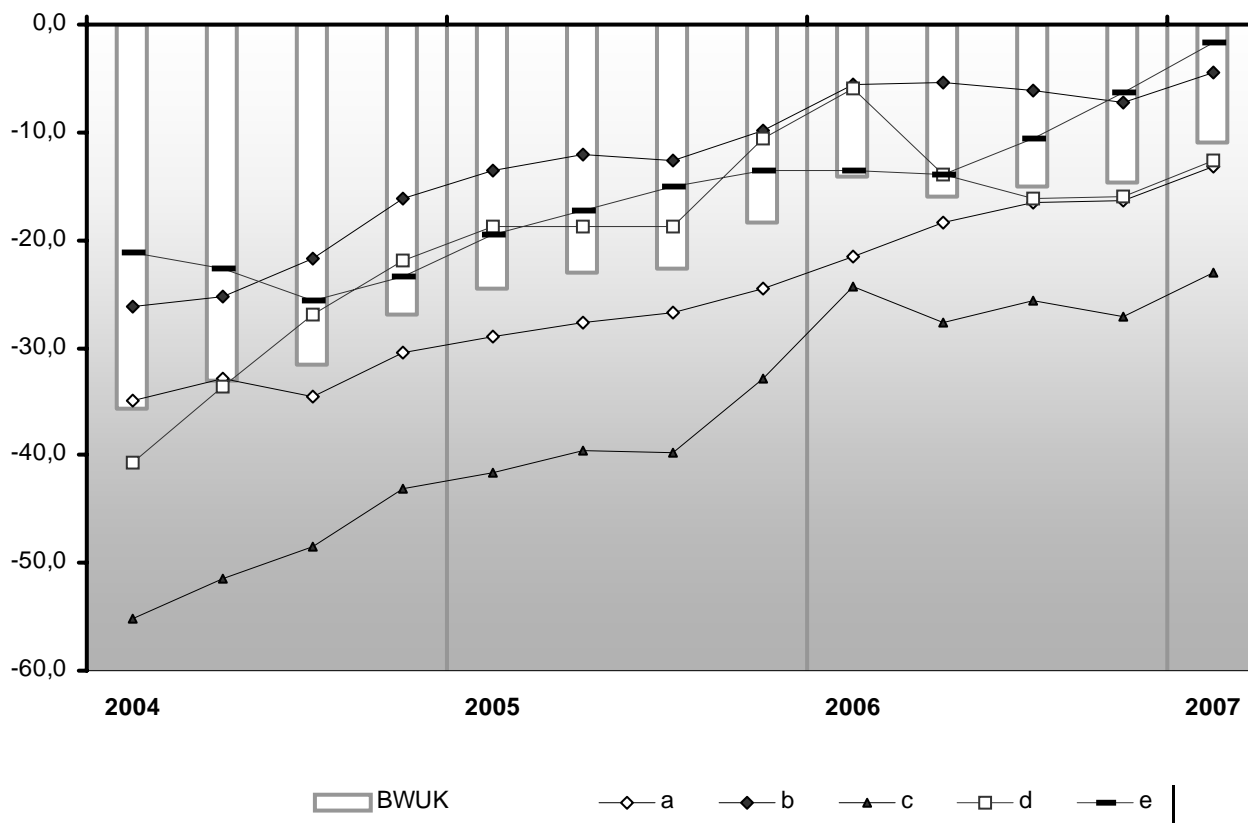
Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są: 1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I) oraz 2) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący oczekiwane w najbliższych miesiącach 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 dokonywa- nie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności kon- sumenckiej BWUK
Rok	Kwartał	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
	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
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
2006		-18,2	-6,1	-26,2	-13,0	-11,1	-14,9
	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
	IV	-16,4	-7,3	-27,1	-16,0	-6,4	-14,6
2007							
	I	-13,1	-4,5	-23,1	-12,6	-1,6	-11,0

^{*)} 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 (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	Kwartał	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
	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
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
2006		-6,1	-13,0	-6,3	-48,3	-18,5
	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
	IV	-7,3	-16,0	3,3	-46,4	-16,7
2007						
	I	-4,5	-12,6	9,9	-42,3	-12,5

*) kwiecień, lipiec, październik

