

Koniunktura konsumencka^{*)} **Grudzień 2005 r.**

Analiza wskaźników ufności konsumenckiej (bieżącego oraz wyprzedzającego) z perspektywy całego 2005 roku świadczy o bardzo wyraźnej poprawie nastrojów społecznych w tym obszarze.

Grudniowe notowanie **bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej** wpisuje się w trwający przez całe drugie półrocze konsekwentny wzrost jego wartości, a obecny poziom –17,4, choć uległ jedynie nieznacznej zmianie w stosunku do wyniku z listopada, jest najwyższy w tym roku. Znaczną poprawę ilustrują zarówno dane kwartalne, jak i roczne: średnie saldo kwartalne podlegało wyraźnemu, systematycznemu wzrostowi od poziomu –24,5 w pierwszych miesiącach roku do wartości –18,3 w ostatnim okresie (różnica wynosi więc 6,2 pkt. procentowego); w skali roku zaś (porównując średnie za 2004 i 2005 r.) wzrost ten zaznacza się jeszcze wyraźniej i sięga 9,7 pkt. procentowego.

Podobny przebieg zaobserwowano w odniesieniu do **wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej**, który w ostatnim miesiącu roku przyjął wartość –22,7, identyczną jak w listopadzie. Także i tutaj mamy do czynienia ze znaczącym wzrostem średniej kwartalnej oraz rocznej wskaźnika. W pierwszym przypadku wzrost ten zamknął się różnicą 4,9 pkt. procentowego, jednak miał dość nieregularny charakter – przez trzy kwartały nie obserwowano istotnych wahań, a zmiana nastąpiła dopiero na przełomie III i IV kwartału. W skali rocznej poprawa sięgnęła 8,5 pkt. procentowego.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w grudniu 2005 roku

Ocena **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) przyjęła w grudniu wartość –25,1 (spadek o 2,3 pkt. procentowego względem listopada), zatem w stosunku do analogicznego miesiąca 2004 roku kształtuje się w dalszym ciągu pomyślnie, przy różnicy 2,9 pkt. procentowego. Wzrost notowań jest też widoczny w relacji obejmującej dwa ostatnie kwartały (przy różnicy 2,1 pkt. procentowego), jak również biorąc pod uwagę ostatnie średnie roczne wartości wskaźnika (odpowiednio 6,1 pkt. procentowego).

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 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 podstawowych wielkości i wskaźników
o godz. 16:00

Internet: www.stat.gov.pl

W podobny sposób poprawiła się ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach). Poziom notowań nie uległ od listopada istotnej zmianie i wynosi obecnie –8,9, jest więc o 6,0 pkt. procentowych wyższy niż przed rokiem. Korzystny przebieg zmian daje się też zaobserwować w skali kwartalnej (różnica 2,8 pkt. procentowego porównując III i IV kwartał) oraz rocznej, gdzie średnie wartości wskaźnika w 2004 i 2005 r. dzieliło 10,3 pkt. procentowego.

Dalszy wzrost wykazywało w grudniu saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach). Obecny wynik –30,2 (wyższy od listopadowego o 2,4 pkt. procentowego) oznacza korzystną różnicę 13,1 pkt. procentowego w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku oraz wpływa na istotną poprawę średniej wartości kwartalnej (z –39,8 do –32,8 pkt. procentowego w drugim półroczu) oraz rocznej (od –49,5 w 2004 do –38,5 w 2005 r.).

Niewielkiemu pogorszeniu uległo nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju**. Wskaźnik ocen przyjął wartość –11,5, tj. o 0,8 pkt. procentowego niższą niż w ubiegłym miesiącu. Nie miało to wpływu na utrzymujący się korzystny dystans pomiędzy obecnym i zeszłorocznym notowaniem (wynoszący 11,5 pkt. procentowego), ani na relacje oparte na średnich wynikach kwartalnych (poprawa o 8,1 pkt. procentowego) oraz rocznych (14,1 pkt. procentowego).

Tendencja wzrostowa charakteryzuje konsumenckie oceny **obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**. Wartość wskaźnika wynosi aktualnie –11,1 (o 3,1 pkt. procentowego przewyższa notowanie z listopada). Porównanie z wynikami sprzed roku (w relacji do analogicznego miesiąca) wykazuje poprawę rzędu 12,4 pkt. procentowego, natomiast w perspektywie kwartalnej oraz rocznej zwiększa odpowiednio o 1,6 oraz 6,9 pkt. procentowego.

W grudniu, podobnie jak to miało miejsce przez pięć kolejnych miesięcy, począwszy od lipca, zmalały **obawy społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**. Wartość wskaźnika obniżyła się o 1,5 pkt. procentowego (względem poprzedniego miesiąca) i wynosi obecnie 16,5. Widoczna jest również poprawa wyniku w stosunku do grudnia 2004 r. – o 6,4 pkt. procentowego, a także przy porównaniu III i IV kwartału (9,0 pkt. procentowych) oraz ubiegłego i obecnego roku (5,5 pkt. procentowego).

Przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy pozostają najbardziej stabilnym wskaźnikiem koniunktury konsumenckiej. W grudniu jego wartość zmieniła się względem poprzedniego notowania jedynie minimalnie, przyjmując poziom –53,4 – jest więc o 2,8 pkt. procentowego wyższa od obserwowanej przed rokiem. Poprawa średniej wartości kwartalnej, uwzględniając ostatnie sześć miesięcy, wynosi 2,4 pkt. procentowego, zaś różnica średnich wartości rocznych sięgnęła 4,2 pkt. procentowego.

Przedstawione powyżej obserwacje pozwalają stwierdzić, że w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego, koniec 2005 r. jawi się jako względnie pomyślny, w którym nastroje społeczne mierzone wartością wskaźników koniunktury konsumenckiej poprawiły się w sposób istotny w przypadku wszystkich bez wyjątku sald ocen. Wniosek ten jest równie adekwatny w odniesieniu do notowań kwartalnych oraz rocznych, niezależnie od doraźnych wahań wartości niektórych wskaźników.

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W grudniu 2005 r. badanie przeprowadzono na próbie 1860 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”.

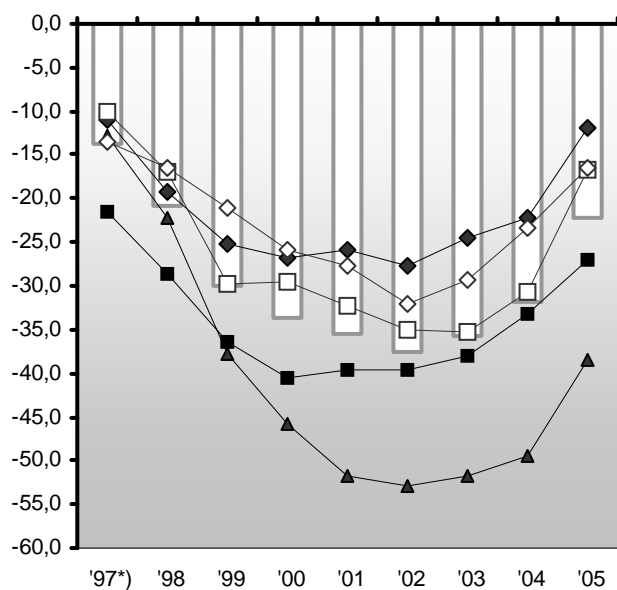
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

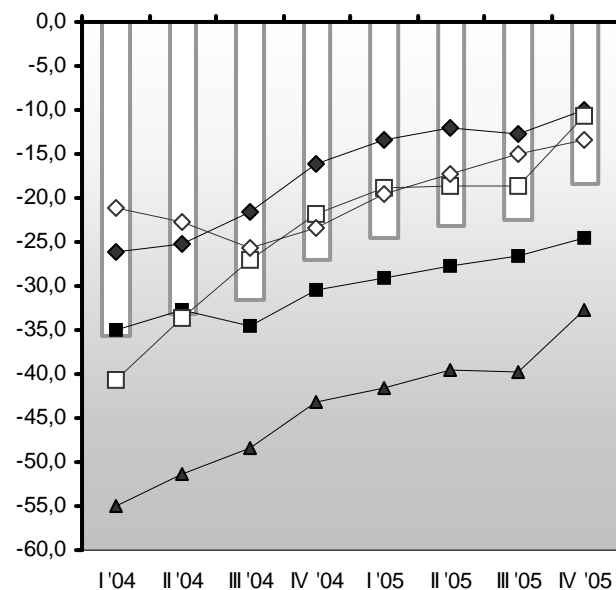
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywa- nie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności kon- sumenckiej BWUK
		ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
Rok	Kwartał	a	b	c	d	e	
	Miesiąc						
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

*) kwiecień, lipiec, październik

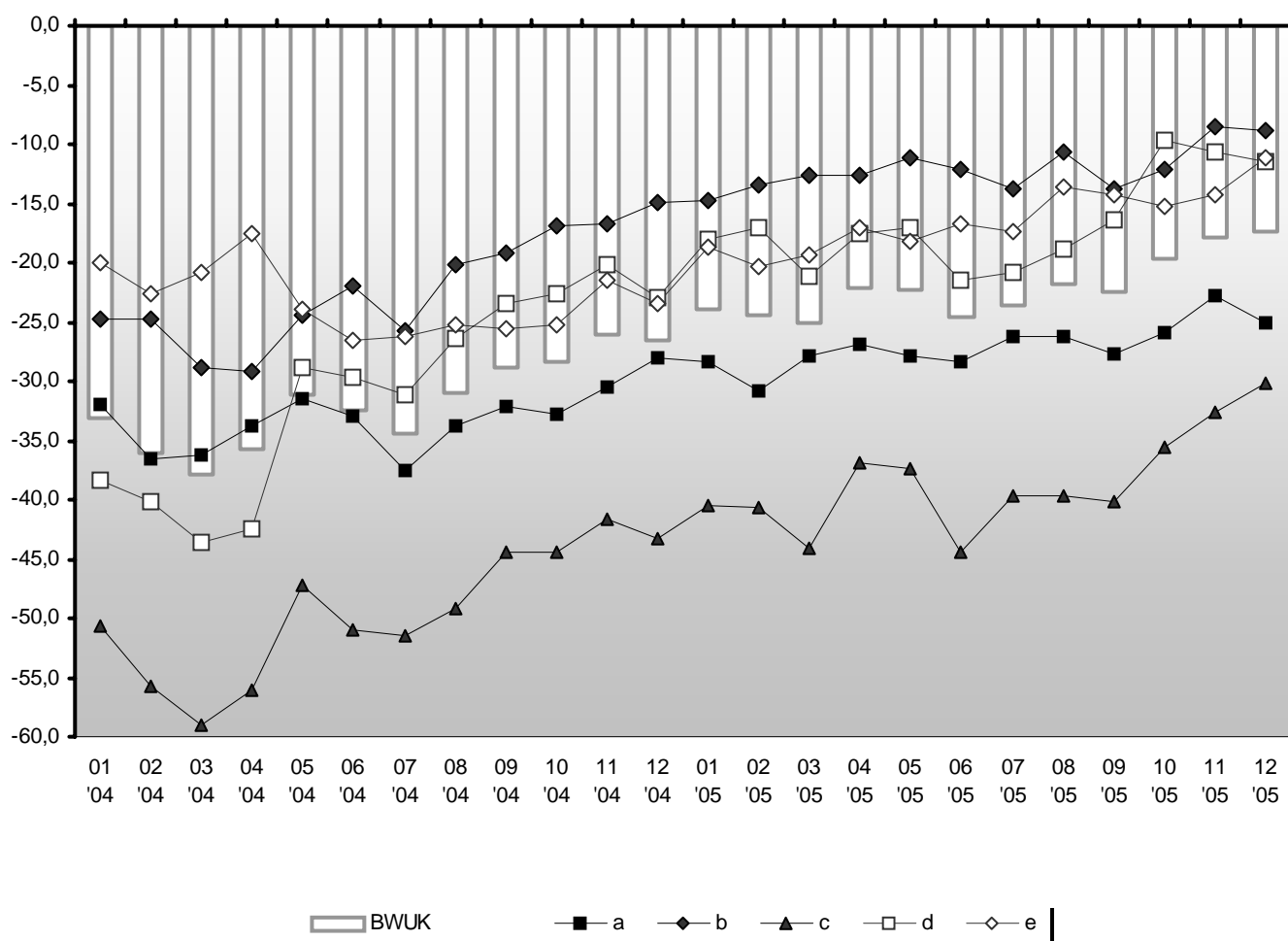
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



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



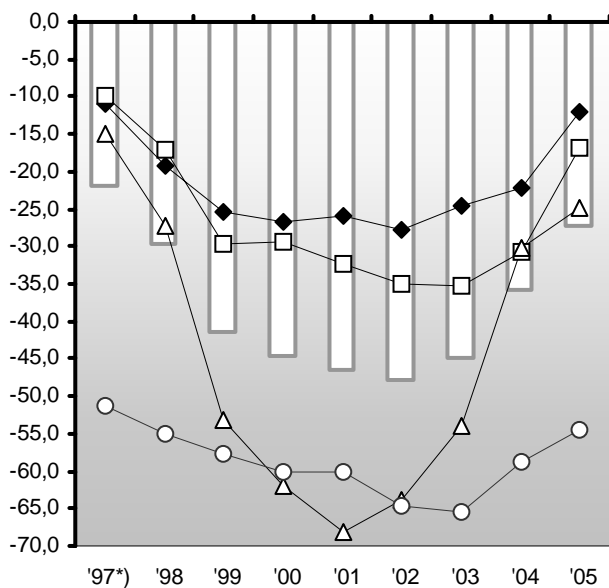
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

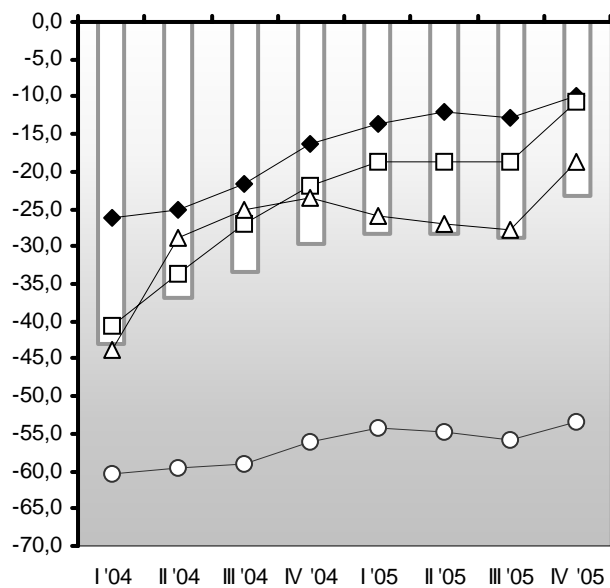
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem –)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			a	b	c	d	
w procentach							
1997 *)			-11,0	-10,0	-15,0	-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

*) 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

