

## **Koniunktura konsumencka<sup>\*)</sup>**

### **Lipiec 2006 r.**

W lipcu 2006 r. notowania zarówno wskaźnika ufności konsumenckiej bieżącego, jak i wyprzedzającego, uległy poprawie w stosunku od wartości uzyskanych w poprzednim miesiącu. Zaobserwowana korzystna zmiana, po głębokim pogorszeniu w poprzednich czterech miesiącach, jest wynikiem dużej poprawy ocen obecnego dokonywania ważnych zakupów dla gospodarstwa domowego, zmian poziomu bezrobocia, możliwości oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w ostatnich 12 miesiącach. W mniejszym stopniu na tę poprawę i osiągnięty poziom wskaźników wpłynęły konsumenckie oceny dotyczące zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w ostatnich i najbliższych 12 miesiącach, jak również ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w najbliższych 12 miesiącach.

**Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** przyjął w lipcu 2006 r. wartość –13,9, tj. wyższą od zaobserwowanej w czerwcu o 2,0 pkt. procentowe. W porównaniu do analogicznego miesiąca 2005 r. nastąpiła poprawa tego wskaźnika o 9,7 pkt. procentowego.

**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** osiągnął w lipcu wartość –17,7, dodatnio różniącą się o 1,8 pkt. procentowego od wyniku z poprzedniego miesiąca. W perspektywie ostatniego roku oznacza to dalszy wzrost notowań, wynoszący obecnie 12,5 pkt. procentowego.

### **Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w lipcu 2006 roku**

W lipcu, podobnie jak w czerwcu, ponownie zanotowano poprawę **ocen zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy): saldo ocen przyjęło wartość –16,0, a więc wzrosło o 0,9 pkt. procentowego w stosunku do wyniku z czerwca. W odniesieniu do analogicznego miesiąca 2005 r. obserwowane zmiany kształtują się również bardzo korzystnie, z różnicą wynoszącą 10,2 pkt. procentowego.

Poprawiła się także ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach): wskaźnik ocen wynosi obecnie –4,3 i jest o 0,5 pkt. procentowy wyższy od wyniku uzyskanego w czerwcu. W dłuższej perspektywie czasowej nadal utrzymuje się korzystny dystans, wynoszący 9,4 pkt. procentowego – biorąc pod uwagę notowanie sprzed roku.

Saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach) uległo względem czerwca poprawie o 2,3 pkt. procentowego, przyjmując wartość –25,3. W dalszym ciągu utrzymuje się wysoka korzystna różnica w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku (14,3 pkt. procentowego).

Nie zmieniły się znacząco poglądy konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju**. Wskaźnik ocen przyjął wartość –14,5, a więc wyższą od czerwcowego notowania zaledwie o 0,2 pkt. procentowego. Nadal utrzymuje się korzystna relacja pomiędzy obecnym wynikiem a obserwacją sprzed roku, wynosząca 6,3 pkt. procentowego.

W lipcu 2006 r. poprawił się wskaźnik uwzględniający opinie nabywców na temat **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**. Wskaźnik ten przyjął nadzwyczaj wysoką

wartość -9,6 (wzrost więc o 5,8 pkt. procentowego wobec notowania z poprzedniego miesiąca i o 7,8 pkt. procentowego w porównanie do wyników sprzed roku).

**Obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia** także uległy znacznemu zmniejszeniu. Wartość wskaźnika zmalała o 4,0 pkt. procentowego i wynosi obecnie 4,7. Lipiec 2006 r. jest tym samym kolejnym miesiącem, w którym stwierdzono najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania (tj. od kwietnia 1997 r.). W stosunku do lipca 2005 r. zaobserwowano spadek obaw przed wzrostem bezrobocia o 24,7 pkt. procentowego.

W obecnym miesiącu znacznie poprawiły się również przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** (w okresie najbliższych 12 miesięcy). Wartość tego wskaźnika zmalała względem czerwca o 2,6 pkt. procentowego i wynosi obecnie -46,9 (jest to jednocześnie najniższa wartość, jaką zaobserwowano w dotychczasowych badaniach). Różnica w stosunku do wyników uzyskanych w analogicznym miesiącu 2005 r. zamyka się wielkością wynoszącą 9,2 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 lipcu 2006 r. badanie przeprowadzono na próbie 1830 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”.

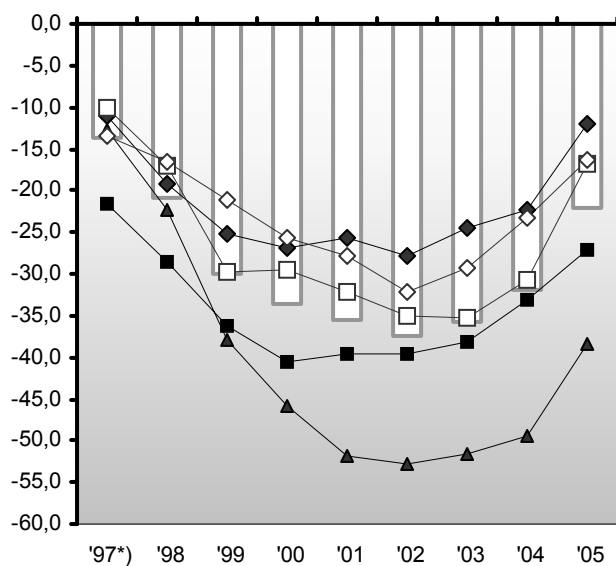
**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

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

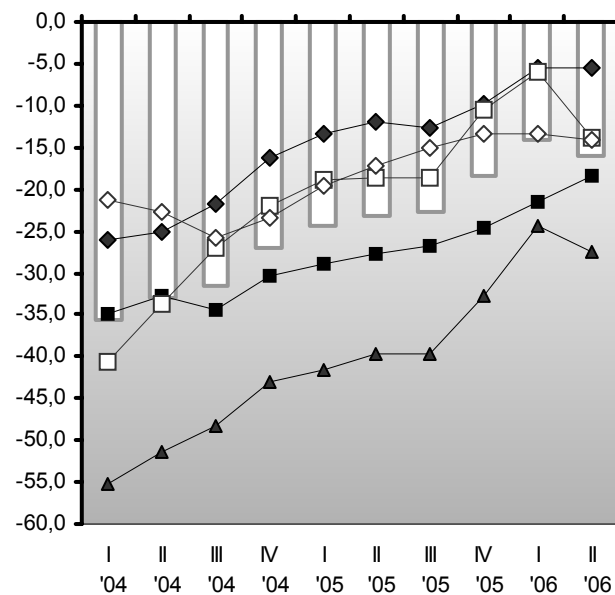
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy		
	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		-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
2005	12	-28,0	-14,9	-43,3	-23,0	-23,5	-26,5
		-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
2006	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
	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
	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	

\*) kwiecień, lipiec, październik

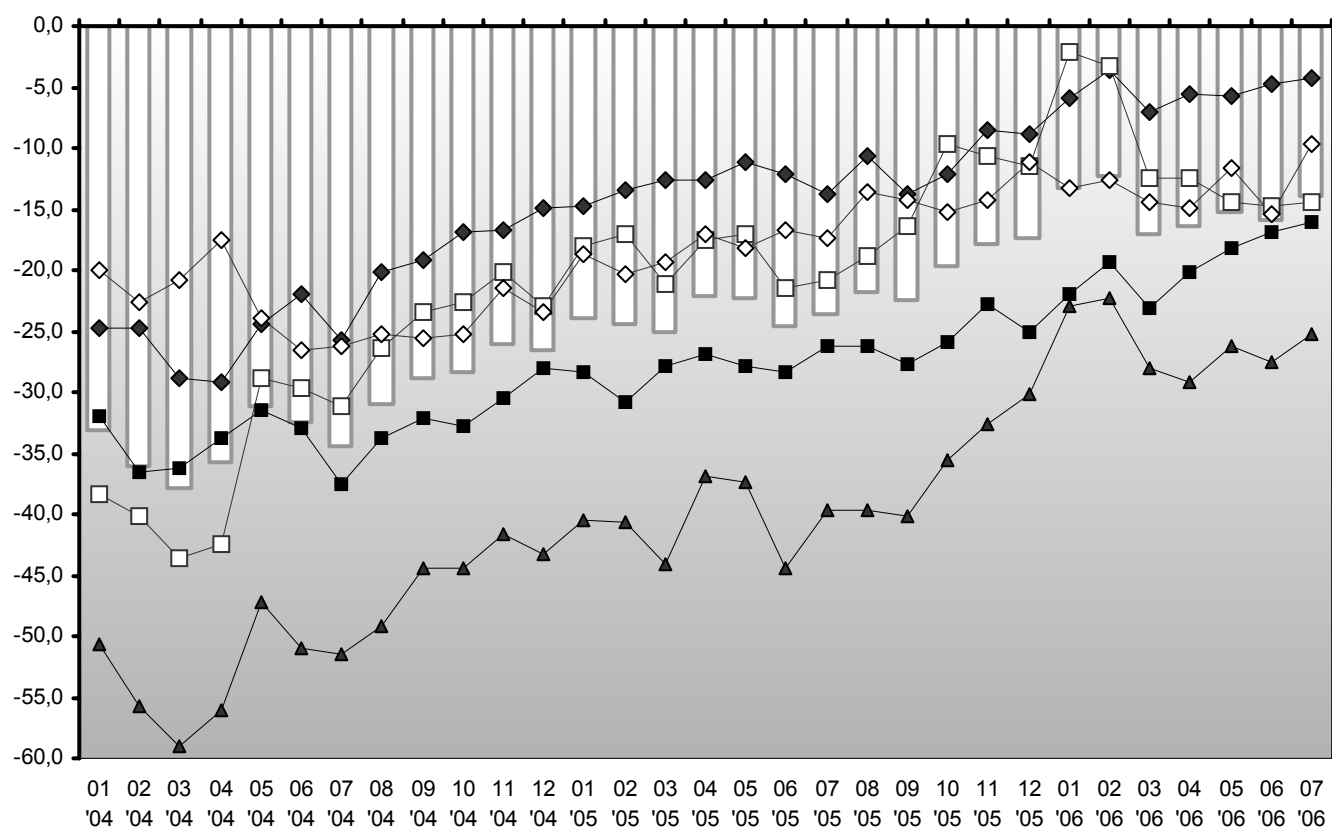
**Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat**



**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**



BWUK
  a
  b
  c
  d
  e

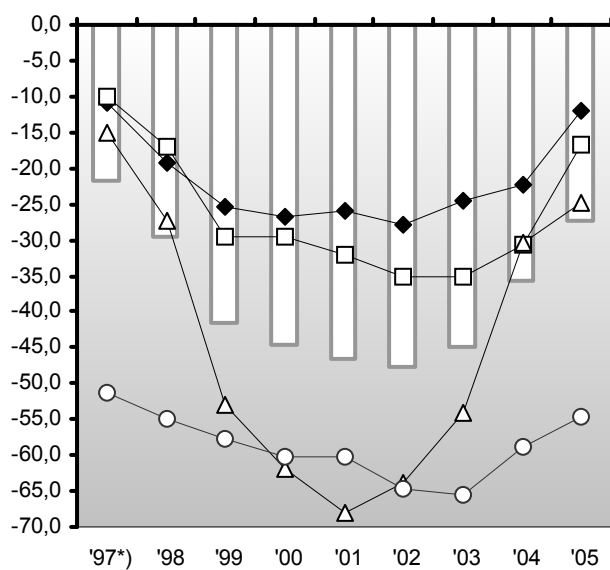
**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

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.

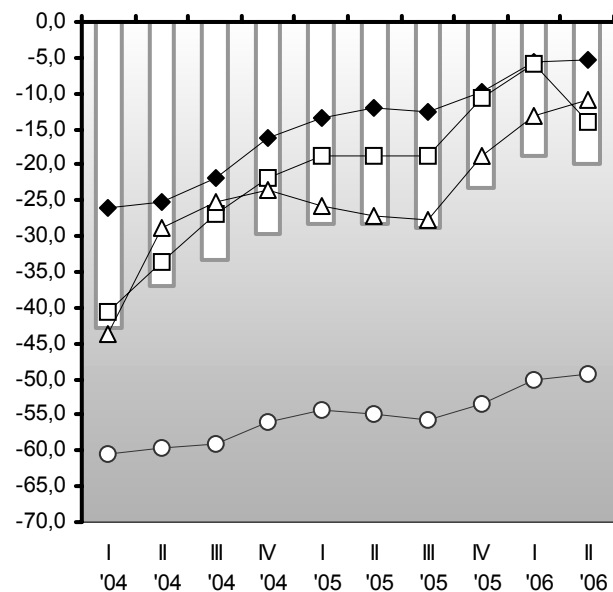
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			a	b	c	d	
w procentach							
1997 *)			-11,0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

\*) kwiecień, lipiec, październik

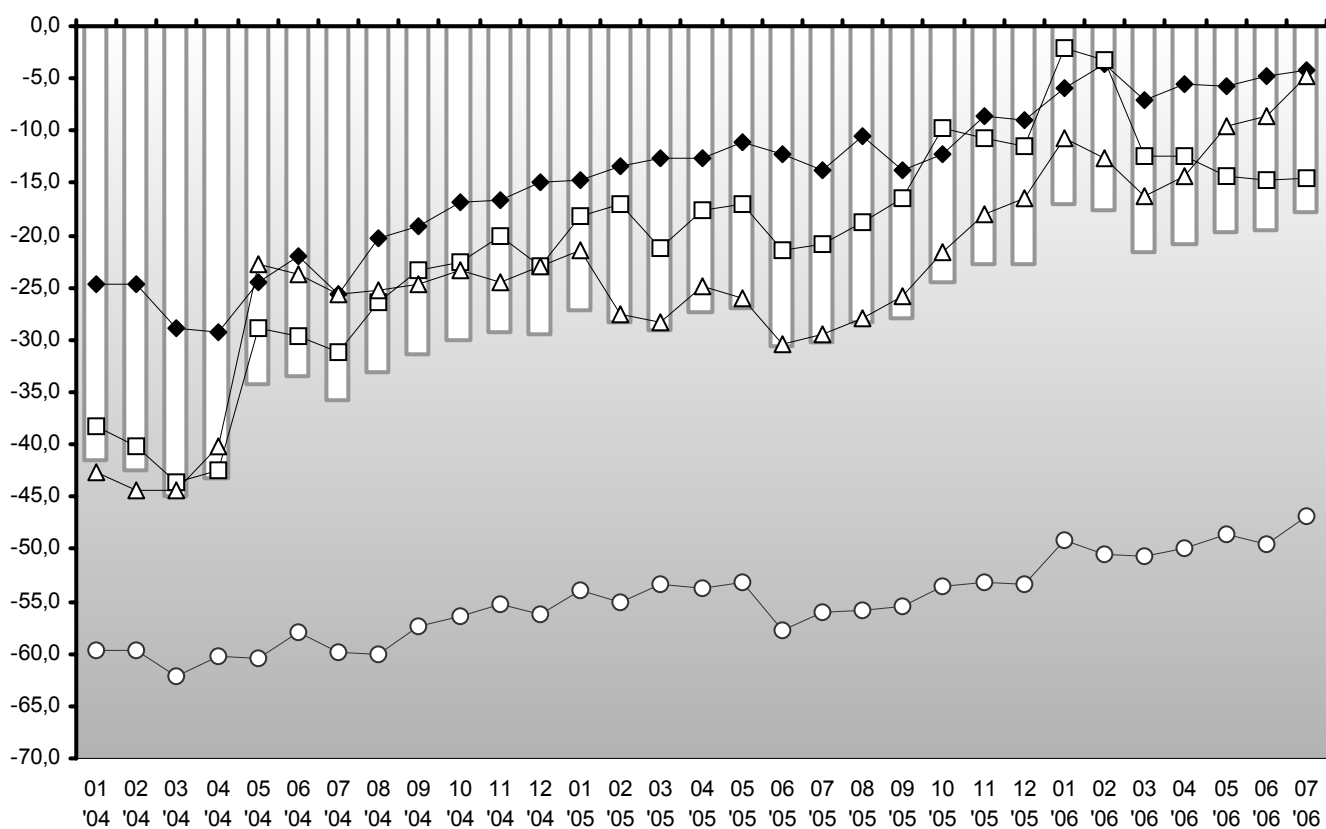
**Wykres IIa Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat**



**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