

Koniunktura konsumencka^{*)} **Październik 2006 r.**

W październiku notowania obu wskaźników ufności konsumenckiej (bieżącego oraz wyprzedzającego) nie odbiegły znacząco od wartości uzyskanych w poprzednim miesiącu. Zaobserwowano gorsze niż we wrześniu oceny zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, przy jednoczesnej poprawie pozostałych wskaźników koniunktury konsumenckiej, w tym szczególnie oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów oraz obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia. 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 zbliżona do wyniku z poprzedniego miesiąca i wynosi obecnie –16,2. W porównaniu do analogicznego okresu 2005 oraz 2004 roku w dalszym ciągu obserwuje się znaczną poprawę – odpowiednio o 3,5 oraz o 12,2 pkt. procentowego.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej osiągnął w październiku wartość –18,1, a więc lepszą o 0,8 pkt. procentowego od wyniku z poprzedniego miesiąca. W perspektywie ostatnich dwóch lat obserwowany jest stały wzrost notowań – o 6,3 pkt. procentowego w relacji do października 2005 r. oraz o 11,9 pkt. procentowego względem października 2004 r.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w październiku 2006 roku

Saldo ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** w okresie ostatnich 12 miesięcy przyjęło w październiku wartość –16,0; wzrosło tym samym w porównaniu z poprzednim miesiącem o 1,0 pkt. procentowy. W odniesieniu do analogicznego okresu 2005 r. oraz 2004 r. obserwowane zmiany kształtują się bardzo korzystnie, z różnicą wynoszącą odpowiednio: 9,9 oraz 16,8 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 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

Ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach) nie uległa większej zmianie – wskaźnik ten wynosi obecnie –6,7 i jest o 0,3 pkt procentowego wyższy od wyniku uzyskanego we wrześniu. W dłuższej perspektywie czasowej utrzymuje się korzystny dystans wynoszący 5,5 pkt. procentowego w stosunku do notowania sprzed roku oraz 10,2 pkt. procentowego w porównaniu do obserwacji sprzed dwóch lat.

Saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju** w ostatnich 12 miesiącach uległo względem września pogorszeniu o 4,3 pkt. procentowego, przyjmując wartość –31,5. Pomimo to korzystna różnica, zarówno w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku, jak i 2004 r., utrzymała się i wynosi odpowiednio: 4,1 oraz 13,0 pkt. procentowych.

Zapoczątkowana w pierwszym kwartale br. tendencja spadkowa w obszarze wskaźnika **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** utrzymała się również w obecnym miesiącu. Wskaźnik ocen przyjął w październiku wartość –19,4, niższą od obserwowanej we wrześniu o 2,2 pkt. procentowego. Konsekwencją tych zmian jest wyraźne pogorszenie notowań w dłuższej perspektywie czasowej – w relacji do analogicznego miesiąca 2005 r. obecny wynik jest niższy o 9,7 pkt. procentowego, natomiast w odniesieniu do października 2004 r. oznacza niewielką poprawę o 3,2 pkt. procentowego.

Wskaźnik uwzględniający opinie nabywców na temat **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** przyjął aktualnie wartość –7,3, poprawił się więc o 4,4 pkt. procentowego wobec notowania z poprzedniego miesiąca i jest najwyższy od początku realizacji badania. Porównanie z wynikami sprzed roku oraz sprzed dwóch lat (w relacji do analogicznego miesiąca) wykazuje poprawę o 8,0 oraz 18,0 pkt. procentowych.

Obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia były w październiku mniejsze od obserwowanych w poprzednim miesiącu. Wartość wskaźnika zmalała o 4,2 pkt. procentowego i wynosi obecnie –0,8. Jest to kolejny miesiąc z rzędu (począwszy od kwietnia br.), w którym stwierdzono poprawę nastrojów w tym zakresie, a zarazem najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania. Po raz pierwszy liczba konsumentów wyrażających opinie pozytywne jest większa od liczby osób nastawionych negatywnie. Przebieg zmian w dłuższej perspektywie czasowej, obejmującej kolejno lata 2005 i 2004, również kształtuje się korzystnie, a odnotowany w tym czasie spadek obaw wyraża się różnicą odpowiednio 22,4 oraz 24,1 pkt. procentowego (w relacji do tego samego miesiąca).

Przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** (w okresie najbliższych 12 miesięcy) były w październiku nieco bardziej optymistyczne niż we wrześniu. Wartość wskaźnika wzrosła o 0,9 pkt. procentowego i wynosi obecnie –46,6. Różnica w stosunku do wyników uzyskanych w analogicznym miesiącu 2005 oraz 2004 roku wynosi zatem 7,0 oraz 9,9 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 październiku 2006 r. badanie przeprowadzono na próbie 1818 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”.

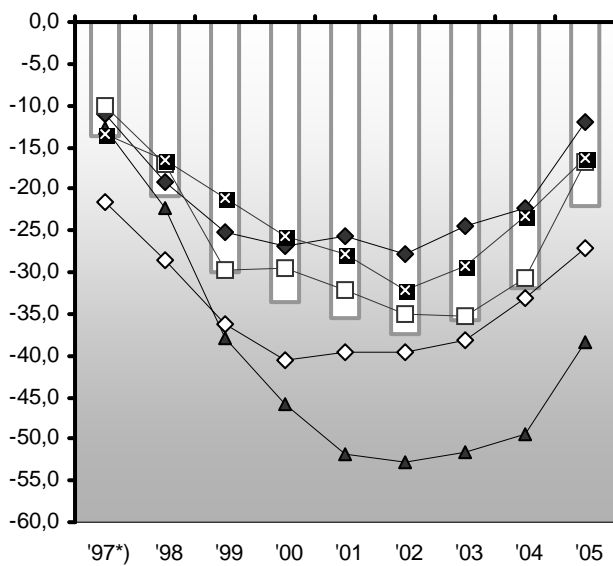
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

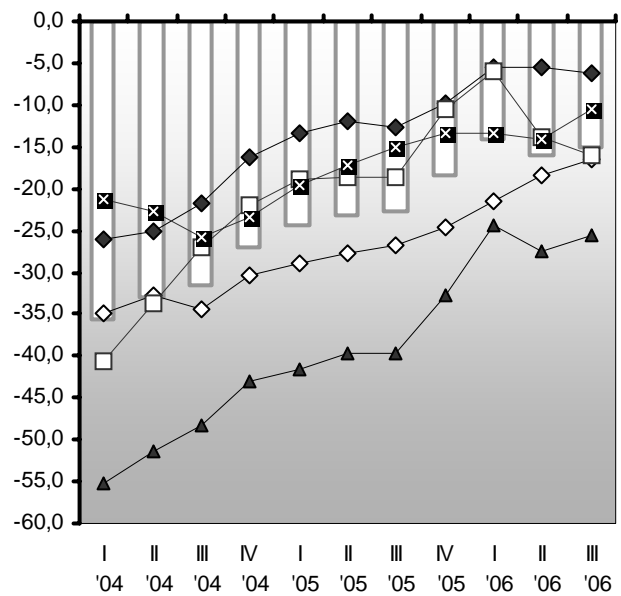
Okres badania ankietowego			Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał	Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 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
		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

*) kwiecień, lipiec, październik

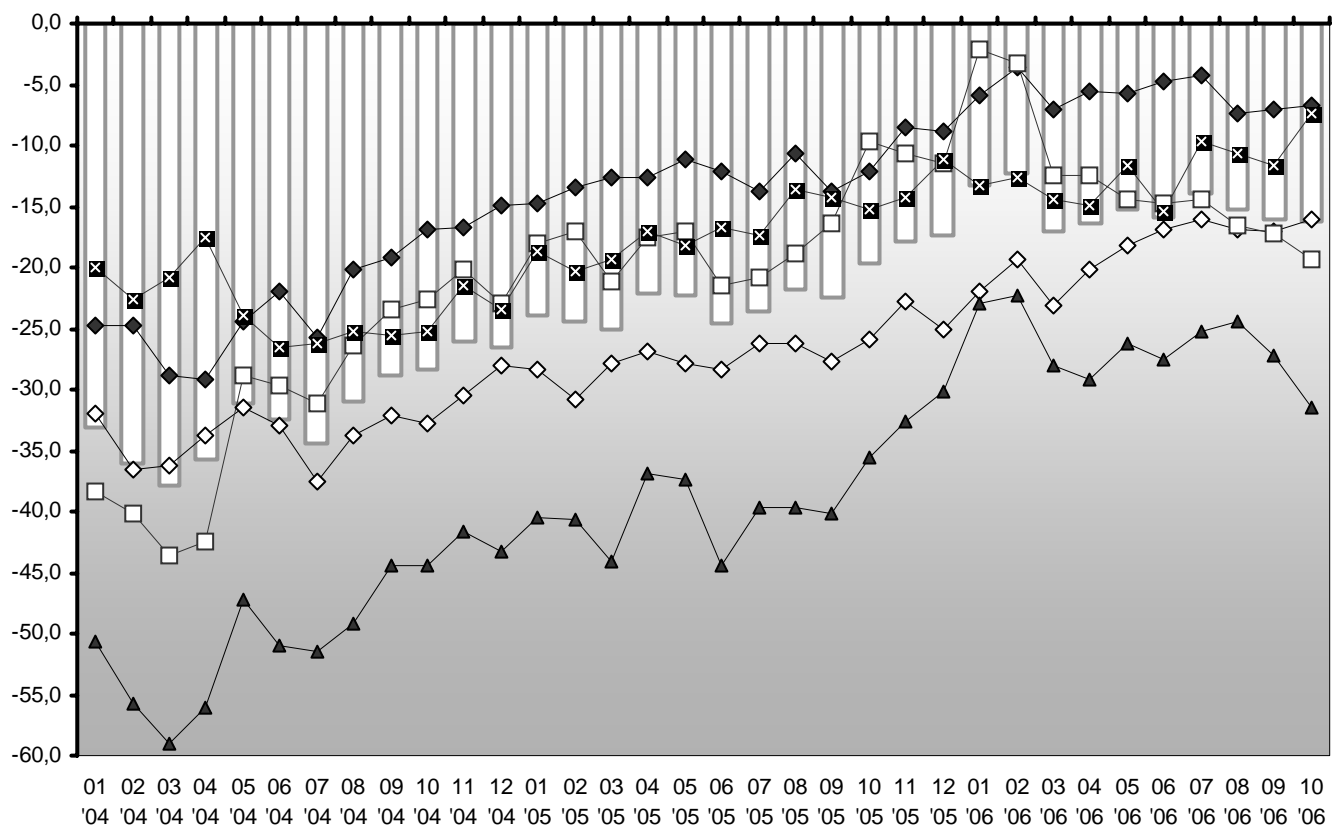
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



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

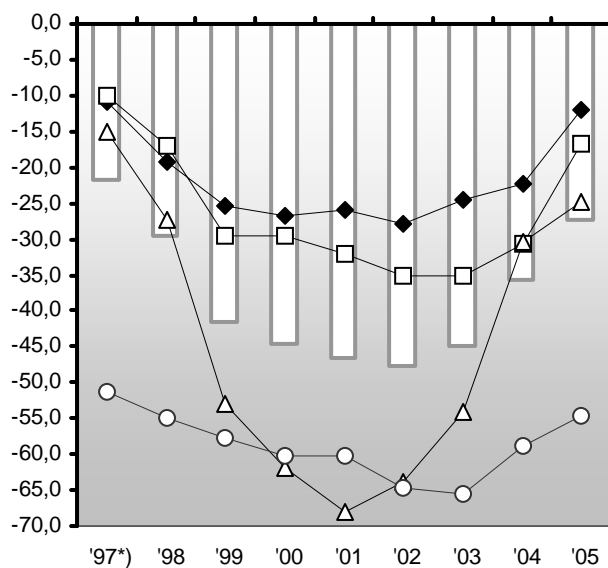
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

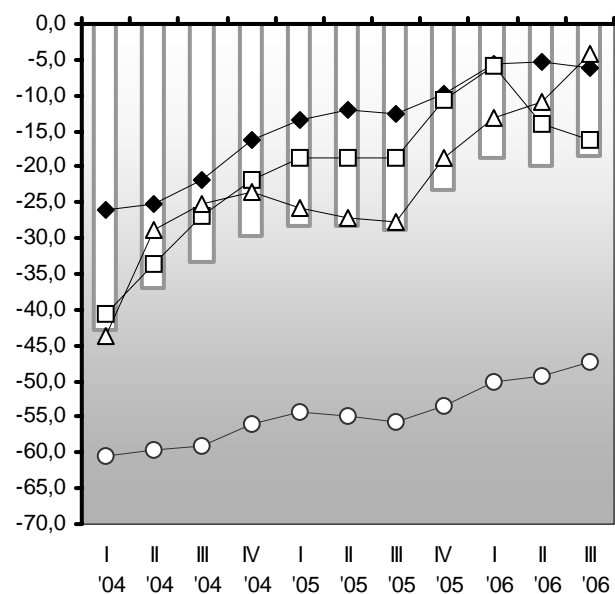
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			a	b	c	d	
w procentach							
1997 *)			-11,0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

*) 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

