

Koniunktura konsumencka ^{*)} **Luty 2007 r.**

W lutym obydwie wskaźniki ufności konsumenckiej (bieżący oraz wyprzedzający) poprawiły się w porównaniu do wyników uzyskanych w poprzednim miesiącu. Zaobserwowano wprawdzie gorsze niż w styczniu oceny zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego i ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju (w ostatnich 12 miesiącach), a także większe obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia jednak wszystkie pozostałe wskaźniki koniunktury konsumenckiej wykazywały poprawę, szczególnie wyraźną w przypadku oceny przewidywanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju.

Ponadto, porównując obecne wyniki do obserwowanych przed rokiem czy dwoma laty stwierdzono, że nastroje społeczne w obszarze konsumpcji indywidualnej nadal utrzymują się na poziomie bardziej korzystnym, z wyłączeniem wskaźnika opinii na temat oczekiwanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz obydwu wskaźników dotyczących ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju.

Wartość **bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej** jest wyższa od wyniku z poprzedniego miesiąca o 0,6 pp. i wynosi obecnie –10,8. W porównaniu do analogicznego okresu 2006 oraz 2005 roku obserwuje się poprawę – odpowiednio o 1,5 oraz o 13,6 pp.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej osiągnął w styczniu wartość –12,7, a więc lepszą o 0,7 pp. od wyniku z poprzedniego miesiąca. W okresie ostatnich dwóch lat obserwowany jest stały wzrost notowań – o 4,9 pp. w relacji do stycznia 2006 r. oraz o 15,7 pp. względem stycznia 2005 r.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w lutym 2007 roku

Ocena **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) przyjęła w lutym wartość –13,6 (spadek o 1,3 pp. względem stycznia), ale w stosunku do analogicznego miesiąca 2006 oraz 2005 roku kształtuje się w dalszym ciągu pomyślnie, przy różnicy odpowiednio 5,8 oraz 17,2 pp.

W lutym ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach) uległa poprawie (w porównaniu z poprzednim miesiącem). Poziom notowań wzrósł o 0,9 pp. i wynosi –5,5. Tym samym jest nieco gorszy od wyniku obserwowanego przed rokiem (o 1,9 pp.), natomiast w porównaniu do lutego 2005 r. zaobserwowano poprawę o 7,9 pp.

Saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach) wyniosło w lutym –23,7 i jest niższe od styczniowego o 1,8 pp. Wynik ten pozostaje również gorszy od zanotowanego przed rokiem (o 1,4 pp.), natomiast w odniesieniu do analogicznego miesiąca 2005 r. stwierdzono korzystną różnicę w wysokości 16,9 pp.

Nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** poprawiło się w lutym w stosunku do poprzedniego miesiąca (przy

różnicy 3,5 pp.) przyjmując wartość –11,1, tj. o 7,8 pp. gorszą niż w styczniu 2006 r. i o 5,9 pp. lepszą niż w tym samym miesiącu 2005 r.

Oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** kształtują się w lutym bardziej optymistycznie niż w poprzednim miesiącu. Wartość wskaźnika wynosi –0,1, co oznacza poprawę o 1,7 pp. Jest to najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania. Porównanie z wynikami sprzed roku oraz sprzed dwóch lat (w relacji do analogicznego miesiąca) wykazuje poprawę rzędu 12,6 oraz 20,3 pp.

W lutym, po raz pierwszy od blisko roku (począwszy od marca 2006 r.), zwiększeniu uległy **obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia**. Wartość wskaźnika jest wyższa o 2,3 pp. (względem poprzedniego miesiąca) i wynosi obecnie –8,7. Przebieg zmian w dłuższym okresie czasu, obejmującym kolejno lata 2006 i 2005, w dalszym ciągu kształtuje się pomyślnie, a odnotowany w tym czasie spadek obaw wyraża się różnicą odpowiednio 21,4 i 36,2 pp. (porównując wyniki w analogicznych miesiącach).

Przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy poprawiły się względem poprzedniego miesiąca o 0,6 pp., przyjmując poziom –42,8. Korzystna różnica w stosunku do wyników uzyskanych w 2006 i 2005 r. wynosi więc odpowiednio 7,7 oraz 12,3 pp. – biorąc pod uwagę lutowe notowania.

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W lutym 2007 r. badanie przeprowadzono na próbie 1790 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”.

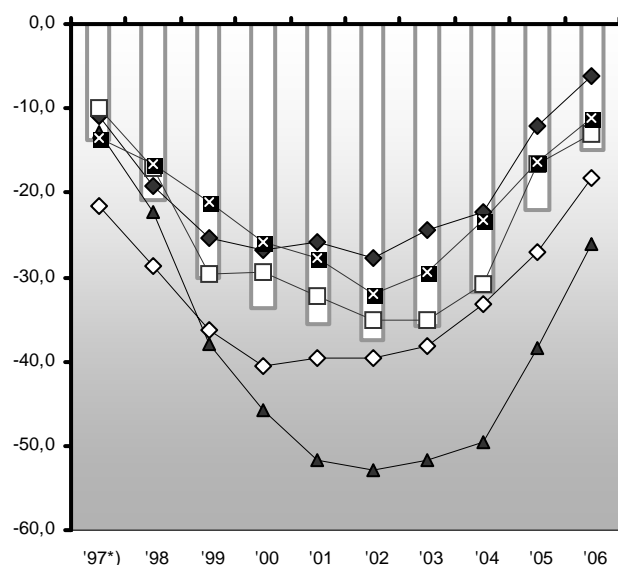
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

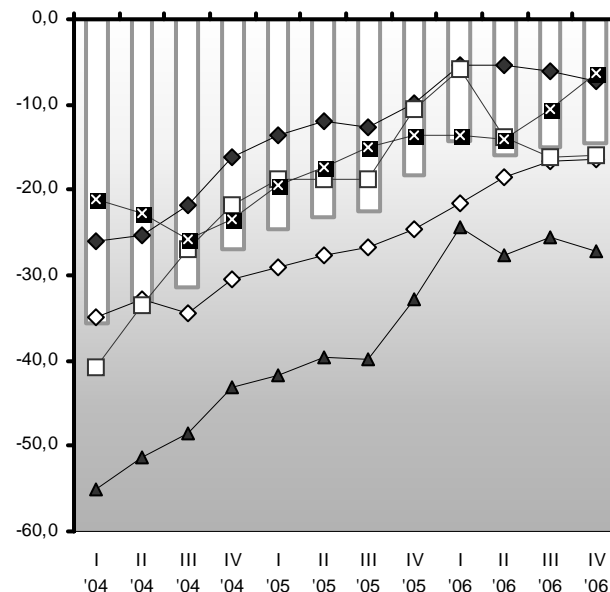
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 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
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		-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
	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
	12	-16,3	-6,0	-24,1	-13,7	-7,0	-13,4
2007							
	01	-12,3	-6,4	-21,9	-14,6	-1,8	-11,4
	02	-13,6	-5,5	-23,7	-11,1	-0,1	-10,8

*) kwiecień, lipiec, październik

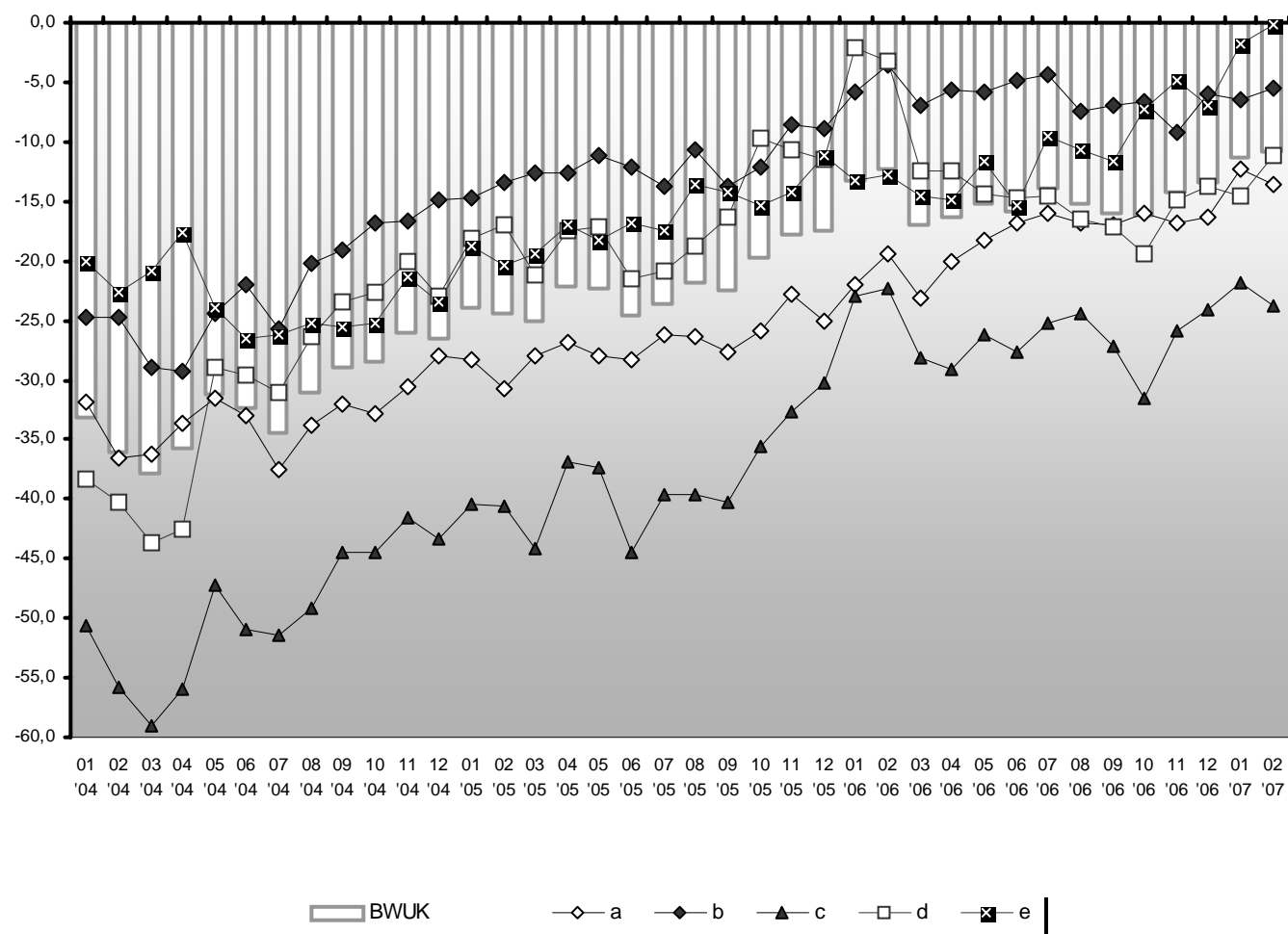
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



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



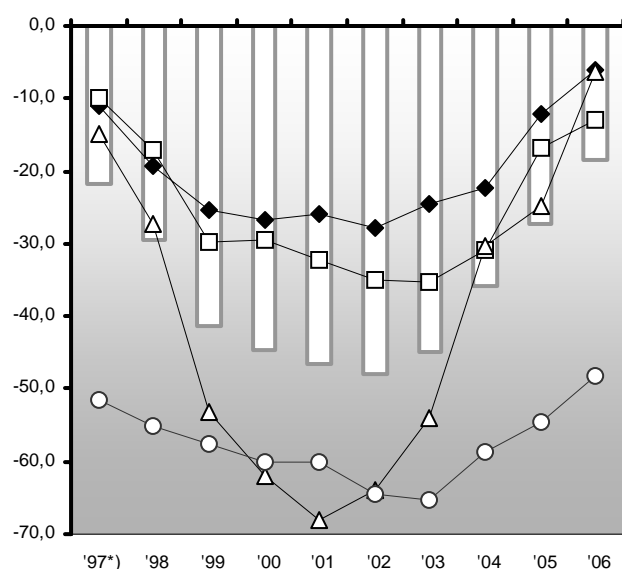
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

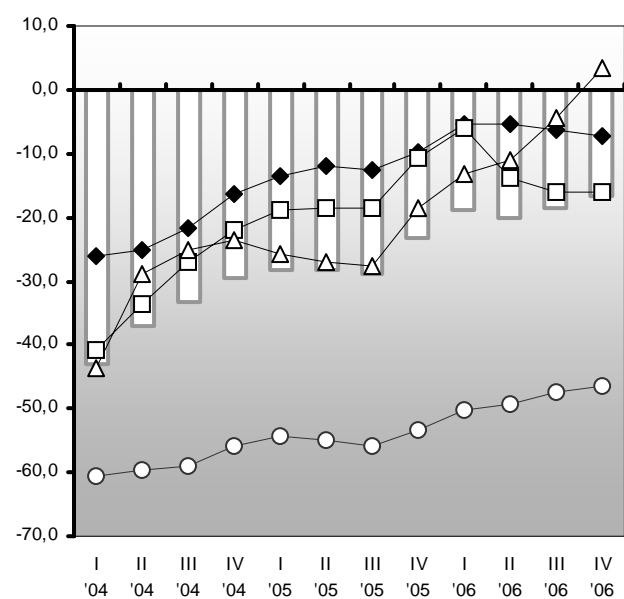
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	b	d	f	g	
w procentach						
1997 *)		-11,0	-10,0	-15,0	-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
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		-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
	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
	12	-6,0	-13,7	5,9	-45,3	-14,9
2007						
	01	-6,4	-14,6	11,0	-43,4	-13,4
	02	-5,5	-11,1	8,7	-42,8	-12,7

*) 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

