

Koniunktura konsumencka ^{*)} **Wrzesień 2008 r.**

We wrześniu 2008 r. zanotowano poprawę nastrojów konsumenckich społeczeństwa polskiego. **Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** poprawił się o 1,4 pp. i wyniósł –6,6 pp. **Wskaźnik wyprzedzający** poprawił się o 1,2 pp. i ukształtował na poziomie –10,4. pp.

Zmiany wskaźników koniunktury konsumenckiej we wrześniu 2008 r. wskazują na możliwość zahamowania obserwowanej w poprzednich miesiącach tendencji spadkowej dynamiki konsumpcji indywidualnej.

Czynnikami korzystnie kształtującymi zmiany nastrojów konsumenckich we wrześniu 2008 r. była poprawa ocen: zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych w ostatnich 12 miesiącach, sytuacji gospodarczej (w ostatnich jak i najbliższych 12 miesiącach), obecnego dokonywania ważnych zakupów dla gospodarstw domowych oraz możliwości oszczędzania (w najbliższych 12 miesiącach). Niekorzystne zmiany nastrojów dotyczyły wyłącznie ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych w najbliższych 12 miesiącach.

Szczególne uwagę zwracają wskaźniki dotyczące ocen dokonywania ważnych zakupów oraz oszczędzania pieniędzy, które ukształtowały się na wysokim poziomie, a także zahamowanie dalszego zwiększania się obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia.

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. We wrześniu 2008 r. badanie przeprowadzono na próbie 1690 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”.

Od maja 2004 r. wyniki badań publikowane są w miesięcznych (ok. 28 danego miesiąca) i kwartalnych (przedstawianych na konferencjach prasowych o sytuacji społeczno-gospodarczej w danym kwartale) „Informacjach sygnałnych”, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.

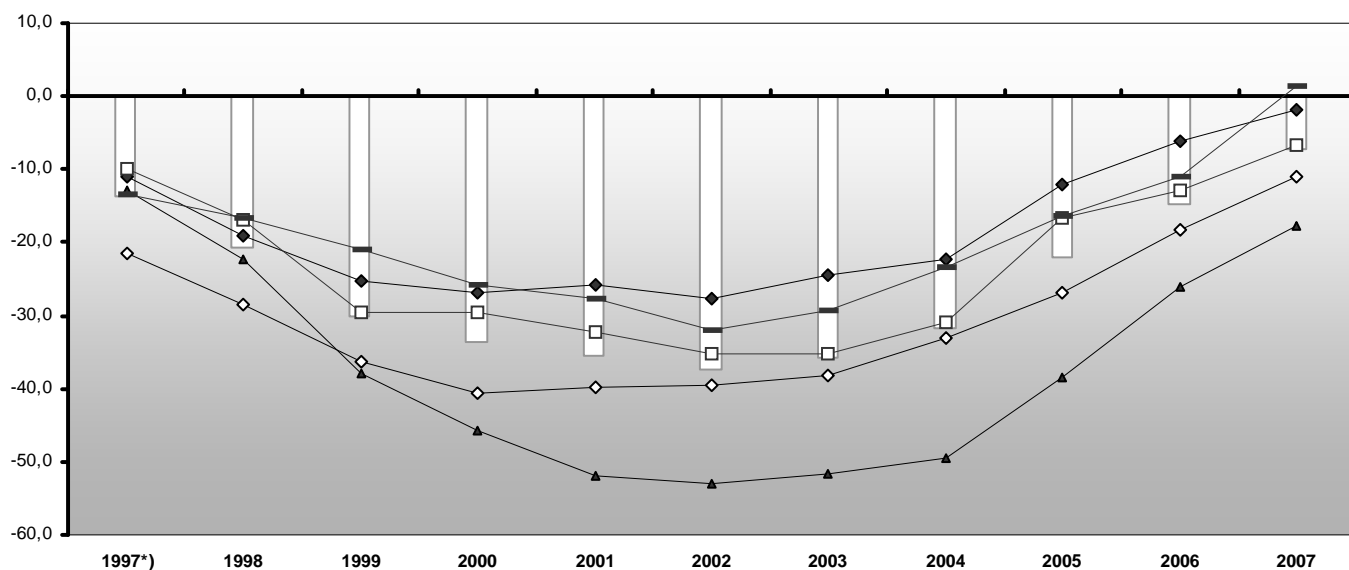
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

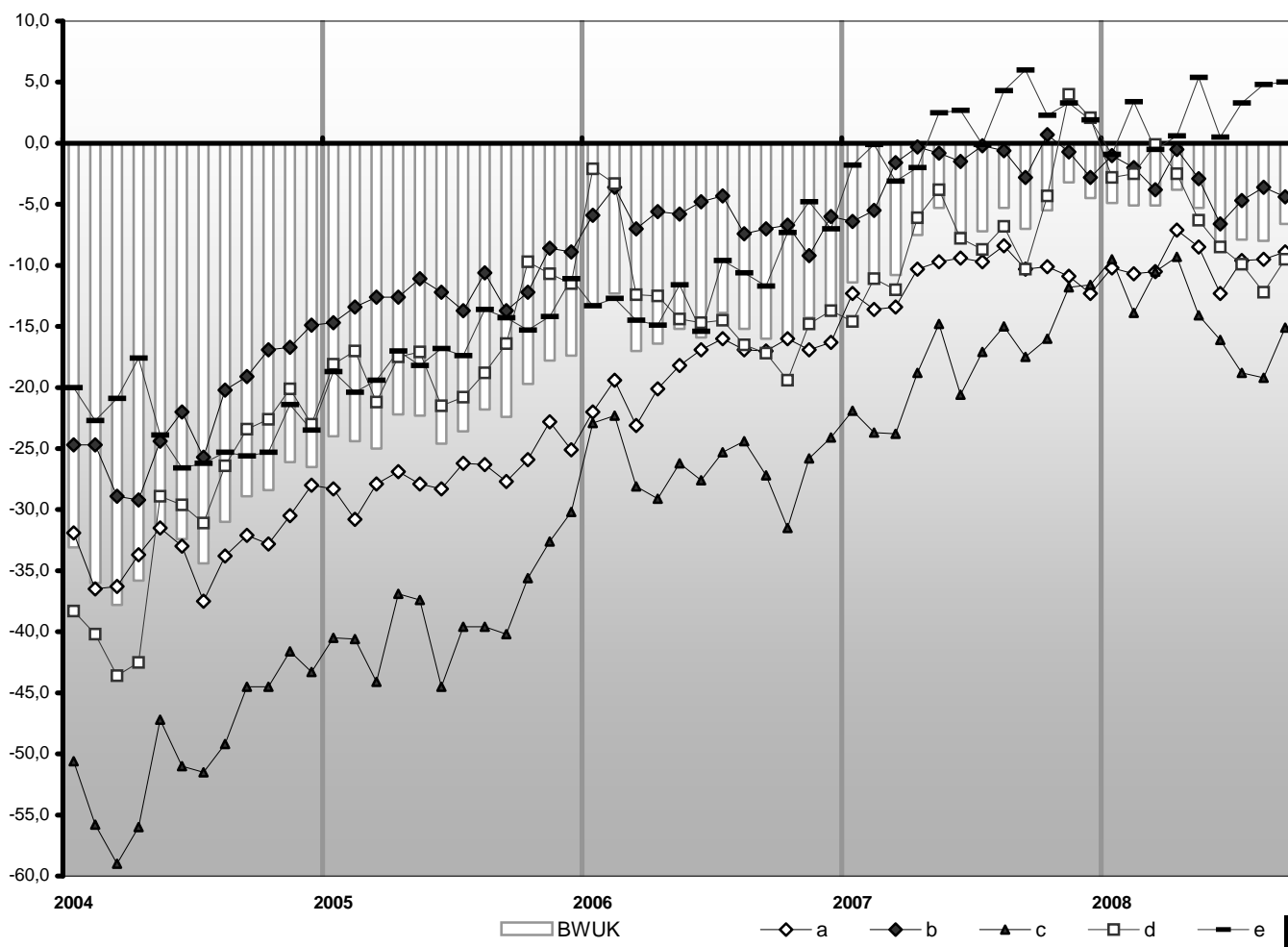
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Miesiąc	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
		a	b	c	d	e	
		<i>w procentach</i>					
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
	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
	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		-10,9	-1,9	-17,7	-6,6	1,3	-7,1
	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
	03	-13,4	-1,6	-23,8	-12,0	-3,1	-10,8
	04	-10,3	-0,3	-18,8	-6,1	-2,0	-7,5
	05	-9,7	-0,8	-14,8	-3,8	2,5	-5,3
	06	-9,4	-1,5	-20,6	-7,8	2,7	-7,3
	07	-9,7	-0,2	-17,1	-8,7	-0,1	-7,2
	08	-8,4	-0,6	-15,0	-6,8	4,3	-5,3
	09	-10,3	-2,8	-17,5	-10,3	6,0	-7,0
	10	-10,1	0,7	-16,0	-4,3	2,3	-5,5
	11	-10,9	-0,7	-11,8	4,0	3,3	-3,2
	12	-12,3	-2,8	-11,6	2,1	1,9	-4,5
2008							
	01	-10,2	-1,0	-9,5	-2,8	-0,9	-4,9
	02	-10,7	-2,0	-13,9	-2,5	3,4	-5,1
	03	-10,5	-3,8	-10,5	-0,1	-0,5	-5,1
	04	-7,1	-0,5	-9,3	-2,5	0,6	-3,8
	05	-8,5	-2,9	-14,1	-6,3	5,4	-5,3
	06	-12,3	-6,6	-16,1	-8,5	0,5	-8,6
	07	-9,6	-4,7	-18,8	-9,9	3,3	-7,9
	08	-9,5	-3,6	-19,2	-12,2	4,8	-8,0
	09	-8,9	-4,4	-15,1	-9,5	5,0	-6,6

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres Ia. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT



Wykres Ic. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 – 2008



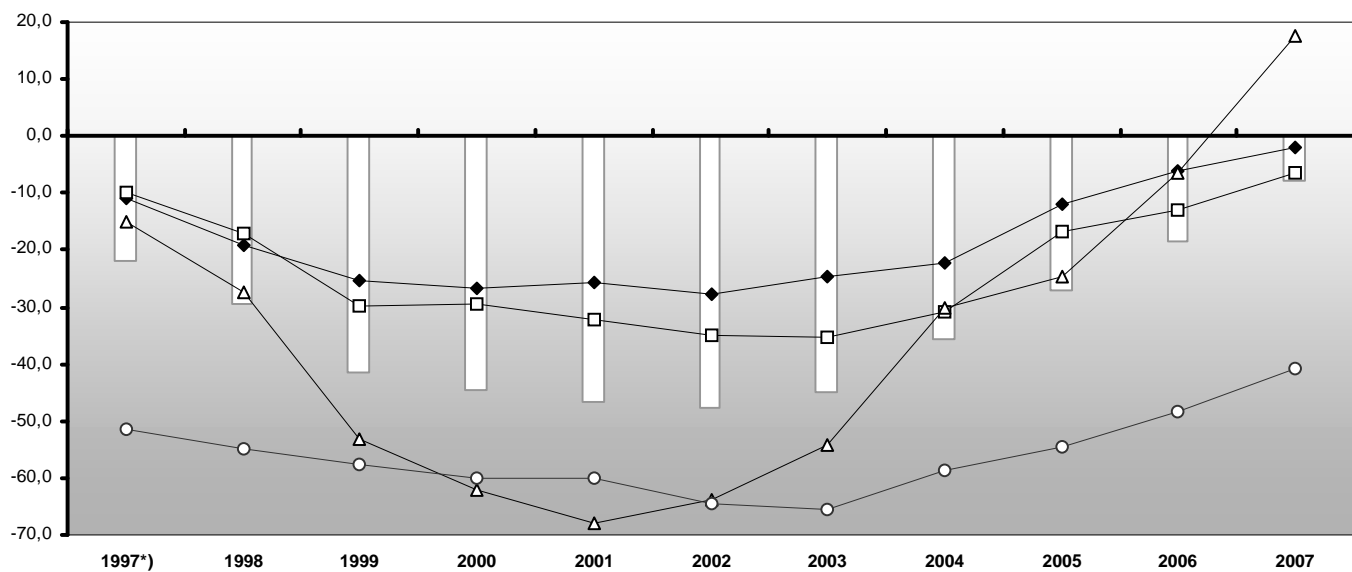
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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	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
	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
	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		-1,9	-6,6	17,6	-40,7	-7,9
	01	-6,4	-14,6	11,0	-43,4	-13,4
	02	-5,5	-11,1	8,7	-42,8	-12,7
	03	-1,6	-12,0	9,9	-40,8	-11,2
	04	-0,3	-6,1	16,5	-41,7	-8,0
	05	-0,8	-3,8	18,9	-39,7	-6,4
	06	-1,5	-7,8	19,0	-37,6	-7,0
	07	-0,2	-8,7	22,5	-41,1	-6,9
	08	-0,6	-6,8	21,7	-40,9	-6,7
	09	-2,8	-10,3	21,8	-38,3	-7,4
	10	0,7	-4,3	22,0	-40,3	-5,5
	11	-0,7	4,0	19,6	-40,3	-4,4
	12	-2,8	2,1	19,7	-41,3	-5,6
2008						
	01	-1,0	-2,8	17,7	-37,1	-5,9
	02	-2,0	-2,5	14,7	-38,1	-7,1
	03	-3,8	-0,1	15,5	-42,2	-7,7
	04	-0,5	-2,5	15,3	-34,1	-5,5
	05	-2,9	-6,3	11,9	-38,1	-8,9
	06	-6,6	-8,5	12,0	-39,4	-10,7
	07	-4,7	-9,9	9,5	-37,5	-10,7
	08	-3,6	-12,2	6,0	-36,2	-11,6
	09	-4,4	-9,5	7,5	-35,0	-10,4

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIa. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT



Wykres IIc. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 – 200

