

Koniunktura konsumencka

Październik 2004 r.

1. Uwagi wstępne

Od 1997 r. program badań polskiej statystyki publicznej uwzględnia (obok koniunktury w przemyśle, budownictwie i handlu) także, pod nazwą "Kondycja gospodarstw domowych", badanie koniunktury konsumenckiej. Od kwietnia 1997 r. do października 2003 r. badanie prowadzone było raz na kwartał – w pierwszym miesiącu kwartału. Wyniki badań publikowane były, począwszy od stycznia 2001 r., w serii wydawniczej "Badania koniunktury" (ostatnio wydana publikacja: "Koniunktura konsumencka. Tendencje zmian październik 2003 – styczeń 2004").

Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej jest prowadzone z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego.

W październiku 2004 r. badanie przeprowadzono na próbie 1884 gospodarstw domowych.

Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są:

1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I);

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.

2 Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w październiku 2004 r.

Zmiany, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych (w okresie ostatnich 12 miesięcy) konsumenci polscy oceniali w październiku 2004 r. nieznacznie gorzej niż w poprzednim miesiącu: wskaźnik ocen zmniejszył się do wartości –32,8, podczas gdy we wrześniu wynosił –32,1 (w sierpniu –33,8). Wartość wskaźnika osiągnięta w październiku 2004 r. była jednocześnie dużo wyższa niż rok temu – w październiku 2003 r. (–38,0).

W październiku 2004 r. (podobnie jak w poprzednich dwóch miesiącach, tzn. w sierpniu i wrześniu) wyraźnej poprawie uległy jednak oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach): wskaźnik ocen powiększył się do –16,9 (we wrześniu wynosił –19,1), osiągając najwyższą wartość notowaną po 1997 r.

Na nie zmienionym poziomie utrzymały się konsumenckie oceny **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju**, dotyczące ostatnich 12 miesięcy: zarówno w październiku, jak i wrześniu, wskaźnik ocen ukształtował się na poziomie –44,5 (w sierpniu wynosił –49,2). Wartość wskaźnika osiągnięta w październiku 2004 r. była jednocześnie dużo wyższa niż rok temu – w październiku 2003 r. (–53,9).

Z kolei wskaźnik ocen **oczekiwanych** przez konsumentów **zmian sytuacji gospodarczej kraju** w najbliższych 12 miesiącach ukształtował się w październiku 2004 r. na poziomie –22,6 i był znacznie wyższy niż w miesiącach lipiec-wrzesień: osiągnięta w październiku wartość wskaźnika była jednocześnie najwyższą wartością notowaną w badaniach koniunktury konsumenckiej po 1998 r.

W październiku 2004 r., po nieznacznym pogorszeniu we wrześniu, poprawiły się konsumenckie oceny **możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**: wskaźnik ocen w tym zakresie ukształtował się na poziomie –25,3 (we wrześniu wynosił –25,6), a więc powrócił do poziomu osiągniętego w sierpniu.

W październiku 2004 r., podobnie jak w sierpniu i wrześniu, w dalszym ciągu zmniejszały się **obawy społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**: wskaźnik ukształtował się na poziomie 23,3 i był niższy niż w miesiącach czerwiec-wrzesień, jednakże wyższy niż w maju (22,7). Wartości wskaźników zanotowane w miesiącach maj–październik świadczą o utrwalaniu się oczekiwań społeczeństwa polskiego odnośnie redukcji poziomu bezrobocia w porównaniu z sytuacją utrzymującą się jeszcze okresie od stycznia do kwietnia 2004 r. (przeciętny wskaźnik wynosił 42,8).

W październiku 2004 r., podobnie jak we wrześniu, poprawiły się (po przejściowym pogorszeniu w lipcu i sierpniu) oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** przez konsumentów w okresie najbliższych 12 miesięcy: wskaźnik ocen w tym zakresie zwiększył się z –57,4 we wrześniu do –56,5 w październiku. Wartości wskaźników możliwości oszczędzania pieniędzy przez konsumentów w 2004 r. utrzymują się na dużo wyższym poziomie niż w analogicznych miesiącach 2003 r.

3 Wskaźniki ufności konsumenckiej w październiku 2004 r.

W październiku 2004 r., trzeci miesiąc z kolei, zwiększał się **bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej**, który ukształtował się na poziomie –28,4 (we wrześniu wynosił –28,9). Wartości wskaźników zanotowane w miesiącach sierpień–październik 2004 r. są jednocześnie najwyższymi wartościami notowanymi po 1999 r.

Wyprzedzający **wskaźnik ufności konsumenckiej** w październiku 2004 r., także trzeci miesiąc z kolei, zwiększył się i ukształtował na poziomie –30,0 (we wrześniu wynosił –31,3). Wartości wskaźników osiągnięte w ostatnich trzech miesiącach są najwyższymi wartościami notowanymi od 1999 r.