

## Koniunktura konsumencka<sup>\*)</sup> II kwartał 2007 r.

W II kwartale 2007 r. nastąpiła dalsza, trwająca od IV kwartału 2005 r., znacząca poprawa wszystkich podstawowych wskaźników charakteryzujących nastroje konsumenckie społeczeństwa polskiego. Wskaźniki koniunktury konsumenckiej wskazują także, że rok 2007 jest kolejnym, w którym sytuacja społeczno-ekonomiczna konsumentów poprawia się we wszystkich podstawowych obszarach bytowych, a zatem kondycja polskich gospodarstw domowych będzie wyjątkowo dobra.

W II kwartale znacząco zwiększył się udział konsumentów odczuwających poprawę oraz zmniejszył się udział konsumentów odczuwających pogorszenie swojej sytuacji finansowej w ostatnich 12 miesiącach. Syntetyczny wskaźnik ocen **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** przyjął w II kwartale 2007 r. wartość  $-9,8$  i był wyższy o  $8,6$  pp. w stosunku do wartości zaobserwowanej w II kwartale 2006 r. ( $-18,4$ ) oraz o  $3,3$  pp. niż w I kwartale 2007 r. ( $-13,1$ ). Jednocześnie znacząco zwiększył się udział konsumentów oczekujących poprawy swojej sytuacji finansowej i zmniejszył się udział konsumentów przewidujących pogorszenie sytuacji finansowej w najbliższych 12 miesiącach. Syntetyczny wskaźnik **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** ukształtował się na poziomie  $-0,9$  i był wyższy o  $4,5$  pp. niż w II kwartale 2006 r. ( $-5,4$ ) oraz o  $3,6$  pp. w porównaniu do I kwartału tego roku ( $-4,5$ ).

Dynamika syntetycznych wskaźników ocen zmian własnej sytuacji finansowej gospodarstw domowych w II kwartale 2007 r. wskazuje, że gospodarstwa domowe wyraźnie odczuwają wzrost swoich dochodów (zarówno w stosunku do poziomu sprzed roku, jak i w stosunku do I kwartału br.). Znaczny wzrost wskaźnika oczekiwanych zmian własnej sytuacji finansowej w II kwartale 2007 r. wiąże się najprawdopodobniej również z rozważaną wówczas obniżką składki rentowej, która spowoduje dodatkowy wzrost wynagrodzeń, a tym samym wzrost dochodów rozporządzalnych gospodarstw domowych z osobami pracującymi. Obserwowana znacząca poprawa oceny własnej sytuacji finansowej powinna znaleźć swoje odbicie także w zmniejszeniu się zasięgu i głębokości ubóstwa.

W II kwartale 2007 r. poprawiły się także oceny społeczeństwa polskiego dotyczące **zaszłych zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach), jak również **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju**. Wskaźnik ocen zaszłych zmian ukształtował się na poziomie  $-18,1$  i był wyższy niż w II kwartale 2006 r. o  $9,5$  pp, natomiast w stosunku do I kwartału 2007 r. o  $5,0$  pp. Wskaźnik ocen oczekiwanych zmian ukształtował się na poziomie  $-5,9$  i był wyższy niż w II kwartale 2006 r. o  $8,0$  pp, a w stosunku do I kwartału — o  $6,7$  pp.

Zmiany wartości wskaźników ocen zmian sytuacji gospodarczej kraju dokonane przez konsumentów świadczą, że społeczeństwo polskie wyraźnie odczuwa przyspieszenie wzrostu gospodarczego kraju, a także oczekuje dalszego wzrostu gospodarczego.

W II kwartale 2007 r., podobnie jak w dwóch poprzednich kwartałach, znacząco poprawiły się oceny **obecnych warunków dokonywania ważnych zakupów** przez gospodarstwa domowe. Skala zmian tych ocen spowodowała, że po raz pierwszy syntetyczny wskaźnik ocen przyjął wartość dodatnią (liczba konsumentów nastawionych optymistycznie jest większa od liczby nastawionych pesymistycznie do dokonywania zakupów). Wartość tego wskaźnika ukształtowała się na poziomie  $1,1$  i była wyższa o  $15,1$  pp. niż w II kwartale 2006 r. ( $-14,0$ ) oraz o  $2,7$  pp. niż w I kwartale ( $-1,6$ ).

Pozytywne zmiany wartości wskaźnika ocen dokonywania zakupów od IV kwartału 2006 r. wskazują na utrzymywanie się wysokiej dynamiki zakupu dóbr trwałego użytku na potrzeby gospodarstw domowych i dalsze polepszanie — ilościowego i jakościowego — wyposażenia

gospodarstw domowych w dobra trwałe, w szczególności w nowoczesny technologicznie sprzęt elektroniczny, a także w artykuły gospodarstwa domowego.

W II kwartale 2007 r., podobnie jak w poprzednich trzech kwartałach, w dalszym ciągu znacznie zmniejszyły się w społeczeństwie **obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia** (w okresie najbliższych 12 miesięcy). Wartość tego wskaźnika wyniosła –18,1 pp. i była lepsza niż w I kwartale o 8,2 pp. Korzystne zmiany wartości tego wskaźnika począwszy od II kwartału 2004 r., a zwłaszcza w II półroczu 2006 r. i I półroczu 2007 r. wskazują, że społeczeństwo odczuwa systematycznie zmniejszający się poziom bezrobocia, jak również spodziewa się dalszej znaczącej poprawy sytuacji na rynku pracy.

W dalszym ciągu poprawiały się także oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** (w okresie najbliższych 12 miesięcy) przez gospodarstwa domowe konsumentów. Wskaźnik syntetyczny poprawił się w II kwartale 2007 r. o 2,6 w stosunku do I kwartału, a w odniesieniu do II kwartału 2006 r. — o 9,7 pp. Tendencje zmian wartości tego wskaźnika oznaczają, że wraz z poprawą sytuacji finansowej gospodarstw domowych wzrasta także skłonność gospodarstw domowych do oszczędzania.

**Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** wyniósł w II kwartale 2007 r. wartość –6,7 i był wyższy o 4,3 pp. w porównaniu do I kwartału 2007 r. (–11,0) oraz 9,2 pp. w porównaniu do II kwartału 2006 r. (–15,9). **Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** osiągnął w II kwartale 2007 r. wartość –7,1, a więc lepszą o 5,4 pp. od wyniku z poprzedniego kwartału (–12,5). W porównaniu do II kwartału 2006 r. wartość wskaźnika była wyższa o 12,9 pp.

Zmiany wartości obydwu wskaźników ufności konsumenckiej w I półroczu 2007 r. wskazują, że oczekiwać należy utrzymania się wysokiej dynamiki spożycia gospodarstw domowych również w II kwartale 2007 r. Zwiększa się i będzie się zwiększać przede wszystkim skłonność gospodarstw domowych do zakupu dóbr trwałego użytku na wyposażenie gospodarstw domowych. Proces ten sprawia, że powinna utrzymać się dobra koniunktura w produkcji, imporcie i handlu dobrami konsumpcyjnymi, w szczególności trwałego użytkowania (m. in. sprzęt i urządzenia rtv oraz agd, samochody).

---

\*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W I kwartale 2007 r. badanie przeprowadzono na próbie 5360 gospodarstw domowych.

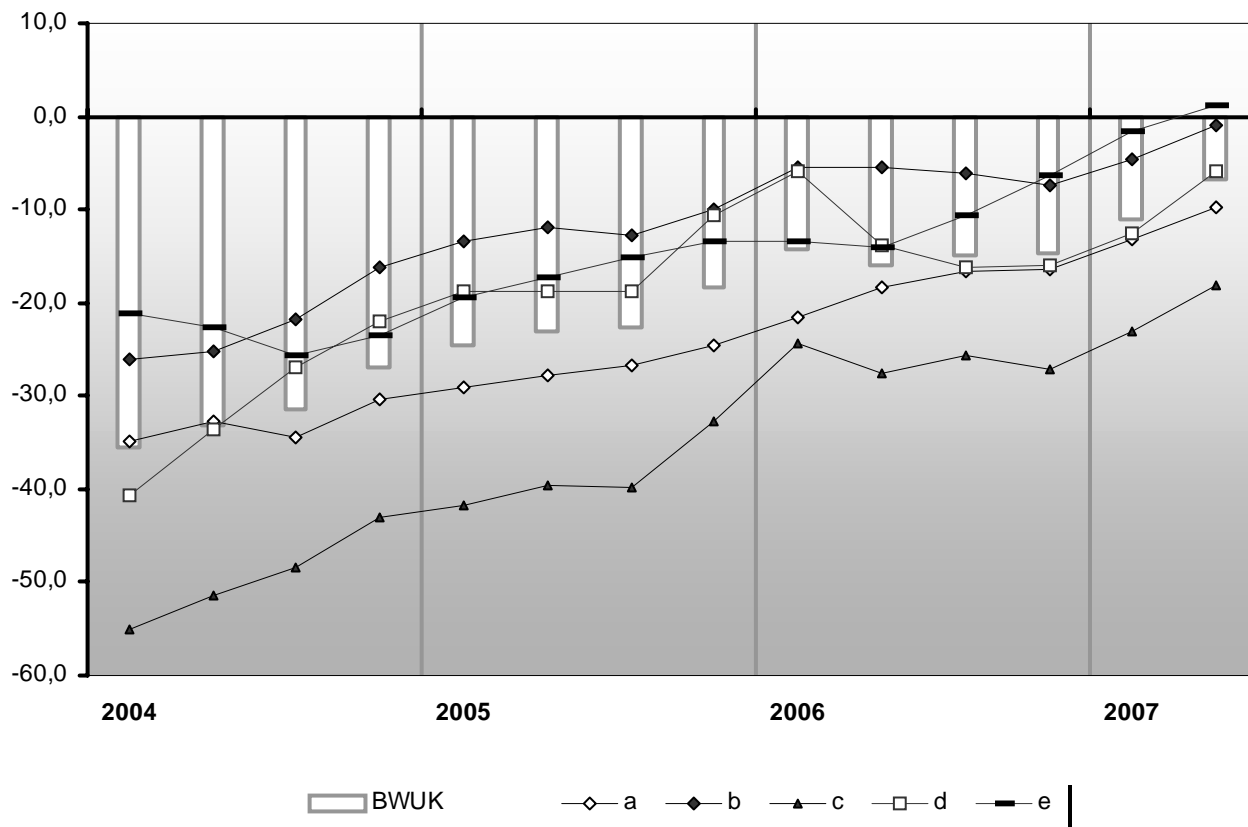
Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są: 1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I) oraz 2) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący oczekiwane w najbliższych miesiącach 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 dokonywa- nie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności kon- sumenckiej BWUK
Rok	Kwartał	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	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
		-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
2006	IV	-24,6	-9,9	-32,8	-10,6	-13,5	-18,3
		-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
2007	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
	I	-13,1	-4,5	-23,1	-12,6	-1,6	-11,0
	II	-9,8	-0,9	-18,1	-5,9	1,1	-6,7

<sup>\*)</sup> kwiecień, lipiec, październik



**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	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
	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
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
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
2007						
	I	-4,5	-12,6	9,9	-42,3	-12,5
	II	-0,9	-5,9	18,1	-39,7	-7,1

\*) kwiecień, lipiec, październik

