

Koniunktura konsumencka^{*)} Marzec 2005 r.

Poprawa nastrojów w obszarze wskaźników ufności konsumenckiej, obserwowana od maja 2004 r. do stycznia 2005 r. i zakończona w lutym nieznacznym pogorszeniem opinii, uległa w marcu dalszym niewielkim zmianom w tym samym kierunku. Odnotowane w I kwartale wyniki nadal jednak utrzymują się na poziomie wyższym niż w IV kwartale 2004 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej zmalał w obecnym miesiącu do -25,0, notując kolejny nieznaczny spadek – o 0,6 pkt. procentowego w stosunku do lutego. Porównanie tego wyniku z wartością osiągniętą w marcu 2004 r. wykazuje korzystny dystans, zamykający się różnicą 12,8 pkt. procentowego. Podobnie należy ocenić zmiany jakie zaszły pomiędzy IV kwartałem roku ubiegłego a I kwartałem 2005 r. (zaobserwowano tu poprawę o 2,5 pkt. procentowego).

Pogorszenie wyniku dotyczy w takim samym stopniu **wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej** – zmienił on notowania z -28,4 w lutym do -29,0 w obecnym miesiącu. Obserwacja w dłuższym okresie czasu wskazuje przy tym na utrzymujący się wzrost, z różnicą 15,9 pkt. procentowego w skali roku (wartość wskaźnika w marcu 2004 r. wyniosła -44,9), oraz 1,4 pkt. procentowego, jeśli odniesiemy się do wyników z ostatnich dwóch kwartałów (-29,6 w IV kwartale 2004 r. i -28,2 w I kwartale bieżącego roku).

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w marcu 2005 roku

Ocena **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) poprawiła się w marcu 2005 r. o 2,9 pkt. procentowego względem poprzedniego miesiąca, a wynik -27,9 jest zbliżony do notowań z grudnia 2004 r. W stosunku do marca ubiegłego roku wartość omawianego wskaźnika kształtuje się korzystniej (przy różnicy 8,4 pkt. procentowego), jak również wynik z I kw. 2005 r. jest lepszy o 1,4 pkt. procentowego od wyniku osiągniętego w poprzednim kwartale.

Wskaźnik oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach), utrzymujący się w ostatnim czasie na dość wysokim poziomie, wykazał w marcu dalszy wzrost do -12,6, a więc o 0,8 pkt. procentowego względem lutego oraz o 16,3 pkt. procentowego w relacji do wyniku sprzed roku. Poprawa ta znalazła odzwierciedlenie również w skali kwartalnej (IV kw. 2004 r. – I kw. 2005 r.), osiągając wartość 2,7 pkt. procentowego.

W marcu wyraźnemu pogorszeniu uległo saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach). Obecny poziom -44,1 jest niższy o 3,5 pkt. procentowego od wyniku z lutego, utrzymuje jednak korzystną różnicę w wysokości 14,9 pkt. procentowego w porównaniu do analogicznego miesiąca poprzedniego roku. Omawiany wskaźnik wyniósł w mijającym kwartale -41,7, notując wzrost o 1,4 pkt. procentowego w stosunku do wyniku z IV kwartału 2004 r.

Pogorszyło się także nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju**. Wskaźnik ocen osiągnął wartość -21,2, tj. o 4,2 pkt. procentowego niższą od wyniku z ubiegłego miesiąca. Nie wpłynęło to jednak na relację względem marca 2004 r. – bardzo duży dystans pomiędzy obecnym i zeszłorocznym notowaniem utrzymał się i wynosi obecnie 22,4 pkt. procentowego. Także w skali kwartalnej zaobserwowano poprawę (o 3,1 pkt. procentowego).

Nieco lepszy jest nastrój konsumentów w zakresie oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów**. Wskaźnik ten zwiększył się względem lutego o 1,0 pkt procentowy i wynosi -19,4. Porównanie z wynikami sprzed roku wykazuje wzrost w stosunku do analogicznego miesiąca o 1,5 pkt. procentowego, zaś notowania kwartalne poprawiły się o 3,9 pkt. procentowego.

Znaczące pogorszenie opinii konsumentów w przypadku **obaw społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**, odnotowane w lutym, pogłębiło się również w obecnym miesiącu – wartość wskaźnika wzrosła o 0,9 pkt. procentowego i wynosi 28,4. Notowania z dwóch ostatnich kwartałów także odzwierciedlają ten stan, rosnąc od poziomu 23,6 (w IV kwartale 2004 r.) do 25,8 (w obecnym kwartale), a więc o 2,2 pkt. procentowego. Utrzymuje się natomiast relatywnie wysoka, korzystna różnica (15,9 pkt. procentowego) w porównaniu do danych sprzed roku (marzec 2004), kiedy wskaźnik ten przyjął wartość 44,3.

Śledząc zmiany przewidywań konsumentów, w zakresie oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy, należy podkreślić że dotychczasowy, dość ustabilizowany, korzystny przebieg potwierdził się także w marcu. Wartość wskaźnika ocen wzrosła do -53,4, a więc o 1,7 pkt. procentowego względem poprzedniego miesiąca. Dobre notowania wartości tego współczynnika są widoczne zarówno w kontekście danych z marca 2004 r. (poprawa rzędu 8,8 pkt. procentowego), jak i w skali kwartalnej (wynik zamykający I kwartał 2005 r. jest o 1,8 pkt. procentowego wyższy od odnotowanego w IV kwartale ubiegłego roku).

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W marcu 2005 r. badanie przeprowadzono na próbie 1871 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”.

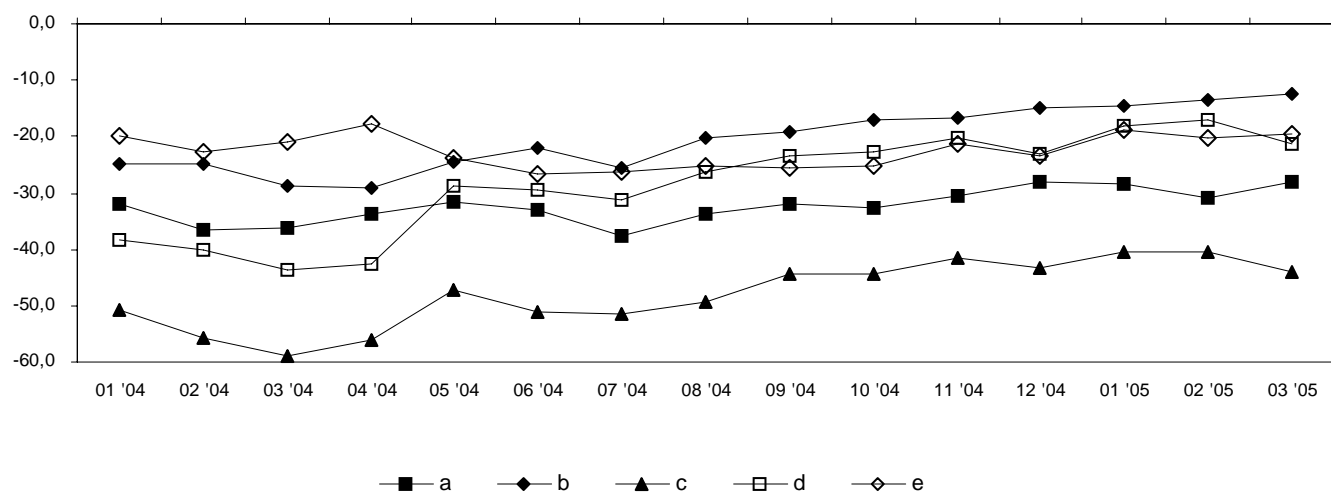
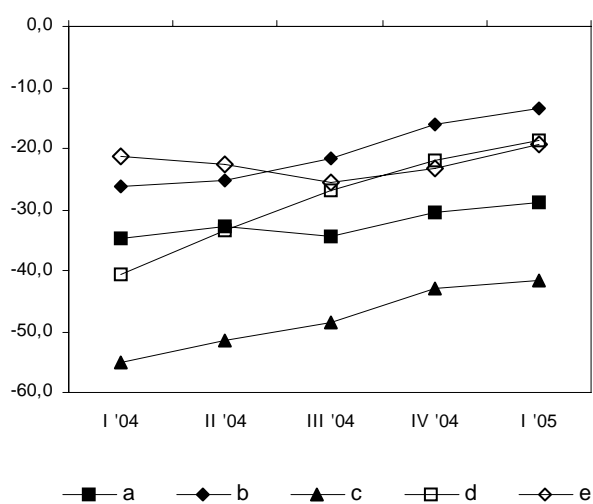
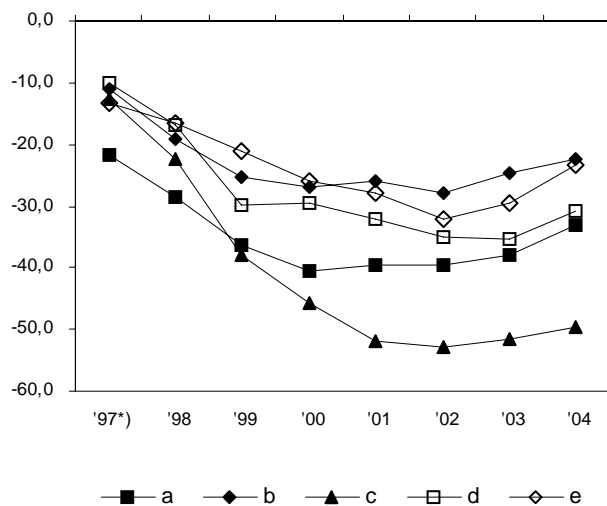
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

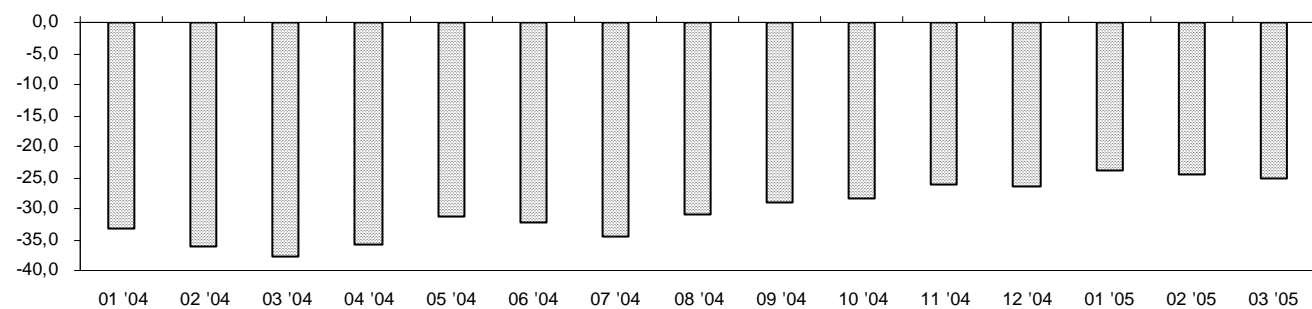
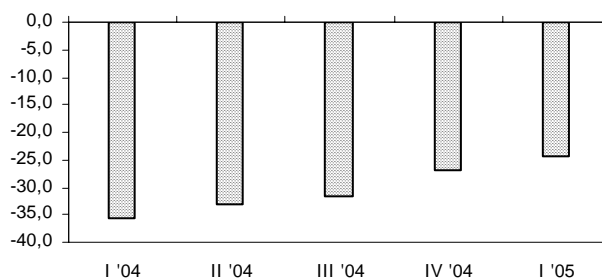
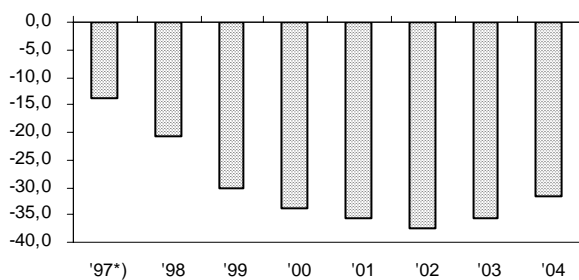
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
		ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy		
Rok	Kwartał	a	b	c	d	e	
Miesiąc							
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							
	I	-29,0	-13,5	-41,7	-18,8	-19,5	-24,5
	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

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres Ia Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej (w procentach) według lat, kwartałów i miesięcy



Wykres Ib Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (w procentach) według lat, kwartałów i miesięcy



*) kwiecień, lipiec, październik

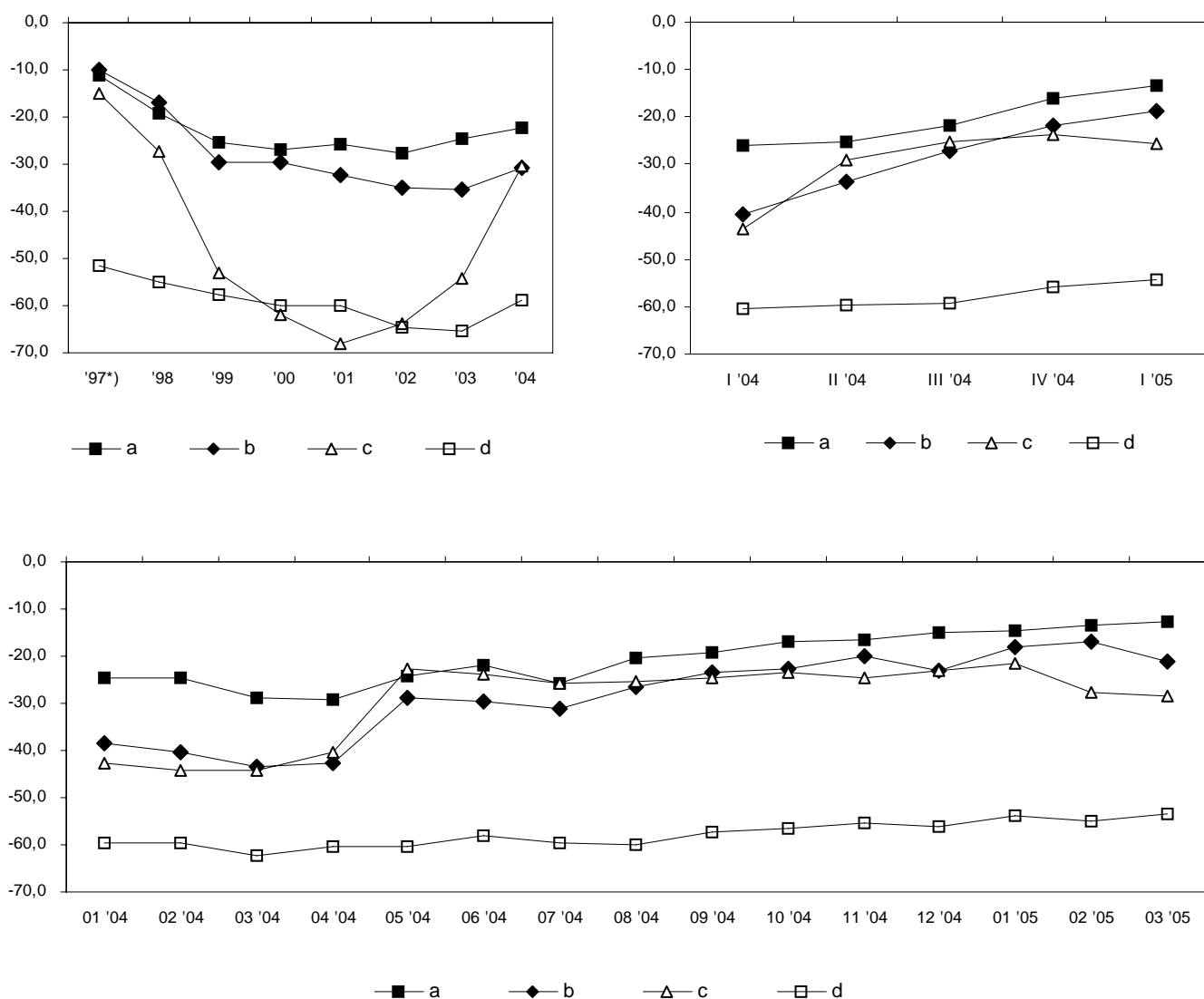
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach.

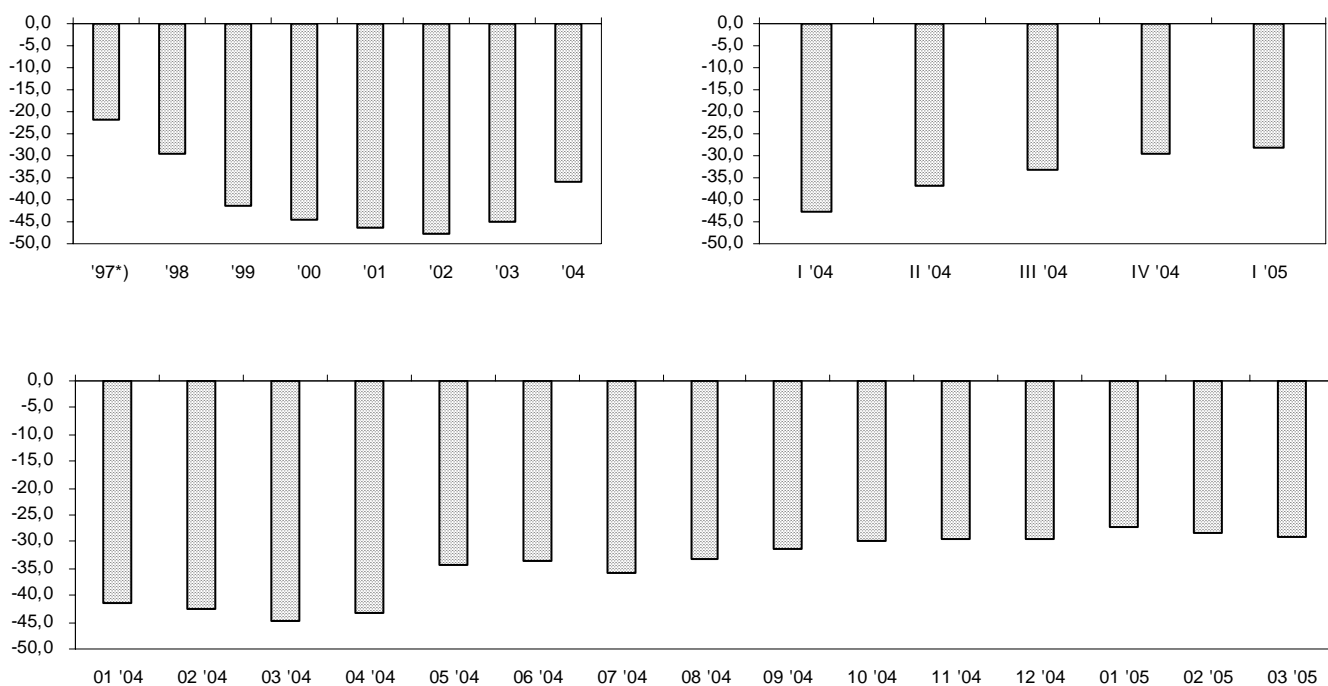
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem –)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			a	b	c	d	
			w procentach				
1997 *)			-11,0	-10,0	-15,0	-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							
	I		-13,5	-18,8	-25,8	-54,2	-28,2
		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

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIa Wartości składowe wskaźnika ufności konsumenckiej (w procentach) według lat, kwartałów i miesięcy



Wykres IIb Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (w procentach) według lat, kwartałów i miesięcy



*) kwiecień, lipiec, październik