

Koniunktura konsumencka^{*)} Lipiec 2005 r.

Poziom nastrojów społecznych w obszarze wskaźników ufności konsumenckiej, jaki odnotowano w poprzednim miesiącu, nie uległ w lipcu większym zmianom.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej wyniósł w lipcu 2005 r. –23,6. W relacji do poprzedniego miesiąca oznacza to niewielki wzrost o 1,0 pkt. procentowy. Biorąc natomiast pod uwagę wartość wskaźnika sprzed roku (w lipcu 2004 r. osiągnęła poziom –34,4) obserwujemy korzystny dystans, z wysoką różnicą 10,8 pkt. procentowego.

Wartość **wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej** pozostała w obecnym miesiącu na niemal niezmiennym poziomie i wynosi –30,2. W dalszej perspektywie czasowej stwierdzono utrzymujący się wzrost w skali roku, z różnicą wynoszącą 5,5 pkt. procentowego (wartość wskaźnika w lipcu 2004 r. wyniosła –35,7).

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w lipcu 2005 roku

Ocena **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) uległa w obecnym miesiącu nieznacznej poprawie. W relacji do czerwca analizowany wskaźnik zwiększył się o 2,1 pkt. procentowego i wyniósł –26,2. W stosunku do analogicznego miesiąca ubiegłego roku jego wartość kształtuje się zdecydowanie korzystniej, przy różnicy wynoszącej 11,3 pkt. procentowego.

Wskaźnik oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach), który w maju 2005 r. osiągnął rekordowo wysoki poziom –11,1, uległ kolejnemu (po czerwcowym) pogorszeniu notowań. W obecnym miesiącu jest to spadek o 1,5 pkt. procentowego do wartości –13,7. Oznacza to jednocześnie poprawę o 12,0 pkt. procentowych w odniesieniu do wyniku z lipca poprzedniego roku.

W lipcu wyraźnej poprawie uległo saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach). Obecny poziom –39,6 jest o 4,9 pkt. procentowego wyższy od wyniku z czerwca i utrzymuje korzystną różnicę w wysokości 11,9 pkt. procentowego w porównaniu do analogicznego miesiąca 2004 roku. Należy dodać, że poprawa ta jedynie częściowo równoważy znaczny spadek notowań tego wskaźnika w poprzednim miesiącu, nie wychodząc ponad wyniki osiągnięte w kwietniu i maju.

Nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** nie uległo istotnym zmianom. Wskaźnik ocen osiągnął tu wartość –20,8, tj. o 0,7 pkt. procentowego wyższą od wyniku z ubiegłego miesiąca. Nie wpłynęło to w znaczący sposób na relację względem lipca 2004 r. – dystans pomiędzy obecnym i zeszłorocznym notowaniem utrzymał się i wynosi obecnie 10,3 pkt. procentowego.

Nastroj konsumentów w zakresie oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** również wykazał w lipcu wahanie o niewielkim zakresie, zmniejszając wartość względem czerwca o 0,6 pkt. procentowego; wynosi obecnie –17,4. Porównanie z wynikami sprzed roku wykazuje wzrost w stosunku do analogicznego miesiąca o 8,8 pkt. procentowego.

Rosnący w maju i czerwcu pesymizm konsumentów w przypadku **obaw społeczeństwa polskiego przed wzrostem poziomu bezrobocia**, uległ w obecnym miesiącu zahamowaniu – wartość wskaźnika obniżyła się o 1,1 pkt. procentowego i wynosi 29,4. W dalszym ciągu widoczne jest pogorszenie wyniku (o 3,7 pkt. procentowego) w porównaniu do danych sprzed roku (lipiec 2004 r.), kiedy wskaźnik ten przyjął wartość 25,7.

Przewidywania konsumentów w zakresie oceny **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy charakteryzuje nieco większy optymizm niż w poprzednim miesiącu. W lipcu wartość wskaźnika ocen wzrosła do –56,1 (o 1,7 pkt. procentowego). Jest tym samym wyraźnie wyższa – o 3,7 pkt. procentowego – od obserwowanej przed rokiem (w lipcu 2004 r. było to –59,8).

Przedstawione powyżej obserwacje wartości wskaźników koniunktury konsumenckiej wskazują, że w lipcu 2005 r. pogorszyły się notowania jedynie dwóch z nich: oceny **obecných możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** oraz oceny **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach), przy czym w obu przypadkach nie są to wahania znaczące (0,6 – 1,5 pkt. procentowego). Pozostałe wyniki odzwierciedlają na ogół nieco lepsze nastroje konsumentów (nie przekraczające jednak zakresu 0,7 – 2,1 pkt. procentowego), za wyjątkiem salda ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach), którego wartość wzrosła w obecnym miesiącu najbardziej dynamicznie.

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W lipcu 2005 r. badanie przeprowadzono na próbie 1822 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”.

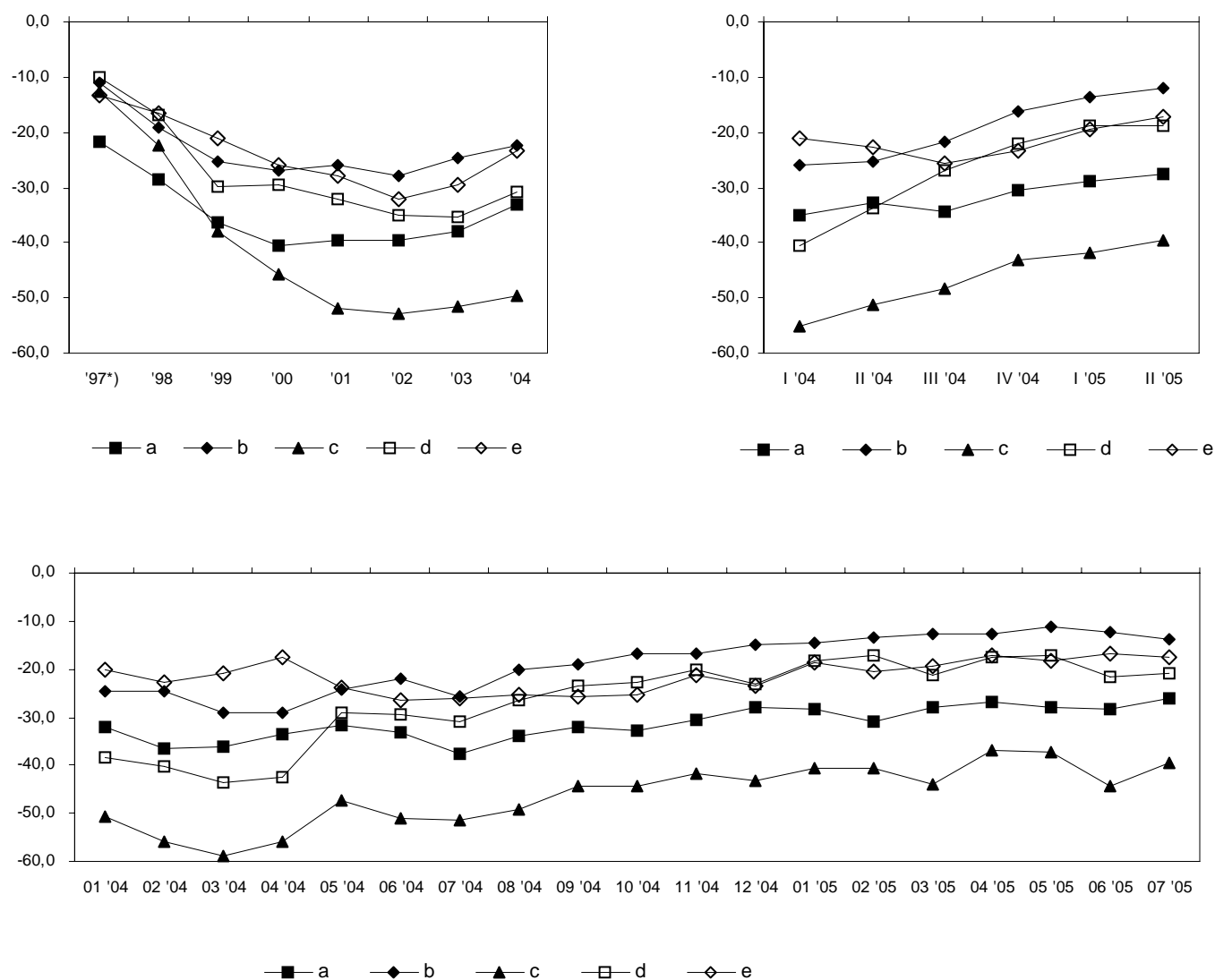
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

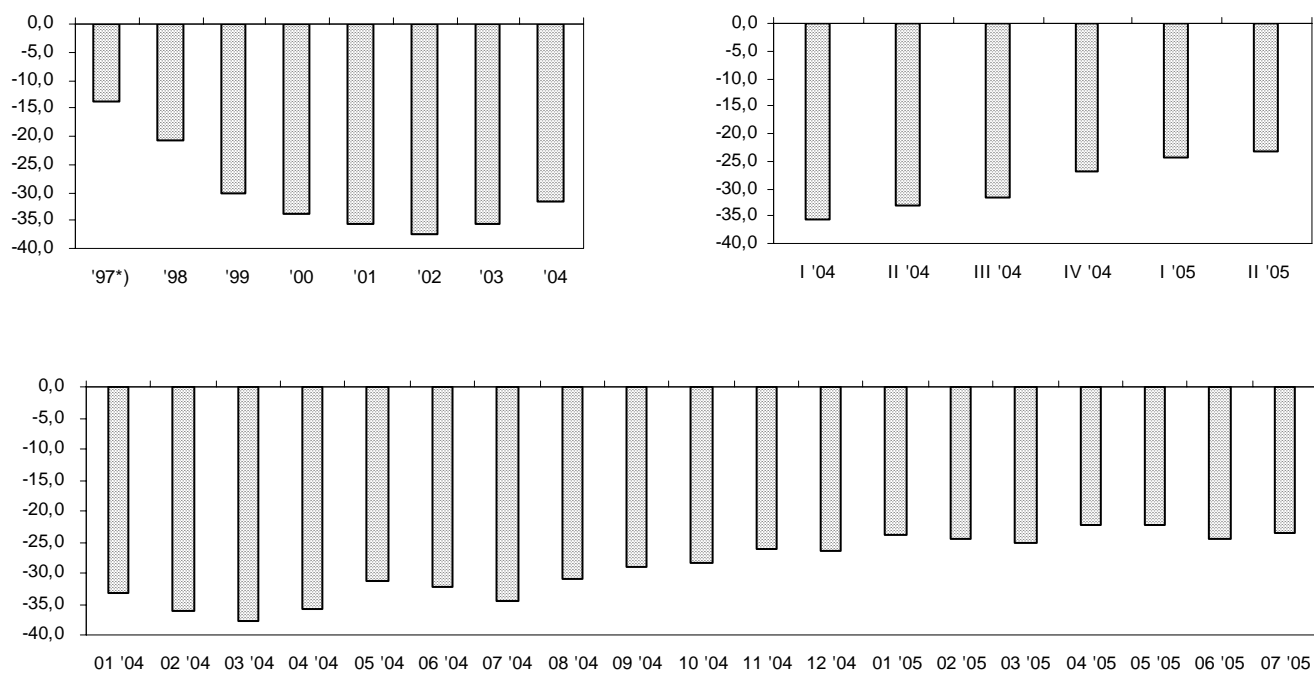
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
		ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
Rok	Kwartał						
	Miesiąc	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
	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
	II	-27,7	-12,0	-39,6	-18,7	-17,3	-23,1
	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

*) 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

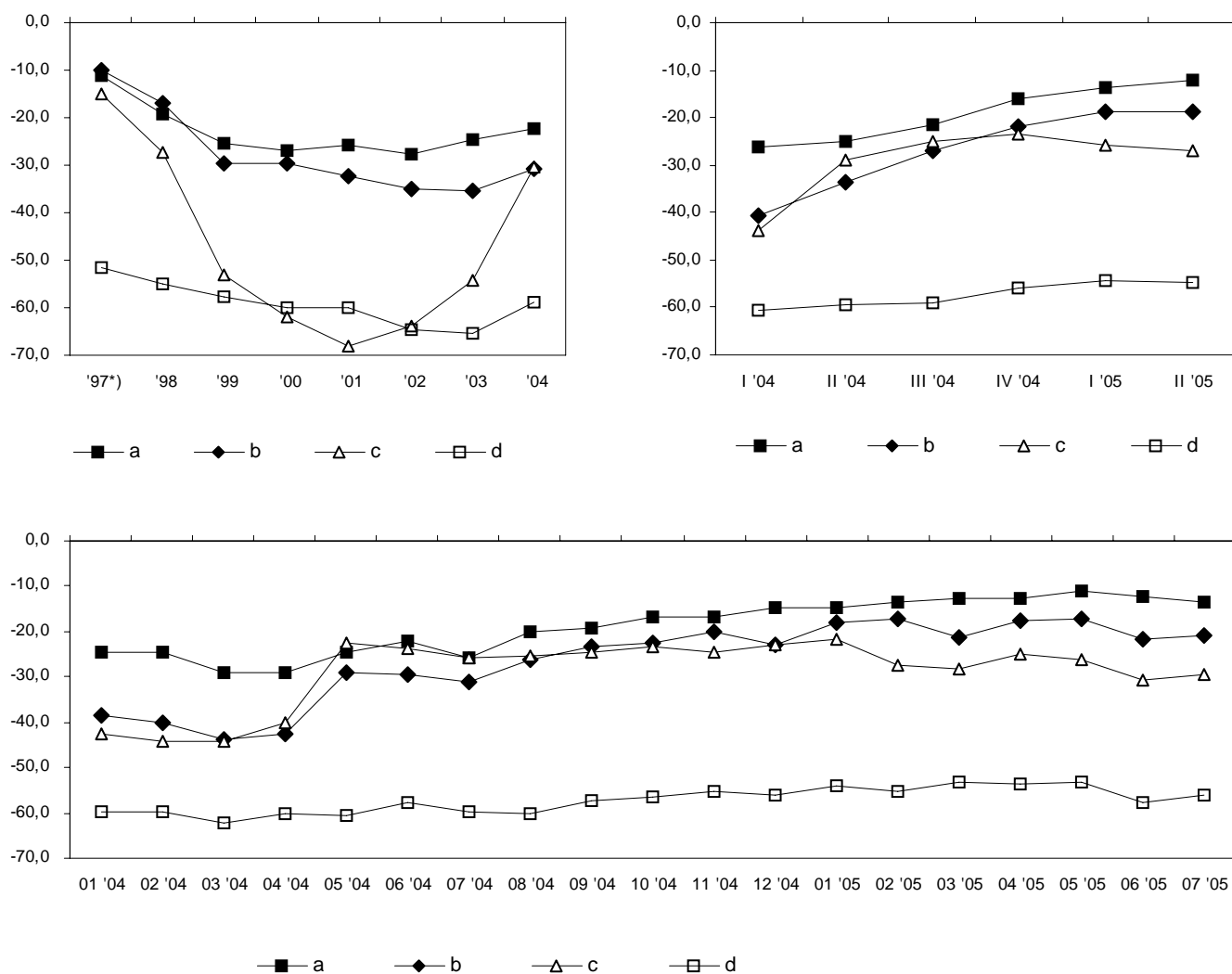
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

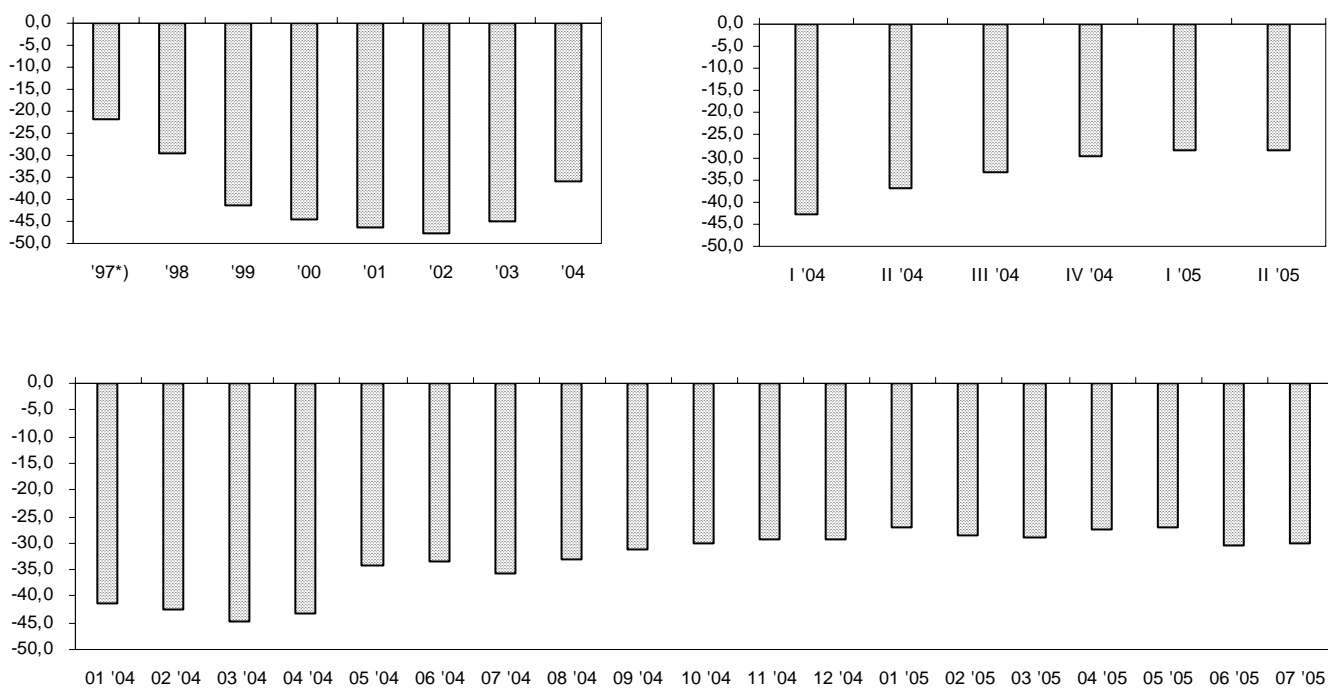
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem –)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	a	b	c	d	
w procentach						
1997 *)		-11,0	-10,0	-15,0	-51,4	-21,9
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
	II	-12,0	-18,7	-27,1	-54,9	-28,3
	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

*) 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