



GLÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY

Departament Statystyki Społecznej

Notatka informacyjna

WYNIKI BADAŃ GUS

Koniunktura konsumencka ^{*)}

Styczeń 2007 r.

W styczniu obydwa wskaźniki ufności konsumenckiej (bieżący oraz wyprzedzający) poprawiły się w porównaniu do wyników uzyskanych w poprzednim miesiącu. Zaobserwowano wprawdzie gorsze niż w grudniu oceny przewidywanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, jednak wszystkie pozostałe wskaźniki koniunktury konsumenckiej wykazywały poprawę, szczególnie wyraźną w przypadku oceny obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów oraz w zakresie obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia.

Za wyjątkiem opinii na temat oczekiwanych (w najbliższych 12 miesiącach) zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, nastroje społeczne w obszarze konsumpcji indywidualnej nadal utrzymują się na poziomie bardziej korzystnym niż przed rokiem czy dwoma laty.

Wartość **bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej** jest wyższa od wyniku z poprzedniego miesiąca o 2,0 pp. i wynosi obecnie –11,4. W porównaniu do analogicznego okresu 2006 oraz 2005 roku obserwuje się poprawę – odpowiednio o 1,8 oraz o 12,6 pp.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej osiągnął w styczniu wartość –13,4, a więc lepszą o 1,5 pp. od wyniku z poprzedniego miesiąca. W okresie ostatnich dwóch lat obserwowany jest stały wzrost notowań – o 3,7 pp. w relacji do stycznia 2006 r. oraz o 13,8 pp. względem stycznia 2005 r.

Wybrane wskaźniki koniunktury konsumenckiej w styczniu 2007 roku

Ocena **zmian, jakie zaszły w sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w okresie ostatnich 12 miesięcy) przyjęła w styczniu wartość –12,3 (wzrost o 4,0 pp. względem grudnia), zatem w stosunku do analogicznego miesiąca 2006 oraz 2005 roku kształtuje się w dalszym ciągu pomyślnie, przy różnicy odpowiednio 9,7 oraz 16,0 pp.

W styczniu ocena **oczekiwanych zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych** (w najbliższych 12 miesiącach) nie uległa większej zmianie względem grudnia. Poziom notowań nieznacznie się pogorszył (o 0,4 pp.) i wynosi –6,4. Tym samym jest nieco gorszy od wyniku obserwowanego przed rokiem (o 0,5 pp.), natomiast w porównaniu do stycznia 2005 r. zaobserwowano poprawę o 8,3 pp.

Dalszy wzrost wykazywało w styczniu saldo ocen **zmian ogólnej sytuacji gospodarczej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach). Obecny wynik –21,9 jest wyższy od grudniowego o 2,2 pp., co oznacza korzystną różnicę, odpowiednio 1,0 oraz 18,6 pp., w stosunku do analogicznego miesiąca 2006 i 2005 r.

Nastawienie konsumentów w zakresie **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian sytuacji gospodarczej kraju** było w styczniu nieco gorsze niż w poprzednim miesiącu (przy różnicy 0,9 pp.) i przyjęło wartość -14,6, tj. o 12,5 pp. gorszą niż w styczniu 2006 r. i o 3,5 pp. lepszą niż w tym samym miesiącu 2005 r.

Oceny **obecnych możliwości dokonywania poważniejszych zakupów** kształtują się w styczniu bardziej optymistycznie niż w poprzednim miesiącu. Wartość wskaźnika wynosi -1,8, co oznacza poprawę o 5,2 pp. Jest to najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania. Porównanie z wynikami sprzed roku oraz sprzed dwóch lat (w relacji do analogicznego miesiąca) wykazuje przy tym poprawę rzędu 11,5 oraz 16,9 pp.

W styczniu, podobnie jak to miało miejsce przez dziesięć kolejnych miesięcy, począwszy od marca ubiegłego roku, zmalały **obawy przed wzrostem poziomu bezrobocia**. Wartość wskaźnika obniżyła się o 5,1 pp. (względem poprzedniego miesiąca) i wynosi obecnie -11,0. Tym samym jest to najlepszy wynik w ciągu całego okresu realizacji badania i podobnie jak to miało miejsce w ostatnim kwartale 2006 r. liczba konsumentów wyrażających opinie pozytywne jest większa od liczby osób nastawionych negatywnie. Przebieg zmian w dłuższym okresie czasu, obejmującym kolejno lata 2006 i 2005, również kształtuje się pomyślnie, a odnotowany w tym czasie spadek obaw wyraża się różnicą odpowiednio 21,8 i 32,5 pp. (porównując wyniki w analogicznych miesiącach).

Przewidywania konsumentów w zakresie **możliwości oszczędzania pieniędzy** w okresie najbliższych 12 miesięcy poprawiły się względem poprzedniego miesiąca o 1,9 pp., przyjmując poziom -43,4. Korzystna różnica w stosunku do wyników uzyskanych w 2006 i 2005 r. wynosi więc odpowiednio 5,8 oraz 10,6 pp. – biorąc pod uwagę styczniowe notowania.

*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W styczniu 2007 r. badanie przeprowadzono na próbie 1792 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”.

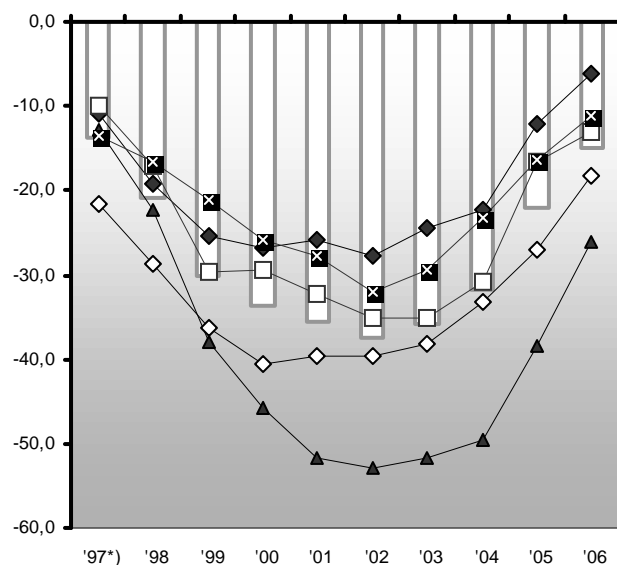
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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

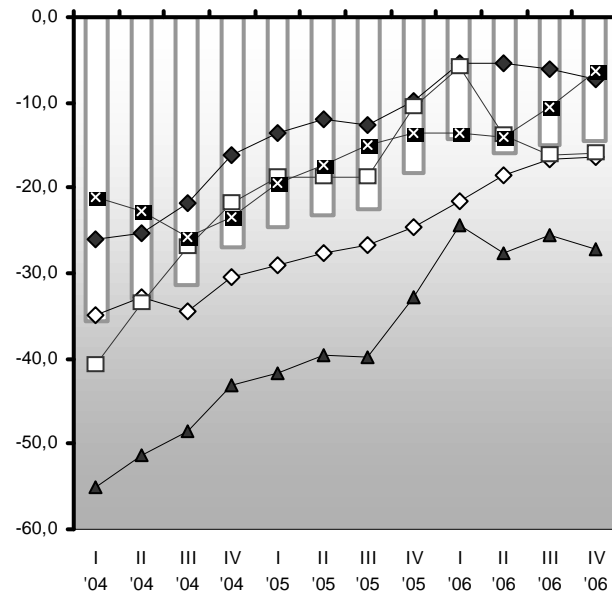
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 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
	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		-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
	IV	-24,6	-9,9	-32,8	-10,6	-13,5	-18,3
	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
	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
	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
	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							
	01	-12,3	-6,4	-21,9	-14,6	-1,8	-11,4

*) kwiecień, lipiec, październik

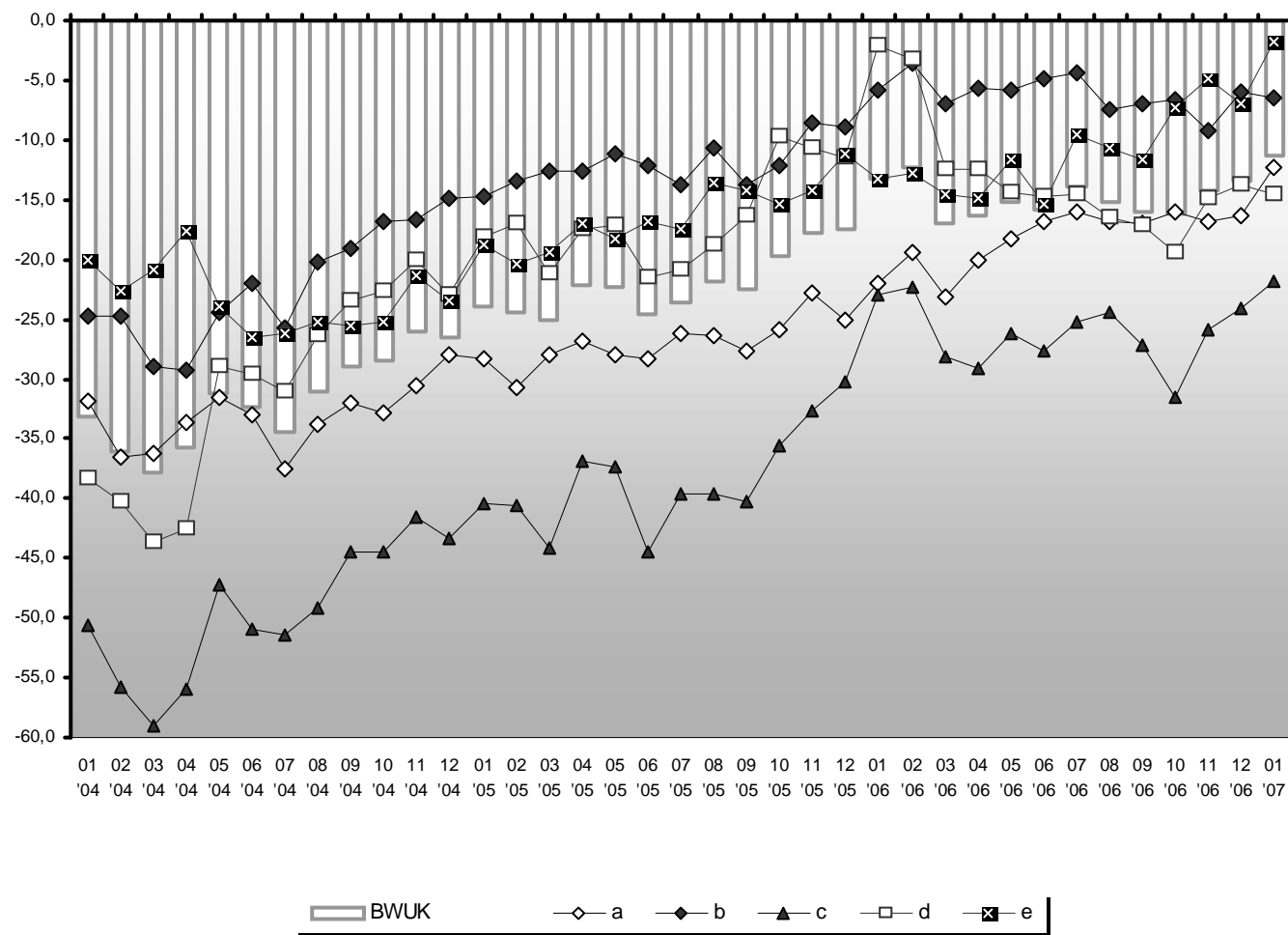
Wykres Ia Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



Wykres Ib Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według kwartałów



Wykres Ic Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według miesięcy



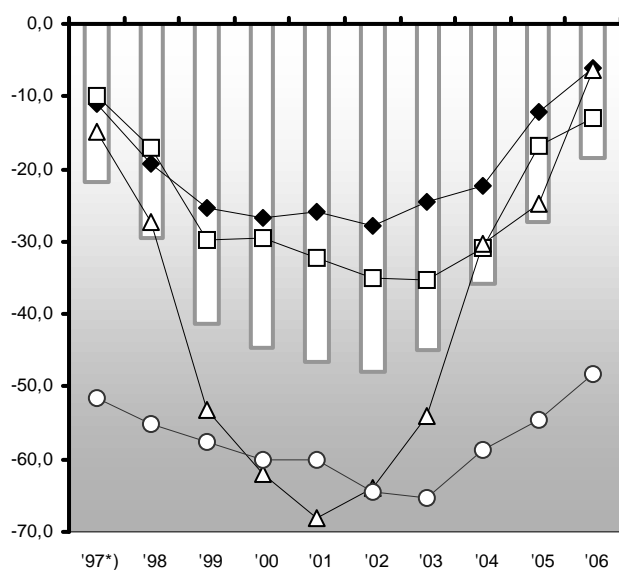
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ

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.

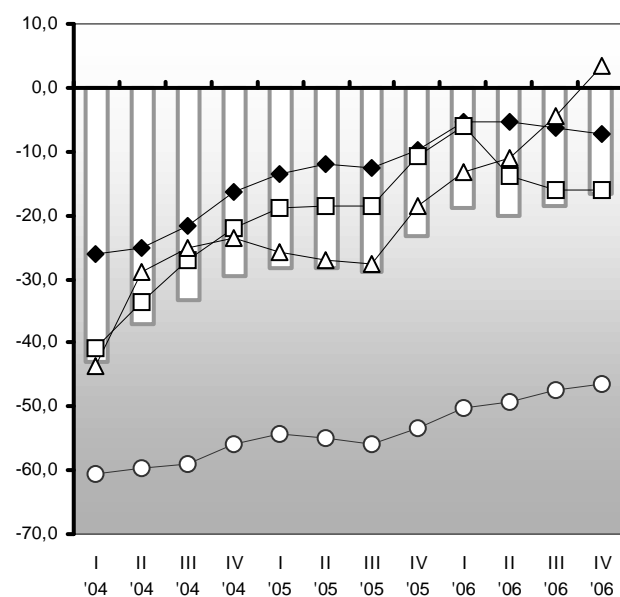
Rok	Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
	Kwartał	Miesiąc					
			b	d	f	g	
w procentach							
1997 *)			-11,0	-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
	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			-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
		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
	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
		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							
		01	-6,4	-14,6	11,0	-43,4	-13,4

*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIa Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według lat



Wykres IIb Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według kwartałów



Wykres IIc Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe (w procentach) według miesięcy

