

Nastroje konsumenckie

Stan finansów i zachowania konsumenckie w gospodarstwach domowych respondentów

Czy w ciągu ostatniego miesiąca w Pana(i) gospodarstwie domowym:



trzeba było ograniczyć wydatki na zaspokojenie bieżących potrzeb



konieczne było pożyczanie pieniędzy na zaspokojenie bieżących potrzeb



udało się zaoszczędzić trochę pieniędzy



dokonano większych planowanych wcześniej zakupów, inwestycji (np. zakup mebli, wycieczki, obligacji)



dokonano większych zakupów, inwestycji nieplanowanych wcześniej, w sposób spontaniczny

A czy w ciągu najbliższego miesiąca Pan(i) lub ktoś z Pana(i) gospodarstwa domowego planuje większe zakupy, inwestycje?



Badanie „Aktualności” (11) zostało zrealizowane metodą wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo (CATI) w okresie od 21 do 24 października 2024 roku na próbie dorosłych mieszkańców Polski (N=1000)

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2024



Wyróżniająca Jakość Badań

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

W drugiej połowie października w badaniu telefonicznym¹, po dwóch miesiącach przerwy, zapytaliśmy o nastroje konsumenckie. Interesowało nas, czy badani muszą ograniczać wydatki na bieżące potrzeby czy też udaje im się coś zaoszczędzić, czy dokonują oni większych zakupów bądź inwestycji i czy planują je w najbliższej przyszłości. Zapytaliśmy również o oczekiwania dochodowe oraz inflacyjne, a także o postrzegane perspektywy na przyszłość.

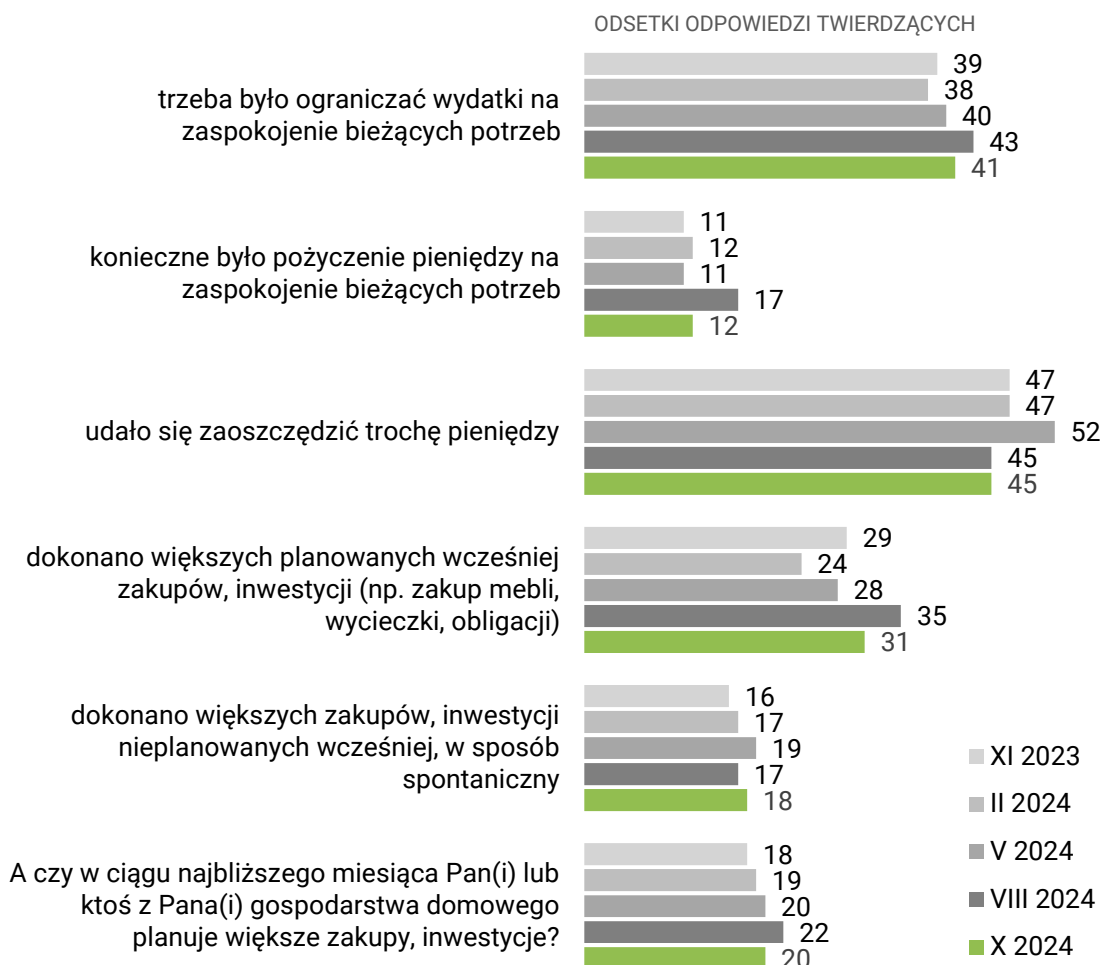
STAN FINANSÓW I ZACHOWANIA KONSUMENCKIE

Tak jak w sierpniu niespełna połowa respondentów zadeklarowała, że w ich gospodarstwach domowych w ciągu ostatniego miesiąca udało się zaoszczędzić trochę pieniędzy (45%). Również podobnie jak dwa miesiące temu dwie piąte badanych (41%, spadek o 2 punkty procentowe) stwierdziło, że w ich rodzinach w ciągu ostatniego miesiąca trzeba było ograniczać wydatki na zaspokojenie bieżących potrzeb. Natomiast rzadziej niż poprzednio pożyczano pieniądze na ich zaspokojenie (spadek z 17% do 12%).

W ostatnich tygodniach trochę rzadziej niż w sierpniu dokonywano większych planowanych wcześniej zakupów, inwestycji (31%, spadek o 4 punkty), a także nieznacznie rzadziej planuje się takie zakupy w perspektywie najbliższego miesiąca (spadek z 22% do 20%). Z kolei odsetek badanych, którzy dokonali większych, nieplanowanych zakupów w ciągu ostatniego miesiąca, utrzymuje się na dosyć stabilnym poziomie (18%).

¹ Badanie „Aktualności” (11) zostało zrealizowane metodą wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo (CATI) w okresie od 21 do 24 października 2024 roku na próbie dorosłych mieszkańców Polski (N=1000).

RYS. 1. Czy w ciągu ostatniego miesiąca w Pana(i) gospodarstwie domowym:



OCZEKIWANIA DOCHODOWE I INFLACYJNE

We wrześniu już szósty miesiąc z kolei nastąpił wzrost inflacji r/r. W marcu ceny towarów i usług konsumpcyjnych w porównaniu z analogicznym miesiącem ubiegłego roku wzrosły o 2,0%, natomiast we wrześniu² już o 4,9% r/r. W sierpniu, gdy ostatni raz pytaliśmy o oczekiwania inflacyjne, ceny w skali roku wzrosły o 4,3%³.

W stosunku do sierpnia oczekiwania inflacyjne nie zmieniły się znacząco. Umocniło się przekonanie, że ceny będą rosły w zbliżonym tempie co obecnie (wzrost z 4,2% do 4,6%), natomiast odsetek

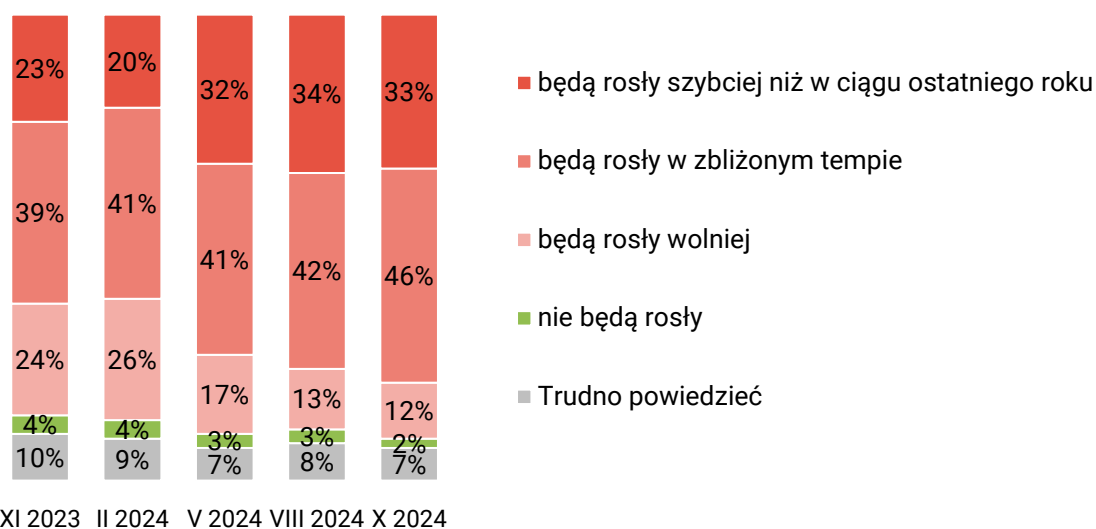
² <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/szybki-szacunek-wskaznika-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-we-wrzesniu-2024-roku,21,25.html>

³ <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-pot-inflacja-miesieczne-wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-od-1982-roku/>

badanych obawiających się szybszego tempa wzrostu cen utrzymuje się na bardzo zbliżonym poziomie co pod koniec sierpnia (33% obecnie wobec 34% poprzednio). Nie ubyło znacząco liczących na wyhamowanie inflacji – 12% (wobec 13% ostatnio) uważa, że ceny będą rosły wolniej, a 2% (wobec 3% w sierpniu) – że nie będą rosły.

CBOS

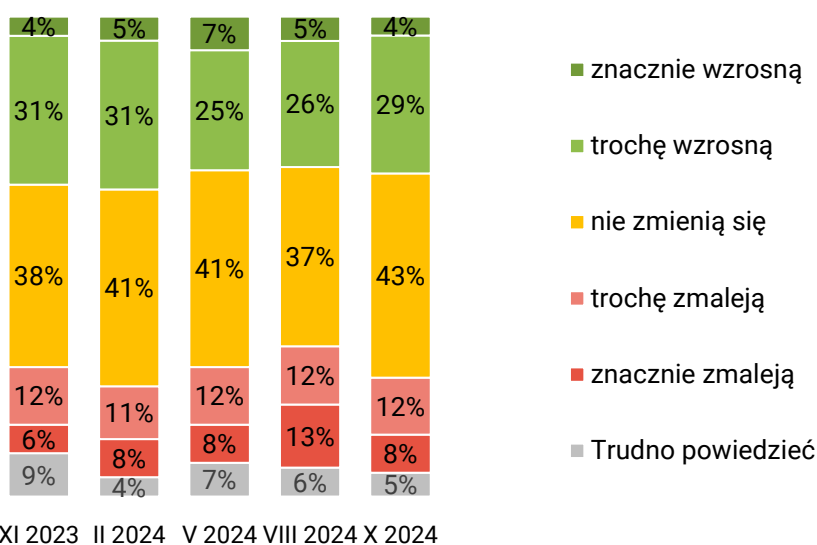
RYS. 2. Jak Pan(i) sądzi, czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy ceny towarów i usług:



Jednocześnie w stosunku do sierpnia nieznacznie wzrósł udział badanych liczących na wzrost dochodów swojego gospodarstwa domowego (z 31% do 33%), a zmniejszył się obawiających się ich spadku (z 25% do 20%). Ponadto dość wyraźnie przybyło niezakładających zmian w tym obszarze (z 37% do 43%).

CBOS

RYS. 3. Jak Pan(i) sądzi, czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy dochody Pana(i) gospodarstwa domowego:



Procenty nie sumują się do 100 z powodu zaokrągleń

PERSPEKTYWY NA PRZYSZŁOŚĆ

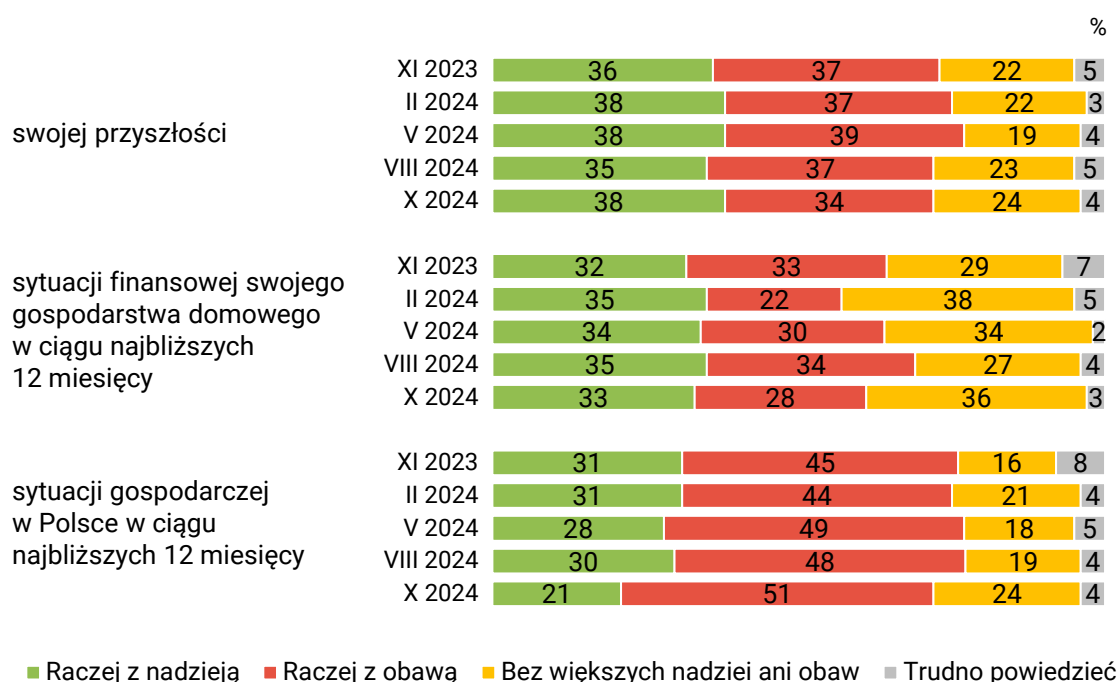
Wymiar indywidualny

W postrzeganiu własnych perspektyw na przyszłość, a także sytuacji finansowej swojego gospodarstwa domowego w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy nadzieje na poprawę wyrażane są trochę częściej niż obawy przed pogorszeniem (odsetki odpowiednio: 38% wobec 34% oraz 33% wobec 28%). Natomiast w postrzeganiu sytuacji gospodarczej w Polsce zdecydowanie przeważają obawy nad nadziejami na poprawę (51% wobec 21%).

W stosunku do pomiaru z sierpnia zarejestrowaliśmy spadek obaw w prognozach dotyczących sytuacji finansowej gospodarstw domowych respondentów (z 34% do 28%), przy jednoczesnym nieznacznym spadku nadziei na poprawę (o 2 punkty, do 33%). Przy tym dość wyraźnie zmniejszył się optymizm w myśleniu o gospodarce (spadek z 30% do 21%), a wzrosły obawy o jej kondycję (o 3 punkty, do 51%). Stosunkowo najmniej zmieniło się myślenie o ogólnych perspektywach na przyszłość – generalnie są one trochę bardziej optymistyczne niż dwa miesiące temu.

CBOS

RYS. 4. Czy Pan(i) z nadzieją czy raczej z obawą myśli o:



Procenty nie sumują się do 100 z powodu zaokrągleń

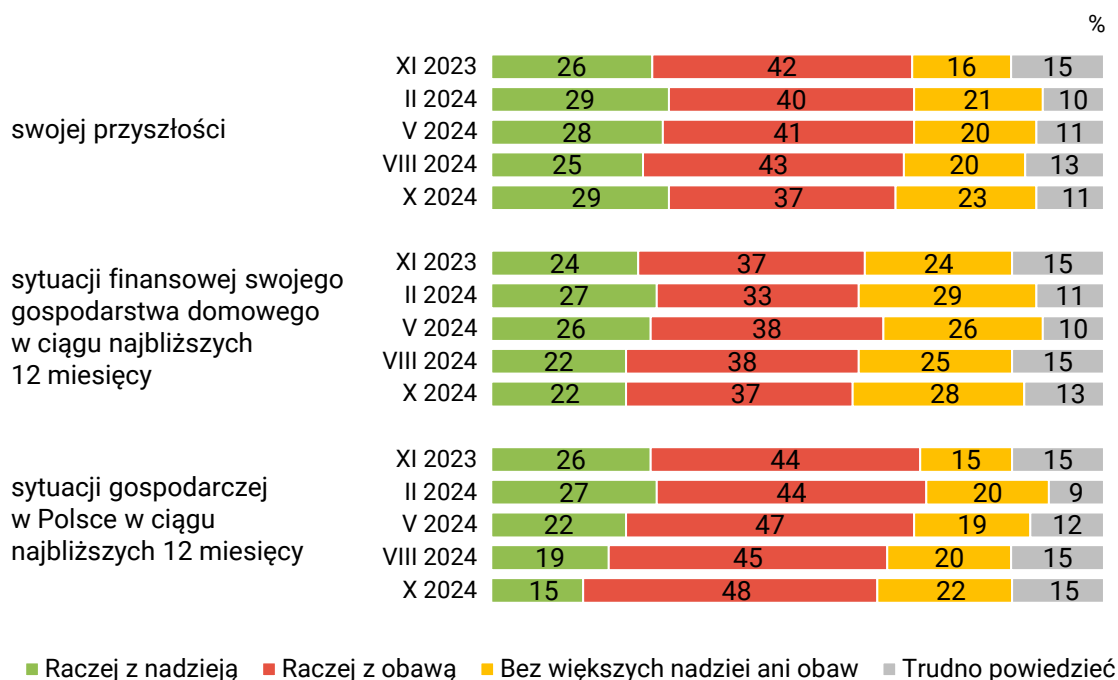
Wymiar środowiskowy

Ogólnie rzecz biorąc, badani uważają, że osoby z ich najbliższego otoczenia mniej optymistycznie patrzą w przyszłość niż oni sami. Respondenci, charakteryzując nastroje panujące w ich najbliższym otoczeniu, we wszystkich trzech analizowanych wymiarach dostrzegają więcej obaw niż nadziei. Relatywnie największa przewaga występuje w odniesieniu do sytuacji gospodarczej (48% wobec 15%), a najmniejsza – w odniesieniu do ogólnych perspektyw na przyszłość (37% wobec 29%).

W porównaniu z sierpniem ankietowani dostrzegają u osób w swoim najbliższym otoczeniu więcej optymizmu, a mniej obaw w wymiarze ogólnych perspektyw na przyszłość, natomiast w postrzeganiu sytuacji gospodarczej Polski – odwrotnie, tj. więcej obaw, a mniej nadziei.

CBOS

RYS. 5. Czy osoby w Pana(i) najbliższym otoczeniu, z którymi się Pan(i) styka na co dzień, z nadzieją czy raczej z obawą myślą o:



Procenty nie sumują się do 100 z powodu zaokrągleń

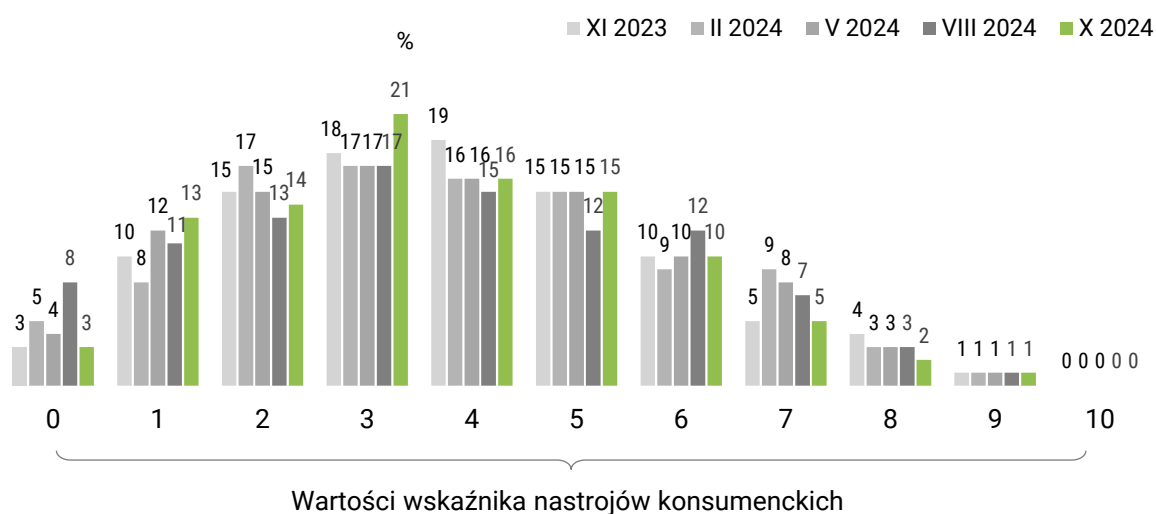
WSKAŹNIK NASTROJÓW KONSUMENCKICH

Na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące sytuacji ankietowanych, tj. zachowań konsumenckich, stanu ich finansów oraz przewidywań odnoszących się do poziomu dochodów, inflacji w ciągu najbliższego roku, a także prognoz sytuacji finansowej gospodarstw domowych oraz kondycji polskiej gospodarki, skonstruowano **wskaźnik nastrojów konsumenckich (WNK)**. Pokazuje on, w ilu

obszarach – spośród dziesięciu uwzględnionych w sondażu – respondenci wyrazili optymizm bądź udzielili odpowiedzi wskazujących na zadowolenie z sytuacji materialnej⁴. Wskaźnik może przyjmować wartości od 0 – jeśli w żadnym z analizowanych obszarów respondent nie wyraził optymizmu – do 10 – jeśli we wszystkich analizowanych obszarach wyraził optymizm. Średnia wartość wskaźnika WNK dla ogółu badanych wynosi obecnie 3,6 i jest nieco niższa niż w sierpniu. Można zatem stwierdzić, że przeciętnie badani wyrazili optymizm w mniej więcej czterech dziedzinach. Największa część zadeklarowała go w trzech obszarach (21%), a trochę mniej – w czterech (16%), pięciu (15%) oraz dwóch (14%).

CBOS

RYS. 6. Wskaźnik nastrojów konsumenckich



Wartości średnie wskaźnika wg terminów badań				
XI 2023	II 2024	V 2024	VIII 2024	X 2024
3,8	3,9	3,8	3,7	3,6

Stosunkowo dużym optymizmem konsumenckim – co naturalne – charakteryzują się badani o wyższych dochodach osobistych (wśród osób o dochodach wynoszących co najmniej 7000 zł netto wartość wskaźnika wynosi 4,8 wobec 2,9 wśród osób o dochodach do 1999 zł i 2,7 wśród osób o dochodach od 2000 zł do 2999 zł) oraz zadowolone z warunków materialnych swoich gospodarstw domowych (4,3 wobec 1,9 wśród oceniających je źle). Relatywnie wysokie wartości wskaźnik

⁴ Dla każdego respondenta zliczone zostały odpowiedzi, w których 1) wyraził on przekonanie, że ceny w ciągu najbliższego roku będą rosły wolniej niż w ubiegłym lub że nie będą rosły; 2) wyraził przekonanie, że w ciągu najbliższego roku dochody gospodarstwa domowego wzrosną; 3) myśli z nadzieją o sytuacji finansowej swojego gospodarstwa domowego w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy; 4) myśli z nadzieją o sytuacji gospodarczej w Polsce w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy, a w ciągu ostatniego miesiąca w jego gospodarstwie domowym: 5) nie trzeba było ograniczać wydatków na zaspokojenie bieżących potrzeb; 6) nie było konieczne pożyczanie pieniędzy na zaspokojenie bieżących potrzeb; 7) udało się zaoszczędzić trochę pieniędzy; 8) dokonano większych planowanych zakupów, inwestycji; 9) dokonano większych, nieplanowanych wcześniej inwestycji; 10) planuje się w ciągu najbliższego miesiąca większe zakupy, inwestycje.

nastrojów konsumenckich osiąga wśród młodszych (4,2 wśród badanych w wieku 18–24 lata i 4,6 w wieku 25–34 lata wobec 3,1 wśród osób w wieku 55+), mieszkańców największych miast (4,1 wobec 3,4 wśród mieszkańców wsi) oraz najlepiej wykształconych (4,3 wśród absolwentów wyższych uczelni wobec 3,1 wśród osób z wykształceniem podstawowym).

CBOS

RYS. 7. Wskaźnik nastrojów konsumenckich – wartości średnie w grupach

