



Bieżące i przyszłe nastroje konsumenckie poprawiły się w stosunku do poprzedniego miesiąca - podał GUS prezentując wyniki badań koniunktury konsumenckiej w listopadzie 2016 r.

Komentarz dr Małgorzaty Starczewskiej-Krzysztozek, głównej ekonomistki Konfederacji Lewiatan

Konsumenci są większymi optymistami niż przedsiębiorcy. Gospodarstwa domowe pozytywnie oceniają zmiany swojej sytuacji finansowej. Trudno się temu dziwić. W październiku br. do gospodarstw domowych, których członkowie są zatrudnieni w firmach 10+ (zatrudniających co najmniej 10 pracowników) trafiło w wyniku wzrostu zatrudnienia i wynagrodzeń ponad 1,5 mld zł więcej niż rok wcześniej. W listopadzie będzie to zapewne podobna kwota. A zatrudnieni w firmach 10+ to ok. 1/3 z 16 mln osób pracujących w polskiej gospodarce. W przypadku pozostałych pracujących zapewne także nastąpił jakiś wzrost dochodów. Do tego do gospodarstw domowych korzystających z programu 500+ trafia co miesiąc ok. 2 mld zł.

Wzrost zatrudnienia w przedsiębiorstwach 10+ w ciągu 10. miesięcy 2016 r.

to 2,9 proc., a wzrost wynagrodzeń – 4,0 proc. Stopa bezrobocia cały czas spada, w październiku była na poziomie 8,2 proc. Trudno się zatem dziwić, że także zdecydowanie spadły obawy gospodarstw domowych dotyczące utraty pracy. Taka sytuacja miała miejsce ostatnio w 2008 r.

Z obu w/w powodów zapewne więcej gospodarstw domowych może sobie pozwolić na oszczędzanie pieniędzy. W ciągu 10 miesięcy 2016 r. depozyty bankowe gospodarstw domowych wzrosły w stosunku do grudnia 2015 r. o 37,5 mld zł (5,8 proc.). Owszem, rosły też kredyty, ale wolniej niż depozyty (o 4,1 proc.).

Ciągle (trzeci miesiąc z rzędu) netto więcej gospodarstw domowych deklaruje dokonywanie ważnych zakupów. Taka sytuacja także miała miejsce ostatnio w 2008 r.

Efekt – poprawa wskaźników ufności konsumenckiej, bieżącego i przyszłego.

Jednak na tym tle pojawia się pytanie – jeśli sytuacja finansowa gospodarstw domowych jest dobra, nie ma obaw utraty pracy, dochody pozwalają na wzrost oszczędności, to dlaczego są one jako konsumenci bardziej wstrzemięźliwe niż w ostatnich miesiącach. Dynamika sprzedaży detalicznej spada – w sierpniu sprzedaż detaliczna wzrosła o 5,6 proc. (r/r, w cenach bieżących), we wrześniu o 4,8 proc., a w październiku o 3,7 proc. Przedsiębiorstwa sygnalizują osłabienie popytu na rynku krajowym (zagranicznym zresztą też) i obawiają się o kolejne miesiące do tego stopnia, że chcą ograniczać zatrudnienie.

W trzecim kwartale 2016 r. polska gospodarka urosła „tylko” o 2,5 proc. wobec wzrostu o 3,1 proc. w ciągu pierwszych 6. miesięcy br. Nie mógł być to tylko efekt spadku inwestycji czy słabszego wkładu eksportu netto w PKB. Przyczyną musiała być także słabsza dynamika spożycia indywidualnego niż w pierwszym półroczu 2016 r. (3,2 proc.).

Wnioski – dobre nastroje konsumentów, w tym tych którzy deklarują dokonywanie

ważnych zakupów, są w części lokowane w dobrach i usługach nie ewidencjonowanych przez GUS w sprzedaży detalicznej. Np. w sprowadzanych bezpośrednio z zagranicy używanych samochodach. Dobre nastroje mogą być także wynikiem spłacania „starych” zobowiązań pożyczkowych. Dobre nastroje, w przypadku gospodarstw domowych o niskich dochodach, mogą wynikać z faktu zwiększenia możliwości konsumpcji podstawowych dóbr konsumpcyjnych (a te są objęte obniżonymi stawkami VAT, co wpływa na niższą wartość sprzedaży detalicznej).

Wydaje się, że mamy w znacznie większym stopniu do czynienia z dobrymi nastrojami gospodarstw domowych niż z „dobrymi nastrojami” konsumentów. Nie są one złe, bo jednak sprzedaż detaliczna rośnie, a wzrost gospodarczy „wisi” prawie w całości na spożyciu indywidualnym. Ale patrząc na składowe wskaźniki ufności konsumenckiej, które są bardzo dobre, można byłoby oczekiwać znacznie więcej po skłonności gospodarstw domowych do konsumpcji. Jednak gospodarstwa domowe zachowują się racjonalnie – ze swojego punktu widzenia. Patrzą nie tylko na dzisiaj, ale także na jutro. I jak widać nie chcą swoich zasobów finansowych w całości poświęcić na bieżący wzrost gospodarczy.