

Barometr Carrefour Wskaźnik Koniunktury Konsumenckiej – luty 2014

Wartość Barometru Carrefour Wskaźnika Koniunktury Konsumenckiej w lutym wyniosła -8,2 punktu (w skali od -100 do +100). W porównaniu z notowaniem z poprzedniego miesiąca, wskazanie Barometru spadło o 1,85 punktu. Był to pierwszy spadek wartości Barometru po trzech kolejnych miesiącach wzrostu. Wartość wskaźnika poniżej zera oznacza, że w dalszym ciągu utrzymuje się niekorzystny stan koniunktury konsumenckiej.

Na zmianę wartości Barometru Carrefour negatywnie wpływały następujące jego składowe: spadek skłonności konsumentów do zakupów, spadek wartości bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej, pogorszenie ogólnego klimatu koniunktury w handlu, nieznaczny wzrost wskaźnika inflacji oraz spadek nominalnej dynamiki przeciętnych wynagrodzeń brutto w sektorze przedsiębiorstw. Spadek wartości Barometru łagodzony był przez: wzrost nominalnej dynamiki wartości kredytów i pożyczek udzielonych gospodarstwom domowym, wzrost realnej dynamiki sprzedaży detalicznej oraz wzrost dynamiki liczby pracujących w sektorze przedsiębiorstw.

Odnotowany w lutym spadek wartości Barometru Carrefour wynikał głównie ze zmiany zachowań konsumentów – najbardziej obniżyły się poziom koniunktury w handlu oraz skłonność do zakupów. Wpływ pozostałych czynników branych pod uwagę przy liczeniu Barometru niemal równoważył się. Pomimo spadku wartości Barometru, warto zwrócić uwagę, że dane płynące z gospodarki świadczą o stopniowym poprawianiu się stanu koniunktury. Przypuszczać zatem należy, że lutowe zachowanie Barometru nie jest zmianą trwającego już od piętnastu miesięcy trendu wzrostowego, a jedynie jego korektą. Pamiętać przy tym należy, że wartość Barometru od sześćdziesięciu dwóch miesięcy, a więc od pięciu i pół roku, znajduje się poniżej poziomu neutralnego, czyli zera. Stanowi to potwierdzenie wciąż obserwowanej na rynku dominacji negatywnych czynników.

Opinię o potencjale wzrostu dla Barometru w najbliższych miesiącach potwierdzają najnowsze prognozy IBnGR, według których w 2014 roku nastąpi przyspieszenie tempa wzrostu PKB do poziomu 2,8 procent. Tempo wzrostu gospodarczego będzie w kolejnych kwartałach coraz wyższe – od 2,6 procent w pierwszym kwartale, do 3,0 w ostatnim. Pomimo przyspieszenia nie będzie ono zatem spektakularne i w dalszym ciągu daleko będzie od wyników osiągniętych na przykład w latach 2006-2008, kiedy to gospodarka rozwijała się w tempie powyżej pięciu, a nawet sześciu procent. Podobnych rekordowych wyników w najbliższych latach nie należy zresztą się spodziewać.

Z perspektywy sektora handlowego najbardziej istotne są prognozy odnośnie dynamiki konsumpcji. W skali całego 2014 roku tempo wzrostu spożycia indywidualnego osiągnie wartość 2,5 procenta, co będzie wynikiem lepszym od notowanych w latach 2012-2013. Podobnie jak w przypadku dynamiki PKB, tempo wzrostu konsumpcji będzie coraz wyższe w każdym kolejnym kwartale – od 1,9 procent w pierwszym, do 3,0 w czwartym. Warto również odnotować, że po dwóch latach spadków, odwrócą się negatywne tendencje w kształtowaniu się popytu inwestycyjnego. W opinii IBnGR, nakłady inwestycyjne zwiększą się w 2014 roku o 4,7 procent.

Kontakt dla mediów:

Donata Wancel, Manager ds. Komunikacji Korporacyjnej, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com

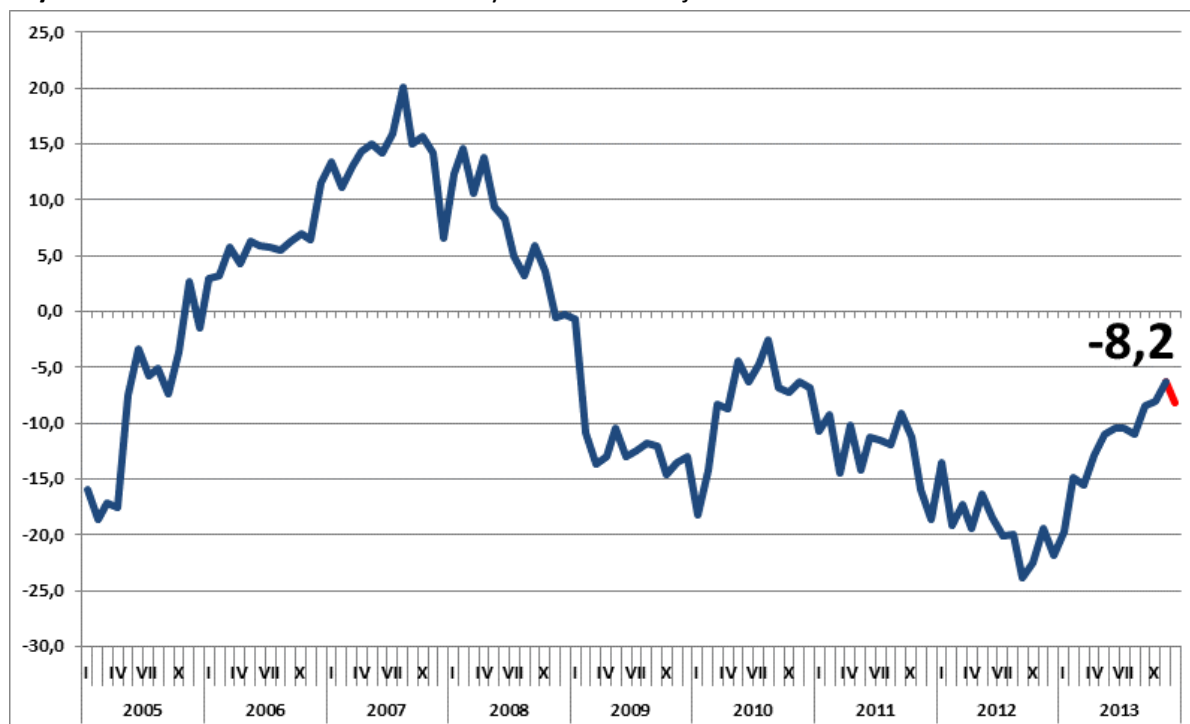
Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com

Barometr Koniunktury Konsumenckiej Carrefour, opracowany przez IBnGR jest wyliczanym comiesięcznie wskaźnikiem obrazującym aktualny stan koniunktury. Jego wartości zmieniają się w przedziale od -100 do +100. Wartości poniżej zera wskazują niekorzystną koniunkturę konsumencką, a powyżej – korzystną.

Tabela Zmiany składników cząstkowych BKK i ich wpływ na jego wartość

Nazwa zmiennej	Przyjęty przedział zmienności	Poprzednia wartość	Aktualna wartość	Wpływ na zmianę BKK
Skłonność do zakupów	[0, 200]	92,5	88,5	-0,79
BWUK	[-100, +100]	-22,7	-23,0	-0,06
Koniunktura w handlu	[-100, +100]	-2,4	-7,5	-1,03
Nominalna dynamika kredytów i pożyczek	[80, 160]	104,1	104,3	0,05
Realna dynamika sprzedaży detalicznej	[80, 140]	104,2	105,9	0,45
Dynamika liczby pracujących	[90, 110]	100,5	100,7	0,21
Dynamika cen konsumpcyjnych	[100, 105]	100,6	100,7	-0,33
Nominalna dynamika wynagrodzeń	[95, 115]	103,1	102,7	-0,35
Łączna zmiana wartości BKK				-1,85

Wykres Wartości Barometru Koniunktury Konsumenckiej w latach 2005-2014



Kontakt dla mediów:

Donata Wancel, Manager ds. Komunikacji Korporacyjnej, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com