

# Dynamiczny Indeks Konsumpcji

indekskonsumpcji.pl

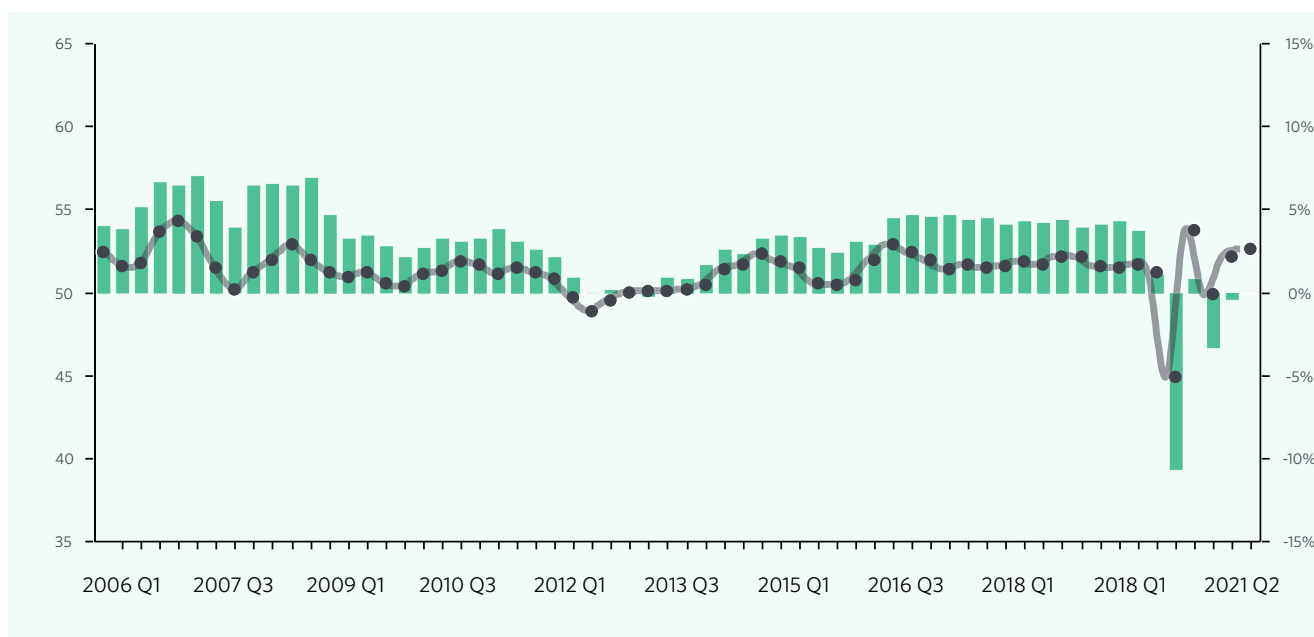
Sierpień 2021

Dynamiczny Indeks Konsumpcji (DIK) to wskaźnik koniunktury przygotowywany przez Politykę Insight na podstawie danych fundacji Polska Bezgotówkowa. DIK pozwala przewidzieć, jak będzie kształtować się realna dynamika konsumpcji w Polsce, zanim GUS opublikuje pełne dane o PKB i jego składowych.

Wskaźnik ukazuje się raz na kwartał. Wartość DIK powyżej 50 pkt oznacza wzrost realnej konsumpcji, wartość poniżej tego poziomu - jej spadek.

Szczegółowe dane na temat DIK, metody jego obliczania i wartości jego subindeksów można znaleźć na stronie [www.indekskonsumpcji.pl](http://www.indekskonsumpcji.pl)

## Dynamiczny Indeks Konsumpcji a realna odsezonowana dynamika konsumpcji w latach 2006-2021 (r/r)



● Dynamiczny Indeks Konsumpcji  
(pkt, lewa oś)

■ Realna odsezonowana dynamika konsumpcji  
(r/r proc., prawa oś)

Źródło: Obliczenia własne.

# DIK pokazuje, jak konsumpcja pokonała pandemię

W II kwartale ożywienie w gospodarce przyspieszyło. Najmocniej odbił popyt na odzież i na usługi - hotelowe, gastronomiczne i rekreacyjne.

Dane za II kwartał 2021 r.

**Wskaźnik DIK wzrósł do 52,58 pkt.** Tym samym został pobity i tak bardzo wysoki wynik z I kwartału (52,16 pkt). Wzrost indeksu powyżej 50 pkt dwa kwartały z rzędu oznacza, że konsumpcja wyszła z recesji. Równocześnie, średnia z ostatnich czterech kwartałów indeksu DIK osiągnęła rekordowy poziom 52,06 pkt, co sygnalizuje, że oczyszczona z wahań sezonowych dynamika spożycia prywatnego w II kw. będzie dwucyfrowa. Dane te pokazują również, że popyt konsumpcyjny bardzo mocno rósł wraz z otwieraniem kolejnych gałęzi gospodarki - restauracji, obiektów kulturalnych i sportowych oraz hoteli.

**Sprzedaż detaliczną hamuje wzrost cen.** W II kw. subindeks DIK „Sprzedaż detaliczna” wzrósł do 53,5 pkt z 52,4 pkt kwartał wcześniej. Za ożywienie odpowiadała przede wszystkim poprawa koniunktury w sklepach odzieżowych (subindeks w tej kategorii wzrósł do 55,6 pkt, to 8,3 pkt więcej kwartał do kwartału), na co wpłynęło otwarcie galerii handlowych i poprawa nastrojów konsumentów, którzy zdecydowali się odświeżyć swoje garderoby po okresie pandemii. Wyraźnie wzrosła też sprzedaż w pozostałych sklepach - drogeriach, kioskach oraz marketach ze sprzętem RTV i AGD. Wzrost spowolnił natomiast w sklepach spożywczych i na stacjach benzynowych, do czego przynajmniej w części przyczyniła się rosnąca inflacja, w tym zwłaszcza drożące żywność i paliwa.

**Rekordowo zwiększył się popyt w gastronomii i hotelarstwie.** Po roku spadków branże powiązane z rekreacją w końcu wyszły na plus. Subindeks DIK w kategorii „Hotele, restauracje i rekreacja” osiągnął w II kw. rekordowe 61 pkt (+22,9 pkt kw./kw.), a w niektórych kategoriach, takich jak hotelarstwo, wolumen transakcji kartami wzrósł ponad 2,5-krotnie w porównaniu z I kw. To rezultat złuzowania rządowych obostrzeń - Polacy w maju i czerwcu masowo ruszyli do barów i restau-

racji oraz na weekendowe wyjazdy poza miasto. Bliższy dwukrotnie wzrósł również popyt konsumpcyjny w kwaciarniach, mimo że te były już otwarte przez całe pierwsze półrocze.

**Sprzedaż usług kosmetycznych przestała rosnąć.** Subindeks DIK w kategorii „Zdrowie i uroda” spadł do 49,2 pkt z rekordowego poziomu 60,2 pkt w I kw. To sygnał, że odłożony w czasie poprzednich lockdownów popyt na usługi kosmetyczne i fryzjerskie zmaterializował się tuż po częściowym otwarciu gospodarki. W kwietniu i maju zapotrzebowanie na usługi związane z urodą i zdrowiem już dalej nie rosło, a w niektórych branżach, jak usługi fryzjerskie czy kosmetyczne, nieznacznie nawet spadło. Wolniej przyrastały też obroty drobnych usługodawców, którzy przeżyli obniżenie w I kw. - mechaników samochodowych, prywatnych nauczycieli czy pośredników ubezpieczeniowych (subindeks DIK w kategorii „Usługi pozostałe” wyniósł 53,3 pkt wobec 57 pkt w I kw.).

## CO Z TEGO WYNIKA

Jak wynika z wskaźnika DIK, w II kw. 2021 r. Polacy na dobre ruszyli na zakupy. Było to spowodowane otwarciem gospodarki i wzrostem optymizmu konsumentów, którzy zdecydowali się na powrót do życia towarzyskiego. Świadczą o tym nie tylko świetne wyniki dopiero co otwartych hoteli i restauracji, lecz także rekordowe obroty w kwaciarniach i sklepach z odzieżą, które w dużo mniejszym stopniu były objęte restrykcjami w I kw. W związku z powyższym podtrzymujemy naszą prognozę, że tempo wzrostu konsumpcji wyniosło w II kw. ok. 12 proc. Równocześnie, spowolnienie popytu na usługi kosmetyczne i fryzjerskie może sugerować, że odłożony popyt tylko krótkotrwale będzie podbijał konsumpcję, a w kolejnych kwartałach także w pozostałych branżach należy oczekiwać wyraźnego hamowania koniunktury.

Autor  
indeksu



**Adam Czerniak**  
Główny ekonomista  
Polityka Insight



polskabezgotowkowa.pl

POLITYKA  
INSIGHT

politykainsight.pl