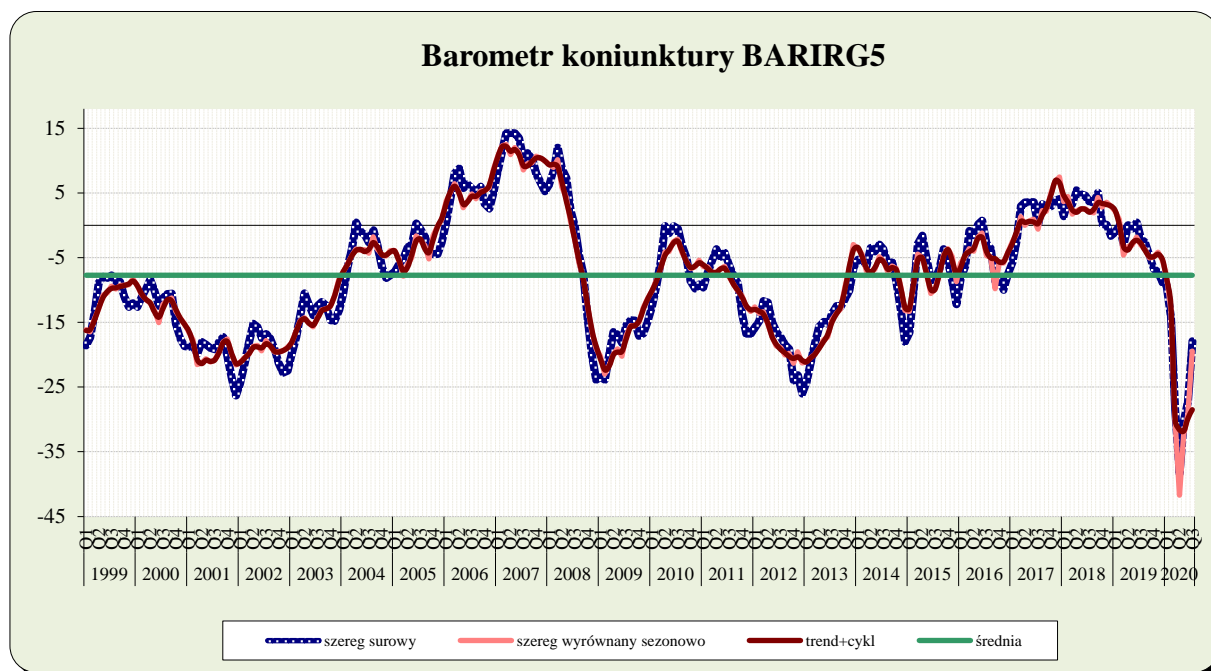


Informacja
 Sygnalna

III kwartał 2020

**Koniunktura
 w gospodarce polskiej**


Wzrost aktywności gospodarczej po odblokowaniu gospodarki

Wartość barometru IRG SGH (BARIRG5) w III kwartale 2020 r. wynosi -17,9 pkt., o 20,5 pkt. więcej niż w II kwartale br. Wszystkie składowe barometru, poza wskaźnikiem koniunktury w sektorze bankowym, zwiększyły się ale ich wartości pozostały ujemne. Ciągłe należą do najniższych w historii badania koniunktury w IRG. Pozytywne zmiany miały miejsce tylko w skali kwartału. W stosunku do stanu z ubiegłego roku wartości wskaźników uległy dalszemu pogorszeniu.

Największy wpływ na kwartalny wzrost barometru miały poprawy wskaźnika koniunktury w przemyśle przetwórczym, o 26,9 pkt., kondycji gospodarstw domowych o 24,3 pkt. oraz handlu o 24 pkt. Łącznie spowodowały one wzrost wartości barometru o 18 punktów. Wzrost wartości wskaźnika koniunktury w budownictwie o 18 pkt. spowodował wzrost wartości barometru o dalsze 2,6 pkt. Spadek wartości wskaźnika koniunktury w sektorze bankowym miał niewielki wpływ na zmianę wartości barometru.

W porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku wartość barometru spadła po raz ósmy z rzędu, tym razem o 15,8 pkt. Spadki w skali roku odnotowano dla wszystkich badanych sektorów. Największe miały miejsce dla sektora bankowego, o 38 pkt., gospodarstw domowych, o 19,8 pkt. oraz budownictwa, o 29,6 pkt. Łącznie powodowały one spadek wartości barometru o ponad 15 pkt. Spadki wartości wskaźnika koniunktury w handlu i przemyśle przetwórczym były mniejsze, wyniosły odpowiednio 0,3 i 3 pkt. Ich wpływ na spadek wartości barometru był niewielki.

Analiza zarówno kwartalnych, jak i rocznych zmian wartości wskaźników koniunktury w poszczególnych branżach wskazuje na to, iż gospodarka polska znajduje się w fazie dekoniunktury. Determinacja przedsiębiorców, dążących do odrobienia strat poniesionych w wyniku zatrzymania gospodarki, doprowadziła do wzrostu aktywności gospodarczej, jednak powrót do dobrej koniunktury będzie trwał dłużej. W gospodarce ciągle utrzymuje się niepewność a nastroje przedsiębiorców i konsumentów są pesymistyczne.