PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU nr 165
Społeczna rola statystyki 2011

Grzegorz Kowalewski
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

INFORMACJE GUS ŹRÓDŁEM WIEDZY O KONIUNKTURZE GOSPODARCZEJ

Streszczenie: W artykule opisano jakościowe źródła wiedzy o koniunkturze gospodarczej. Opisano konstrukcję wskaźników koniunktury publikowanych przez GUS. Wskazano na wady i zalety „miękkiej" wiedzy o koniunkturze gospodarczej.

Słowa kluczowe: koniunktura gospodarcza, ankiety koniunktury, wskaźniki koniunktury, kondycja gospodarstw domowych, GUS.

1. Wstęp – „dane miękkie"

Analizując koniunkturę gospodarczą, można korzystać z „twardych" lub „miękkich" źródeł informacji.

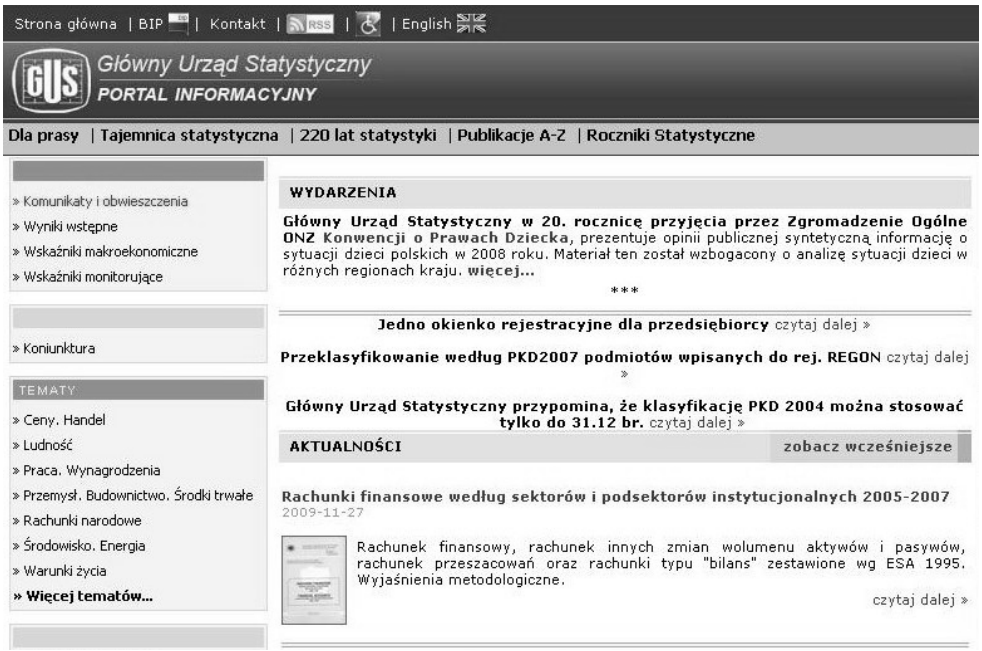
Informacje „twarde", zwane także ilościowymi, przedstawiają całościowy obraz gospodarki. Mają one jednak wadę: są publikowane z dużym opóźnieniem w stosunku do opisywanego okresu. Dlatego nie pozwalają na aktualną diagnozę, a tym bardziej prognozę koniunktury. Do informacji twardych można zaliczyć np. produkt krajowy brutto, produkcję sprzedaną przemysłu, stopę bezrobocia, inflację.

Informacje „miękkie", zwane także jakościowymi, zazwyczaj są oparte tylko na próbie, na podstawie której wnioskuje się o sytuacji gospodarczej w całej badanej zbiorowości (populacji). Źródłem informacji jest ankieta, regularnie wysyłana do przedsiębiorstw czy gospodarstw domowych. Zbierane informacje mają charakter jakościowy, bo w zdecydowanej większości są pozbawione kwantyfikacji, nie operują ilościowym opisem gospodarki. Za to uwzględniają psychologiczne czynniki podejmowania decyzji, co jest szczególnie przydatne w prognozowaniu koniunktury gospodarczej.

Główny Urząd Statystyczny (GUS) w swoich statystykach ma obie grupy informacji. Pierwsza grupa jest powszechnie stosowana i szczegółowo opisana. W związku z tym nie będzie przedmiotem rozważań niniejszego artykułu. Dalsze rozważania dotyczyć będą wiedzy o koniunkturze, jaką dają nam statystyki z drugiej – jakościowej – grupy. Zresztą GUS w swoim portalu informacyjnym [6] w dziale „Koniunktura" (por. rys. 1 – fragment strony GUS) przedstawia tylko informacje „miękkie".

GUS przeprowadza badania jakościowe – ankietowe – następujących rodzajów przedsiębiorstw:

1) przemysłowych,
2) budowlanych,
3) handlowych,
4) usługowych.



Rys. 1. Fragment strony internetowej GUS

Źródło: [6].

Ze względu na różny charakter tych przedsiębiorstw, do każdej grupy są wysyłane ankiety z innym zestawem pytań dostosowanym do charakteru prowadzonej działalności gospodarczej. Fragment miesięcznej ankiety kierowanej do przedsiębiorstw przemysłowych[1] zamieszczono na rys. 2.

W ankietowych badaniach koniunktury gospodarczej zazwyczaj stosowane są pytania zamknięte jednokrotnego wyboru z trzema wariantami odpowiedzi:

– pozytywnym,
– neutralnym,
– negatywnym.

[1] Wszystkie ankiety kierowane do przedsiębiorstw są zamieszczone na stronie GUS: www.stat.gov.pl.

Na przykład pytanie 1 ankiety przemysłowej brzmi: „Ogólna sytuacja gospodarcza przedsiębiorstwa jest:
1) dobra,
2) zadowalająca,
3) zła”.

2. Wskaźniki

Jak na podstawie tego typu pytań wyciągać wnioski o koniunkturze gospodarczej? Jak z takich danych jakościowych uzyskać wartości wskaźników, które posłużą do oceny wzrostu czy spadku koniunktury gospodarczej? W jaki sposób oblicza się statystyki „miękkie”, które będą źródłem wiedzy o stanie gospodarki?

Wypełnia US → Symbol oddziału terenowego ☐☐ Nr formularza ☐☐☐☐ Nr str. 1

GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY, al. Niepodległości 208, 00-925 Warszawa ***www.stat.gov.pl***

Nazwa i adres jednostki (firmy)	**AK-P/m** **Ankieta koniunktury gospodarczej** **przemysł** **miesiąc ..... 2009 r.**	Portal sprawozdawczy GUS www.stat.gov.pl Urząd Statystyczny ul. Spokojna 1 65-954 Zielona Góra Prosimy przekazać/wysłać w terminie do 10. dnia danego miesiąca

Obowiązek przekazywania danych statystycznych wynika z art. 30 pkt 3 ustawy z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. Nr 88, poz. 439, z późn. zm.) oraz rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 27 listopada 2008 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2009 (Dz. U. Nr 221, poz. 1436).

Numer identyfikacyjny - **REGON** *(w przypadku posiadania 14-cyfrowego numeru REGON wpisać pierwszych 9 znaków)* ☐☐☐☐☐☐☐☐☐

Dziękujemy za terminowe wypełnienie ankiety i gwarantujemy zachowanie tajemnicy statystycznej

Odpowiedzi powinny być udzielane z wyłączeniem wpływu czynnika sezonowego, czyli z pominięciem zmian charakterystycznych dla danego okresu roku.

I. Ocena sytuacji gospodarczej

*W każdym pytaniu proszę wpisać znak **X** w kratkę obok symbolu właściwej (tylko jednej) odpowiedzi.*

1	**Ogólna sytuacja gospodarcza przedsiębiorstwa jest:**			
	• dobra ..... 1 ☐	• zadowalająca ..... 2 ☐	• zła ..... 3 ☐	
2	**Portfel zamówień (krajowy i zagraniczny) na produkty przedsiębiorstwa:**			
	• wzrasta ..... 1 ☐	• pozostaje bez zmian .... 2 ☐	• spada ..... 3 ☐	

Rys. 2. Fragment miesięcznej ankiety przemysłowej GUS

Źródło: [6].

Dla każdego takiego pytania oblicza się strukturę odpowiedzi (sumujących się do 100%), np. 10% odpowiedzi pozytywnych, 76% neutralnych i 14% negatywnych.

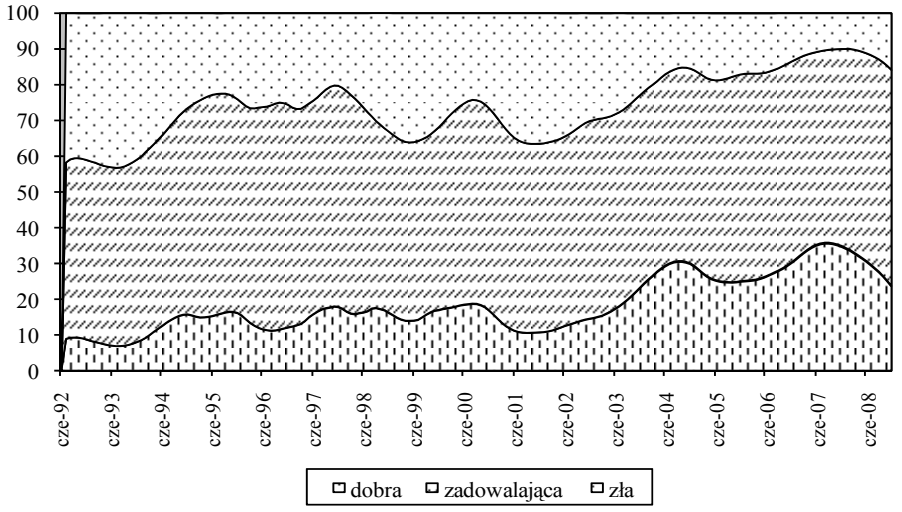
Zazwyczaj struktura ta jest przedstawiana w postaci tzw. lustra koniunktury. Na rysunku 3 przedstawiono lustro koniunktury na pierwsze pytanie ankiety przemysłowej GUS dotyczące ogólnej sytuacji gospodarczej przedsiębiorstwa dla danych od czerwca 1992 r. do grudnia 2008 r.[2]

Trudno analizować trzy szeregi jednocześnie. Dlatego też zazwyczaj stosuje się podejście opisujące badane zjawisko za pomocą jednej zmiennej syntetycznej zwanej w badaniach koniunktury wskaźnikiem prostym[3]. Wariant pozytywny uznaje się za stymulantę, wariant negatywny za destymulantę, wariant neutralny za zmienną neutralną. Wskaźnik prosty tworzy się, korzystając z metody sumowania, czyli oblicza się zazwyczaj jako różnicę między procentowym udziałem odpowiedzi pozytywnych i negatywnych, co tworzy tzw. saldo odpowiedzi na dane pytanie:

$$S = P - N,$$

gdzie: S – saldo odpowiedzi,
P – odsetek odpowiedzi pozytywnych,
N – odsetek odpowiedzi negatywnych.

Na rysunku 4 przedstawiono saldo odpowiedzi dla tych samych danych co na rys. 3.



Rys. 3. Lustro koniunktury

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

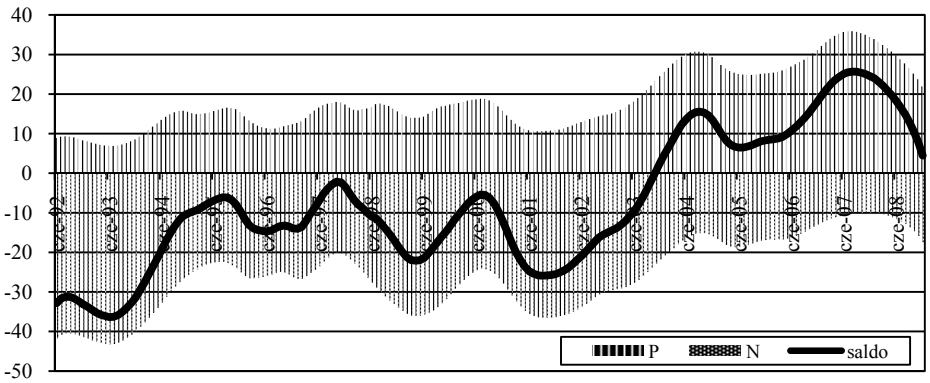
[2] Dane po usunięciu wahań przypadkowych i sezonowych za pomocą trendu pełzającego [3].

[3] Określenie prosty oznacza, że wskaźnik dotyczy jednego pytania.

GUS podając wyniki jakościowych badań, prezentuje na wykresie i analizuje tylko saldo odpowiedzi. Wartość tego wskaźnika mieści się w przedziale od –100 (gdy wszyscy respondenci wybrali wariant niekorzystny ze swojego punktu widzenia) do 100, gdy wszyscy wybrali wariant pozytywny. Wartość wskaźnika powyżej zera wskazuje na dobry klimat koniunktury, poniżej zera – na zły klimat. Badania koniunktury prowadzi się systematycznie, więc wskaźnik bieżący porównuje się z okresami poprzednimi, pokazuje wtedy kierunek zmian (rośnie czy maleje). Zmiany salda koniunktury można interpretować w następujący sposób:

– do 10: bez zmian;
– 11-25: minimalny, niewielki, umiarkowany wzrost (spadek);
– 26-50: pewien, wyraźny wzrost (spadek);
– 51-75: istotny, duży, znaczny wzrost (spadek);
– 76-90: silny wzrost (spadek);
– ponad 90: bardzo silny wzrost (spadek).

Przykładowo, analizując szereg sald odpowiedzi na pierwsze pytanie ankiety (zobrazowane na rys. 4), można zauważyć, że do października 2003 r. przeważali pesymiści w ocenie sytuacji swojego przedsiębiorstwa. Od listopada 2003 r. tendencja się odwróciła – odzwierciedla to dobry klimat koniunktury, który swój szczyt osiągnął w sierpniu 2007 r. z poziomem 25,7. Od tego czasu sytuacja gospodarcza przedsiębiorstw się pogarszała. W ostatnim prezentowanym na rysunku okresie – grudniu 2008 r. – wartość salda koniunktury wyniosła tylko 4,5, zatem od szczytu koniunktury w sierpniu 2007 r. odnotowano umiarkowany spadek.



Rys. 4. Saldo odpowiedzi i jego składowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W obliczaniu wskaźnika prostego nie są brane pod uwagę odpowiedzi neutralne, co może być uznane za wadę takiego sposobu obliczania wskaźników prostych. Wtedy bowiem „sklejane" są różne struktury odpowiedzi.

Przykład

A) Rozkład odpowiedzi na pytanie ankiety jest następujący: 10% respondentów wybrało wariant pozytywny, 76% respondentów nie stwierdziło zmian, a 14% respondentów wybrało wariant negatywny.

B) Rozkład odpowiedzi na inne pytanie ankiety jest następujący: 48% respondentów wybrało wariant pozytywny, nikt nie wybrał wariantu neutralnego, a 52% respondentów wybrało wariant negatywny.

W obu przypadkach obliczony wskaźnik prosty ma wartość –4. Jednak w pierwszym przypadku zdecydowanie przeważał wariant neutralny, co wskazuje na znaczną stabilizację zjawiska.

Zatem saldo obliczane dla dwóch różnych struktur odpowiedzi może dać taką samą wartość wskaźnika prostego.

3. Indeks dyfuzji

Skoro saldo jest niejednoznaczne, może należałoby korzystać z innego sposobu opisu struktury odpowiedzi na pytanie ankiety koniunktury? Czasami wskaźnik prosty jest obliczany następująco:

$$I = P = \frac{E}{2},$$

gdzie: I – indeks dyfuzji,
P – odsetek odpowiedzi pozytywnych,
E – odsetek odpowiedzi neutralnych.

Przykład

Obliczmy indeksy dyfuzji w obu przypadkach.

Indeks dyfuzji A = 10 + 0,5∗76 = 48.

Indeks dyfuzji B = 48 + 0,5∗0 = 48.

Tak obliczony wskaźnik prosty przybiera wartości z przedziału [0, 100]; 0 – gdy wszystkie odpowiedzi są negatywne, 100 – gdy wszystkie odpowiedzi są pozytywne, 50 – gdy wszystkie odpowiedzi są neutralne. Stąd wartości poniżej 50 wskazują na pogorszenie sytuacji, a wartości powyżej 50 – na poprawę sytuacji gospodarczej.

Indeks dyfuzji jest liniową funkcją wskaźnika obliczanego jako saldo odpowiedzi:

$$I = 0{,}5S + 50.$$

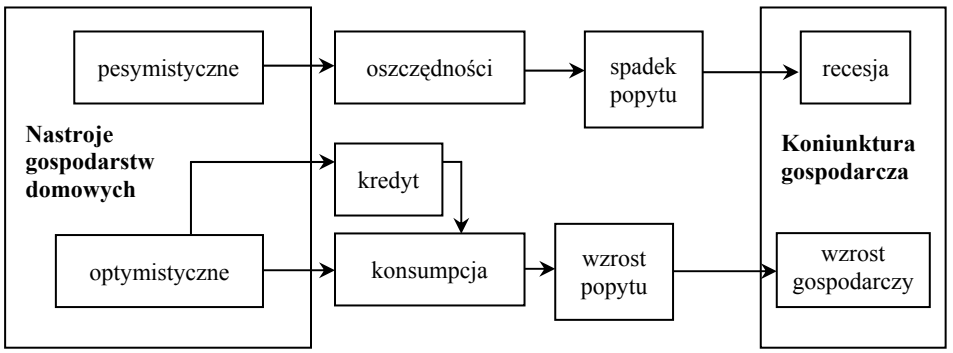
Zatem po obliczeniu jednej wersji wskaźnika prostego można obliczyć drugą wersję. Indeks dyfuzji daje dokładnie tę samą informację co saldo odpowiedzi.

Opisując odpowiedzi na dane pytanie, mamy trzy liniowo zależne zmienne opisujące strukturę odpowiedzi (sumują się do 100%). Aby można było jednoznacznie opisać strukturę odpowiedzi, wystarczy zastosować tylko dwie zmienne. Zatem

oprócz salda odpowiedzi należałoby dodać drugą zmienną. W literaturze [2] proponuje się jako uzupełnienie salda uwzględnienie odsetka odpowiedzi neutralnych. Mogą one zostać zinterpretowane jako wskaźnik zmian stopnia niepewności wśród respondentów. Saldo uzupełnione o odsetek odpowiedzi neutralnych jednoznacznie określa strukturę odpowiedzi. Znając wartości tych dwóch zmiennych, możemy odtworzyć strukturę odpowiedzi.

W portalu internetowym GUS są dostępne wyniki badań koniunktury przedsiębiorstw w formacie Excel. Zmiana klasyfikacji z PKD 2004 na PKD 2007 spowodowała, że nie ma już jednorodnych szeregów czasowych dla całego okresu badania koniunktury. Obecnie w nowej klasyfikacji są dane przeliczone wstecznie do 2000 r. Niestety, GUS, przedstawiając wyniki badań ankietowych przedsiębiorstw, prezentuje tylko salda odpowiedzi, nie ma zatem możliwości odtworzenia jednoznacznej struktury odpowiedzi i uzupełnienia salda o odsetek odpowiedzi neutralnych.

Oprócz przedsiębiorstw GUS (wspólnie z NBP) bada także koniunkturę gospodarstw domowych. Pytania w ankiecie gospodarstw domowych dotyczą ich własnej sytuacji ekonomicznej oraz sytuacji w gospodarce. Po co pyta się konsumentów o koniunkturę w gospodarce? Okazuje się, że opinie konsumentów o gospodarce są wynikiem ich własnej sytuacji ekonomicznej i kształtują poziom i strukturę popytu oraz poziom i strukturę oszczędności. Zachowania i nastroje konsumenckie mają decydujący wpływ na aktywność przedsiębiorstw. Wpływ nastrojów gospodarstw domowych na koniunkturę gospodarczą można zobrazować w postaci schematu (rys. 5).

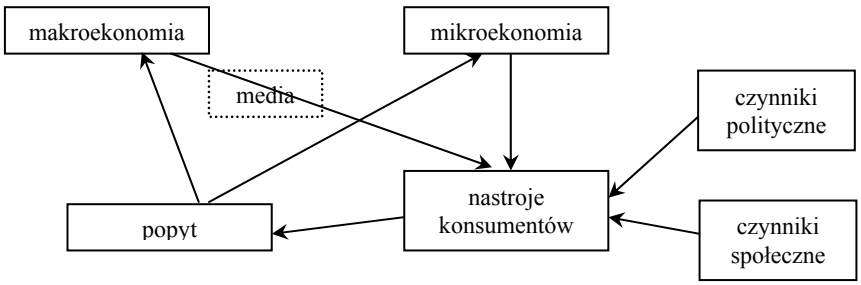


Rys. 5. Wpływ nastrojów konsumenckich na koniunkturę gospodarczą

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5].

Nastroje konsumentów są odbiciem różnych czynników, które docierają do konsumenta. Jest to zobrazowane na rys. 6.

Ankietowych badań opinii i nastrojów konsumentów sondowanych w ramach badań koniunktury nie należy mylić z badaniami budżetów gospodarstw domowych prowadzonymi również przez GUS, które polegają na prowadzeniu przez rodzinę zapisów przychodów i rozchodów (pieniężnych i niepieniężnych) w specjalnej ksią-



Rys. 6. Nastroje gospodarstw domowych jako filtr różnych czynników

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5].

żeczce budżetowej. Oba rodzaje są badaniami niewyczerpującymi na próbie gospodarstw domowych.

Podstawowymi zagadnieniami obserwowanymi w badaniach koniunktury konsumenckiej są:
- sytuacja finansowa gospodarstw domowych (diagnoza i prognoza),
- ogólna sytuacja w gospodarce (diagnoza i prognoza),
- koszty utrzymania (diagnoza),
- ceny (prognoza),
- zatrudnienie lub bezrobocie (prognoza),
- skłonność do zakupów dóbr trwałego użytku: wyposażenie mieszkań, samochody (diagnoza i prognoza),
- skłonność do zakupów dóbr inwestycyjnych: domów, ziemi, generalnych remontów, (diagnoza i prognoza),
- skłonność do oszczędzania (diagnoza i prognoza).

Ankieta GUS[4] (o kryptonimie KGD-1) zawiera 16 pytań dotyczących kondycji gospodarstw domowych[5]. Większość pytań w ankiecie ma sześć wariantów odpowiedzi:
- silnie pozytywną,
- umiarkowanie pozytywną,
- neutralną,
- umiarkowanie negatywną,
- silnie negatywną,
- nie wiem.

Na przykład pytanie 1 ankiety dotyczące koniunktury konsumenckiej brzmi: „Jak zmieniła się sytuacja finansowa Pana(i) gospodarstwa domowego w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

[4] Szkoda, że wzoru ankiety nie ma na stronie GUS.

[5] Pytania dotyczące kondycji gospodarstwa domowego to dopiero dział 6 ankiety. Kwestionariusz KGD-1 zawiera także pytania dotyczące składu gospodarstwa domowego, charakterystyk demograficznych respondenta i jego aktywności ekonomicznej.

1) jest dużo lepsza,
2) jest trochę lepsza,
3) pozostaje taka sama,
4) jest trochę gorsza,
5) jest dużo gorsza,
6) nie wiem".

Dla pytań o szerszej skali również są obliczane salda odpowiedzi, tym razem z następującymi wagami:

$$S = (PP + 0{,}5P) - (0{,}5N + NN),$$

gdzie: S – saldo odpowiedzi,
PP – odsetek odpowiedzi „dużo lepsza",
P – odsetek odpowiedzi „trochę lepsza",
N – odsetek odpowiedzi „trochę gorsza".
NN – odsetek odpowiedzi „dużo gorsza".

Przykładowo, jeśli rozkład odpowiedzi na pytanie 1 ankiety konsumenckiej jest następujący:
38% respondentów wybrało odpowiedź „dużo lepsza",
10% respondentów wybrało odpowiedź „trochę lepsza",
2% respondentów wybrało odpowiedź „bez zmian",
30% respondentów wybrało odpowiedź „trochę gorsza",
20% respondentów wybrało odpowiedź „dużo gorsza",
to saldo odpowiedzi wyniesie 8.

Jak widać, tutaj również nie są uwzględniane odpowiedzi neutralne oraz odpowiedzi „nie wiem".

Na podstawie wybranych pytań ankiety konstruuje się wskaźniki syntetyczne (zwane także złożonymi lub zbiorczymi) obrazujące poziom koniunktury w danej branży czy całej gospodarce. Zazwyczaj jest to średnia sald odpowiedzi na wybrane pytania. Są różne koncepcje uwzględniania tych a nie innych pytań do obliczeń wskaźników syntetycznych. GUS w ankietach kierowanych do przedsiębiorstw zastosował koncepcję stosowaną przez monachijski IFO – Institute for Economic Research (Institut für Wirtschaftsforschung) i oblicza wskaźniki zbiorcze (zwane przez GUS wskaźnikami klimatu koniunktury) w następujący sposób:

$$K = \frac{S_D + S_P}{2},$$

gdzie: K – wskaźnik klimatu koniunktury,
S_D – saldo odpowiedzi na pytanie o diagnozę ogólnej sytuacji gospodarczej przedsiębiorstwa,
S_P – saldo odpowiedzi na pytanie o prognozę ogólnej sytuacji gospodarczej przedsiębiorstwa.

Dla gospodarstw domowych GUS oblicza dwa wskaźniki syntetyczne zwane wskaźnikami ufności konsumenckiej: bieżący i wyprzedzający.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) obliczany jest jako średnia arytmetyczna sald odpowiedzi dotyczących pytań:

– ocen zmian sytuacji gospodarstwa domowego w okresie ostatnich 12 miesięcy,
– ocen zmian sytuacji gospodarstwa domowego w okresie najbliższych 12 miesięcy,
– ocen zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w okresie ostatnich 12 miesięcy,
– ocen zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w okresie najbliższych 12 miesięcy,
– ocen zmian dokonywania ważnych zakupów.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) obliczany jest[6] jako średnia arytmetyczna sald odpowiedzi dotyczących pytań:

– ocen zmian sytuacji gospodarstwa domowego w okresie najbliższych 12 miesięcy,
– ocen zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w okresie najbliższych 12 miesięcy,
– ocen zmian poziomu bezrobocia w okresie najbliższych 12 miesięcy (ze znakiem przeciwnym),
– ocen zmian oszczędzania pieniędzy przez gospodarstwo domowe w okresie najbliższych 12 miesięcy.

W portalu internetowym GUS nie są dostępne szeregi czasowe z badań kondycji gospodarstw domowych. Prezentowane są tylko miesięczne komunikaty w formacie pdf.

4. Podsumowanie

„Miękka" wiedza o koniunkturze gospodarczej wiąże się z pewnymi wadami, ale ma też swoje zalety. Warto zdawać sobie z tego sprawę, korzystając z niej.

Zalety:

– Aktualność wiedzy wynikająca z szybkiego pozyskiwania i opracowania danych. GUS dane zbiera do 10 danego miesiąca a w okolicy 23 tegoż miesiąca prezentuje już wyniki – wskaźniki koniunktury.
– Regularność i częstość prowadzonych badań. GUS regularnie w miesięcznych odstępach bada przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowe.
– Możliwość pozyskiwania wiedzy niedostępnej (lub publikowanej z dużym opóźnieniem) w „twardej" statystyce. Trudno w inny sposób uzyskać wiedzę np. o zamierzeniach przedsiębiorców czy gospodarstw domowych.
– Możliwość jednoczesnego pozyskiwania wiedzy o koniunkturze zarówno ogólnopolskiej, jak i w poszczególnych sektorach. GUS równocześnie prezentuje wyniki dla całej gospodarki i dla poszczególnych sekcji PKD.

[6] Zgodnie ze standardami Unii Europejskiej.

– Elementy prognoz w badaniach. Sporo pytań w ankiecie GUS dotyczy przewidywań respondentów.

Wady:

– Subiektywny charakter odpowiedzi, niepewność co do ich rzetelności oraz wiedzy i kompetencji respondentów. GUS, wysyłając ankiety, kieruje je przede wszystkim do tzw. stałego panelu respondentów, czyli tych, którzy wcześniej udzielili odpowiedzi w badaniach koniunktury. Nie oznacza to, że są oni najlepiej poinformowani. Być może nie zdają sobie sprawy ze swojej niewiedzy.
– Brak kwantyfikacji opisywanych zjawisk. Sposób obliczania wskaźników na podstawie pytań jakościowych zawęża wiedzę o koniunkturze.
– Wycinkowy zasięg badań. Mimo dużego zakresu badań GUS nie bada koniunktury całej gospodarki. Przykładowo poza badaniami jest cały sektor rolny.
– Wysoki koszt badań ankietowych. Można jednak go obniżyć. Jednym ze sposobów jest szukanie instytucji, które zainteresowane wynikami mogą współfinansować badania. Tak się stało w przypadku badań przez GUS koniunktury gospodarstw domowych. GUS prowadził badania kwartalne. Dofinansowanie NBP umożliwiło badanie koniunktury konsumenckiej z miesięczną częstotliwością. Innym sposobem obniżenia kosztów jest wykorzystywanie przez GUS w coraz większym zakresie formularzy elektronicznych, które można wypełnić on-line przez Internet.
– Wybiórczość informacji pod względem podmiotowym. Badania ankietowe obejmują jedynie pewną próbę, nawet jeśli jest ona spora – GUS bada prawie 20 tys. przedsiębiorstw – reprezentującą całą zbiorowość.
– Wąski zakres informacji. Ankiety GUS zawierają maksymalnie dwadzieścia parę pytań. Nie można zatem uzyskać pełnej informacji o respondencie.
– Problemy techniczne przy przetwarzaniu i interpretacji danych. Można tu podać problemy przy doborze próby – aby była ona reprezentatywna, eliminacji wahań sezonowych widocznych w szeregach czasowych wskaźników mimo, że w ankietach GUS jest prośba do respondentów, aby odpowiedzi udzielali z wyłączeniem wpływu czynnika sezonowego, czyli z pominięciem zmian charakterystycznych dla danego okresu roku.

Mimo tych wad „miękka" wiedza jest niezbędna do oceny, a szczególnie do prognozy koniunktury gospodarczej. Statystyki GUS ze względu na duży zakres badań w tej dziedzinie są nieocenione.

Literatura

[1] *Badanie koniunktury gospodarczej*, GUS, Warszawa 2007.
[2] *Business Tendency Surveys. A Handbook*, OECD, Paris 2003.
[3] Hellwig Z., *Schemat budowy prognozy statystycznej metodą wag harmonicznych*, „Przegląd Statystyczny" 1965, nr 2.

[4] Kowalewski G., *Zarys metod badania koniunktury gospodarczej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2009.
[5] www.ipsos.pl.
[6] www.stat.gov.pl.

THE INFORMATION OF CENTRAL STATISTICAL OFFICE AS THE SOURCE OF KNOWLEDGE ABOUT BUSINESS SITUATION

Summary: The qualitative sources of knowledge about business situation are described in the paper. There is also a presentation of the structure of indicators of business cycle published by the Central Statistical Office. As a result, the advantages and disadvantages of "soft" knowledge about business situation are defined.