



## **Koniunktura konsumencka<sup>\*)</sup>** **Kwiecień 2012 r.**

W kwietniu 2012 r., podobnie jak w poprzednim miesiącu, nie zanotowano istotniejszych zmian w tendencjach nastrojów konsumenckich społeczeństwa.

**Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK)**, syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, w kwietniu 2012 r. nie zmienił się w stosunku do poprzedniego miesiąca i utrzymał na poziomie –30,3 pkt proc. Poziom tego wskaźnika jest niższy o 3,5 pkt proc. od wyniku z kwietnia poprzedniego roku.

Na utrzymanie się w kwietniu 2012 r. wartości bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej na poziomie podobnym jak poprzednim miesiącu wpłynęły przede wszystkim lepsze oceny obecnego dokonywania ważnych zakupów dla gospodarstw domowych (o 1,7 pkt proc.). W tym samym kierunku, ale nieznacznie, oddziaływały oceny zaistniałych zmian w sytuacji finansowej gospodarstw domowych (poprawa o 0,4 pkt proc.).

Negatywnie natomiast oddziaływały pozostałe badane czynniki, w szczególności dotyczące ocen zaistniałych oraz oczekiwanych zmian w sytuacji ekonomicznej kraju (pogorszenie ocen o 0,9 i 0,8 pkt proc.).

**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK)**, syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, poprawił się w stosunku do poprzedniego miesiąca o 1,2 pkt proc. i ukształtował na poziomie –34,7 pkt proc. Wartość tego wskaźnika była jednak niższa niż przed rokiem o 4,9 pkt proc.

Korzystniejszy poziom wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej, w porównaniu do poprzedniego miesiąca, ukształtowany został poprzez poprawę oczekiwań społeczeństwa odnośnie kierunków zmian w poziomie bezrobocia (poprawa ocen o 3,5 pkt proc.) oraz perspektyw oszczędzania pieniędzy (poprawa ocen o 2,5 pkt proc.).

---

<sup>\*)</sup> Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W kwietniu 2012 r. badanie przeprowadzono na próbie 1 824 gospodarstw domowych.

Najważniejszymi wskaźnikami, obliczanymi na podstawie przeprowadzonych badań, są: 1) bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący bieżące tendencje zmian w konsumpcji indywidualnej (tablica I) oraz 2) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej – obrazujący oczekiwane w najbliższych miesiącach zmiany w tendencjach konsumpcji indywidualnej (tablica II). Obydwa wskaźniki ufności konsumenckiej mogą przyjmować wartości od –100 do +100. Wartość dodatnia oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych optymistycznie nad konsumentami nastawionymi pesymistycznie, natomiast wartość ujemna oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych pesymistycznie nad konsumentami nastawionymi optymistycznie. Szczegółowe wyjaśnienia metodologiczne badania przedstawiono w publikacji „Koniunktura konsumencka. Tendencje zmian październik 2003—styczeń 2004”.

Od maja 2004 r. wyniki badań publikowane są w miesięcznych i kwartalnych „Informacjach sygnałnych”, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.

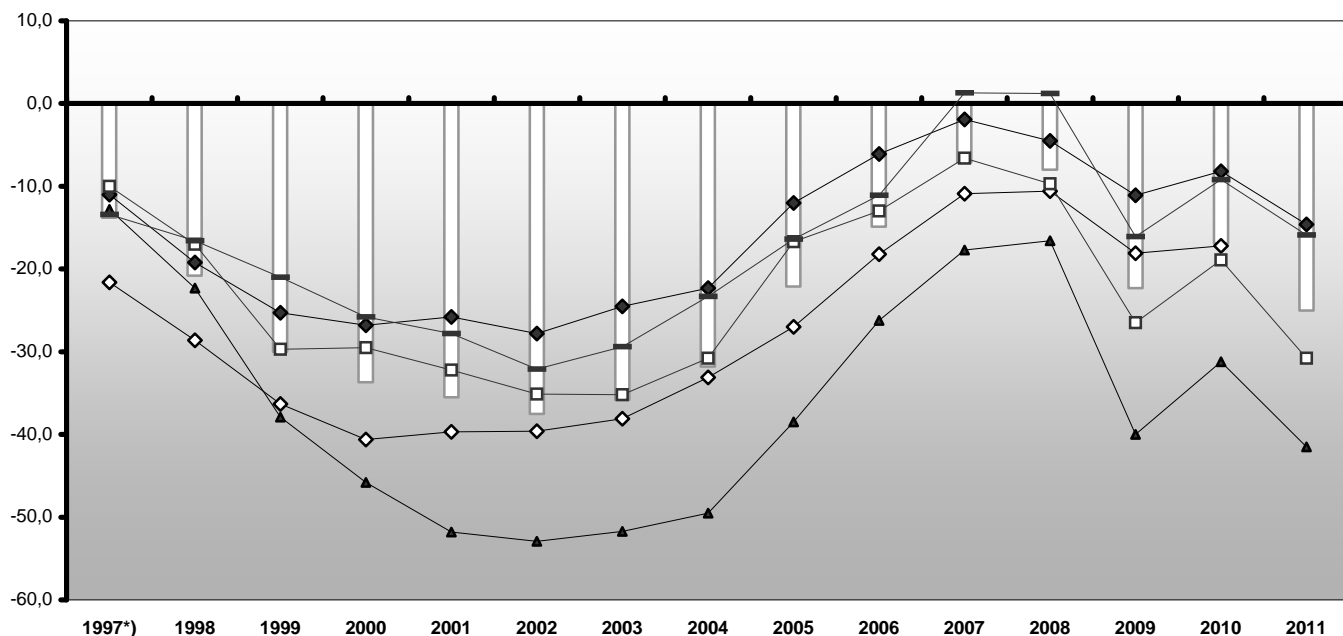
**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)**

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów.

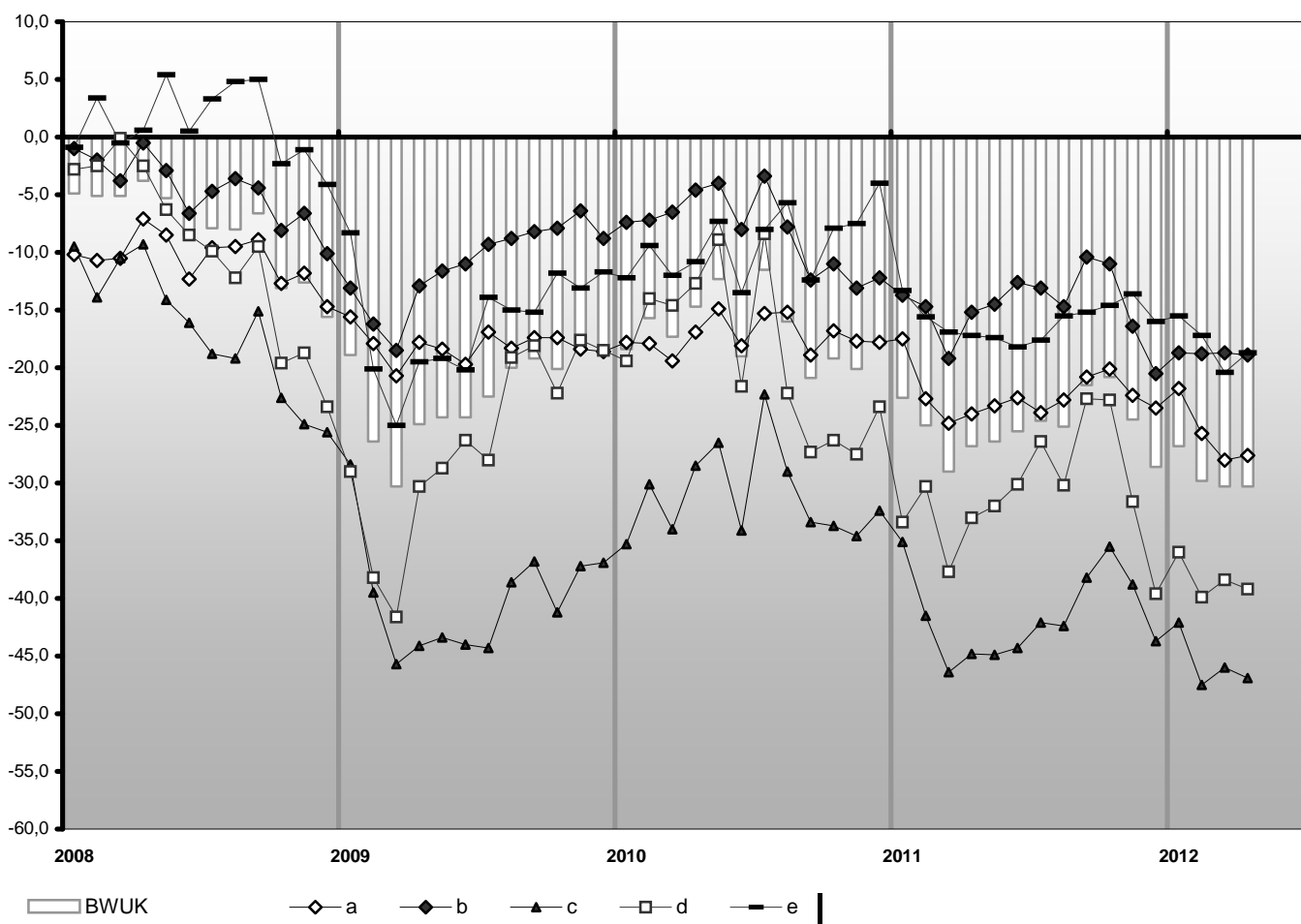
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywa- nie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności kon- sumenckiej BWUK
Rok	Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy		
		a	b	c	d	e	
w procentach							
1997 *)		-21,6	-11,0	-12,8	-10,0	-13,4	-13,8
1998		-28,6	-19,2	-22,3	-17,0	-16,6	-20,8
1999		-36,3	-25,3	-37,9	-29,7	-21,0	-30,0
2000		-40,6	-26,8	-45,8	-29,5	-25,8	-33,7
2001		-39,7	-25,8	-51,8	-32,2	-27,8	-35,5
2002		-39,6	-27,8	-52,9	-35,1	-32,1	-37,5
2003		-38,1	-24,5	-51,7	-35,2	-29,4	-35,8
2004		-33,1	-22,3	-49,5	-30,8	-23,3	-31,8
2005		-27,0	-12,0	-38,5	-16,7	-16,4	-22,1
2006		-18,2	-6,1	-26,2	-13,0	-11,1	-14,9
2007		-10,9	-1,9	-17,7	-6,6	1,3	-7,1
2008		-10,6	-4,5	-16,6	-9,7	1,2	-8,0
2009		-18,1	-11,1	-40,0	-26,5	-16,1	-22,3
2010		-17,2	-8,2	-31,2	-18,9	-9,2	-16,9
	01	-17,8	-7,4	-35,3	-19,4	-12,2	-18,4
	02	-17,9	-7,2	-30,1	-14,0	-9,4	-15,7
	03	-19,4	-6,5	-34,0	-14,6	-12,0	-17,3
	04	-16,9	-4,6	-28,5	-12,7	-10,8	-14,7
	05	-14,9	-4,0	-26,5	-8,9	-7,3	-12,3
	06	-18,1	-8,0	-34,1	-21,6	-13,5	-19,0
	07	-15,3	-3,4	-22,3	-8,4	-8,8	-11,5
	08	-15,2	-7,8	-29,0	-22,2	-5,7	-16,0
	09	-18,9	-12,4	-33,4	-27,3	-12,4	-20,9
	10	-16,8	-11,0	-33,7	-26,3	-7,9	-19,2
	11	-17,7	-13,1	-34,6	-27,5	-7,5	-20,1
	12	-17,8	-12,2	-32,4	-23,4	-4,0	-18,0
2011		-22,4	-14,6	-41,5	-30,8	-15,9	-25,0
	01	-17,5	-13,7	-35,1	-33,4	-13,3	-22,6
	02	-22,7	-14,7	-41,5	-30,3	-15,6	-25,0
	03	-24,8	-19,2	-46,4	-37,7	-16,9	-29,0
	04	-24,0	-15,2	-44,8	-33,0	-17,2	-26,8
	05	-23,3	-14,5	-44,9	-32,0	-17,4	-26,4
	06	-22,6	-12,6	-44,3	-30,1	-18,2	-25,5
	07	-23,9	-13,1	-42,1	-26,4	-17,6	-24,6
	08	-22,8	-14,7	-42,4	-30,2	-15,5	-25,1
	09	-20,8	-10,4	-38,2	-22,7	-15,2	-21,5
	10	-20,1	-11,0	-35,5	-22,8	-14,6	-20,8
	11	-22,4	-16,4	-38,8	-31,6	-13,6	-24,5
	12	-23,5	-20,5	-43,7	-39,6	-16,0	-28,6
2012							
	01	-21,8	-18,7	-42,1	-36,0	-15,5	-26,8
	02	-25,7	-18,8	-47,5	-39,9	-17,2	-29,8
	03	-28,0	-18,7	-46,0	-38,4	-20,4	-30,3
	04	-27,6	-18,9	-46,9	-39,2	-18,7	-30,3

\*) kwiecień, lipiec, październik

**Wykres Ia. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT**



**Wykres Ic. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2008–2012**



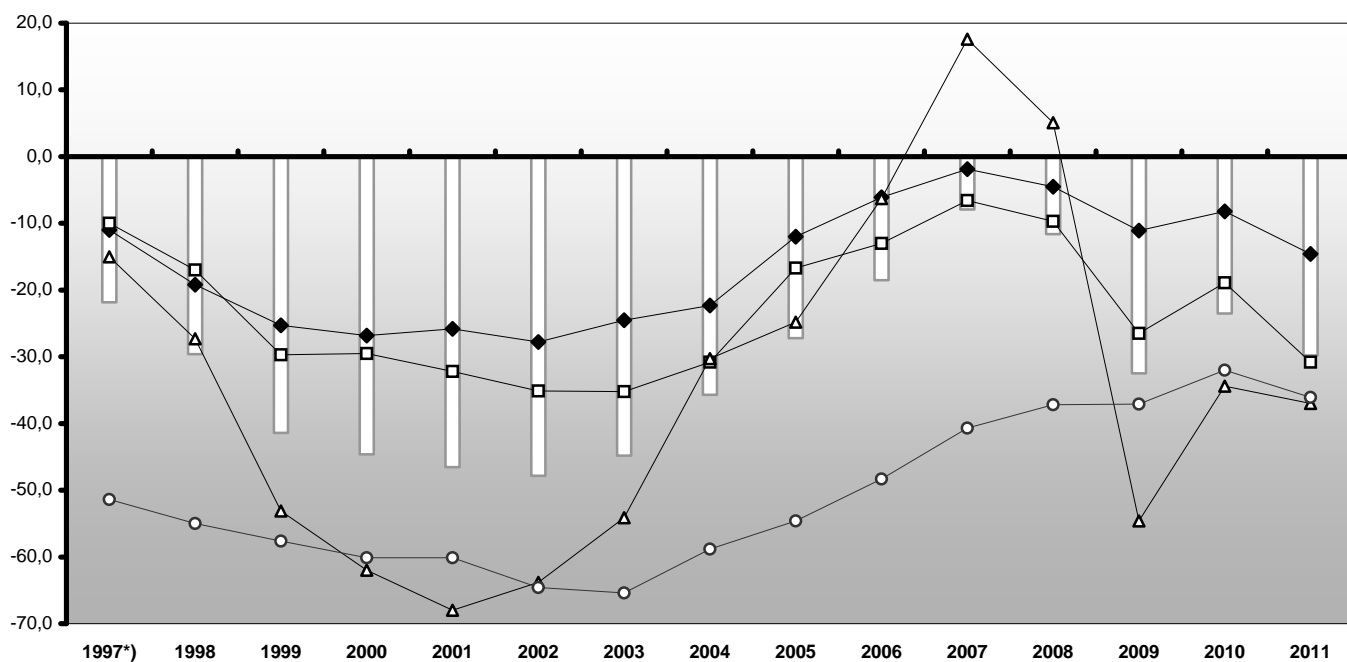
**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)**

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym) i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach.

Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Miesiąc	b	d	f	g	
		<i>w procentach</i>				
1997 *)		-11,0	-10,0	-15,0	-51,4	-21,9
1998		-19,2	-17,0	-27,3	-55,0	-29,6
1999		-25,3	-29,7	-53,1	-57,6	-41,4
2000		-26,8	-29,5	-62,0	-60,1	-44,6
2001		-25,8	-32,2	-68,0	-60,1	-46,5
2002		-27,8	-35,1	-63,8	-64,6	-47,8
2003		-24,5	-35,2	-54,1	-65,4	-44,8
2004		-22,3	-30,8	-30,3	-58,8	-35,7
2005		-12,0	-16,7	-24,8	-54,6	-27,2
2006		-6,1	-13,0	-6,3	-48,3	-18,5
2007		-1,9	-6,6	17,6	-40,7	-7,9
2008		-4,5	-9,7	5,1	-37,2	-11,6
2009		-11,1	-26,5	-54,6	-37,1	-32,5
2010		-8,2	-18,9	-34,4	-32,0	-23,5
	01	-7,4	-19,4	-46,5	-35,0	-27,2
	02	-7,2	-14,0	-40,5	-36,8	-24,7
	03	-6,5	-14,6	-39,5	-32,4	-23,4
	04	-4,6	-12,7	-33,4	-30,6	-20,5
	05	-4,0	-8,9	-29,0	-29,6	-18,0
	06	-8,0	-21,6	-30,1	-33,1	-23,3
	07	-3,4	-8,4	-22,9	-30,2	-16,3
	08	-7,8	-22,2	-30,6	-29,3	-22,6
	09	-12,4	-27,3	-33,3	-31,0	-26,1
	10	-11,0	-26,3	-35,0	-33,8	-26,7
	11	-13,1	-27,5	-36,2	-30,5	-27,0
	12	-12,2	-23,4	-36,1	-31,8	-26,0
2011		-14,6	-30,8	-37,0	-36,1	-29,8
	01	-13,7	-33,4	-36,9	-35,3	-30,0
	02	-14,7	-30,3	-36,4	-34,9	-29,2
	03	-19,2	-37,7	-41,0	-38,0	-34,1
	04	-15,2	-33,0	-32,9	-37,5	-29,8
	05	-14,5	-32,0	-25,8	-38,0	-27,7
	06	-12,6	-30,1	-33,9	-37,3	-28,6
	07	-13,1	-26,4	-30,7	-36,5	-26,9
	08	-14,7	-30,2	-33,2	-36,8	-28,9
	09	-10,4	-22,7	-38,8	-33,8	-26,6
	10	-11,0	-22,8	-38,2	-34,7	-26,8
	11	-16,4	-31,6	-43,7	-34,0	-31,6
	12	-20,5	-39,6	-52,3	-36,3	-37,4
2012						
	01	-18,7	-36,0	-46,6	-34,7	-34,0
	02	-18,8	-39,9	-50,7	-36,7	-36,5
	03	-18,7	-38,4	-49,1	-37,4	-35,9
	04	-18,9	-39,2	-45,6	-34,9	-34,7

\*) kwiecień, lipiec, październik

**Wykres IIa. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG LAT**



**Wykres IIc. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2008-2012**

