



Warszawa, 2012-09-25

Informacja sygnałna

WYNIKI BADAŃ GUS

Koniunktura konsumencka^{*}

Wrzesień 2012 r.

We wrześniu 2012 r. pogłębiły się negatywne nastroje konsumenckie społeczeństwa. Największy spadek odnotowano dla ocen przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju oraz poziomu bezrobocia. Nastroje konsumenckie pozostają na znacznie niższym poziomie niż we wrześniu 2011 roku.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, po nieznacznym spadku w sierpniu 2012 r., we wrześniu obniżył się o 3,5 pkt proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował na poziomie **–31,6**.

Do spadku bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej we wrześniu 2012 r. przyczyniły się wszystkie składowe tego wskaźnika, najsilniej ocena ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, zarówno przyszłej (spadek ocen o 5,1 pkt proc.) jak i obecnej (spadek o 4,8, pkt proc.), a w nieco mniejszym stopniu oceny zmian w sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zwłaszcza ocena dotycząca okresu najbliższych 12 miesięcy, która pogorszyła się o 2,9 pkt proc.

W porównaniu do analogicznego miesiąca ubiegłego roku poziom wskaźnika BWUK jest o 10,1 pkt proc. niższy. Spadek wartości dotyczy wszystkich składowych tego wskaźnika, przy czym najbardziej w stosunku do ubiegłego roku obniżyły się oceny perspektyw zmian w sytuacji ekonomicznej kraju w ciągu najbliższych 12 miesięcy (o 19,3 pkt proc.).

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W wrześniu 2012 r. badanie przeprowadzono na próbie 1 718 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.

Opracowanie:

Departament Badań Społecznych i Warunków Życia

Kontakt w sprawach merytorycznych: Radosław Antczak,
tel. 22 608–35–74; e-mail: R.Antczak@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:

Rzecznik Prasowy Prezesa GUS: tel. 22 608-34-75, fax 22 608-38-68,
e-mail: rzecznik@stat.gov.pl

Pokój prasowy w holu głównym (do bezpośredniego odbioru materiałów prasowych) czynny w dniach publikowania o godz. 14:00

Internet: www.stat.gov.pl

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej obniżył się w stosunku do poprzedniego miesiąca o 4,8 pkt proc. i ukształtował na poziomie **-40,6**.

Pogorszenie poziomu wskaźnika wyprzedzającego wynika przede wszystkim ze znaczącego pogorszenia ocen zmian poziomu bezrobocia (o 11,8 pkt proc.) oraz obniżenia ocen oczekiwanych zmian w najbliższych 12 miesiącach dotyczących: sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju.

Nieznacznie poprawiła się natomiast (o 0,7 pkt proc.) ocena perspektyw oszczędzania pieniędzy – drugi miesiąc z rzędu.

W porównaniu do września ubiegłego roku wskaźnik WWUK ma wartość niższą o 14,0 pkt proc., co wynika przede wszystkim ze znacznie gorszych ocen dotyczących zmian poziomu bezrobocia (o 23,8 pkt proc) oraz perspektyw zmian w sytuacji ekonomicznej kraju w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

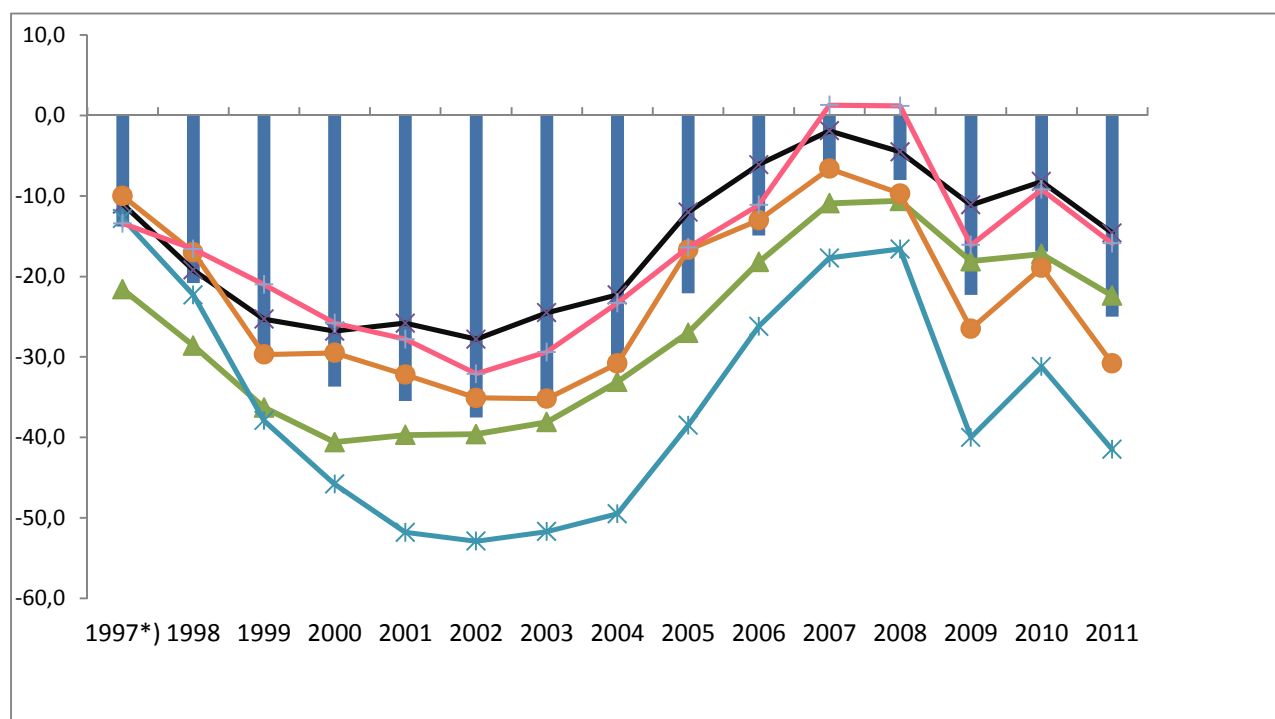
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)

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

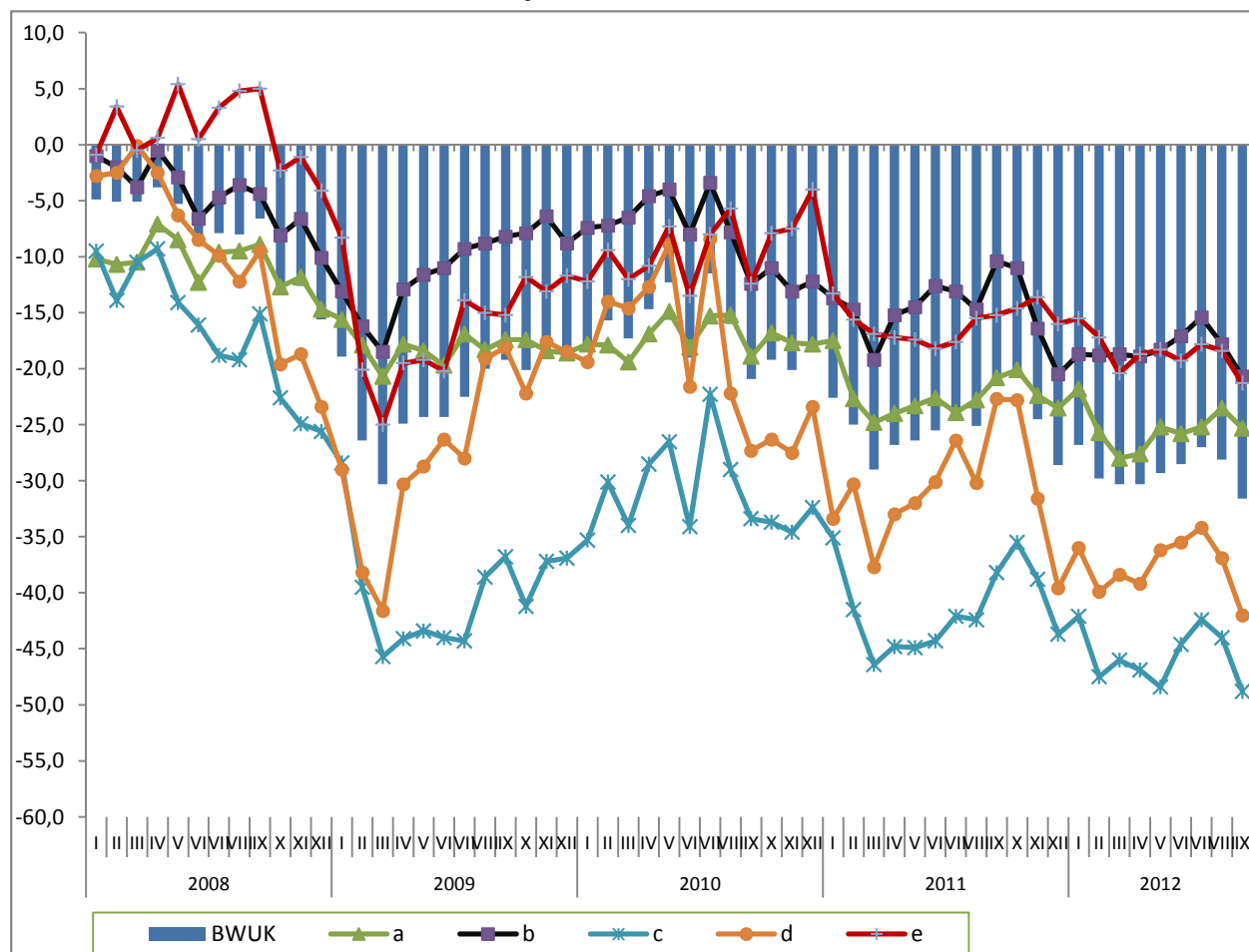
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywa- nie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności kon- sumenckiej BWUK	
Rok	Kwartał Miesiąc	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy			
		a	b	c	d	e		
w procentach								
Lata								
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	
2011		-22,4	-14,6	-41,5	-30,8	-15,9	-25,0	
Kwartaly								
2011	I	-21,7	-15,8	-41,0	-38,8	-15,3	-25,5	
	II	-23,3	-14,1	-44,7	-31,7	-17,6	-26,3	
	III	-22,5	-12,7	-40,9	-26,5	-16,1	-23,7	
	IV	-22,0	-16,0	-39,3	-31,3	-14,7	-24,7	
2012	I	-25,2	-18,7	-45,2	-38,1	-17,7	-29,0	
	II	-26,2	-18,1	-46,6	-37,0	-18,8	-29,3	
Miesiące								
2011	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	
	05	-25,2	-18,3	-48,4	-36,2	-18,3	-29,3	
	06	-25,8	-17,1	-44,6	-35,5	-19,3	-28,5	
	07	-25,2	-15,4	-42,4	-34,2	-17,8	-27,0	
	08	-23,5	-17,8	-44,0	-36,9	-18,4	-28,1	
	09	-25,3	-20,7	-48,8	-42,0	-21,3	-31,6	

*) kwiecień, lipiec, październik

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



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



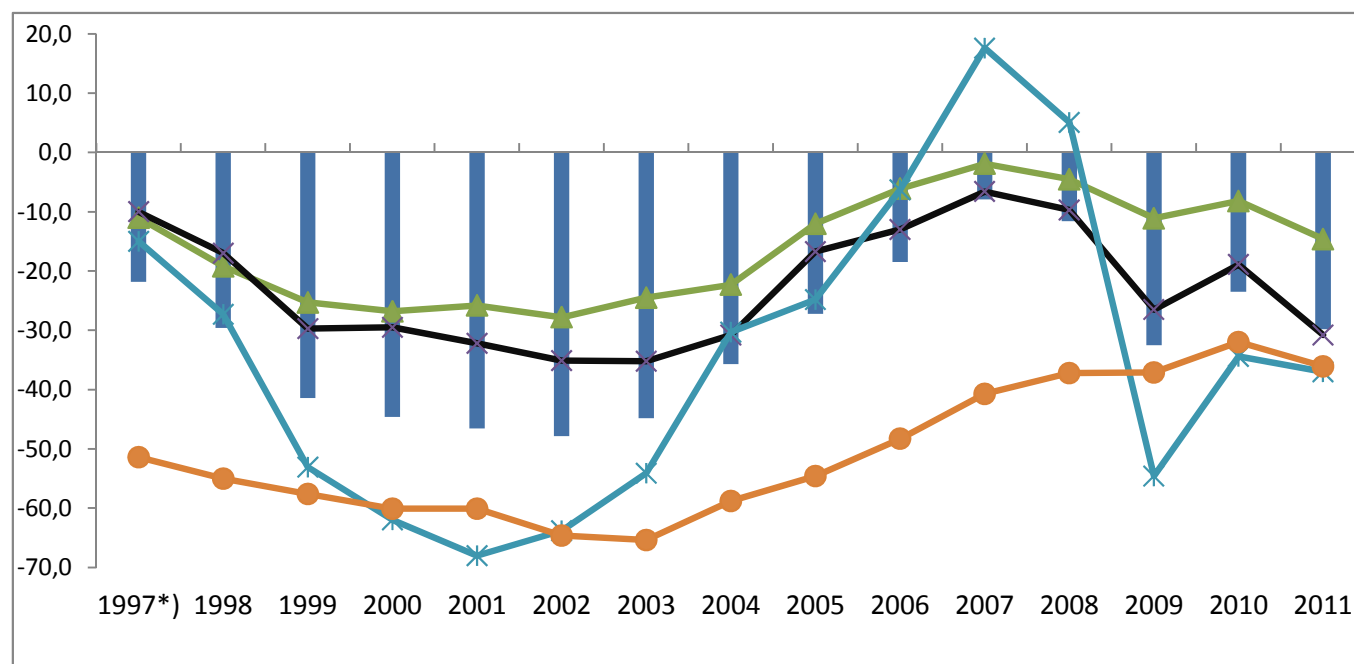
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)

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	Kwartał Miesiąc	b	d	f	g	
<i>w procentach</i>						
Lata						
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
2011		-14,6	-30,8	-37,0	-36,1	-29,8
Kwartaly						
2011	I	-15,8	-38,8	-38,1	-36,1	-31,1
	II	-14,1	-31,7	-30,9	-37,6	-28,7
	III	-12,7	-26,5	-34,3	-35,7	-27,4
	IV	-16,0	-31,3	-44,7	-35,0	-31,9
2012	I	-18,7	-38,1	-48,8	-36,3	-35,3
	II	-18,1	-37,0	-46,8	-36,3	-34,6
Miesiące						
2011	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
	05	-18,3	-36,2	-43,5	-36,7	-33,7
	06	-17,1	-35,5	-51,3	-37,2	-35,3
	07	-15,4	-34,2	-49,6	-38,2	-34,4
	08	-17,8	-36,9	-50,8	-37,6	-35,8
	09	-20,7	-42,0	-62,6	-36,9	-40,6

*) kwiecień, lipiec, październik

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



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

