Koniunktura konsumencka – wrzesień 2022 r.

**We wrześniu 2022 r. odnotowano polepszenie obecnych nastrojów konsumenckich przy jednoczesnym pogorszeniu przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, wyniósł - 44,2[[1]](#footnote-1) i był o 0,7 p. proc. wyższy w stosunku do poprzedniego miesiąca.**

⇧ 0,7 p. proc.

Zmiana bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK)

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) we wrześniu 2022 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) jest wyższy o 0,7 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Spośród składowych wskaźnika najbardziej poprawiła się ocena obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów (wzrost o 5,4 p. proc.). Wyższe wartości osiągnęły również oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz obecnej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrosty odpowiednio o 0,3 p. proc. i 0,1 p. proc.). Niższe wartości niż przed miesiącem odnotowano dla ocen przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 2,0 p. proc. i 0,2 p. proc.).

W odniesieniu do września 2021 r. obecna wartość BWUK jest niższa o 31,2 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) we wrześniu 2022 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) spadł o 2,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, spadł o 2,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie -33,2a.

Na spadek wartości wskaźnika w największym stopniu wpłynęły oceny przyszłego poziomu bezrobocia oraz przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadki odpowiednio o 7,8 p. proc. i 2,0 p. proc.). Spadek o 0,2 p. proc. wystąpił także dla oceny przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju. Wyższą wartość niż przed miesiącem odnotowano jedynie dla oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (wzrost o 0,2 p. proc.).

We wrześniu br. WWUK osiągnął wartość o 25,1 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2021 r.

Odpowiedzi na pytania dodatkowe w związku z obecną sytuacją na terytorium Ukrainy zamieszczone zostały w załączniku.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Okres badania ankietowego | | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w: | | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w: | | Obecne dokonywanie ważnych zakupów | Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK |
| Rok KwartałMiesiąc | | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach |
| a | b | c | d | e |
|  | | saldo ocen w procentach | | | | |  |
|  | |  |  | **Lata** |  |  |  |
| 2011 | | -22,4 | -14,6 | -41,5 | -30,8 | -15,9 | -25,0 |
| 2012 | | -25,4 | -18,5 | -46,5 | -38,0 | -19,3 | -29,5 |
| 2013 | | -21,9 | -13,6 | -45,2 | -31,2 | -21,6 | -26,7 |
| 2014 | | -15,7 | -7,3 | -29,9 | -18,4 | -13,7 | -17,0 |
| 2015 | | -10,7 | -2,8 | -21,5 | -11,4 | -8,2 | -10,9 |
| 2016 | | -3,9 | 0,9 | -11,0 | -9,4 | -2,5 | -5,2 |
| 2017 | | 0,1 | 2,8 | 1,8 | -1,8 | 9,2 | 2,4 |
| 2018 | | 0,6 | 3,6 | 8,7 | 2,8 | 12,8 | 5,7 |
| 2019 | | 4,8 | 6,3 | 9,7 | 1,2 | 16,4 | 7,7 |
| 2020 | | -6,5 | -8,4 | -24,9 | -29,1 | -13,4 | -16,4 |
| 2021 | | -10,3 | -8,2 | -38,4 | -27,5 | -13,3 | -19,6 |
|  | |  | **Kwartały** | | |  |  |
| 2021 | III | -6,7 | -4,3 | -29,9 | -20,3 | -7,3 | -13,7 |
|  | IV | -12,9 | -14,6 | -36,7 | -33,0 | -16,7 | -22,8 |
| 2022 | I | -17,7 | -25,2 | -45,5 | -44,5 | -26,9 | -32,0 |
|  | II | -25,1 | -31,6 | -56,1 | -51,2 | -35,1 | -39,8 |
|  | III | -31,5 | -34,5 | -61,2 | -52,6 | -38,2 | -43,6 |
|  | |  | **Miesiące** | | |  |  |
| 2021 | 09 | -7,7 | -5,1 | -27,2 | -20,8 | -4,3 | -13,0 |
|  | 10 | -8,6 | -9,8 | -30,1 | -28,0 | -12,3 | -17,8 |
|  | 11 | -13,6 | -15,8 | -37,0 | -34,2 | -15,6 | -23,3 |
|  | 12 | -16,4 | -18,4 | -43,0 | -36,8 | -22,1 | -27,3 |
| 2022 | 01 | -17,1 | -23,3 | -43,5 | -41,3 | -20,8 | -29,2 |
|  | 02 | -15,8 | -18,2 | -45,1 | -35,1 | -24,4 | -27,7 |
|  | 03 | -20,4 | -34,0 | -47,9 | -57,1 | -35,4 | -39,0 |
|  | 04 | -22,0 | -30,0 | -52,5 | -48,6 | -32,9 | -37,2 |
|  | 05 | -23,0 | -28,4 | -56,6 | -51,8 | -32,2 | -38,4 |
|  | 06 | -30,2 | -36,3 | -59,1 | -53,1 | -40,1 | -43,8 |
|  | 07 | -29,2 | -32,6 | -60,6 | -50,3 | -35,8 | -41,7 |
|  | 08 | -32,8 | -34,4 | -61,6 | -53,6 | -42,1 | -44,9 |
|  | 09 | -32,5 | -36,4 | -61,5 | -53,8 | -36,7 | -44,2 |
|  | |  |  |  |  |  |  |

**Tablica 1. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej**

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

Wykres 1. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe według miesięcy w latach 2019–2022

Wykres 2. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe według lat

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Okres badania ankietowegoRok KwartałMiesiąc | | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju | Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym) | Oszczędzanie pieniędzy | Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK |
| b | d | f | g |
|  | | saldo ocen w procentach | | | |  |
|  | | **Lata** | | | |  |
| 2011 | | -14,6 | -30,8 | -37,0 | -36,1 | -29,8 |
| 2012 | | -18,5 | -38,0 | -53,3 | -36,9 | -36,7 |
| 2013 | | -13,6 | -31,2 | -53,7 | -36,1 | -33,7 |
| 2014 | | -7,3 | -18,4 | -31,1 | -30,5 | -21,8 |
| 2015 | | -2,8 | -11,4 | -19,7 | -26,3 | -15,1 |
| 2016 | | 0,9 | -9,4 | -7,8 | -18,0 | -8,6 |
| 2017 | | 2,8 | -1,8 | 8,5 | -10,6 | -0,3 |
| 2018 | | 3,6 | 2,8 | 12,6 | -7,5 | 2,9 |
| 2019 | | 6,3 | 1,2 | 7,7 | 0,8 | 4,0 |
| 2020 | | -8,4 | -29,1 | -39,4 | -0,9 | -19,5 |
| 2021 | | -8,2 | -27,5 | -24,6 | 0,2 | -15,0 |
|  | | **Kwartały** | | | |  |
| 2021 | II | -5,2 | -22,7 | -25,6 | 3,3 | -12,6 |
|  | III | -4,3 | -20,3 | -11,5 | 2,5 | -8,4 |
|  | IV | -14,6 | -33,0 | -13,8 | -8,4 | -17,4 |
| 2022 | I | -25,2 | -44,5 | -17,7 | -11,8 | -24,8 |
|  | II | -31,6 | -51,2 | -16,8 | -15,3 | -28,7 |
|  | III | -34,5 | -52,6 | -19,1 | -18,4 | -31,2 |
|  | | **Miesiące** | | | |  |
| 2021 | 08 | -4,2 | -20,0 | -11,3 | 0,3 | -8,8 |
|  | 09 | -5,1 | -20,8 | -10,9 | 4,4 | -8,1 |
|  | 10 | -9,8 | -28,0 | -14,0 | -6,0 | -14,5 |
|  | 11 | -15,8 | -34,2 | -14,0 | -8,5 | -18,1 |
|  | 12 | -18,4 | -36,8 | -13,2 | -10,6 | -19,7 |
| 2022 | 01 | -23,3 | -41,3 | -16,9 | -12,7 | -23,5 |
|  | 02 | -18,2 | -35,1 | -15,6 | -8,4 | -19,3 |
|  | 03 | -34,0 | -57,1 | -20,6 | -14,3 | -31,5 |
|  | 04 | -30,0 | -48,6 | -16,1 | -13,2 | -27,0 |
|  | 05 | -28,4 | -51,8 | -16,8 | -14,4 | -27,9 |
|  | 06 | -36,3 | -53,1 | -17,4 | -18,3 | -31,3 |
|  | 07 | -32,6 | -50,3 | -17,1 | -17,7 | -29,4 |
|  | 08 | -34,4 | -53,6 | -16,3 | -18,9 | -30,8 |
|  | 09 | -36,4 | -53,8 | -24,1 | -18,7 | -33,2 |
|  | |  |  |  |  |  |

**Tablica 2. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej**

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

Wykres 3. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe według miesięcy w latach 2019–2022

Wykres 4. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) oraz jego wartości składowe według lat

Załącznik

Pytania dodatkowe w związku z obecną sytuacją na terytorium Ukrainy

**We wrześniu 2022 r. dla 28,6% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla suwerenności i niepodległości Polski (spadek o 1,3 p. proc. w porównaniu do poprzedniego miesiąca).**

⇩ 71,8 %

respondentów deklarowało wpływ obecnej sytuacji na terytorium Ukrainy na odpowiedzi dot. koniunktury konsumenckiej (w sierpniu było to 73,2%)

# 

# Wpływ obecnej sytuacji na terytorium Ukrainy na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej

Znaczny wpływ obecnej sytuacji na terytorium Ukrainy na odpowiedzi na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej zadeklarowało 22,4% respondentów

Spośród respondentów deklarujących wpływ obecnej sytuacji na terytorium Ukrainy na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej, 49,4% określiło go jako umiarkowany, a 22,4% jako znaczny. Dla 28,2% respondentów obecna sytuacja nie mała żadnego wpływu na odpowiedzi.

Wykres 1. Wpływ obecnej sytuacji na terytorium Ukrainy na odpowiedzi – struktura odpowiedzi (%)

# Obawa utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją na terytorium Ukrainy

Zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności wyraziło 1,9% respondentów

Spośród osób pracujących (56,4% respondentów), zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności odczuwa 1,9% respondentów. W przypadku wariantów odpowiedzi „możliwe” i „raczej nie” odsetek odpowiedzi wynosił odpowiednio 8,7% oraz 28,1%. Odsetek osób pracujących, które nie mają obaw, wyniósł 57,8%. Niewielka liczba respondentów pracujących (3,5%) nie miała zdania.

Wykres 2. Obawa przed utratą pracy lub zaprzestaniem prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją na terytorium Ukrainy – struktura odpowiedzi dla pracujących (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla gospodarki w Polsce

Dla 39,6% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce

Dla 39,6% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce. Przeciętne zagrożenie odczuwa 40,8% odpowiadających na pytania. Małe zagrożenie deklaruje 16,6%, zaś brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 3,0% respondentów.

Wykres 3. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla gospodarki w Polsce – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla osobistej sytuacji finansowej

W przypadku 13,1% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej

W przypadku 13,1% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej. Przeciętne zagrożenie odczuwa 34,3% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje 33,7%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło 18,9% respondentów.

Wykres 4. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla suwerenności i niepodległości Polski

Dla 28,6% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla suwerenności i niepodległości Polski

Dla 28,6% respondentów obecna sytuacja na terytorium Ukrainy stanowi duże zagrożenie dla suwerenności i niepodległości Polski. Przeciętne zagrożenie odczuwa 40,3% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje 26,0%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło 5,1% respondentów.

Wykres 5. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla suwerenności i niepodległości Polski – struktura odpowiedzi (%)

**Tablica 1. Pytania dodatkowe (odsetki odpowiedzi) - obecna sytuacja na terytorium Ukrainy**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| WYSZCZEGÓLNIENIE | | Lipiec 2022 | Sierpień 2022 | **Wrzesień 2022** |
| **Jaki wpływ na Pana/Pani odpowiedzi miała obecna sytuacja na terytorium Ukrainy?** | znaczny | 25,2 | 24,3 | 22,4 |
| umiarkowany | 49,7 | 48,9 | 49,4 |
| żaden | 25,1 | 26,8 | 28,2 |
| **Czy w związku z obecną sytuacją na terytorium Ukrainy, obawia się Pan/Pani utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności?** | zdecydowanie tak | 1,4 | 1,1 | 1,1 |
| możliwe | 5,3 | 5,5 | 4,9 |
| raczej nie | 16,5 | 19,5 | 15,8 |
| nie | 35,3 | 32,2 | 32,6 |
| nie mam zdania | 2,2 | 2,2 | 2,0 |
| nie dotyczy (dla osób niepracujących) | 39,3 | 39,5 | 43,6 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla gospodarki w Polsce?** | duże zagrożenie | 42,1 | 39,8 | 39,6 |
| przeciętne zagrożenie | 40,2 | 37,3 | 40,8 |
| małe zagrożenie | 15,3 | 18,5 | 16,6 |
| brak zagrożenia | 2,4 | 4,4 | 3,0 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej?** | duże zagrożenie | 13,1 | 12,9 | 13,1 |
| przeciętne zagrożenie | 35,4 | 32,1 | 34,3 |
| małe zagrożenie | 31,5 | 34,0 | 33,7 |
| brak zagrożenia | 20,0 | 21,0 | 18,9 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja na terytorium Ukrainy dla suwerenności i niepodległości Polski?** | duże zagrożenie | 33,1 | 29,9 | 28,6 |
| przeciętne zagrożenie | 40,8 | 40,1 | 40,3 |
| małe zagrożenie | 21,1 | 22,3 | 26,0 |
| brak zagrożenia | 5,0 | 7,7 | 5,1 |

W przypadku cytowania danych Głównego Urzędu Statystycznego prosimy o zamieszczenie informacji: „Źródło danych GUS”, a w przypadku publikowania obliczeń dokonanych na danych opublikowanych przez GUS prosimy o zamieszczenie informacji: „Opracowanie własne na podstawie danych GUS”.

|  |  |
| --- | --- |
| Opracowanie merytoryczne:  **Urząd Statystyczny w Łodzi**  **Dyrektor dr Piotr Ryszard Cmela** Tel: 42 684 56 11 | Rozpowszechnianie: **Rzecznik Prasowy Prezesa GUS** **Karolina Banaszek**Tel: 695 255 011 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Wydział Współpracy z Mediami**  Tel: 22 608 34 91, 22 608 38 04  **e-mail:** [**obslugaprasowa@stat.gov.pl**](mailto:obslugaprasowa@stat.gov.pl) | Ikonka strony wwwIkonka twitteraIkonka facebookaIkonka instagramaIkonka YoutubaIkonka linkedin | www.stat.gov.pl |
|  | @GUS\_STAT |
|  | @GlownyUrzadStatystyczny |
|  |  | gus\_stat |
|  |  | glownyurzadstatystycznygus |
|  |  | glownyurzadstatystyczny |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Powiązane opracowania**  [[Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w sierpniu 2022 roku](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-grudzien-2021-roku,3,109.html" \o "Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w grudniu 2021 roku)](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-sierpien-2022-roku,3,117.html)  [[Biuletyn Statystyczny Nr 7/2022](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-grudzien-2021-roku,3,109.html" \o "Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w grudniu 2021 roku)](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-72022,4,128.html)  **Temat dostępny w bazach danych**  [Dziedzinowa Baza Wiedzy Warunki Życia Ludności](http://swaid.stat.gov.pl/SitePagesDBW/WarunkiZyciaLudnosci.aspx) | | | |

1. 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. W okresie 05-14.09.2022 r. przeprowadzono 1517 wywiadów. [↑](#footnote-ref-1)