Koniunktura konsumencka – maj 2019 r.

**W maju 2019 r. odnotowano poprawę zarówno obecnych, jak i przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca.**

 8,3

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK)

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w maju 2019 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) jest wyższy o 1,1 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, był wyższy o 1,1 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 8,3[[1]](#footnote-1).

Spośród składowych wskaźnika, najbardziej poprawiły się oceny przyszłej i obecnej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrosty odpowiednio o 4,0 i 2,8 p. proc.). Natomiast pogorszyły się oceny obecnej i przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadki odpowiednio o 1,6 i 0,9 p. proc.).

W porównaniu do maja 2018 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 2,4 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w maju 2019 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) wzrósł o 1,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, wzrósł o 1,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 4,9\*.

Na poprawę wartości wskaźnika wpłynęły głównie oceny przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju oraz przyszłego poziomu bezrobocia (wzrosty odpowiednio o 4,0 i 1,9 p. proc.). Niższą wartość niż przed miesiącem odnotowano dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadek o 0,9 p. proc.).

W maju br. WWUK osiągnął wartość o 2,1 p. proc. wyższą niż w analogicznym miesiącu 2018 r.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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** |  |  |  |
| 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 |
| 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 |
|  | |  |  | **Kwartały** |  |  |  |
| 2018 | I | -0,4 | 4,1 | 9,1 | 4,5 | 12,4 | 5,9 |
|  | II | 0,8 | 4,3 | 9,8 | 4,5 | 13,7 | 6,6 |
|  | III | 1,7 | 3,6 | 9,5 | 2,5 | 13,3 | 6,1 |
|  | IV | 0,2 | 2,6 | 6,2 | -0,2 | 11,9 | 4,1 |
| 2019 | I | 2,1 | 5,8 | 7,8 | 2,2 | 13,8 | 6,3 |
|  | |  |  | **Miesiące** |  |  |  |
| 2018 | 01 | 1,5 | 5,2 | 8,9 | 4,0 | 11,4 | 6,2 |
|  | 02 | 0,1 | 2,8 | 9,0 | 6,3 | 13,0 | 6,2 |
|  | 03 | -2,9 | 4,2 | 9,5 | 3,2 | 12,7 | 5,4 |
|  | 04 | 2,4 | 5,7 | 13,2 | 6,0 | 11,9 | 7,8 |
|  | 05 | 0,7 | 3,5 | 6,7 | 3,8 | 14,9 | 5,9 |
|  | 06 | -0,6 | 3,8 | 9,5 | 3,8 | 14,2 | 6,1 |
|  | 07 | 1,0 | 3,6 | 9,8 | 1,2 | 10,3 | 5,2 |
|  | 08 | 2,9 | 4,0 | 8,0 | 1,9 | 14,2 | 6,2 |
|  | 09 | 1,2 | 3,1 | 10,8 | 4,4 | 15,2 | 6,9 |
|  | 10 | -0,2 | 4,7 | 7,0 | 1,5 | 17,5 | 6,1 |
|  | 11 | 1,9 | 4,0 | 6,7 | 2,7 | 10,6 | 5,2 |
|  | 12 | -1,3 | -1,0 | 4,9 | -4,8 | 7,5 | 1,1 |
| 2019 | 01 | 1,6 | 2,8 | 6,9 | 0,6 | 14,9 | 5,4 |
|  | 02 | 1,5 | 6,9 | 5,3 | 1,8 | 11,9 | 5,5 |
|  | 03 | 3,2 | 7,7 | 11,1 | 4,2 | 14,5 | 8,2 |
|  | 04 | 6,0 | 7,9 | 7,1 | -0,5 | 15,4 | 7,2 |
|  | 05 | 4,4 | 7,0 | 9,9 | 3,5 | 16,7 | 8,3 |
|  | |  |  |  |  |  |  |

**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 2016–2019

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** | | | |  |
| 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 |
| 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 |
|  | | **Kwartały** | | | |  |
| 2018 | I | 4,1 | 4,5 | 13,7 | -7,1 | 3,8 |
|  | II | 4,3 | 4,5 | 15,3 | -7,4 | 4,2 |
|  | III | 3,6 | 2,5 | 12,8 | -8,4 | 2,6 |
|  | IV | 2,6 | -0,2 | 8,4 | -7,0 | 1,0 |
| 2019 | I | 5,8 | 2,2 | 8,2 | -2,7 | 3,4 |
|  | | **Miesiące** | | | |  |
| 2018 | 01 | 5,2 | 4,0 | 13,6 | -5,8 | 4,3 |
|  | 02 | 2,8 | 6,3 | 14,1 | -6,4 | 4,2 |
|  | 03 | 4,2 | 3,2 | 13,4 | -9,2 | 2,9 |
|  | 04 | 5,7 | 6,0 | 18,0 | -6,9 | 5,7 |
|  | 05 | 3,5 | 3,8 | 14,2 | -10,2 | 2,8 |
|  | 06 | 3,8 | 3,8 | 13,7 | -5,2 | 4,0 |
|  | 07 | 3,6 | 1,2 | 14,1 | -9,4 | 2,4 |
|  | 08 | 4,0 | 1,9 | 12,3 | -8,7 | 2,4 |
|  | 09 | 3,1 | 4,4 | 11,9 | -7,2 | 3,1 |
|  | 10 | 4,7 | 1,5 | 8,3 | -9,3 | 1,3 |
|  | 11 | 4,0 | 2,7 | 9,4 | -2,6 | 3,4 |
|  | 12 | -1,0 | -4,8 | 7,6 | -9,0 | -1,8 |
| 2019 | 01 | 2,8 | 0,6 | 7,2 | -1,6 | 2,2 |
|  | 02 | 6,9 | 1,8 | 7,6 | -3,4 | 3,2 |
|  | 03 | 7,7 | 4,2 | 9,8 | -3,1 | 4,7 |
|  | 04 | 7,9 | -0,5 | 8,1 | -1,4 | 3,5 |
|  | 05 | 7,0 | 3,5 | 10,0 | -0,8 | 4,9 |
|  | |  |  |  |  |  |

**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 2016–2019

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

\*\* kwiecień, lipiec, październik

|  |  |
| --- | --- |
| Opracowanie merytoryczne:  **Urząd Statystyczny w Łodzi**  **Ośrodek Warunków Życia i Badań Ankietowych** **Iwona Ulanowska**Tel: 42 683 9173**e-mail:** [**i.ulanowska@stat.gov.pl**](mailto:i.ulanowska@stat.gov.pl) | Rozpowszechnianie: **Rzecznik Prasowy Prezesa GUS** **Karolina Dawidziuk**Tel: 22 608 3475, 22 608 3009**e-mail:** [**rzecznik@stat.gov.pl**](mailto:rzecznik@stat.gov.pl) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Wydział Współpracy z Mediami**  Tel**:** 22 608 3491, 22 608 3804  **e-mail:** [**obslugaprasowa@stat.gov.pl**](mailto:obslugaprasowa@stat.gov.pl) |  | www.stat.gov.pl |
|  | @GUS\_STAT |
|  | @GlownyUrzadStatystyczny |

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach w kwietniu 2019 roku](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-kwiecien-2019-r-,3,77.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 3/2019](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-32019,4,86.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 maju 2019 r. przeprowadzono 1251 wywiadów w okresie 06-15.05.2019 r. (w tym 68 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo). [↑](#footnote-ref-1)