Koniunktura konsumencka – styczeń 2020 r.

**W styczniu 2020 r. odnotowano niewielkie pogorszenie obecnych nastrojów konsumenckich przy jednoczesnej nieznacznej poprawie przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, wyniósł 3,7[[1]](#footnote-1) i był o 0,6 p. proc. niższy w stosunku do poprzedniego miesiąca.**

 0,6 p. proc.

Zmiana bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK)

# 

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w styczniu 2020 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) jest niższy o 0,6 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wśród składowych wskaźnika niższą wartość odnotowano przede wszystkim dla ocen obecnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów (spadki odpowiednio o 1,9 i 1,8 p. proc.). Największy wzrost (o 0,9 p. proc.) odnotowano w przypadku oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego.

W odniesieniu do stycznia 2019 r. obecna wartość BWUK jest niższa o 1,7 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w styczniu 2020 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) wzrósł o 0,2 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, wzrósł o 0,2 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie -0,6\*.

Na wzrost wartości wskaźnika w największym stopniu wpłynęła ocena przyszłego poziomu bezrobocia (wzrost o 1,9 p. proc.). Pogorszenie ocen odnotowano w przypadku dwóch składowych, przy czym większy spadek (o 0,8 p. proc.) wystąpił dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego.

W styczniu br. WWUK osiągnął wartość o 2,8 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2019 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** |  |  |  |
| 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 |
| 2019 | | 4,8 | 6,3 | 9,7 | 1,2 | 16,4 | 7,7 |
|  | |  |  | **Kwartały** |  |  |  |
| 2019 | I | 2,1 | 5,8 | 7,8 | 2,2 | 13,8 | 6,3 |
|  | II | 6,0 | 7,5 | 9,6 | 2,3 | 16,4 | 8,4 |
|  | III | 5,9 | 7,1 | 12,1 | 2,6 | 18,0 | 9,1 |
|  | IV | 5,1 | 4,6 | 9,3 | -2,5 | 17,4 | 6,8 |
|  | |  |  | **Miesiące** |  |  |  |
| 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 |
|  | 06 | 7,5 | 7,7 | 12,0 | 3,9 | 17,1 | 9,6 |
|  | 07 | 5,4 | 8,9 | 11,9 | 2,8 | 16,2 | 9,0 |
|  | 08 | 5,4 | 4,4 | 10,7 | 2,2 | 18,5 | 8,2 |
|  | 09 | 6,9 | 8,0 | 13,7 | 2,8 | 19,4 | 10,2 |
|  | 10 | 6,6 | 5,9 | 12,1 | 3,4 | 18,2 | 9,3 |
|  | 11 | 5,5 | 5,0 | 10,0 | -3,0 | 16,1 | 6,7 |
|  | 12 | 3,3 | 2,8 | 5,6 | -7,9 | 17,9 | 4,3 |
| 2020 | 01 | 4,2 | 2,0 | 3,7 | -7,7 | 16,1 | 3,7 |
|  | |  |  |  |  |  |  |

**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 2017–2020

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** | | | |  |
| 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 |
| 2019 | | 6,3 | 1,2 | 7,7 | 0,8 | 4,0 |
|  | | **Kwartały** | | | |  |
| 2019 | I | 5,8 | 2,2 | 8,2 | -2,7 | 3,4 |
|  | II | 7,5 | 2,3 | 11,1 | 0,3 | 5,3 |
|  | III | 7,1 | 2,6 | 9,6 | 3,2 | 5,6 |
|  | IV | 4,6 | -2,5 | 2,0 | 2,5 | 1,7 |
|  | | **Miesiące** | | | |  |
| 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 |
|  | 06 | 7,7 | 3,9 | 15,3 | 3,1 | 7,5 |
|  | 07 | 8,9 | 2,8 | 10,3 | 1,7 | 5,9 |
|  | 08 | 4,4 | 2,2 | 8,7 | 0,4 | 3,9 |
|  | 09 | 8,0 | 2,8 | 9,8 | 7,5 | 7,0 |
|  | 10 | 5,9 | 3,4 | 2,5 | 2,6 | 3,6 |
|  | 11 | 5,0 | -3,0 | 2,9 | 3,9 | 2,2 |
|  | 12 | 2,8 | -7,9 | 0,5 | 1,2 | -0,8 |
| 2020 | 01 | 2,0 | -7,7 | 2,4 | 1,1 | -0,6 |
|  | |  |  |  |  |  |

**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 2017–2020

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

\*\* kwiecień, lipiec, październik

|  |  |
| --- | --- |
| 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) |  | www.stat.gov.pl |
|  | @GUS\_STAT |
|  | @GlownyUrzadStatystyczny |

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w grudniu 2019 roku](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-w-grudniu-2019-roku,3,85.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 11/2019](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-112019,4,94.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 styczniu 2020 r. przeprowadzono 1204 wywiady w okresie 07-16.01.2020 r. (w tym 66 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo). [↑](#footnote-ref-1)