Koniunktura konsumencka – kwiecień 2020 r.

**W kwietniu 2020 r. odnotowano znaczące pogorszenie zarówno obecnych, jak i przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, wyniósł -36,4[[1]](#footnote-1) i był o 37,7 p. proc. niższy w stosunku do poprzedniego miesiąca.**

 37,7 p. proc.

Zmiana bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK)

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

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) jest niższy o 37,7 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wszystkie składowe wskaźnika uzyskały wartości wyraźnie niższe niż przed miesiącem. Największe spadki odnotowano dla ocen obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 58,8 p. proc. i 54,4 p. proc.). Dla pozostałych składowych wskaźnika spadki kształtowały się następująco: 32,2 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, 32,0 p. proc. dla oceny obecnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz 11,0 p. proc. dla oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego.

W odniesieniu do kwietnia 2019 r. obecna wartość BWUK jest niższa o 43,6 p. proc.

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

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) spadł o 45,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, spadł o 45,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie -47,7 a.

Na znaczący spadek wartości wskaźnika wpłynęły wszystkie jego składniki. Największy spadek odnotowano dla oceny przyszłego poziomu bezrobocia (o 77,0 p. proc.). Dla pozostałych składowych wskaźnika spadki kształtowały się następująco: 54,4 p. proc dla oceny przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju, 32,2 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz 18,1 p. proc. dla oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy.

W kwietniu br. WWUK osiągnął wartość o 51,2 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2019 r.

Dla 95,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna miała wpływ na odpowiedzi na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej

# Dla 95,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna miała wpływ na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej (odpowiedzi na pytania dodatkowe w związku z zagrożenia koronawirusem COVID-19 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 Kwartał  Miesiąc | 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 |
| 2020 | I | 1,8 | 2,0 | 2,4 | -8,7 | 13,1 | 2,1 |
|  |  |  | **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 |
|  | 02 | -0,8 | 2,4 | 1,9 | -8,4 | 11,5 | 1,3 |
|  | 03 | 1,9 | 1,7 | 1,5 | -10,1 | 11,5 | 1,3 |
|  | 04 | -9,1 | -30,5 | -30,5 | -64,5 | -47,3 | -36,4 |
|  |  |  |  |  |  |  |

**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 Kwartał  Miesiąc | 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 |
| 2020 | I | 2,0 | -8,7 | 0,3 | -0,4 | -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 |
|  | 02 | 2,4 | -8,4 | -0,7 | -2,0 | -2,2 |
|  | 03 | 1,7 | -10,1 | -0,7 | -0,2 | -2,3 |
|  | 04 | -30,5 | -64,5 | -77,7 | -18,3 | -47,7 |
|  |  |  |  |  |  |

**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

Załącznik

Pytania dodatkowe w związku z sytuacją epidemiologiczną (zagrożenie koronawirusem COVID-19)

**W kwietniu 2020 r. do badania koniunktury konsumenckiej dodano 7 pytań związanych z sytuacją epidemiologiczną (zagrożenie koronawirusem COVID-19).**

 95,4 %

Wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi respondentów dotyczące koniunktury konsumenckiej

#

# Wpływ obecnej sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej

Znaczny wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej zadeklarowało 58,1% respondentów

Znaczny wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej zadeklarowało 58,1% respondentów. W przypadku 37,3% respondentów wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi został uznany jako umiarkowany, a dla 4,6% obecna sytuacja nie ma żadnego wpływu.

Wykres 1. Wpływ obecnej sytuacji epidemiologicznej (koronawirus COVID-19) na odpowiedzi – struktura odpowiedzi (%)

# Obawa utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną

Zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności wyraziło 19,1% respondentów

Spośród osób pracujących (58,3% respondentów), zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności odczuwa 19,1% respondentów. Podobny odsetek odpowiedzi w wysokości 19,9% dotyczy osób, które nie posiadają żadnych obaw. W przypadku wariantów odpowiedzi „możliwe” i „raczej nie” odsetek odpowiedzi wynosił odpowiednio 29,0% oraz 27,8%. Niewielka liczba respondentów pracujących (4,2%) nie miała zdania.

Wykres 2. Obawa przed utratą pracy lub zaprzestaniem prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną (koronawirus COVID-19) – struktura odpowiedzi dla pracujących (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla zdrowia populacji Polski jako całości

Dla 69,8% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla zdrowia populacji jako całości

Według 69,8% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla zdrowia populacji jako całości. Przeciętne zagrożenie odczuwa 27,0% odpowiadających na pytania. Małe zagrożenie deklaruje 3,0%, zaś brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,2% respondentów.

Wykres 3. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla zdrowia populacji Polski jako całości – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla osobistego zdrowia

Dla 50,7% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistego zdrowia

Dla 50,7% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistego zdrowia. 38,7% odpowiadających na pytania odczuwa przeciętne zagrożenie. Małe zagrożenie deklaruje 10,0%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,6% respondentów.

Wykres 4. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla osobistego zdrowia – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla gospodarki w Polsce

Dla 88,0% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce

Według 88,0% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce. Przeciętne zagrożenie dla gospodarki odczuwa 11,0% odpowiadających na pytania. Małe zagrożenie deklaruje tylko 0,9%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,1% respondentów.

Wykres 5. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla gospodarki w Polsce – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla osobistej sytuacji finansowej

W przypadku 44,4% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej

W przypadku 44,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej. Przeciętne zagrożenie odczuwa 36,5% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje 14,6%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło 4,5% respondentów.

Wykres 6. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej – struktura odpowiedzi (%)

# Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla codziennego życia w lokalnej społeczności

Dla 49,5% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie codziennego życia w lokalnej społeczności

Dla 49,5% respondentów obecna sytuacji epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie codziennego życia w lokalnej społeczności. Przeciętne zagrożenie odczuwa 43,1% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje tylko 7,3%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło mniej niż 0,1% respondentów.

Wykres 7. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla codziennego życia w Pana/Pani lokalnej społeczności – struktura odpowiedzi (%)

**Tablica 1. Pytania dodatkowe (odsetki odpowiedzi) - sytuacja epidemiologiczna (zagrożenie koronawirusem COVID-19)**

|  |  |
| --- | --- |
| WYSZCZEGÓLNIENIE | **Kwiecień** |
| **Jaki wpływ na Pana/Pani odpowiedzi miała obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19)?**  | znaczny | 58,1 |
| umiarkowany | 37,3 |
| żaden | 4,6 |
| **Czy w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną (koronawirus COVID-19), obawia się Pan/Pani utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności?** | zdecydowanie tak  | 11,1 |
| możliwe  | 16,9 |
| raczej nie  | 16,3 |
| nie | 11,6 |
| nie mam zdania | 2,4 |
| nie dotyczy (dla osób niepracujących) | 41,7 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla zdrowia populacji Polski jako całości?** | duże zagrożenie | 69,8 |
| przeciętne zagrożenie | 27,0 |
| małe zagrożenie | 3,0 |
| brak zagrożenia | 0,2 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistego zdrowia?** | duże zagrożenie | 50,7 |
| przeciętne zagrożenie | 38,7 |
| małe zagrożenie | 10,0 |
| brak zagrożenia | 0,6 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla gospodarki w Polsce?** | duże zagrożenie | 88,0 |
| przeciętne zagrożenie | 11,0 |
| małe zagrożenie | 0,9 |
| brak zagrożenia | 0,1 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej?** | duże zagrożenie | 44,4 |
| przeciętne zagrożenie | 36,5 |
| małe zagrożenie | 14,6 |
| brak zagrożenia | 4,5 |
| **Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla codziennego życia w Pana/Pani lokalnej społeczności?** | duże zagrożenie | 49,5 |
| przeciętne zagrożenie | 43,1 |
| małe zagrożenie | 7,3 |
| brak zagrożenia | 0,1 |
|  |  |  |

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

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w marcu 2020 roku](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-marzec-2020-roku%2C3%2C88.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 2/2020](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-22020%2C4%2C97.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 06-16.04.2020 r. przeprowadzono metodą wywiadu telefonicznego 1808 wywiadów. [↑](#footnote-ref-1)