GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY Warszawa, 24. 11. 2016 r.

Informacja sygnalna

Koniunktura konsumencka[1] Listopad 2016 r.

W listopadzie 2016 r., bieżące i przyszłe nastroje konsumenckie poprawiły się w stosunku do poprzedniego miesiąca.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej **wzrósł** o 1,3 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował na poziomie **-2,4**.

Dla większości składowych wskaźnika odnotowano wartości wyższe niż w październiku. Oceny obecnej i przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego wzrosły odpowiednio o 3,1 i 2,4 p. proc., natomiast dotyczące obecnej i przyszłej sytuacji gospodarczej odpowiednio o 1,0 i 1,4 p. proc. Jedyna składowa, dla której odnotowano wartość niższą niż przed miesiącem, dotyczyła obecnego dokonywania ważnych zakupów (spadek o 1,4 p. proc.).

W porównaniu do listopada 2015 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 1,5 p. proc.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej **był wyższy** o 4,9 p. proc. w stosunku do października i ukształtował się na poziomie -**5,4**.

Wszystkie składowe WWUK uzyskały wartości wyższe niż przed miesiącem. Największy wzrost wystąpił dla przewidywań dotyczących przyszłego poziomu bezrobocia oraz możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (wzrost odpowiednio o 10,6 i 5,0 p. proc.). Oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego i gospodarczej kraju wzrosły odpowiednio o 2,4 i 1,4 p. proc.

W listopadzie br. WWUK osiągnął wartość o 2,9 p. proc. wyższą, niż w analogicznym miesiącu 2015 r.

---

[1] Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W listopadzie 2016 r. przeprowadzono 1410 wywiadów w okresie 07 – 17. 11. 2016 r. (w tym 72 metodą CATI).

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 czerwca 2004 r. wyniki badań publikowane są w comiesięcznych „Informacjach sygnalnych" zamieszczanych na stronie internetowej GUS oraz Biuletynie Statystycznym.

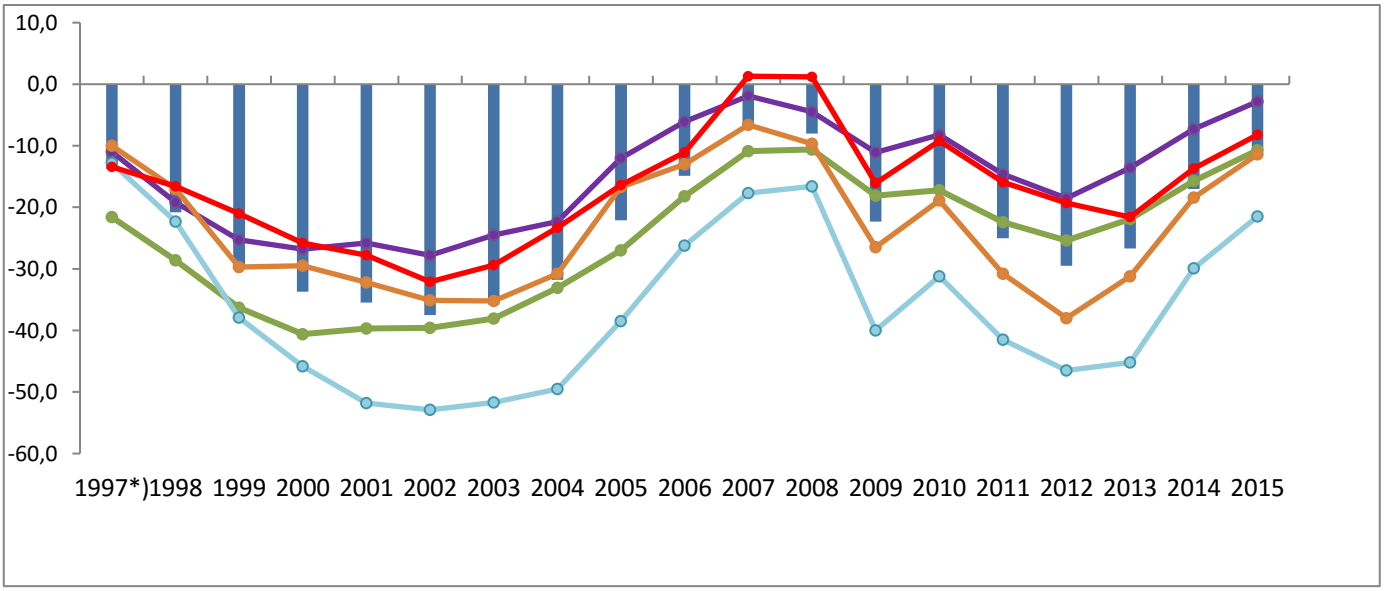
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)

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 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	
		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
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
		Kwartały					
2015	I	-13,3	-4,7	-27,9	-17,0	-11,5	-14,9
	II	-11,2	-3,0	-23,3	-10,6	-9,9	-11,6
	III	-10,2	-2,2	-19,6	-9,0	-7,1	-9,6
	IV	-8,1	-1,3	-15,1	-8,9	-4,3	-7,5
2016	I	-6,2	0,8	-15,3	-10,2	-6,7	-7,5
	II	-4,3	1,3	-12,7	-10,0	-4,2	-6,0
	III	-3,2	0,7	-8,0	-8,2	-1,0	-3,9
		Miesiące					
2015	01	-11,4	-2,6	-23,2	-13,2	-8,3	-11,7
	02	-14,3	-5,9	-31,6	-19,5	-11,6	-16,6
	03	-14,2	-5,8	-28,8	-18,4	-14,8	-16,4
	04	-9,0	-1,8	-23,8	-12,3	-7,4	-10,9
	05	-13,0	-4,8	-24,9	-14,5	-10,9	-13,6
	06	-11,6	-2,4	-21,4	-5,1	-11,5	-10,4
	07	-11,8	-1,9	-22,2	-9,6	-9,1	-10,9
	08	-8,2	-0,6	-17,8	-4,8	-8,2	-7,9
	09	-10,6	-3,9	-18,8	-12,5	-3,9	-9,9
	10	-9,2	-3,9	-19,1	-11,4	-3,3	-9,4
	11	-6,9	2,6	-10,4	-0,7	-4,0	-3,9
	12	-8,1	-2,6	-15,6	-14,6	-5,4	-9,3
2016	01	-6,2	0,6	-14,4	-9,4	-5,7	-7,0
	02	-5,0	2,3	-14,9	-7,7	-5,9	-6,2
	03	-7,5	-0,5	-16,7	-13,4	-8,6	-9,3
	04	-5,6	3,4	-11,2	-5,8	-4,5	-4,7
	05	-5,0	0,4	-15,4	-11,0	-2,6	-6,7
	06	-2,4	0,1	-11,7	-13,2	-5,5	-6,5
	07	-3,8	-0,2	-9,6	-9,3	-5,1	-5,6
	08	-4,0	0,8	-8,4	-7,2	-0,3	-3,8
	09	-1,8	1,6	-5,9	-8,1	2,3	-2,4
	10	-2,7	-0,6	-7,9	-9,9	2,7	-3,7
	11	**0,4**	**1,8**	**-6,9**	**-8,5**	**1,3**	**-2,4**

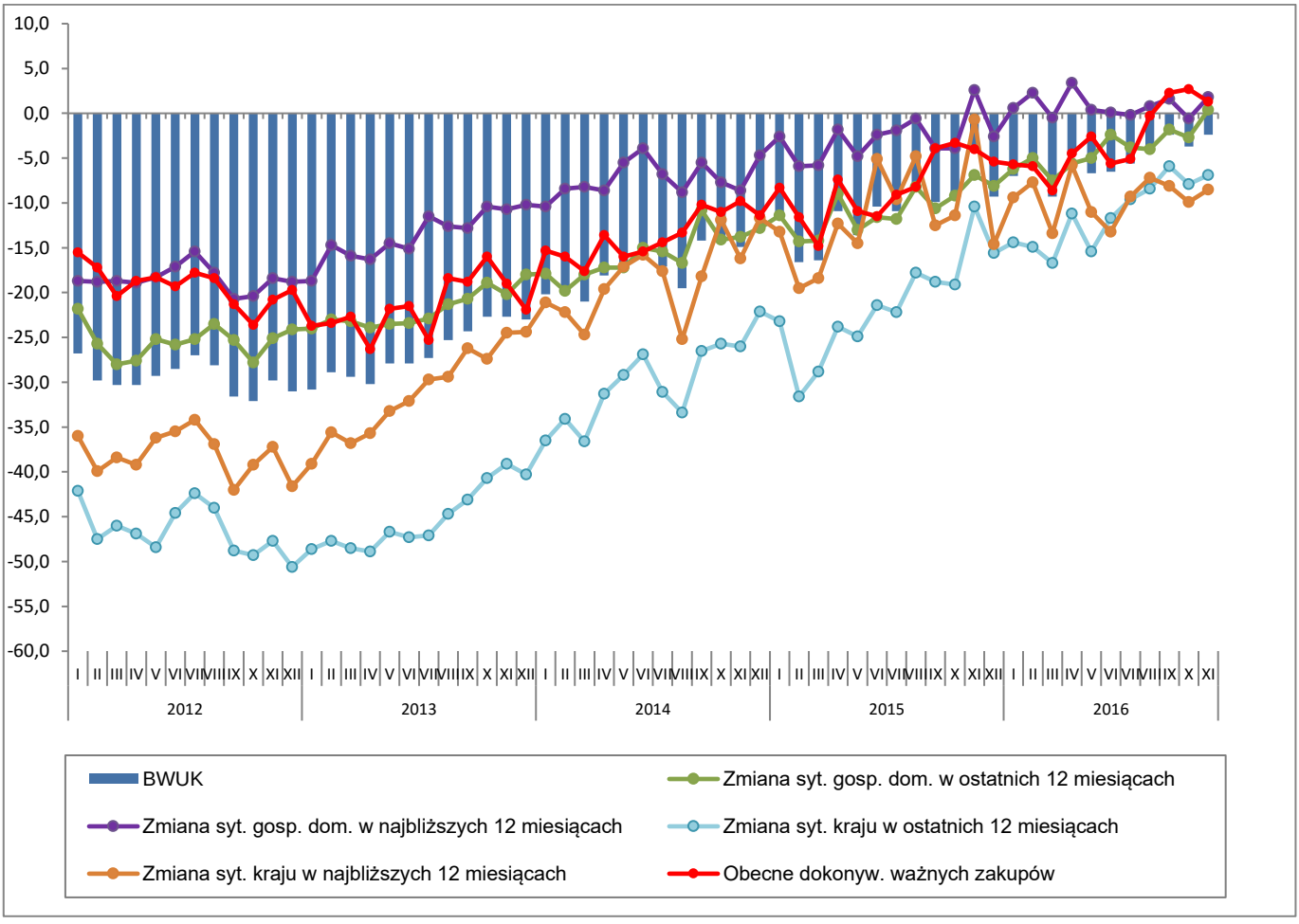
*) kwiecień, lipiec, październik

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



*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres Ib. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2012– 2016



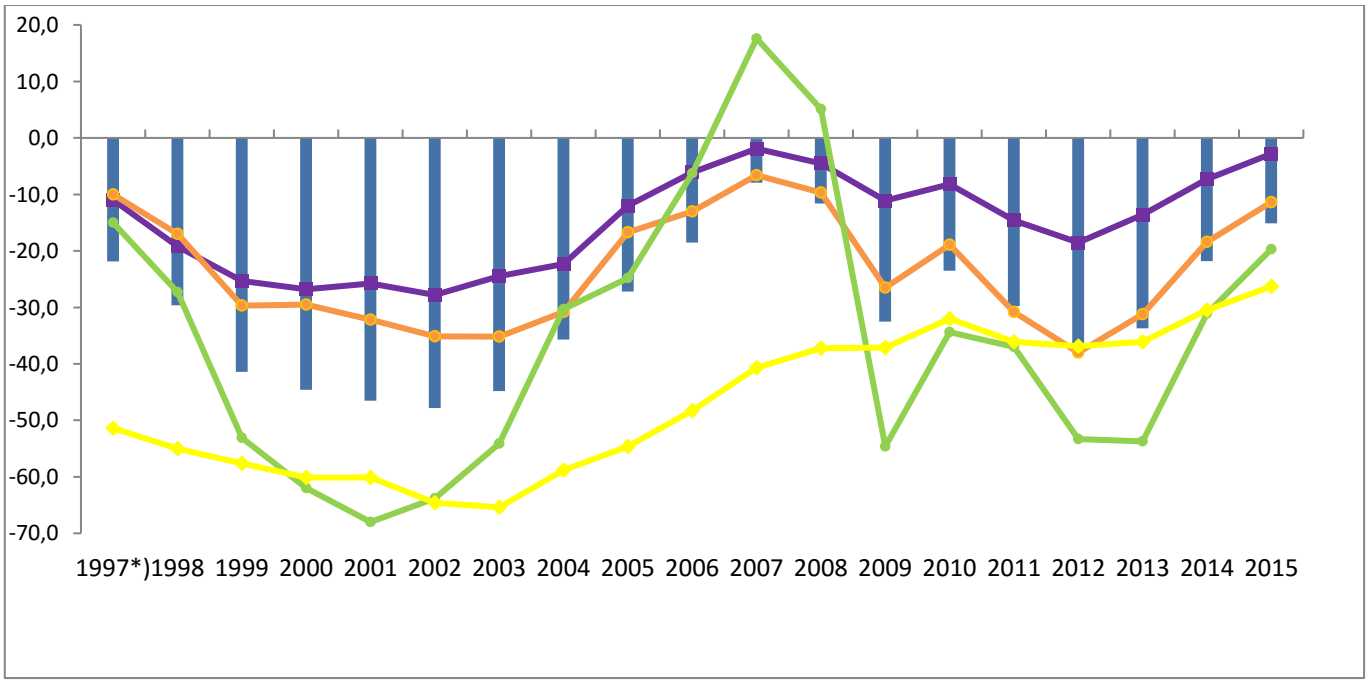
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)

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 Rok / 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	
	w procentach				
	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
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
	Kwartały				
2015 I	-4,7	-17,0	-28,2	-26,8	-19,2
II	-3,0	-10,6	-16,3	-27,5	-14,4
III	-2,2	-9,0	-18,8	-27,1	-14,3
IV	-1,3	-8,9	-15,4	-23,7	-12,3
2016 I	0,8	-10,2	-10,9	-20,5	-10,2
II	1,3	-10,0	-5,6	-18,4	-8,2
III	0,7	-8,2	-9,0	-17,2	-8,4
	Miesiące				
2015 01	-2,6	-13,2	-27,2	-22,8	-16,5
02	-5,9	-19,5	-31,0	-30,2	-21,7
03	-5,8	-18,4	-26,5	-27,3	-19,5
04	-1,8	-12,3	-16,8	-25,9	-14,2
05	-4,8	-14,5	-20,8	-28,7	-17,2
06	-2,4	-5,1	-11,4	-27,9	-11,7
07	-1,9	-9,6	-16,2	-29,6	-14,3
08	-0,6	-4,8	-20,1	-27,4	-13,2
09	-3,9	-12,5	-20,3	-24,3	-15,3
10	-3,9	-11,4	-20,1	-24,7	-15,0
11	2,6	-0,7	-10,0	-25,0	-8,3
12	-2,6	-14,6	-16,0	-21,6	-13,7
2016 01	0,6	-9,4	-13,9	-20,8	-10,9
02	2,3	-7,7	-9,6	-17,7	-8,2
03	-0,5	-13,4	-9,1	-22,9	-11,5
04	3,4	-5,8	-7,7	-18,5	-7,2
05	0,4	-11,0	-3,9	-16,4	-7,7
06	0,1	-13,2	-5,3	-20,2	-9,7
07	-0,2	-9,3	-13,5	-19,2	-10,6
08	0,8	-7,2	-7,1	-15,6	-7,3
09	1,6	-8,1	-6,6	-16,8	-7,5
10	-0,6	-9,9	-11,7	-18,8	-10,3
11	**1,8**	**-8,5**	**-1,1**	**-13,8**	**-5,4**

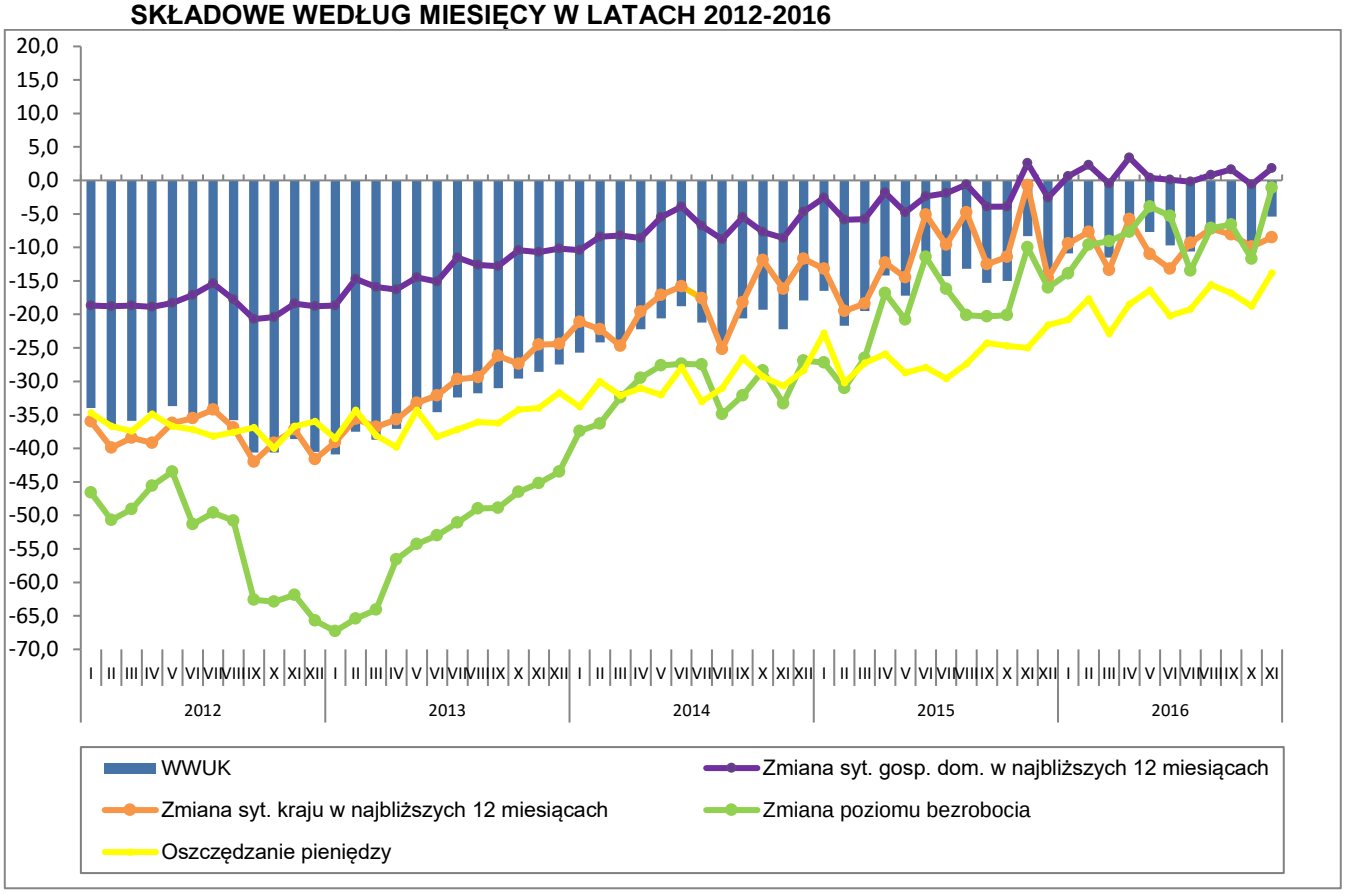
*) kwiecień, lipiec, październik

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



*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIb. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2012-2016



Opracowanie merytoryczne:
Departament Badań Społecznych i Warunków Życia
Urszula Wągrowska
Tel: 22 608 35 74
e-mail: u.wagrowska@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:
Rzecznik Prasowy Prezesa GUS
Artur Satora
Tel: 22 608 3475, 22 608 3009
e-mail: rzecznik@stat.gov.pl

Więcej na: http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/