



Warszawa, 2009-05-26

Informacja sygnalna

WYNIKI BADAŃ GUS

Koniunktura konsumencka ^{*)} **Maj 2009 r.**

W maju 2009 r., podobnie jak miesiąc wcześniej, zaobserwowano nieznaczną poprawę nastrojów konsumenckich polskiego społeczeństwa.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, zwiększył się tylko o 0,6 p.proc. osiągając poziom –24,3 p.proc., który był jednak w dalszym ciągu niższy niż na początku roku (–18,9 p.proc. w styczniu 2009 r.).

W podobny sposób kształtował się **wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK)**, syntetycznie opisujący tendencje konsumpcji indywidualnej oczekiwane w najbliższych miesiącach. W maju 2009 r. wskaźnik ten podniósł się zaledwie o 0,7 p.proc. — do poziomu –34,8 i także nie osiągnął poziomu notowanego w styczniu 2009 r. (–31,6, p.proc.).

Obserwowane najpierw w kwietniu, a następnie w maju 2009 r. pozytywne zmiany wskaźników ufności konsumenckiej dotyczą w zasadzie wszystkich podstawowych czynników wpływających na kształtowanie tendencji zmian konsumpcji gospodarstw domowych, a więc ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstw domowych i ogólnej sytuacji gospodarczej kraju (zarówno w ostatnich, jak i najbliższych 12 miesiącach), obecnego dokonywania ważnych zakupów, oczekiwanych zmian w poziomie bezrobocia (w najbliższych 12 miesiącach) oraz możliwości oszczędzania pieniędzy (w najbliższych 12 miesiącach).

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W maju 2009 r. badanie przeprowadzono na próbie 1767 gospodarstw domowych.

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 maja 2004 r. wyniki badań publikowane są w miesięcznych (ok. 28 danego miesiąca) i kwartalnych (przedstawianych na konferencjach prasowych o sytuacji społeczno-gospodarczej w danym kwartale) „Informacjach sygnałnych”, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.

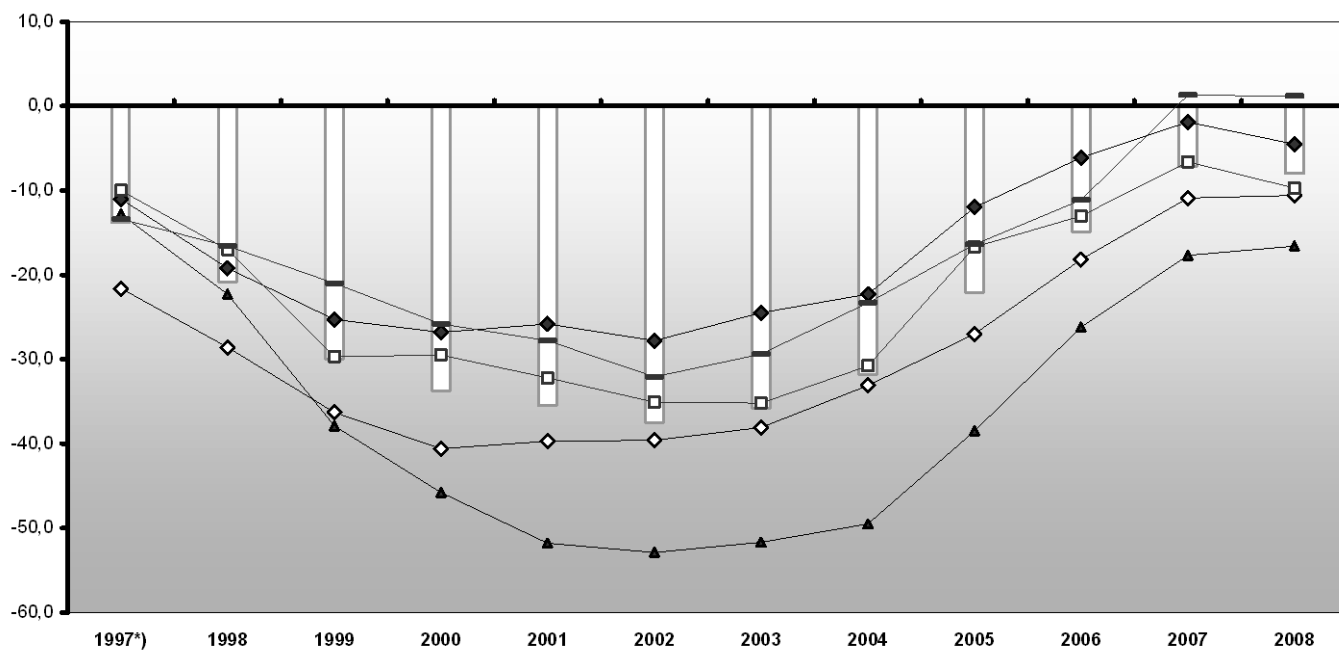
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)

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

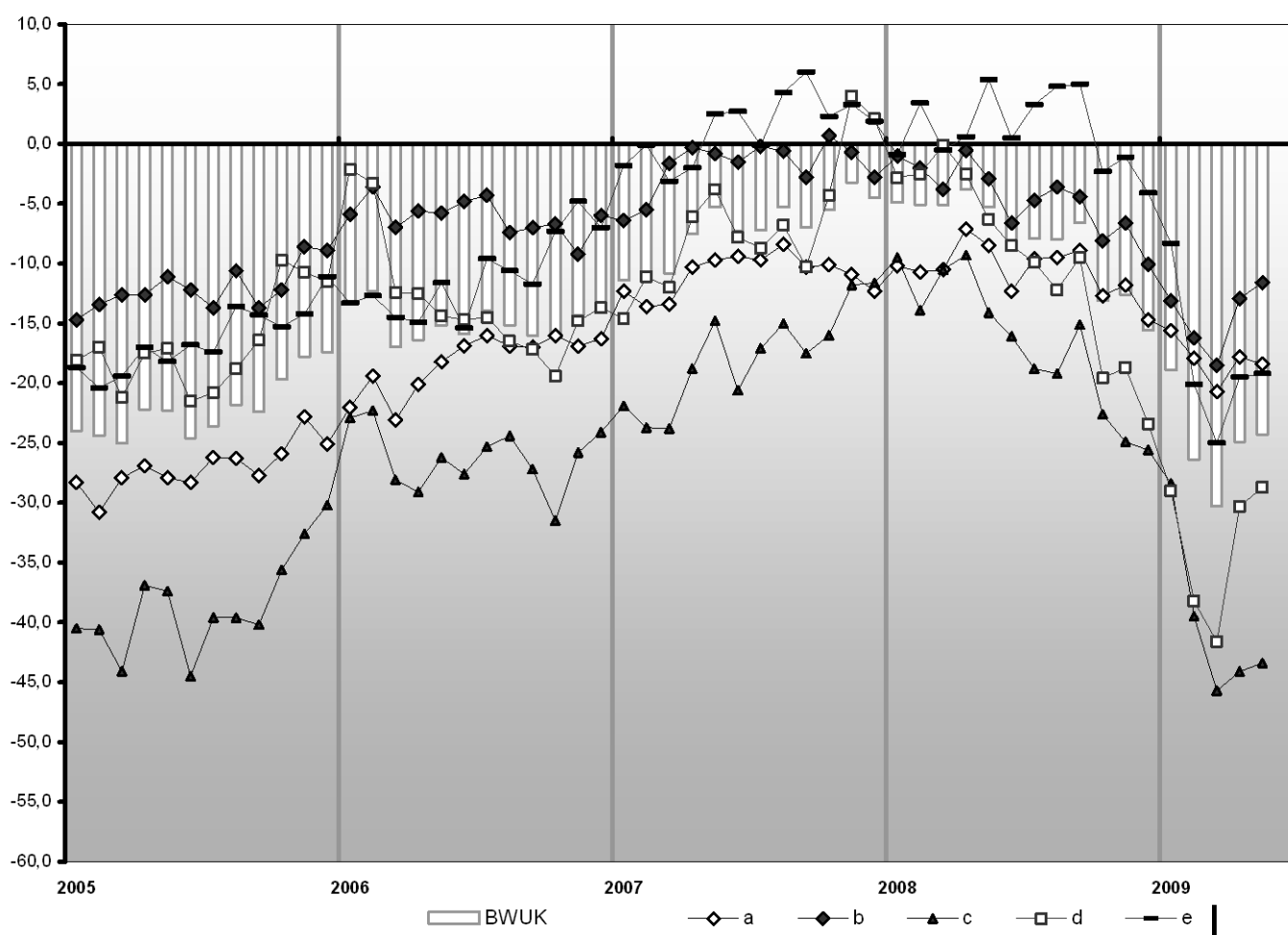
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Miesiąc	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
		a	b	c	d	e	
<i>w procentach</i>							
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	01	-22,0	-5,9	-22,9	-2,1	-13,3	-13,2
	02	-19,4	-3,6	-22,3	-3,3	-12,7	-12,3
	03	-23,1	-7,0	-28,1	-12,4	-14,5	-17,0
	04	-20,1	-5,6	-29,1	-12,5	-14,9	-16,4
	05	-18,2	-5,8	-26,2	-14,4	-11,6	-15,2
	06	-16,9	-4,8	-27,6	-14,7	-15,4	-15,9
	07	-16,0	-4,3	-25,3	-14,5	-9,6	-13,9
	08	-16,9	-7,4	-24,4	-16,5	-10,6	-15,2
	09	-17,0	-7,0	-27,2	-17,2	-11,7	-16,0
	10	-16,0	-6,7	-31,5	-19,4	-7,3	-16,2
	11	-16,9	-9,2	-25,8	-14,8	-4,8	-14,3
	12	-16,3	-6,0	-24,1	-13,7	-7,0	-13,4
2008	01	-10,9	-1,9	-17,7	-6,6	1,3	-7,1
	02	-12,3	-6,4	-21,9	-14,6	-1,8	-11,4
	03	-13,6	-5,5	-23,7	-11,1	-0,1	-10,8
	04	-13,4	-1,6	-23,8	-12,0	-3,1	-10,8
	05	-10,3	-0,3	-18,8	-6,1	-2,0	-7,5
	06	-9,7	-0,8	-14,8	-3,8	2,5	-5,3
	07	-9,4	-1,5	-20,6	-7,8	2,7	-7,3
	08	-9,7	-0,2	-17,1	-8,7	-0,1	-7,2
	09	-8,4	-0,6	-15,0	-6,8	4,3	-5,3
	10	-10,3	-2,8	-17,5	-10,3	6,0	-7,0
	11	-10,1	0,7	-16,0	-4,3	2,3	-5,5
	12	-10,9	-0,7	-11,8	4,0	3,3	-3,2
2009	01	-12,3	-2,8	-11,6	2,1	1,9	-4,5
	02	-10,6	-4,5	-16,6	-9,7	1,2	-8,0
	03	-10,2	-1,0	-9,5	-2,8	-0,9	-4,9
	04	-10,7	-2,0	-13,9	-2,5	3,4	-5,1
	05	-10,5	-3,8	-10,5	-0,1	-0,5	-5,1
	06	-7,1	-0,5	-9,3	-2,5	0,6	-3,8
	07	-8,5	-2,9	-14,1	-6,3	5,4	-5,3
	08	-12,3	-6,6	-16,1	-8,5	0,5	-8,6
	09	-9,6	-4,7	-18,8	-9,9	3,3	-7,9
	10	-9,5	-3,6	-19,2	-12,2	4,8	-8,0
	11	-8,9	-4,4	-15,1	-9,5	5,0	-6,6
	12	-12,7	-8,1	-22,6	-19,6	-2,3	-13,1
2010	01	-11,8	-6,6	-24,9	-18,7	-1,1	-12,6
	02	-14,7	-10,1	-25,6	-23,4	-4,1	-15,6
	03	-15,6	-13,1	-28,4	-29,0	-8,3	-18,9
	04	-17,9	-16,2	-39,5	-38,2	-20,1	-26,4
	05	-20,7	-18,5	-45,7	-41,6	-25,0	-30,3
2011	06	-17,8	-12,9	-44,1	-30,3	-19,5	-24,9
	07	-18,4	-11,6	-43,4	-28,7	-19,2	-24,3

*) kwiecień, lipiec, październik

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



Wykres Ic. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 – 2009



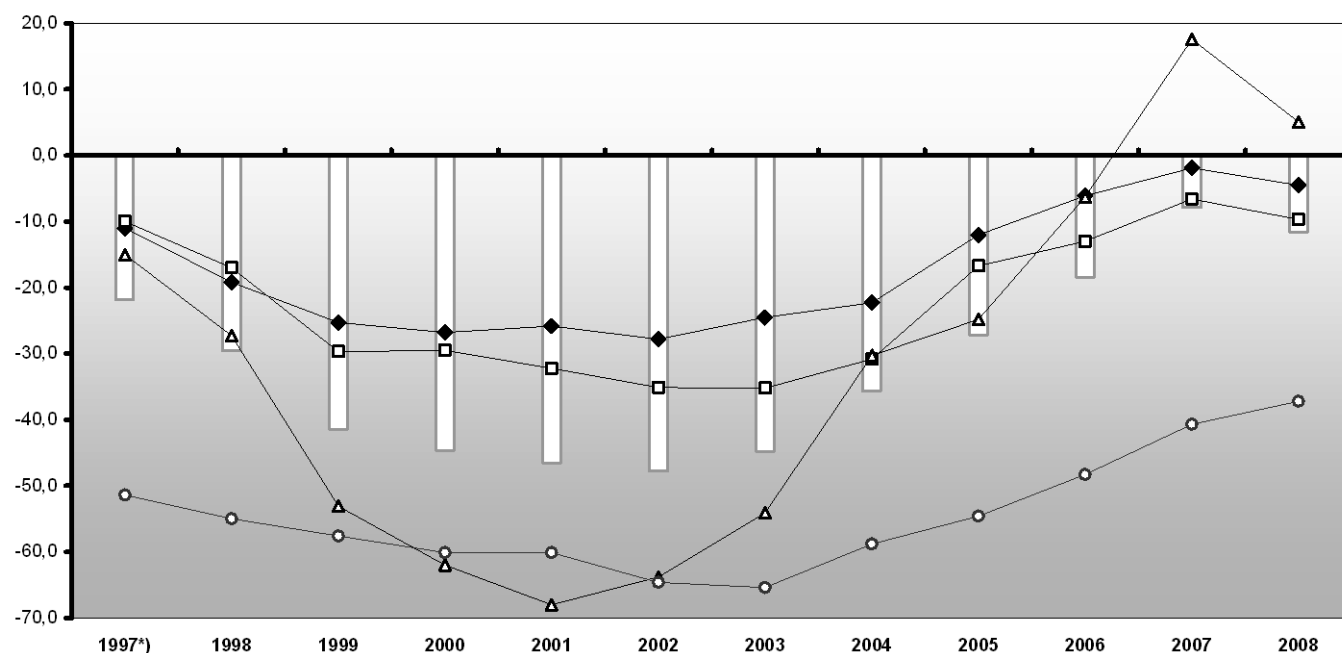
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)

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		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Miesiąc	b	d	f	g	
<i>w procentach</i>						
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	01	-5,9	-2,1	-10,8	-49,2	-17,1
	02	-3,6	-3,3	-12,7	-50,5	-17,6
	03	-7,0	-12,4	-16,2	-50,7	-21,7
	04	-5,6	-12,5	-14,3	-50,0	-20,8
	05	-5,8	-14,4	-9,6	-48,6	-19,7
	06	-4,8	-14,7	-8,7	-49,5	-19,5
	07	-4,3	-14,5	-4,7	-46,9	-17,7
	08	-7,4	-16,5	-4,6	-47,8	-19,2
	09	-7,0	-17,2	-3,4	-47,5	-18,9
	10	-6,7	-19,4	0,8	-46,6	-18,1
	11	-9,2	-14,8	3,3	-47,3	-17,1
	12	-6,0	-13,7	5,9	-45,3	-14,9
		-1,9	-6,6	17,6	-40,7	-7,9
	01	-6,4	-14,6	11,0	-43,4	-13,4
	02	-5,5	-11,1	8,7	-42,8	-12,7
	03	-1,6	-12,0	9,9	-40,8	-11,2
	04	-0,3	-6,1	16,5	-41,7	-8,0
	05	-0,8	-3,8	18,9	-39,7	-6,4
	06	-1,5	-7,8	19,0	-37,6	-7,0
	07	-0,2	-8,7	22,5	-41,1	-6,9
	08	-0,6	-6,8	21,7	-40,9	-6,7
	09	-2,8	-10,3	21,8	-38,3	-7,4
	10	0,7	-4,3	22,0	-40,3	-5,5
	11	-0,7	4,0	19,6	-40,3	-4,4
	12	-2,8	2,1	19,7	-41,3	-5,6
2008		-4,5	-9,7	5,1	-37,2	-11,6
	01	-1,0	-2,8	17,7	-37,1	-5,9
	02	-2,0	-2,5	14,7	-38,1	-7,1
	03	-3,8	-0,1	15,5	-42,2	-7,7
	04	-0,5	-2,5	15,3	-34,1	-5,5
	05	-2,9	-6,3	11,9	-38,1	-8,9
	06	-6,6	-8,5	12,0	-39,4	-10,7
	07	-4,7	-9,9	9,5	-37,5	-10,7
	08	-3,6	-12,2	6,0	-36,2	-11,6
	09	-4,4	-9,5	7,5	-35,0	-10,4
	10	-8,1	-19,6	-5,3	-38,4	-18,0
	11	-6,6	-18,7	-15,8	-36,4	-19,5
2009	12	-10,1	-23,4	-27,5	-33,7	-23,8
	01	-13,1	-29,0	-44,8	-39,0	-31,6
	02	-16,2	-38,2	-67,5	-42,0	-41,2
	03	-18,5	-41,6	-69,8	-38,1	-42,2
	04	-12,9	-30,3	-61,1	-37,0	-35,5
	05	-11,6	-28,7	-60,9	-37,4	-34,8

*) kwiecień, lipiec, październik

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



Wykres IIc. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2004 – 2009

