



Koniunktura konsumencka¹ Lipiec 2016 r.

W lipcu 2016 r., odnotowano wyższą wartość dla wskaźnika opisującego bieżące nastroje konsumenckie i niższą dla odnoszącego się do nastrojów przyszłych.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej **był wyższy** o 0,9 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie **-5,6**.

Wartości składowych wskaźnika zmieniły się w sposób zróżnicowany. Poprawiły się oceny przyszłej i obecnej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrost odpowiednio o 3,9 i 2,1 p. proc.) oraz dotyczące obecnego dokonywania ważnych zakupów (wzrost o 0,4 p. proc.). Z drugiej strony, wystąpiły niższe wartości dla ocen sytuacji finansowej gospodarstwa domowego – zarówno obecnej, jak i przyszłej (spadek odpowiednio o 1,4 i 0,3 p. proc.).

W porównaniu do lipca 2015 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 5,3 p. proc.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej **był niższy** o 0,9 p. proc. w stosunku do maja i ukształtował się na poziomie **-10,6**.

Spadek wartości wskaźnika był przede wszystkim wynikiem pogorszenia się ocen dotyczących przyszłego poziomu bezrobocia (spadek o 8,2 p. proc.). Nieznacznie niższą wartość odnotowano dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadek o 0,3 p. proc.). Poprawiły się natomiast przewidywania dotyczące przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju i możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (wzrost odpowiednio o 3,9 i 1,0 p. proc.).

W lipcu br. WWUK osiągnął wartość o 3,7 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 lipcu 2016 r. przeprowadzono 1430 wywiadów w okresie 04 – 13. 07. 2016 r. (w tym 86 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 sygnałnych” zamieszczanych na stronie internetowej GUS oraz Biuletynie Statystycznym.

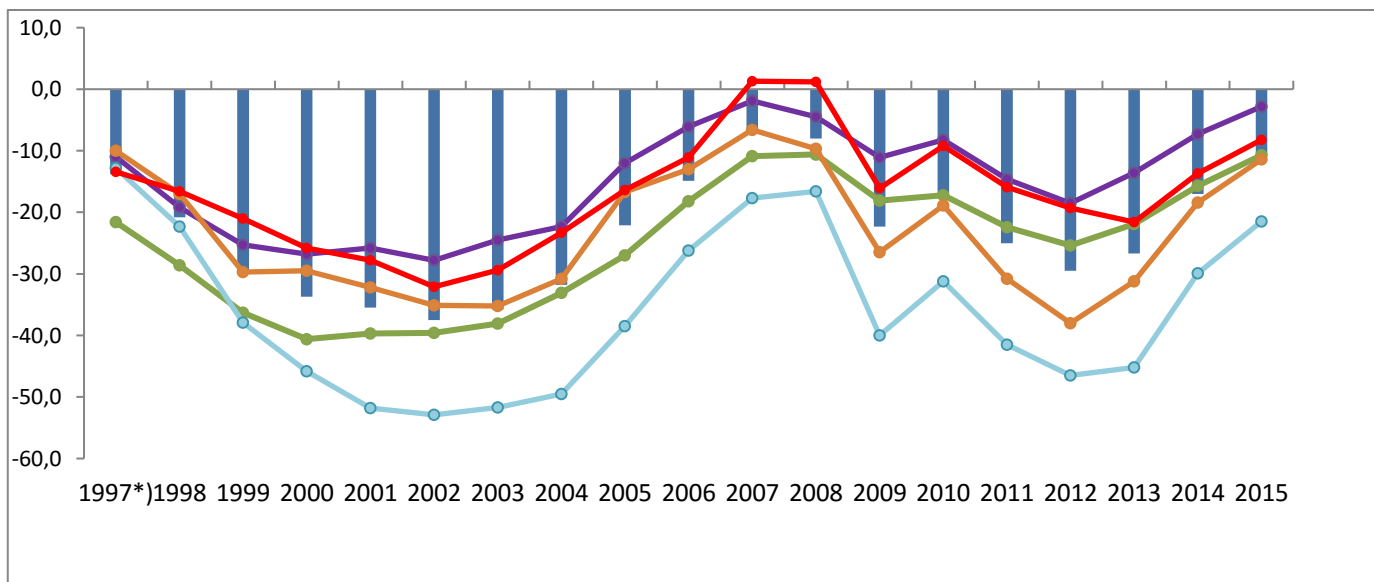
**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

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

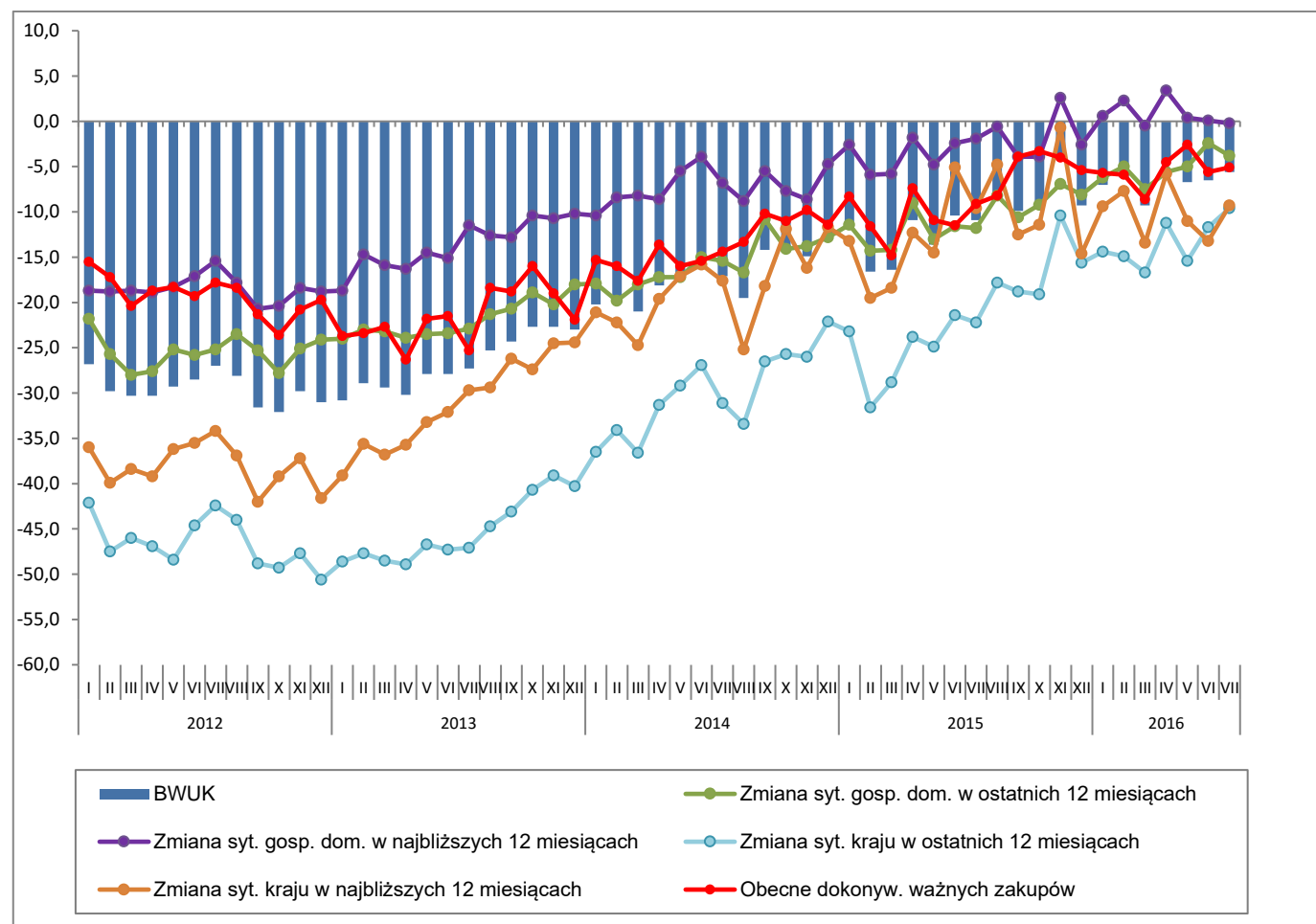
| Okres badania ankietowego | | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w: | | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w: | | Obecne dokonywanie ważnych zakupów | Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK |
|---------------------------|--------------------|---|-----------------------------|---|-----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Rok | Kwartał Miesiąc | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesięcy | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesięcy | | |
| | | a | b | c | d | e | |
| <i>w procentach</i> | | | | | | | |
| 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 |
| Kwartaly | | | | | | | |
| 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 |
| 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 |

*) kwiecień, lipiec, październik

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



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



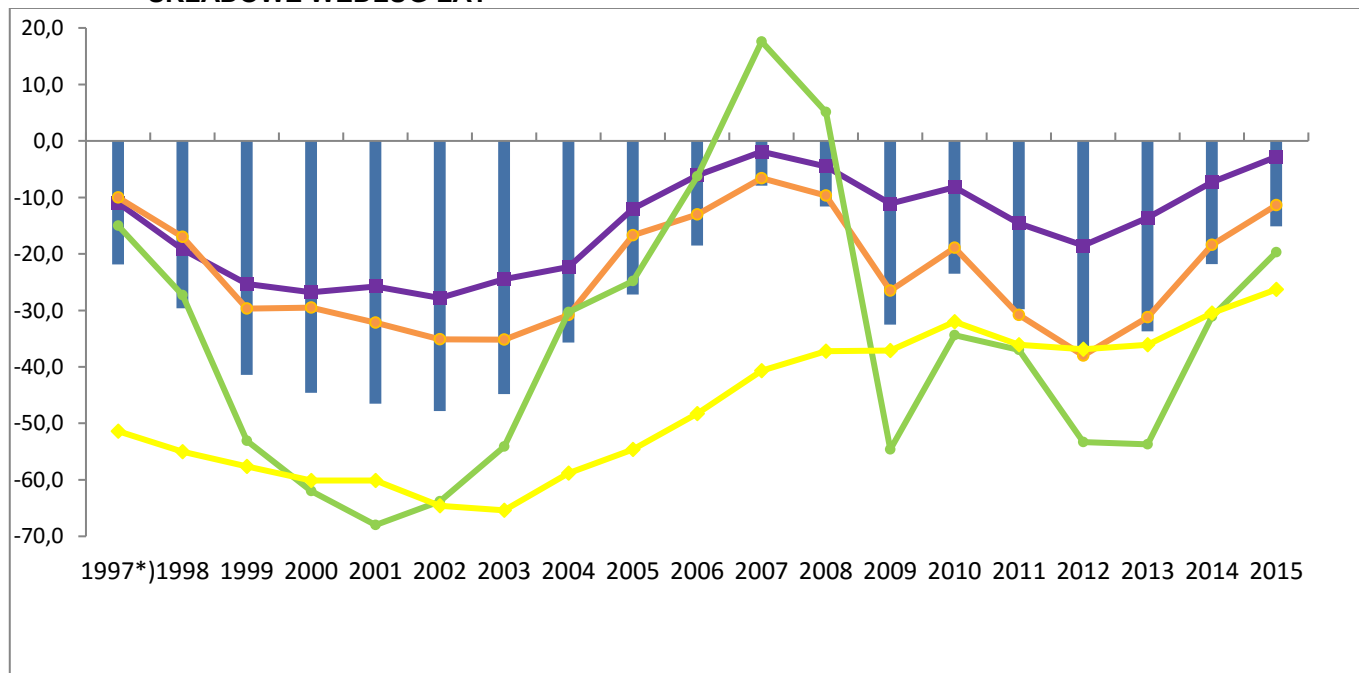
**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

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.

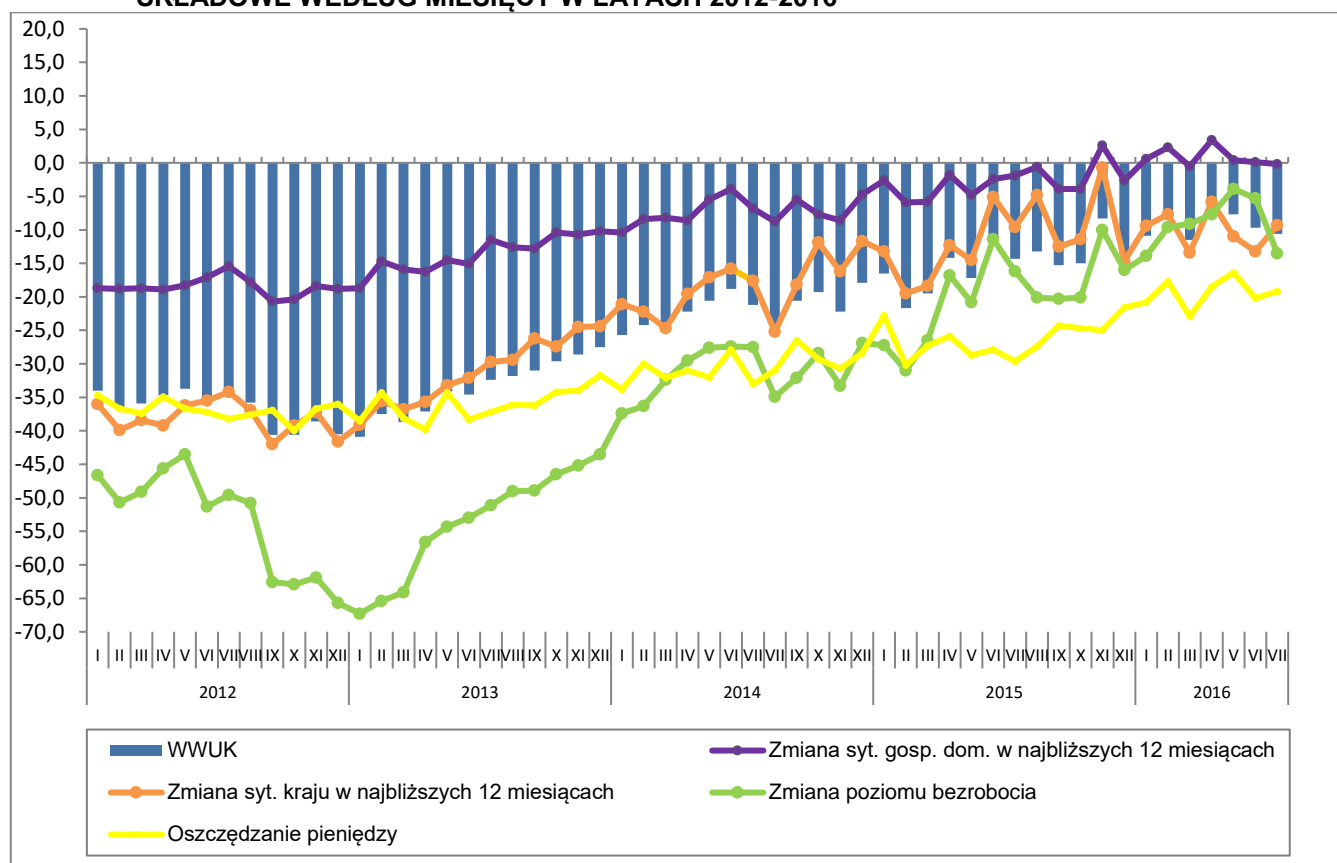
| Rok | Okres badania ankietowego Kwartał Miesiąc | Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego | Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju | Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym) | Oszczędzanie pieniędzy | Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK |
|---------------------|---|--|--|---|------------------------|-------------------------------------|
| | | b | d | f | g | |
| <i>w procentach</i> | | | | | | |
| 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 |
| 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 |

*) kwiecień, lipiec, październik

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



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/>