Koniunktura konsumencka – październik 2018 r.

W październiku 2018 r. odnotowano pogorszenie obecnych i przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, ukształtował się na poziomie 6,1[[1]](#footnote-1).

 6,1

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK)

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w październiku 2018 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) był niższy o 0,8 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, był niższy o 0,8 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 6,1\*.

Wśród składowych wskaźnika, niższą wartość odnotowano przede wszystkim dla ocen obecnej oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 3,8 i 2,9 p. proc.). Natomiast poprawiły się oceny możliwości obecnego dokonywania ważnych zakupów oraz przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (wzrosty odpowiednio o 2,3 i 1,6 p. proc.).

W porównaniu do października 2017 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 1,5 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w październiku 2018 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) spadł o 1,8 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, spadł o 1,8 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 1,3\*.

Na spadek wartości wskaźnika wpłynęły głównie pogarszające się oceny przyszłego poziomu bezrobocia oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 3,6 i 2,9 p. proc.). Wyższą wartość niż przed miesiącem odnotowano dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (wzrost o 1,6 p. proc).

W październiku br. WWUK osiągnął wartość o 0,3 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2017 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 Kwartał  Miesiąc | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach | ostatnich 12 miesiącach | najbliższych 12 miesiącach |
| a | b | c | d | e |
|  | saldo ocen w procentach |  |
|  |  |  | **Lata** |  |  |  |
| 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 |
| 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 |
|  |  |  | **Kwartały** |  |  |  |
| 2017 | I | -0,8 | 2,2 | -5,1 | -9,2 | 4,4 | -1,7 |
|  | II | 1,2 | 2,6 | 0,1 | -2,3 | 10,2 | 2,4 |
|  | III | 0,8 | 4,0 | 5,7 | 1,8 | 12,2 | 4,9 |
|  | IV | -0,9 | 2,3 | 6,5 | 2,5 | 9,8 | 4,0 |
| 2018 | I | -0,4 | 4,1 | 9,1 | 4,5 | 12,4 | 5,9 |
|  | II | 0,8 | 4,3 | 9,8 | 4,5 | 13,7 | 6,6 |
|  | III | 1,7 | 3,6 | 9,5 | 2,5 | 13,3 | 6,1 |
|  |  |  | **Miesiące** |  |  |  |
| 2017 | 05 | 0,8 | 2,8 | 0,2 | -1,4 | 12,9 | 3,1 |
|  | 06 | 2,3 | 2,9 | 3,8 | 1,8 | 13,2 | 4,8 |
|  | 07 | -0,3 | 3,6 | 4,6 | 1,9 | 10,3 | 4,0 |
|  | 08 | 2,0 | 4,3 | 6,3 | 2,7 | 13,0 | 5,7 |
|  | 09 | 0,6 | 4,0 | 6,2 | 0,8 | 13,2 | 5,0 |
|  | 10 | -0,3 | 1,6 | 8,5 | 3,4 | 10,0 | 4,6 |
|  | 11 | 0,2 | 5,0 | 6,9 | 3,8 | 11,0 | 5,4 |
|  | 12 | -2,4 | 0,2 | 4,0 | 0,3 | 8,4 | 2,1 |
| 2018 | 01 | 1,5 | 5,2 | 8,9 | 4,0 | 11,4 | 6,2 |
|  | 02 | 0,1 | 2,8 | 9,0 | 6,3 | 13,0 | 6,2 |
|  | 03 | -2,9 | 4,2 | 9,5 | 3,2 | 12,7 | 5,4 |
|  | 04 | 2,4 | 5,7 | 13,2 | 6,0 | 11,9 | 7,8 |
|  | 05 | 0,7 | 3,5 | 6,7 | 3,8 | 14,9 | 5,9 |
|  | 06 | -0,6 | 3,8 | 9,5 | 3,8 | 14,2 | 6,1 |
|  | 07 | 1,0 | 3,6 | 9,8 | 1,2 | 10,3 | 5,2 |
|  | 08 | 2,9 | 4,0 | 8,0 | 1,9 | 14,2 | 6,2 |
|  | 09 | 1,2 | 3,1 | 10,8 | 4,4 | 15,2 | 6,9 |
|  | 10 | -0,2 | 4,7 | 7,0 | 1,5 | 17,5 | 6,1 |
|  |  |  |  |  |  |  |

**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 2015–2018

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** |  |
| 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 |
| 2016 | 0,9 | -9,4 | -7,8 | -18,0 | -8,6 |
| 2017 | 2,8 | -1,8 | 8,5 | -10,6 | -0,3 |
|  | **Kwartały** |  |
| 2017 | I | 2,2 | -9,2 | 3,1 | -12,3 | -4,1 |
|  | II | 2,6 | -2,3 | 9,5 | -10,8 | -0,3 |
|  | III | 4,0 | 1,8 | 10,4 | -9,9 | 1,6 |
|  | IV | 2,3 | 2,5 | 11,2 | -9,6 | 1,6 |
| 2018 | I | 4,1 | 4,5 | 13,7 | -7,1 | 3,8 |
|  | II | 4,3 | 4,5 | 15,3 | -7,4 | 4,2 |
|  | III | 3,6 | 2,5 | 12,8 | -8,4 | 2,6 |
|  | **Miesiące** |  |
| 2017 | 03 | 1,6 | -8,3 | 4,9 | -15,0 | -4,2 |
|  | 04 | 2,0 | -7,2 | 5,9 | -12,9 | -3,1 |
|  | 05 | 2,8 | -1,4 | 11,0 | -10,0 | 0,6 |
|  | 06 | 2,9 | 1,8 | 11,7 | -9,4 | 1,8 |
|  | 07 | 3,6 | 1,9 | 10,1 | -10,5 | 1,3 |
|  | 08 | 4,3 | 2,7 | 11,0 | -7,3 | 2,7 |
|  | 09 | 4,0 | 0,8 | 10,2 | -11,7 | 0,8 |
|  | 10 | 1,6 | 3,4 | 9,2 | -8,0 | 1,6 |
|  | 11 | 5,0 | 3,8 | 13,5 | -8,8 | 3,4 |
|  | 12 | 0,2 | 0,3 | 10,8 | -12,0 | -0,2 |
| 2018 | 01 | 5,2 | 4,0 | 13,6 | -5,8 | 4,3 |
|  | 02 | 2,8 | 6,3 | 14,1 | -6,4 | 4,2 |
|  | 03 | 4,2 | 3,2 | 13,4 | -9,2 | 2,9 |
|  | 04 | 5,7 | 6,0 | 18,0 | -6,9 | 5,7 |
|  | 05 | 3,5 | 3,8 | 14,2 | -10,2 | 2,8 |
|  | 06 | 3,8 | 3,8 | 13,7 | -5,2 | 4,0 |
|  | 07 | 3,6 | 1,2 | 14,1 | -9,4 | 2,4 |
|  | 08 | 4,0 | 1,9 | 12,3 | -8,7 | 2,4 |
|  | 09 | 3,1 | 4,4 | 11,9 | -7,2 | 3,1 |
|  | 10 | 4,7 | 1,5 | 8,3 | -9,3 | 1,3 |
|  |  |  |  |  |  |

**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 2015–2018

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

\*\* kwiecień, lipiec, październik

|  |  |
| --- | --- |
| Opracowanie merytoryczne:**Urząd Statystyczny w Łodzi****Ośrodek Warunków Życia i Badań Ankietowych****Iwona Ulanowska**Tel: 42 683 91 73**e-mail:** **i.ulanowska@stat.gov.pl** | Rozpowszechnianie:**Rzecznik Prasowy Prezesa GUS****Karolina Dawidziuk**Tel: 22 608 3475, 22 608 3009**e-mail:** **rzecznik@stat.gov.pl** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Wydział Współpracy z Mediami** **tel.:** 22 608 34 91, 22 608 38 04 **faks:** 22 608 38 86 **e-mail:** obslugaprasowa@stat.gov.pl |  | www.stat.gov.pl |
|  | @GUS\_STAT |
|  | @GlownyUrzadStatystyczny |

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach we wrześniu 2018 roku](http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przemysle-budownictwie-handlu-i-uslugach-we-wrzesniu-2018-roku%2C3%2C70.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 8/2018](http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-82018%2C4%2C79.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 październiku 2018 r. przeprowadzono 1279 wywiadów w okresie 01-10.09.2018 r. (w tym 79 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo). [↑](#footnote-ref-1)