Koniunktura konsumencka – luty 2019 r.

W lutym 2019 r. obecne nastroje konsumenckie pozostały na podobnym poziomie jak w zeszłym miesiącu, a niewielką poprawę odnotowano dla przyszłych nastrojów konsumenckich.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej ukształtował się na poziomie 5,5[[1]](#footnote-1).

 5,5

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK)

# 

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w lutym 2019 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) pozostał na podobnym poziomie, jak w poprzednim miesiącu.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, był wyższy o 0,1 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 5,5\*.

Wśród składowych wskaźnika, wyższą wartość odnotowano dla ocen przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego i przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrosty odpowiednio o 4,1 i 1,2 p. proc.). Natomiast pogorszyły się przede wszystkim oceny możliwości obecnego dokonywania ważnych zakupów oraz obecnej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 3,0 i 1,6 p. proc.).

W porównaniu do lutego 2018 r. obecna wartość BWUK była niższa o 0,7 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w lutym 2019 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) wzrósł o 1,0 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, wzrósł o 1,0 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie 3,2\*.

Na poprawę wartości wskaźnika wpłynęły głównie oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrosty odpowiednio o 4,1 i 1,2 p. proc.). Niższą wartość niż przed miesiącem odnotowano dla oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (spadek o 1,8 p. proc.).

W lutym br. WWUK osiągnął wartość o 1,0 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2018 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 KwartałMiesiąc | | 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 |
| 2018 | | 0,6 | 3,6 | 8,7 | 2,8 | 12,8 | 5,7 |
|  | |  |  | **Kwartały** |  |  |  |
| 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 |
|  | IV | 0,2 | 2,6 | 6,2 | -0,2 | 11,9 | 4,1 |
|  | |  |  | **Miesiące** |  |  |  |
| 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 |
|  | 11 | 1,9 | 4,0 | 6,7 | 2,7 | 10,6 | 5,2 |
|  | 12 | -1,3 | -1,0 | 4,9 | -4,8 | 7,5 | 1,1 |
| 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 |
|  | |  |  |  |  |  |  |

**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 2016–2019

Wykres 2. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) oraz jego wartości składowe według lat

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Okres badania ankietowegoRok KwartałMiesiąc | | 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 |
| 2018 | | 3,6 | 2,8 | 12,6 | -7,5 | 2,9 |
|  | | **Kwartały** | | | |  |
| 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 |
|  | IV | 2,6 | -0,2 | 8,4 | -7,0 | 1,0 |
|  | | **Miesiące** | | | |  |
| 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 |
|  | 11 | 4,0 | 2,7 | 9,4 | -2,6 | 3,4 |
|  | 12 | -1,0 | -4,8 | 7,6 | -9,0 | -1,8 |
| 2019 | 01 | 2,8 | 0,6 | 7,2 | -1,6 | 2,2 |
|  | 02 | 6,9 | 1,8 | 7,6 | -3,4 | 3,2 |
|  | |  |  |  |  |  |

**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 2016–2019

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**](mailto: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**](mailto:rzecznik@stat.gov.pl) |

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

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach w styczniu 2019 roku](http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-w-styczniu-2019-roku,3,74.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 12/2018](http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-122018,4,83.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 lutym 2019 r. przeprowadzono 1240 wywiadów w okresie 04-13.02.2019 r. (w tym 88 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo). [↑](#footnote-ref-1)