Koniunktura konsumencka – marzec 2020 r.

**W marcu 2020 r. zarówno obecne, jak i przyszłe nastroje konsumenckie pozostały na podobnym poziomie w stosunku do poprzedniego miesiąca. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, nie zmienił się w stosunku do poprzedniego miesiąca i wyniósł 1,3[[1]](#footnote-1) .**

 0,0 p. proc.

Zmiana bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK)

#

# Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w marcu 2020 r.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) nie zmienił się w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wśród składowych wskaźnika niższą wartość odnotowano przede wszystkim dla ocen przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju oraz przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadki odpowiednio o 1,7 i 0,7 p. proc.). Wzrost (o 2,7 p. proc.) odnotowano w przypadku oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego. Nie uległa zmianie ocena obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów.

W odniesieniu do marca 2019 r. obecna wartość BWUK jest niższa o 6,9 p. proc.

# Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w marcu 2020 r.

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

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, utrzymał się na poziomie zbliżonym do poprzedniego miesiąca (spadek jedynie o 0,1 p. proc.) i kształtował się na poziomie -2,3a.

Na spadek wartości wskaźnika w największym stopniu wpłynęły oceny przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju oraz przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadki odpowiednio o 1,7 i 0,7 p. proc.). Poprawa nastąpiła jedynie w zakresie oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (wzrost o 1,8 p. proc.). Ocena przyszłego poziomu bezrobocia pozostała na takim samym poziomie.

 W marcu br. WWUK osiągnął wartość o 7,0 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2019 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** |  |  |  |
| 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 |
| 2019 | 4,8 | 6,3 | 9,7 | 1,2 | 16,4 | 7,7 |
|  |  |  | **Kwartały** |  |  |  |
| 2019 | I | 2,1 | 5,8 | 7,8 | 2,2 | 13,8 | 6,3 |
|  | II | 6,0 | 7,5 | 9,6 | 2,3 | 16,4 | 8,4 |
|  | III | 5,9 | 7,1 | 12,1 | 2,6 | 18,0 | 9,1 |
|  | IV | 5,1 | 4,6 | 9,3 | -2,5 | 17,4 | 6,8 |
| 2020 | I | 1,8 | 2,0 | 2,4 | -8,7 | 13,1 | 2,1 |
|  |  |  | **Miesiące** |  |  |  |
| 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 |
|  | 03 | 3,2 | 7,7 | 11,1 | 4,2 | 14,5 | 8,2 |
|  | 04 | 6,0 | 7,9 | 7,1 | -0,5 | 15,4 | 7,2 |
|  | 05 | 4,4 | 7,0 | 9,9 | 3,5 | 16,7 | 8,3 |
|  | 06 | 7,5 | 7,7 | 12,0 | 3,9 | 17,1 | 9,6 |
|  | 07 | 5,4 | 8,9 | 11,9 | 2,8 | 16,2 | 9,0 |
|  | 08 | 5,4 | 4,4 | 10,7 | 2,2 | 18,5 | 8,2 |
|  | 09 | 6,9 | 8,0 | 13,7 | 2,8 | 19,4 | 10,2 |
|  | 10 | 6,6 | 5,9 | 12,1 | 3,4 | 18,2 | 9,3 |
|  | 11 | 5,5 | 5,0 | 10,0 | -3,0 | 16,1 | 6,7 |
|  | 12 | 3,3 | 2,8 | 5,6 | -7,9 | 17,9 | 4,3 |
| 2020 | 01 | 4,2 | 2,0 | 3,7 | -7,7 | 16,1 | 3,7 |
|  | 02 | -0,8 | 2,4 | 1,9 | -8,4 | 11,5 | 1,3 |
|  | 03 | 1,9 | 1,7 | 1,5 | -10,1 | 11,5 | 1,3 |
|  |  |  |  |  |  |  |

**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 2017–2020

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** |  |
| 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 |
| 2019 | 6,3 | 1,2 | 7,7 | 0,8 | 4,0 |
|  | **Kwartały** |  |
| 2019 | I | 5,8 | 2,2 | 8,2 | -2,7 | 3,4 |
|  | II | 7,5 | 2,3 | 11,1 | 0,3 | 5,3 |
|  | III | 7,1 | 2,6 | 9,6 | 3,2 | 5,6 |
|  | IV | 4,6 | -2,5 | 2,0 | 2,5 | 1,7 |
| 2020 | I | 2,0 | -8,7 | 0,3 | -0,4 | -1,7 |
|  | **Miesiące** |  |
| 2019 | 01 | 2,8 | 0,6 | 7,2 | -1,6 | 2,2 |
|  | 02 | 6,9 | 1,8 | 7,6 | -3,4 | 3,2 |
|  | 03 | 7,7 | 4,2 | 9,8 | -3,1 | 4,7 |
|  | 04 | 7,9 | -0,5 | 8,1 | -1,4 | 3,5 |
|  | 05 | 7,0 | 3,5 | 10,0 | -0,8 | 4,9 |
|  | 06 | 7,7 | 3,9 | 15,3 | 3,1 | 7,5 |
|  | 07 | 8,9 | 2,8 | 10,3 | 1,7 | 5,9 |
|  | 08 | 4,4 | 2,2 | 8,7 | 0,4 | 3,9 |
|  | 09 | 8,0 | 2,8 | 9,8 | 7,5 | 7,0 |
|  | 10 | 5,9 | 3,4 | 2,5 | 2,6 | 3,6 |
|  | 11 | 5,0 | -3,0 | 2,9 | 3,9 | 2,2 |
|  | 12 | 2,8 | -7,9 | 0,5 | 1,2 | -0,8 |
| 2020 | 01 | 2,0 | -7,7 | 2,4 | 1,1 | -0,6 |
|  | 02 | 2,4 | -8,4 | -0,7 | -2,0 | -2,2 |
|  | 03 | 1,7 | -10,7 | -0,7 | -0,2 | -2,3 |
|  |  |  |  |  |  |

**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 2017–2020

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

\*\* kwiecień, lipiec, październik

|  |  |
| --- | --- |
| Opracowanie merytoryczne:**Urząd Statystyczny w Łodzi****Dyrektor dr Piotr Ryszard Cmela**Tel: 42 684 56 11 | Rozpowszechnianie:**Rzecznik Prasowy Prezesa GUS****Karolina Banaszek**Tel: 695 255 011 |

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

**Powiązane opracowania**

[Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w lutym 2020 roku](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/koniunktura-w-przetworstwie-przemyslowym-budownictwie-handlu-i-uslugach-w-lutym-2020-roku%2C3%2C87.html)

[Biuletyn Statystyczny Nr 1/2020](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/informacje-o-sytuacji-spoleczno-gospodarczej/biuletyn-statystyczny-nr-12020%2C4%2C96.html)

**Temat dostępny w bazach danych**

[Dziedzinowa Baza Wiedzy Warunki Życia Ludności](http://swaid.stat.gov.pl/SitePagesDBW/WarunkiZyciaLudnosci.aspx)

1. a 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 marcu 2020 r. przeprowadzono 1137 wywiadów w okresie 02-11.03.2020 r. (w tym 66 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo). [↑](#footnote-ref-1)