

Koniunktura konsumencka – kwiecień 2020 r.

23.04.2020 r.


37,7 p. proc.

Zmiana bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK)

W kwietniu 2020 r. odnotowano znaczące pogorszenie zarówno obecnych, jak i przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, wyniósł $-36,4^a$ i był o 37,7 p. proc. niższy w stosunku do poprzedniego miesiąca.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w kwietniu 2020 r.

Wszystkie składowe wskaźniki uzyskały wartości wyraźnie niższe niż przed miesiącem. Największe spadki odnotowano dla ocen obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadki odpowiednio o 58,8 p. proc. i 54,4 p. proc.). Dla pozostałych składowych wskaźników spadki kształtowały się następująco: 32,2 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, 32,0 p. proc. dla oceny obecnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz 11,0 p. proc. dla oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego.

W odniesieniu do kwietnia 2019 r. obecna wartość BWUK jest niższa o 43,6 p. proc.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) w kwietniu 2020 r.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, spadł o 45,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie $-47,7^a$.

Na znaczący spadek wartości wskaźnika wpłynęły wszystkie jego składniki. Największy spadek odnotowano dla oceny przyszłego poziomu bezrobocia (o 77,0 p. proc.). Dla pozostałych składowych wskaźników spadki kształtowały się następująco: 54,4 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju, 32,2 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz 18,1 p. proc. dla oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy.

W kwietniu br. WWUK osiągnął wartość o 51,2 p. proc. niższą niż w analogicznym miesiącu 2019 r.

Dla 95,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna miała wpływ na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej (odpowiedzi na pytania dodatkowe w związku z zagrożeniem koronawirusem COVID-19 zamieszczone zostały w załączniku).

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) jest niższy o 37,7 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) spadł o 45,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca

Dla 95,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna miała wpływ na odpowiedzi na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej

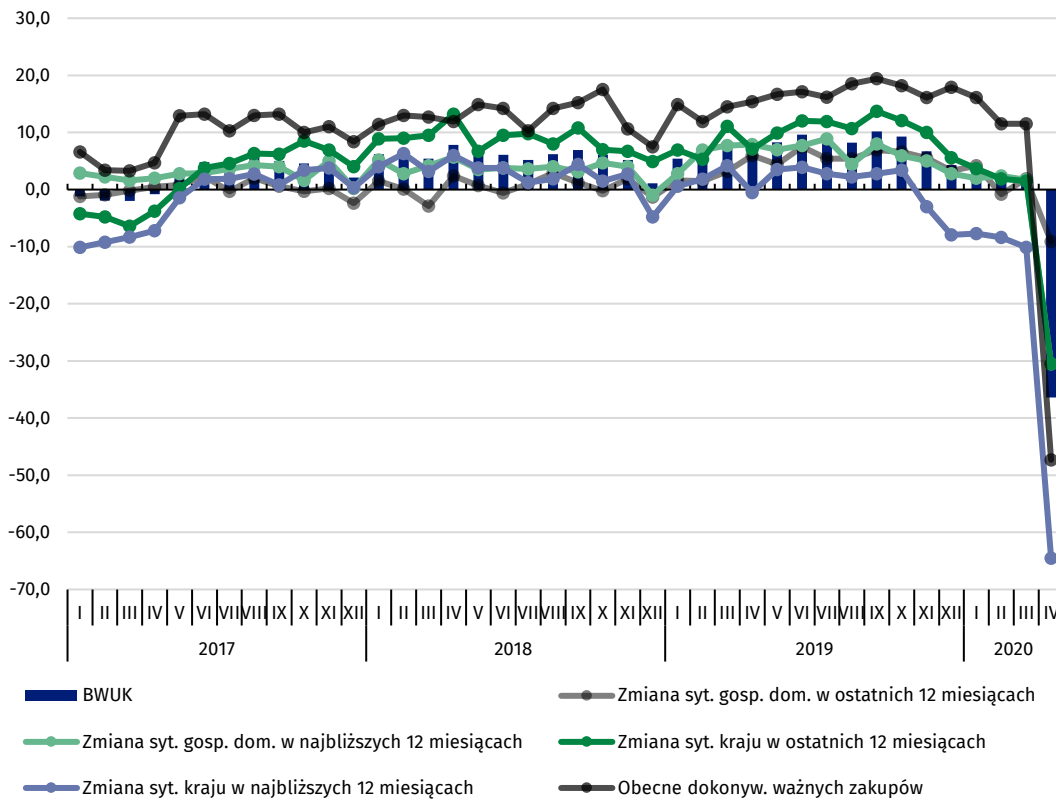
^a Obydwa wskaźniki ufności konsumenckiej mogą przyjmować wartości od -100 do $+100$. Wartość dodatnia oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych optymistycznie nad konsumentami nastawionymi pesymistycznie, natomiast wartość ujemna oznacza przewagę liczebną konsumentów nastawionych pesymistycznie nad konsumentami nastawionymi optymistycznie. W okresie 06-16.04.2020 r. przeprowadzono metodą wywiadu telefonicznego 1808 wywiadów.

Tablica 1. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej

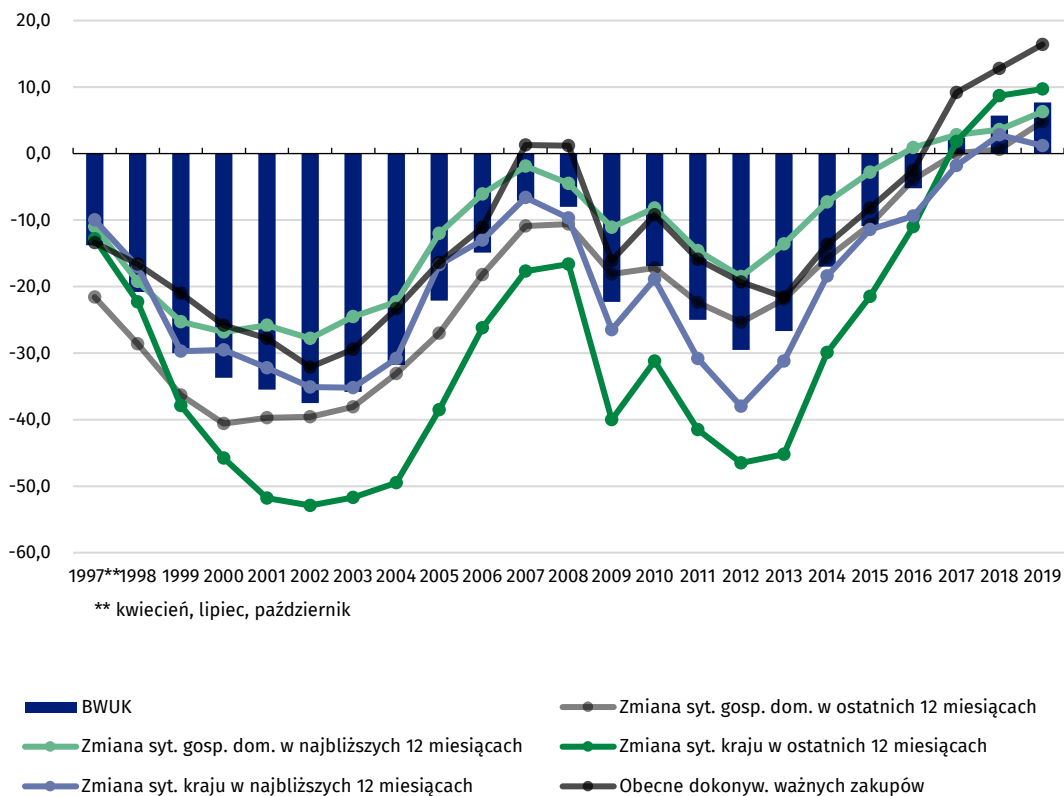
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 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
Kwartaly							
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
	04	-9,1	-30,5	-30,5	-64,5	-47,3	-36,4

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

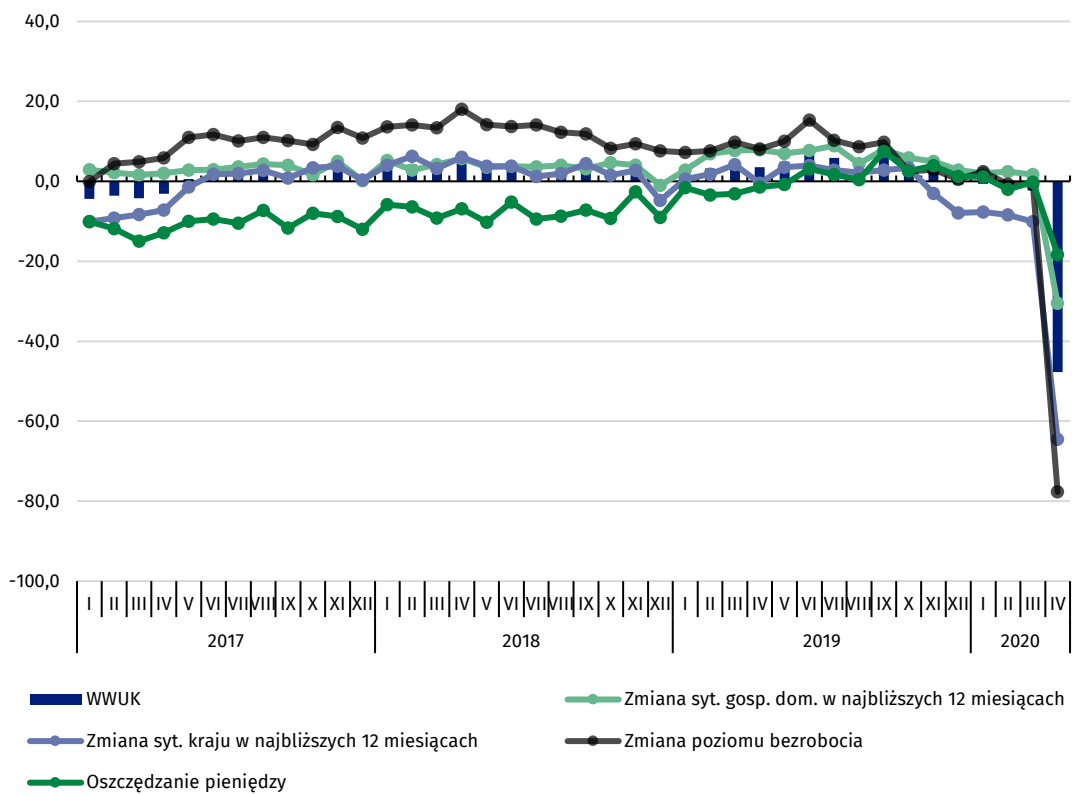


Tablica 2. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej

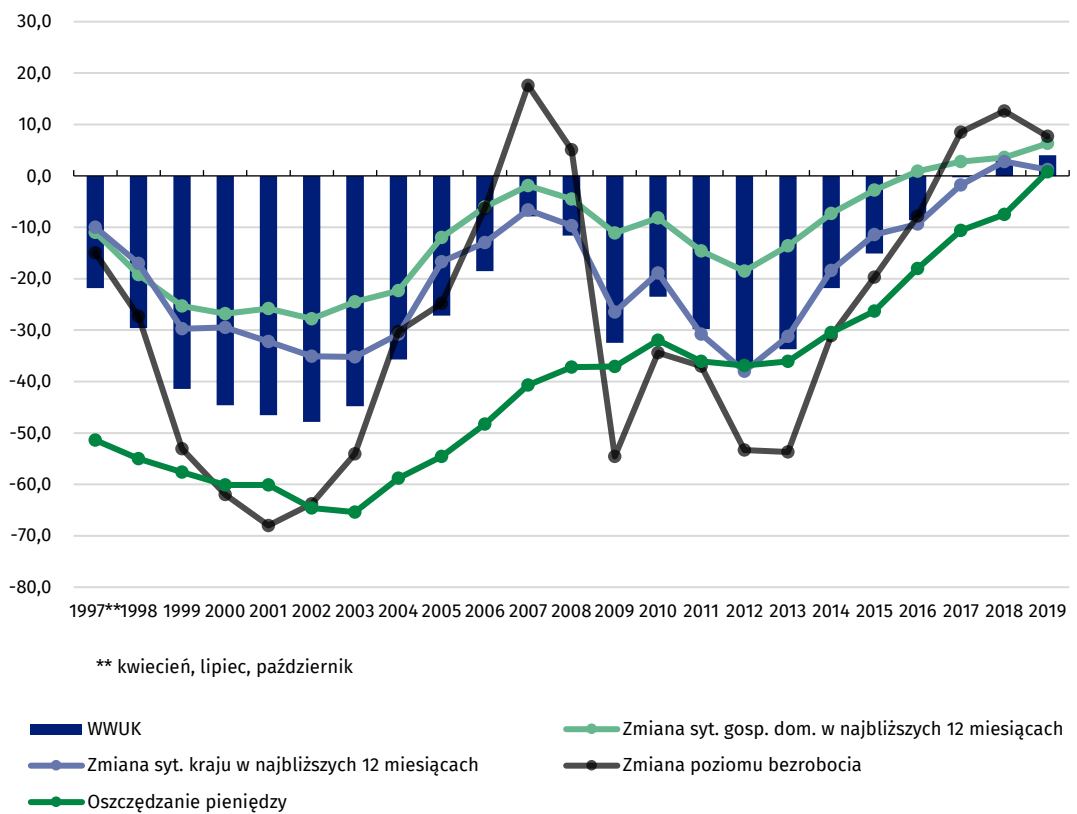
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju	Zmiany poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym)	Oszczędzanie pieniędzy	Wskaźnik ufności konsumenckiej WWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	b	d	f	g	
saldo ocen w procentach						
Lata						
2006		-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
Kwartaly						
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	-10,1	-0,7	-0,2	-2,3
	04	-30,5	-64,5	-77,7	-18,3	-47,7

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 konsumentskiej (WWUK) oraz jego wartości składowe według miesięcy w latach 2017–2020



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



** kwiecień, lipiec, październik

Załącznik

Pytania dodatkowe w związku z sytuacją epidemiologiczną (zagrożenie koronawirusem COVID-19)

95,4 %

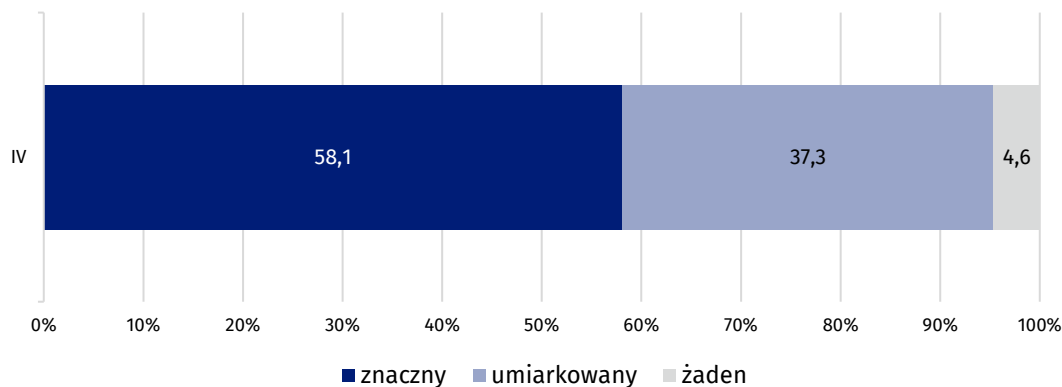
Wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi respondentów dotyczące koniunktury konsumenckiej

W kwietniu 2020 r. do badania koniunktury konsumenckiej dodano 7 pytań związanych z sytuacją epidemiologiczną (zagrożenie koronawirusem COVID-19).

Wpływ obecnej sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej

Znaczny wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi dotyczące koniunktury konsumenckiej zadeklarowało 58,1% respondentów. W przypadku 37,3% respondentów wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi został uznany jako umiarkowany, a dla 4,6% obecna sytuacja nie ma żadnego wpływu.

Wykres 1. Wpływ obecnej sytuacji epidemiologicznej (koronawirus COVID-19) na odpowiedzi – struktura odpowiedzi (%)



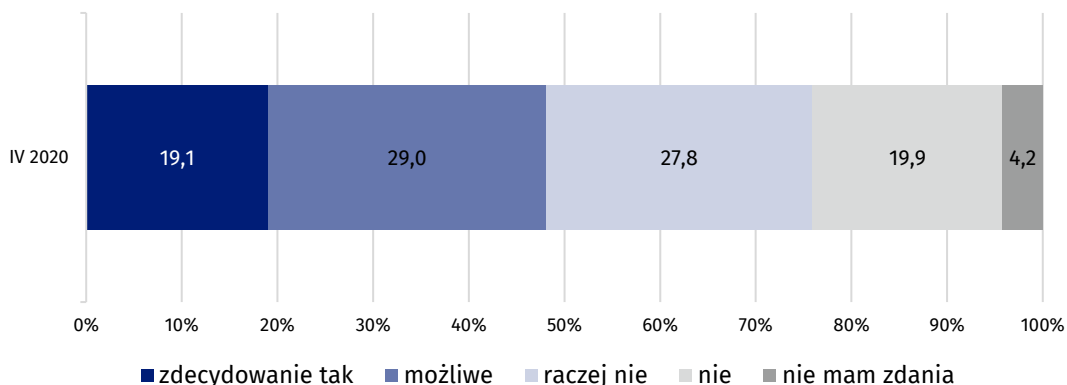
Obawa utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną

Spośród osób pracujących (58,3% respondentów), zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności odczuwa 19,1% respondentów. Podobny odsetek odpowiedzi w wysokości 19,9% dotyczy osób, które nie posiadają żadnych obaw. W przypadku wariantów odpowiedzi „możliwe” i „raczej nie” odsetek odpowiedzi wynosił odpowiednio 29,0% oraz 27,8%. Niewielka liczba respondentów pracujących (4,2%) nie miała zdania.

Znaczny wpływ sytuacji epidemiologicznej na odpowiedzi na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej zadeklarowało 58,1% respondentów

Zdecydowaną obawę utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności wyraziło 19,1% respondentów

Wykres 2. Obawa przed utratą pracy lub zaprzestaniem prowadzenia własnej działalności w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną (koronawirus COVID-19) – struktura odpowiedzi dla pracujących (%)

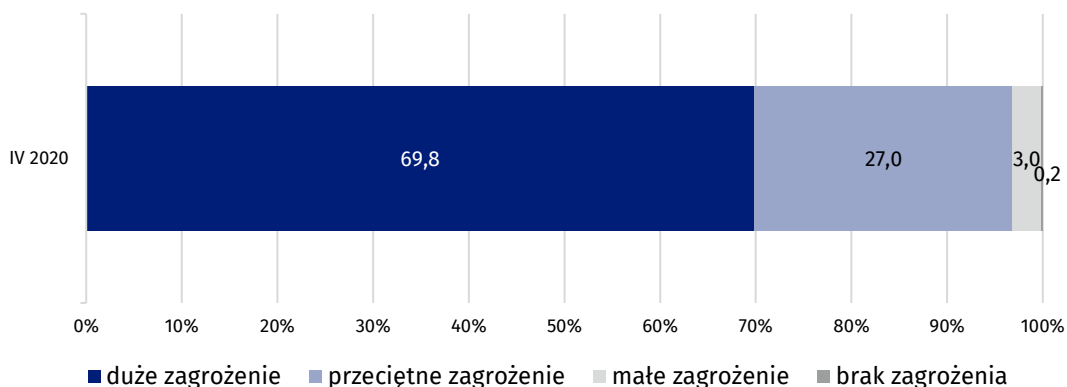


Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla zdrowia populacji Polski jako całości

Według 69,8% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla zdrowia populacji jako całości. Przeciętne zagrożenie odczuwa 27,0% odpowiadających na pytania. Małe zagrożenie deklaruje 3,0%, zaś brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,2% respondentów.

Dla 69,8% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla zdrowia populacji jako całości

Wykres 3. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla zdrowia populacji Polski jako całości – struktura odpowiedzi (%)

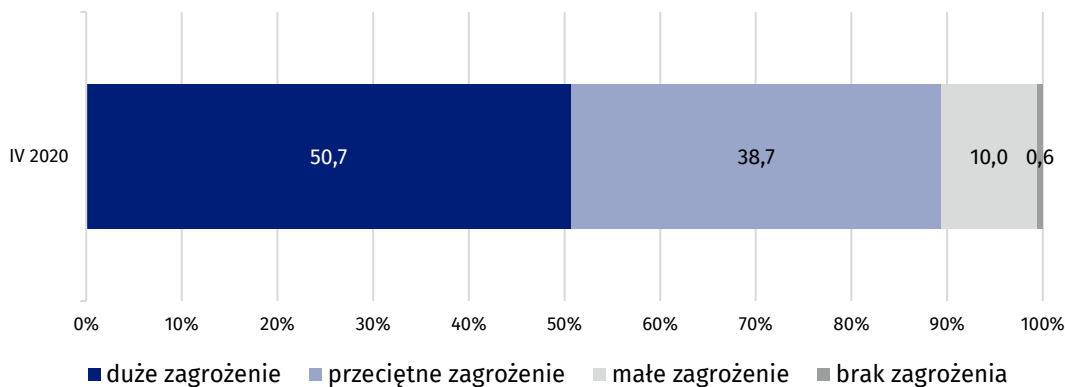


Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla osobistego zdrowia

Dla 50,7% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistego zdrowia. 38,7% odpowiadających na pytania odczuwa przeciętne zagrożenie. Małe zagrożenie deklaruje 10,0%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,6% respondentów.

Dla 50,7% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistego zdrowia

Wykres 4. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla osobistego zdrowia – struktura odpowiedzi (%)

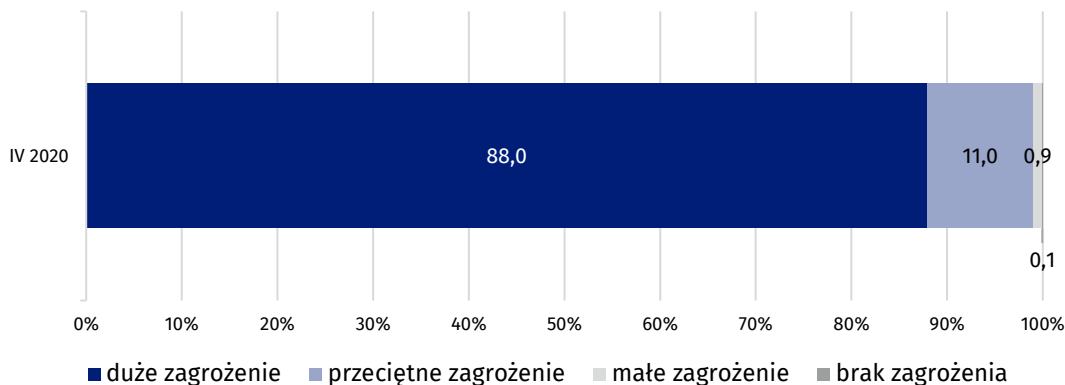


Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla gospodarki w Polsce

Według 88,0% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce. Przeciętne zagrożenie dla gospodarki odczuwa 11,0% odpowiadających na pytania. Małe zagrożenie deklaruje tylko 0,9%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło zaledwie 0,1% respondentów.

Dla 88,0% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla gospodarki w Polsce

Wykres 5. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla gospodarki w Polsce – struktura odpowiedzi (%)

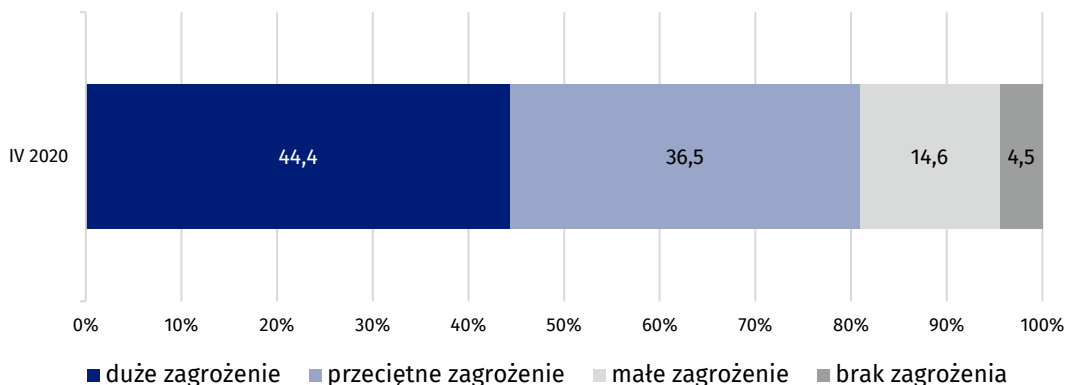


Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla osobistej sytuacji finansowej

W przypadku 44,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej. Przeciętne zagrożenie odczuwa 36,5% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje 14,6%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło 4,5% respondentów.

W przypadku 44,4% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie dla ich osobistej sytuacji finansowej

Wykres 6. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej – struktura odpowiedzi (%)

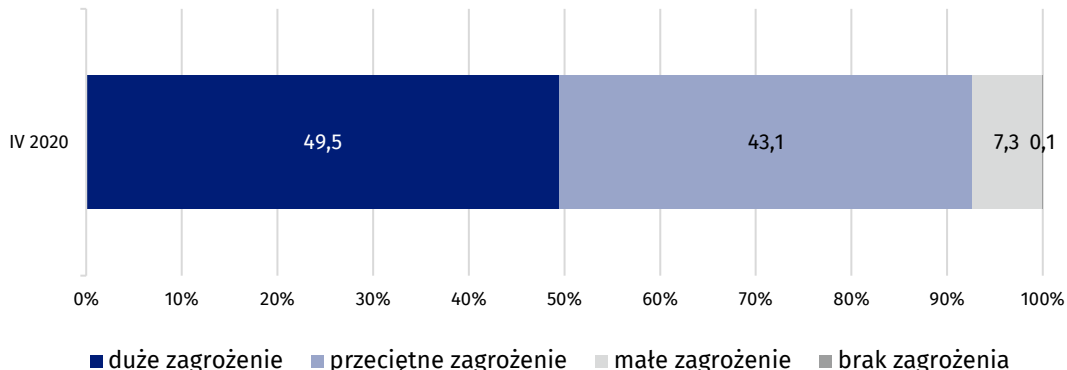


Jakim zagrożeniem jest obecna sytuacja epidemiologiczna dla codziennego życia w lokalnej społeczności

Dla 49,5% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie codziennego życia w lokalnej społeczności. Przeciętne zagrożenie odczuwa 43,1% odpowiadających na pytania dotyczące koniunktury konsumenckiej. Małe zagrożenie deklaruje tylko 7,3%, natomiast brak zagrożenia stwierdziło mniej niż 0,1% respondentów.

Dla 49,5% respondentów obecna sytuacja epidemiologiczna stanowi duże zagrożenie codziennego życia w lokalnej społeczności

Wykres 7. Jakie zagrożenie stanowi obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla codziennego życia w Pana/Pani lokalnej społeczności – struktura odpowiedzi (%)



Tablica 1. Pytania dodatkowe (odsetki odpowiedzi) - sytuacja epidemiologiczna (zagrożenie koronawirusem COVID-19)

WYSZCZEGÓLNIENIE		Kwiecień
Jaki wpływ na Pana/Pani odpowiedzi miała obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19)?	znaczny	58,1
	umiarkowany	37,3
	żaden	4,6
Czy w związku z obecną sytuacją epidemiologiczną (koronawirus COVID-19), obawia się Pan/Pani utraty pracy lub zaprzestania prowadzenia własnej działalności?	zdecydowanie tak	11,1
	możliwe	16,9
	raczej nie	16,3
	nie	11,6
	nie mam zdania	2,4
	nie dotyczy (dla osób niepracujących)	41,7
Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla zdrowia populacji Polski jako całości?	duże zagrożenie	69,8
	przeciętne zagrożenie	27,0
	małe zagrożenie	3,0
	brak zagrożenia	0,2
Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistego zdrowia?	duże zagrożenie	50,7
	przeciętne zagrożenie	38,7
	małe zagrożenie	10,0
	brak zagrożenia	0,6
Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla gospodarki w Polsce?	duże zagrożenie	88,0
	przeciętne zagrożenie	11,0
	małe zagrożenie	0,9
	brak zagrożenia	0,1
Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla Pana/Pani osobistej sytuacji finansowej?	duże zagrożenie	44,4
	przeciętne zagrożenie	36,5
	małe zagrożenie	14,6
	brak zagrożenia	4,5
Jakim zagrożeniem, Pana/Pani zdaniem, jest obecna sytuacja epidemiologiczna (koronawirus COVID-19) dla codziennego życia w Pana/Pani lokalnej społeczności?	duże zagrożenie	49,5
	przeciętne zagrożenie	43,1
	małe zagrożenie	7,3
	brak zagrożenia	0,1

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](https://twitter.com/GUS_STAT)



[@GlownyUrzadStatystyczny](https://www.facebook.com/GlownyUrzadStatystyczny)

Powiązane opracowania

[Koniunktura w przetwórstwie przemysłowym, budownictwie, handlu i usługach w marcu 2020 roku](#)

[Biuletyn Statystyczny Nr 2/2020](#)

Temat dostępny w bazach danych

[Dziedzinowa Baza Wiedzy Warunki Życia Ludności](#)