



Koniunktura konsumencka^{*)}

Maj 2012 r.

W maju 2012 r. zanotowano lekką poprawę nastrojów konsumenckich społeczeństwa.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, w maju 2012 r. poprawił się o 1,0 pkt proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował na poziomie –29,3 pkt proc. Poziom tego wskaźnika jest niższy o 2,9 pkt proc. od wyniku z maja poprzedniego roku.

Niewielka poprawa bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej w maju 2012 r. spowodowana została pozytywnymi tendencjami ocen większości badanych czynników, zwłaszcza oczekiwanych zmian w sytuacji ekonomicznej kraju (poprawa ocen o 3,0 pkt proc.) oraz zaistniałych zmian w sytuacji finansowej gospodarstw domowych (o 2,4 pkt proc.).

Negatywny wpływ, podobnie jak w poprzednim miesiącu, miały oceny zaistniałych zmian w sytuacji ekonomicznej kraju (pogorszenie ocen o 1,5 pkt proc.).

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, poprawił się w stosunku do poprzedniego miesiąca o 1,0 pkt proc. i ukształtował na poziomie –33,7 pkt proc. Wartość tego wskaźnika była jednak niższa niż przed rokiem o 6,0 pkt proc.

Korzystniejszy poziom wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej, w porównaniu do poprzedniego miesiąca, ukształtowany został głównie przez poprawę ocen dotyczących oczekiwanych zmian w sytuacji ekonomicznej kraju oraz zmian w poziomie bezrobocia (poprawa ocen o 2,1 pkt proc.).

^{*)} Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W maju 2012 r. badanie przeprowadzono na próbie 1 744 gospodarstw domowych.

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 maja 2004 r. wyniki badań publikowane są w miesięcznych i kwartalnych „Informacjach sygnałnych”, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.

Negatywnie na tendencje zmian wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej oddziaływały natomiast oceny dotyczące perspektyw oszczędzania pieniędzy (pogorszenie ocen o 1,8 pkt proc.).

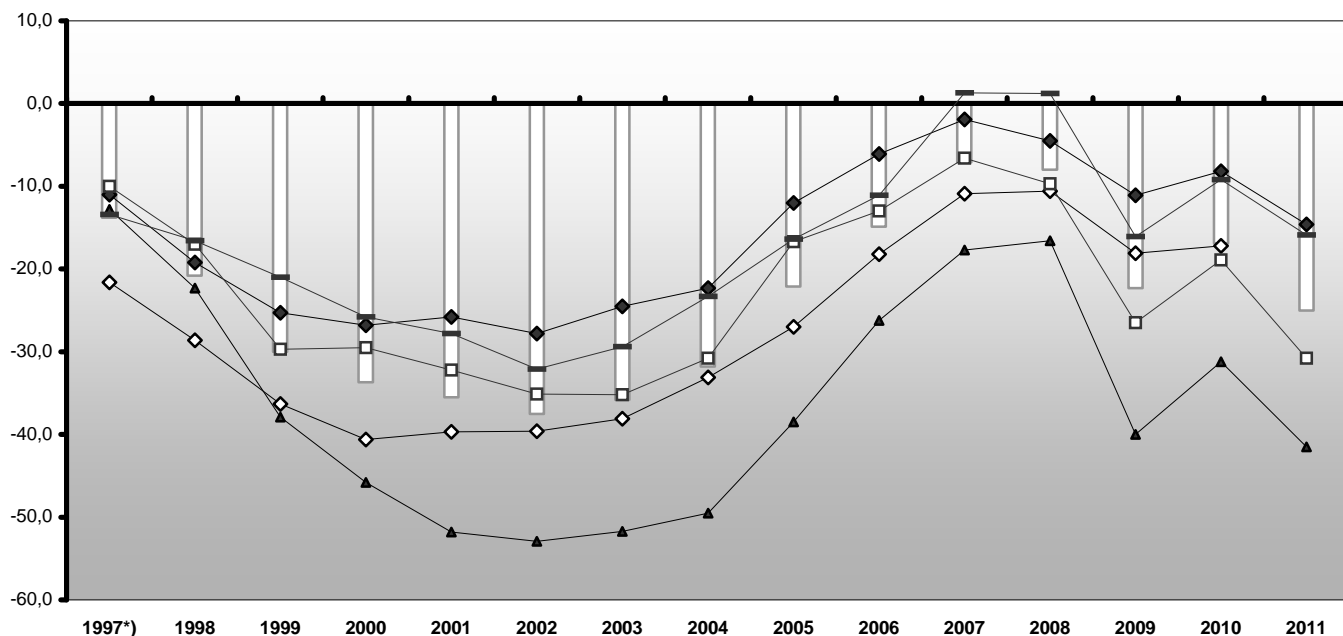
Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)

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

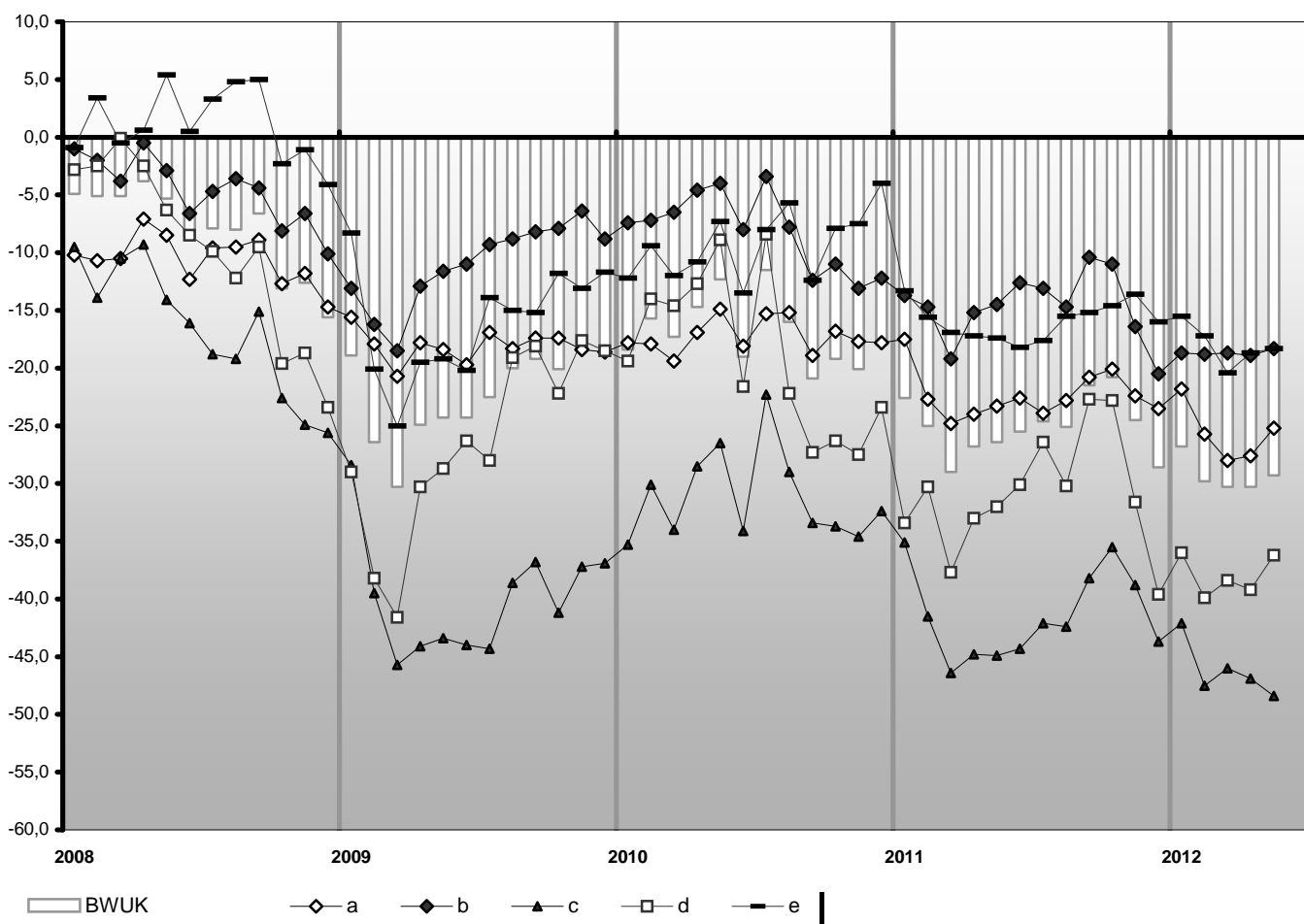
Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Miesiąc	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
		a	b	c	d	e	
<i>w procentach</i>							
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
	01	-17,8	-7,4	-35,3	-19,4	-12,2	-18,4
	02	-17,9	-7,2	-30,1	-14,0	-9,4	-15,7
	03	-19,4	-6,5	-34,0	-14,6	-12,0	-17,3
	04	-16,9	-4,6	-28,5	-12,7	-10,8	-14,7
	05	-14,9	-4,0	-26,5	-8,9	-7,3	-12,3
	06	-18,1	-8,0	-34,1	-21,6	-13,5	-19,0
	07	-15,3	-3,4	-22,3	-8,4	-8,8	-11,5
	08	-15,2	-7,8	-29,0	-22,2	-5,7	-16,0
	09	-18,9	-12,4	-33,4	-27,3	-12,4	-20,9
	10	-16,8	-11,0	-33,7	-26,3	-7,9	-19,2
	11	-17,7	-13,1	-34,6	-27,5	-7,5	-20,1
	12	-17,8	-12,2	-32,4	-23,4	-4,0	-18,0
2011		-22,4	-14,6	-41,5	-30,8	-15,9	-25,0
	01	-17,5	-13,7	-35,1	-33,4	-13,3	-22,6
	02	-22,7	-14,7	-41,5	-30,3	-15,6	-25,0
	03	-24,8	-19,2	-46,4	-37,7	-16,9	-29,0
	04	-24,0	-15,2	-44,8	-33,0	-17,2	-26,8
	05	-23,3	-14,5	-44,9	-32,0	-17,4	-26,4
	06	-22,6	-12,6	-44,3	-30,1	-18,2	-25,5
	07	-23,9	-13,1	-42,1	-26,4	-17,6	-24,6
	08	-22,8	-14,7	-42,4	-30,2	-15,5	-25,1
	09	-20,8	-10,4	-38,2	-22,7	-15,2	-21,5
	10	-20,1	-11,0	-35,5	-22,8	-14,6	-20,8
	11	-22,4	-16,4	-38,8	-31,6	-13,6	-24,5
	12	-23,5	-20,5	-43,7	-39,6	-16,0	-28,6
2012							
	01	-21,8	-18,7	-42,1	-36,0	-15,5	-26,8
	02	-25,7	-18,8	-47,5	-39,9	-17,2	-29,8
	03	-28,0	-18,7	-46,0	-38,4	-20,4	-30,3
	04	-27,6	-18,9	-46,9	-39,2	-18,7	-30,3
	05	-25,2	-18,3	-48,4	-36,2	-18,3	-29,3

*) kwiecień, lipiec, październik

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



Wykres Ic. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2008–2012



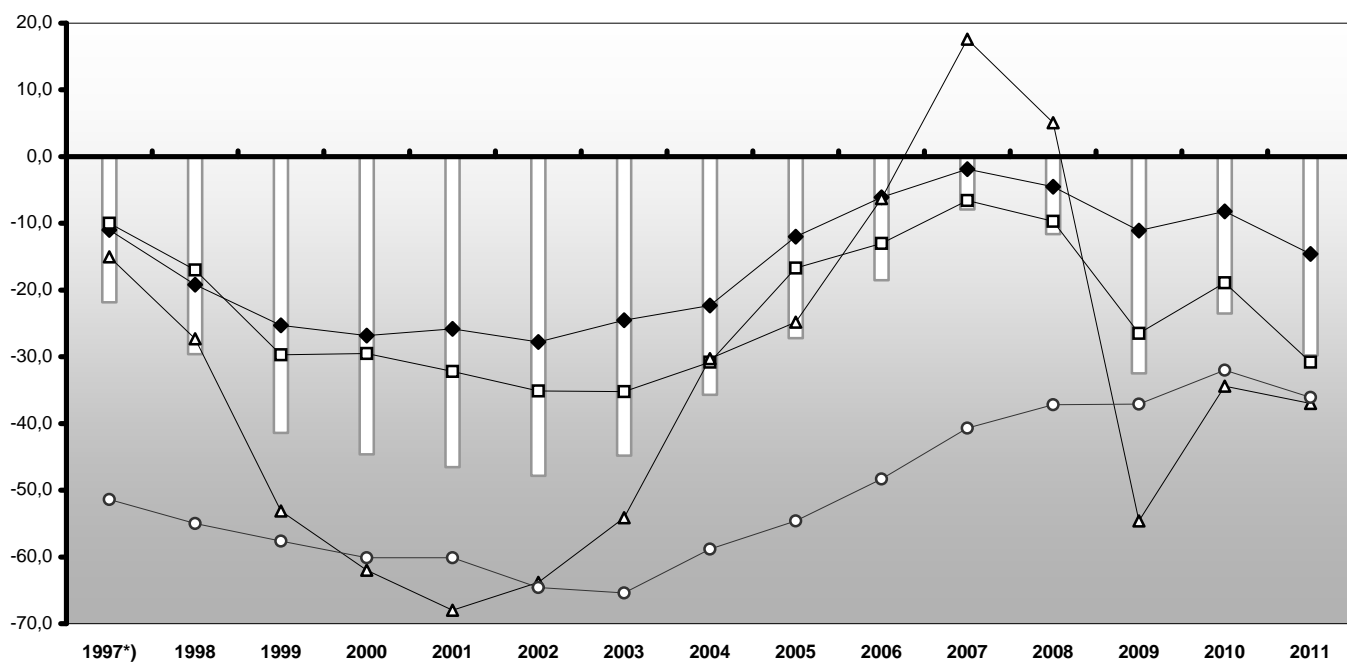
Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (DANE MIESIĘCZNE)

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.

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	Miesiąc	b	d	f	g	
		<i>w procentach</i>				
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
	01	-7,4	-19,4	-46,5	-35,0	-27,2
	02	-7,2	-14,0	-40,5	-36,8	-24,7
	03	-6,5	-14,6	-39,5	-32,4	-23,4
	04	-4,6	-12,7	-33,4	-30,6	-20,5
	05	-4,0	-8,9	-29,0	-29,6	-18,0
	06	-8,0	-21,6	-30,1	-33,1	-23,3
	07	-3,4	-8,4	-22,9	-30,2	-16,3
	08	-7,8	-22,2	-30,6	-29,3	-22,6
	09	-12,4	-27,3	-33,3	-31,0	-26,1
	10	-11,0	-26,3	-35,0	-33,8	-26,7
	11	-13,1	-27,5	-36,2	-30,5	-27,0
	12	-12,2	-23,4	-36,1	-31,8	-26,0
2011		-14,6	-30,8	-37,0	-36,1	-29,8
	01	-13,7	-33,4	-36,9	-35,3	-30,0
	02	-14,7	-30,3	-36,4	-34,9	-29,2
	03	-19,2	-37,7	-41,0	-38,0	-34,1
	04	-15,2	-33,0	-32,9	-37,5	-29,8
	05	-14,5	-32,0	-25,8	-38,0	-27,7
	06	-12,6	-30,1	-33,9	-37,3	-28,6
	07	-13,1	-26,4	-30,7	-36,5	-26,9
	08	-14,7	-30,2	-33,2	-36,8	-28,9
	09	-10,4	-22,7	-38,8	-33,8	-26,6
	10	-11,0	-22,8	-38,2	-34,7	-26,8
	11	-16,4	-31,6	-43,7	-34,0	-31,6
	12	-20,5	-39,6	-52,3	-36,3	-37,4
2012						
	01	-18,7	-36,0	-46,6	-34,7	-34,0
	02	-18,8	-39,9	-50,7	-36,7	-36,5
	03	-18,7	-38,4	-49,1	-37,4	-35,9
	04	-18,9	-39,2	-45,6	-34,9	-34,7
	05	-18,3	-36,2	-43,5	-36,7	-33,7

*) kwiecień, lipiec, październik

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



Wykres IIc. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2008-2012

