



## Koniunktura konsumencka<sup>\*)</sup> I kwartał 2011 r.

W I kwartale 2011 r. zanotowano, podobnie jak w IV kwartale poprzedniego roku, znaczne pogorszenie nastrojów konsumenckich społeczeństwa polskiego.

**Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej** (BWUK), syntetycznie opisujący bieżące tendencje konsumpcji indywidualnej, ukształtował się w I kwartale 2011 r. na poziomie –25,5 pkt proc. i był niższy o 6,4 pkt proc. niż w IV kwartale 2010 r. i o 8,4 pkt proc. niż w I kwartale 2010 r.

**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej** (WWUK), syntetycznie opisujący tendencje konsumpcji indywidualnej oczekiwanej w najbliższych miesiącach, w I kwartale 2011 r. zmniejszył się o 4,5 pkt proc. w stosunku do poprzedniego kwartału i o 6,0 pkt proc. w stosunku do I kwartału 2010 r. osiągając poziom –31,1 pkt proc.

Zaobserwowane w I kwartale 2011 r. znaczne pogorszenie nastrojów konsumenckich było wynikiem pogorszenia się wszystkich badanych wskaźników.

Najgłębszy spadek nastrojów, w stosunku do IV kwartału 2010 r., odnotowano w przypadku **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) i **zaistniałych** (w ostatnich 12 miesiącach) **zmian w sytuacji ekonomicznej kraju** (odpowiednio o 13,0 oraz 7,4 pkt proc.) oraz **obecných warunków dokonywania ważnych zakupów** przez gospodarstwa domowe (spadek o 8,8 pkt proc.).

W I kwartale 2011 r. wskaźnik ocen **zaistniałych zmian w sytuacji ekonomicznej kraju** (w ostatnich 12 miesiącach) ukształtował się na poziomie –41,0 pkt proc. i był niższy niż w I kwartale 2010 r. o 7,9 pkt proc. Natomiast wskaźnik **oczekiwanych zmian sytuacji ekonomicznej kraju** (w najbliższych 12 miesiącach) w I kwartale 2011 r. osiągnął wartość –38,8 pkt proc. i spadł w stosunku do I kwartału 2010 r. aż o 22,8 pkt proc.

Pozostałe wskaźniki koniunktury konsumenckiej pogorszyły się w stosunku do poprzedniego kwartału w mniejszym stopniu: od 2,3 pkt proc. w przypadku **oczekiwanych** (w najbliższych 12 miesiącach) **zmian poziomu bezrobocia** do 4,3 pkt proc. w odniesieniu do **zaistniałych** (w ostatnich 12 miesiącach) **zmian w sytuacji finansowej gospodarstw domowych**.

W I kwartale 2011 r. wskaźnik **obaw przed wzrostem poziomu bezrobocia** (w okresie najbliższych 12 miesięcy) co do wartości bezwzględnej ukształtował się na poziomie 38,1 pkt proc., ale w stosunku do I kwartału 2010 r. wartość tego wskaźnika była korzystniejsza o 4,0 pkt proc.

Wśród wskaźników koniunktury konsumenckiej warto zwrócić uwagę na kształtowanie się wskaźnika **dokonywania** przez gospodarstwa domowe **ważnych zakupów**. Po kilku kwartałach systematycznej poprawy wartości tego wskaźnika w I kwartale 2011 r. nastąpił istotny spadek i osiągnął on poziom –15,3, powracając do wartości podobnej jak w III kwartale 2009 r.

Wartości wskaźników koniunktury konsumenckiej (z wyjątkiem oceny poziomu bezrobocia) pogorszyły się zarówno w odniesieniu do poprzedniego kwartału jak i analogicznego kwartału sprzed roku.



---

\*) Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W I kwartale 2011 r. badanie przeprowadzono na próbie 5 251 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 (ok. 28 danego miesiąca) i kwartalnych (przedstawianych na konferencjach prasowych o sytuacji społeczno-gospodarczej w danym kwartale) „Informacjach sygnalnych”, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.



**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

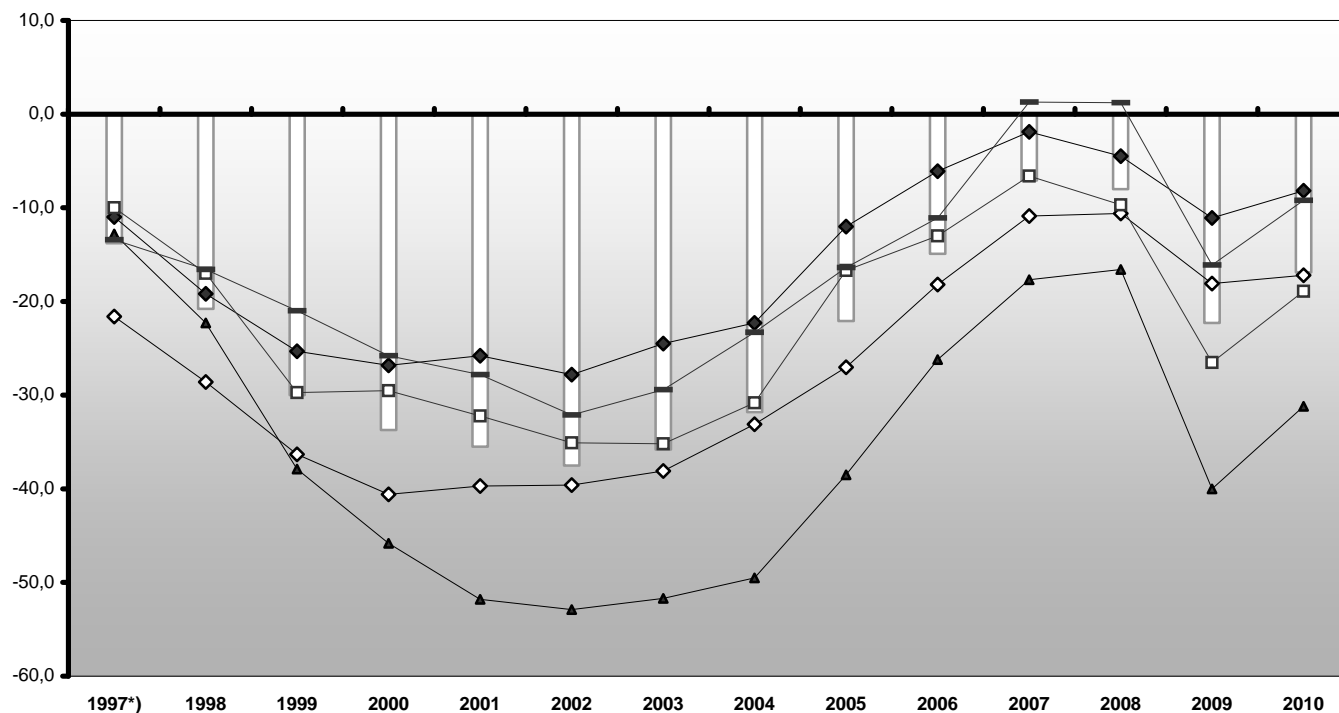
Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów.

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	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy	ostatnich 12 miesięcy	najbliższych 12 miesięcy		
	Miesiąc	a	b	c	d	e	
w procentach							
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
	I	-34,9	-26,1	-55,1	-40,7	-21,2	-35,6
	II	-32,8	-25,2	-51,4	-33,6	-22,7	-33,1
	III	-34,5	-21,7	-48,4	-27,0	-25,7	-31,5
	IV	-30,4	-16,2	-43,1	-21,9	-23,4	-27,0
2005		-27,0	-12,0	-38,5	-16,7	-16,4	-22,1
	I	-29,0	-13,5	-41,7	-18,8	-19,5	-24,5
	II	-27,7	-12,0	-39,6	-18,7	-17,3	-23,1
	III	-26,7	-12,7	-39,8	-18,7	-15,1	-22,6
	IV	-24,6	-9,9	-32,8	-10,6	-13,5	-18,3
2006		-18,2	-6,1	-26,2	-13,0	-11,1	-14,9
	I	-21,5	-5,5	-24,4	-5,9	-13,5	-14,2
	II	-18,4	-5,4	-27,6	-13,9	-14,0	-15,9
	III	-16,6	-6,2	-25,6	-16,1	-10,6	-15,0
	IV	-16,4	-7,3	-27,1	-16,0	-6,4	-14,6
2007		-10,9	-1,9	-17,7	-6,6	1,3	-7,1
	I	-13,1	-4,5	-23,1	-12,6	-1,6	-11,0
	II	-9,8	-0,9	-18,1	-5,9	1,1	-6,7
	III	-9,5	-1,2	-16,5	-8,6	3,4	-6,5
	IV	-11,1	-0,9	-13,1	0,6	2,5	-4,4
2008		-10,6	-4,5	-16,6	-9,7	1,2	-8,0
	I	-10,5	-2,3	-11,3	-1,8	0,7	-5,0
	II	-9,3	-3,3	-13,2	-5,8	2,1	-5,9
	III	-9,3	-4,2	-17,7	-10,5	4,4	-7,5
	IV	-13,1	-8,3	-24,4	-20,6	-2,5	-13,7
2009		-18,1	-11,1	-40,0	-26,5	-16,1	-22,3
	I	-18,1	-15,9	-37,9	-36,2	-17,8	-25,2
	II	-18,7	-11,8	-43,8	-28,5	-19,6	-24,5
	III	-17,5	-8,8	-39,9	-21,7	-14,7	-20,5
	IV	-18,1	-7,7	-38,4	-19,4	-12,2	-19,2
2010		-17,2	-8,2	-31,2	-18,9	-9,2	-16,9
	I	-18,3	-7,1	-33,1	-16,0	-11,2	-17,1
	II	-16,6	-5,5	-29,7	-14,4	-10,5	-15,4
	III	-16,5	-7,9	-28,3	-19,4	-8,7	-16,1
	IV	-17,4	-12,1	-33,6	-25,8	-6,5	-19,1
2011							
	I	-21,7	-15,8	-41,0	-38,8	-15,3	-25,5

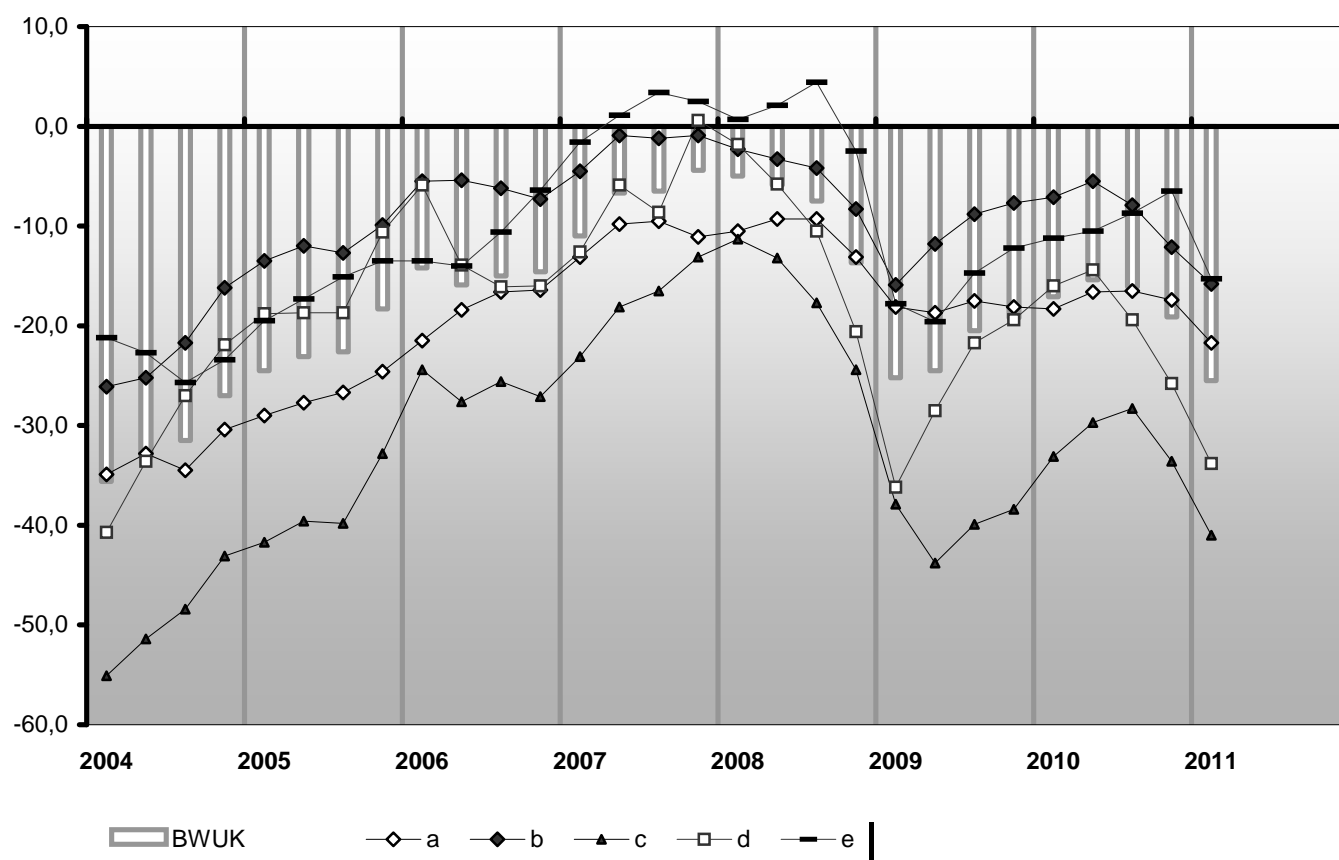
\*) kwiecień, lipiec, październik



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



**Wykres Ib. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG KWARTAŁÓW W LATACH 2004 – 2011**





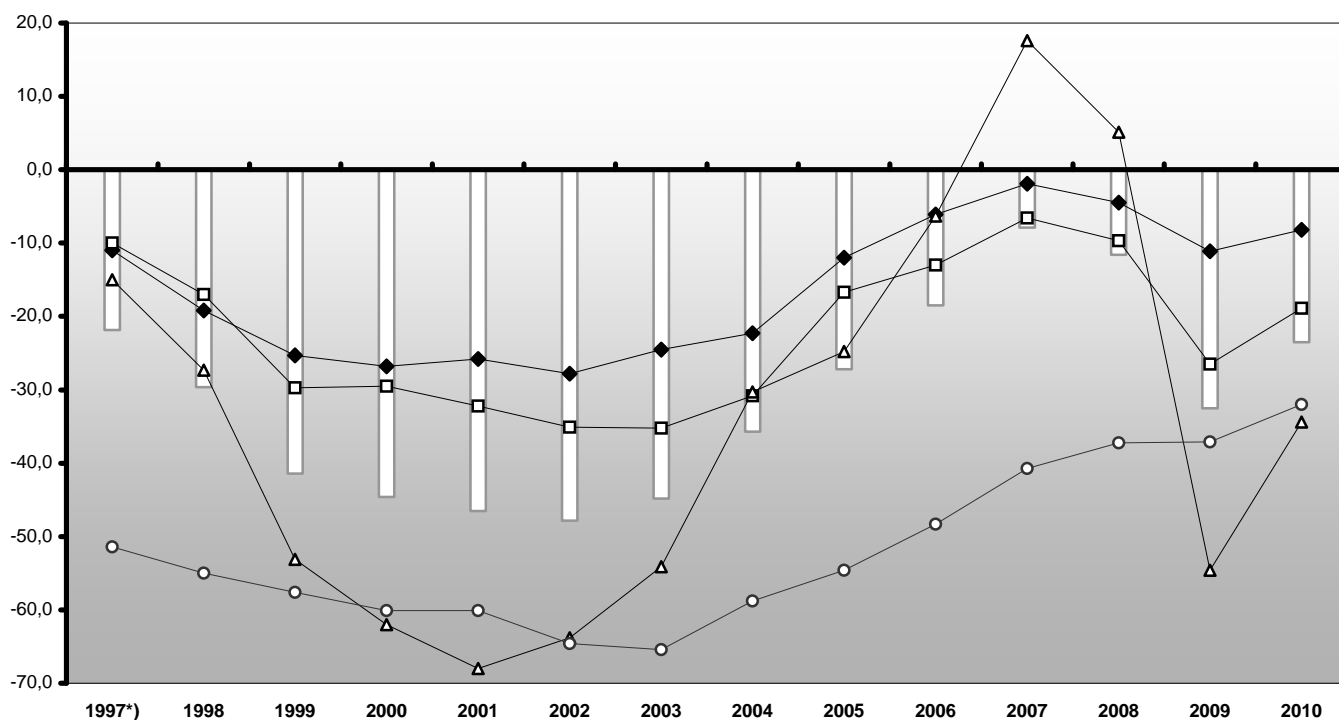
**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ**

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.

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							
w procentach							
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
	I		-26,1	-40,7	-43,7	-60,5	-42,9
	II		-25,2	-33,6	-28,9	-59,6	-37,0
	III		-21,7	-27,0	-25,1	-59,1	-33,4
	IV		-16,2	-21,9	-23,6	-56,0	-29,6
2005			-12,0	-16,7	-24,8	-54,6	-27,2
	I		-13,5	-18,8	-25,8	-54,2	-28,2
	II		-12,0	-18,7	-27,1	-54,9	-28,3
	III		-12,7	-18,7	-27,7	-55,8	-28,9
	IV		-9,9	-10,6	-18,7	-53,4	-23,3
2006			-6,1	-13,0	-6,3	-48,3	-18,5
	I		-5,5	-5,9	-13,3	-50,1	-18,8
	II		-5,4	-13,9	-10,9	-49,4	-20,0
	III		-6,2	-16,1	-4,3	-47,4	-18,6
	IV		-7,3	-16,0	3,3	-46,4	-16,7
2007			-1,9	-6,6	17,6	-40,7	-7,9
	I		-4,5	-12,6	9,9	-42,3	-12,5
	II		-0,9	-5,9	18,1	-39,7	-7,1
	III		-1,2	-8,6	22,0	-40,1	-7,0
	IV		-0,9	0,6	20,5	-40,6	-5,2
2008			-4,5	-9,7	5,1	-37,2	-11,6
	I		-2,3	-1,8	15,8	-39,1	-6,9
	II		-3,3	-5,8	13,1	-37,2	-8,4
	III		-4,2	-10,5	7,7	-36,2	-10,9
	IV		-8,3	-20,6	-16,2	-36,2	-20,4
2009			-11,1	-26,5	-54,6	-37,1	-32,5
	I		-15,9	-36,2	-60,7	-39,7	-38,3
	II		-11,8	-28,5	-59,7	-36,9	-34,4
	III		-8,8	-21,7	-49,1	-36,1	-29,1
	IV		-7,7	-19,4	-48,9	-35,8	-28,1
2010			-8,2	-18,9	-34,4	-32,0	-23,5
	I		-7,1	-16,0	-42,1	-34,7	-25,1
	II		-5,5	-14,4	-30,8	-31,1	-20,6
	III		-7,9	-19,4	-28,9	-30,1	-21,7
	IV		-12,1	-25,8	-35,8	-32,0	-26,6
2011							
	I		-15,8	-33,8	-38,1	-36,1	-31,1



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



**Wykres IIB. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE (W PROCENTACH) WEDŁUG KWARTAŁÓW W LATACH 2004 – 2011**

