



## Koniunktura konsumencka<sup>1</sup>. Lipiec 2015 r.

**W lipcu 2015 r. bieżące nastroje konsumenckie pozostały na podobnym poziomie jak w poprzednim miesiącu, natomiast nastroje dotyczące sytuacji przyszłej pogorszyły się.**

**Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK)**, syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej spadł o 0,5 p. proc. i ukształtował się na poziomie **-10,9**.

Składowe wskaźnika zmieniły się w różnym stopniu. Najbardziej pogorszyły się oceny dotyczące przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadek o 4,5 p. proc.). Natomiast największą poprawę odnotowano w przypadku oceny obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów (wzrost o 2,4 p. proc.). Zmiany pozostałych składowych tego wskaźnika zawierały się w przedziale od -0,8 p. proc. do +0,5 p. proc.

W porównaniu do lipca 2014 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 6,2 p. proc.

**Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK)**, syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej spadł o 2,6 p. proc. i ukształtował się na poziomie **-14,3**.

Spadek wartości tego wskaźnika jest wynikiem przede wszystkim pogorszenia się ocen dotyczących przyszłego poziomu bezrobocia i przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju (spadek odpowiednio o 4,8 i 4,5 p. proc.) oraz oszczędzania pieniędzy w ciągu najbliższych 12 miesięcy (spadek o 1,7 p. proc.). Nieznacznie poprawiły się przewidywania dotyczące przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (wzrost o 0,5 p. proc.).

W lipcu br. WWUK osiągnął wartość o 6,9 p. proc. wyższą, niż w analogicznym miesiącu 2014 r.

---

<sup>1</sup> Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W lipcu 2015 r. przeprowadzono 1 434 wywiady w okresie 06 – 15. 07. 2015 r. (w tym 111 metodą CATI).

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 czerwca 2004 r. wyniki badań publikowane są w comiesięcznych „Informacjach sygnałnych”, Biuletynie Statystycznym, a także zamieszczane na stronie internetowej GUS.

**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ  
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

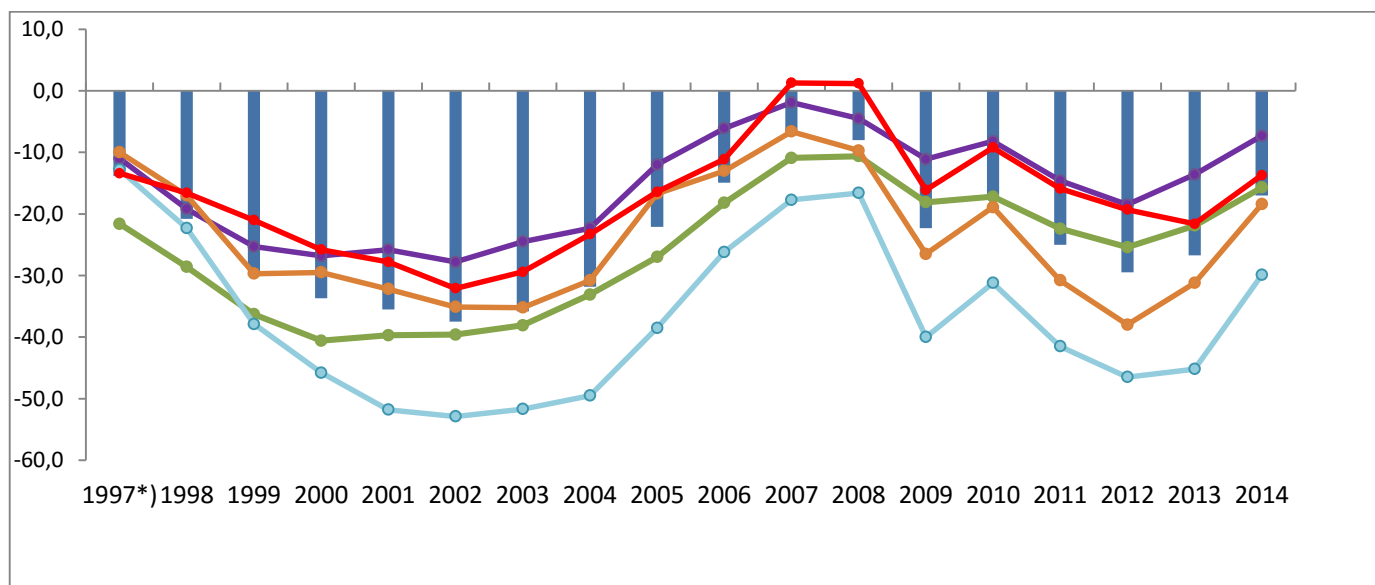
Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, zmian ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnego dokonywania ważnych zakupów.

Okres badania ankietowego		Zmiany sytuacji finansowej gospodarstwa domowego w:		Zmiany ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w:		Obecne dokonywanie ważnych zakupów	Wskaźnik ufności konsumenckiej BWUK
Rok	Kwartał Miesiąc	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach	ostatnich 12 miesiącach	najbliższych 12 miesiącach		
		a	b	c	d	e	
<i>w procentach</i>							
<b>Lata</b>							
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
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
<b>Kwartały</b>							
2013	I	-23,4	-16,4	-48,3	-37,2	-23,3	-29,7
	II	-23,6	-15,3	-47,6	-33,7	-23,2	-28,7
	III	-21,7	-12,3	-45,0	-28,4	-20,8	-25,6
	IV	-19,0	-10,4	-40,0	-25,4	-19,0	-22,8
2014	I	-18,6	-9,0	-35,8	-22,7	-16,3	-20,5
	II	-16,5	-6,0	-29,1	-17,5	-15,0	-16,8
	III	-14,3	-7,0	-30,3	-20,3	-12,7	-16,9
	IV	-13,6	-7,0	-24,6	-13,3	-10,7	-13,8
2015**)	I	-13,3	-4,7	-27,9	-17,0	-11,5	-14,9
	II	-11,2	-3,0	-23,3	-10,6	-9,9	-11,6
<b>Miesiące</b>							
2014	01	-17,9	-10,4	-36,5	-21,1	-15,3	-20,2
	02	-19,8	-8,4	-34,1	-22,2	-16,0	-20,1
	03	-18,0	-8,2	-36,6	-24,7	-17,6	-21,0
	04	-17,2	-8,6	-31,3	-19,6	-13,6	-18,1
	05	-17,2	-5,5	-29,2	-17,1	-16,0	-17,0
	06	-15,0	-3,9	-26,9	-15,8	-15,4	-15,4
	07	-15,4	-6,8	-31,1	-17,6	-14,4	-17,1
	08	-16,7	-8,8	-33,4	-25,2	-13,3	-19,5
	09	-10,8	-5,5	-26,5	-18,2	-10,2	-14,2
	10	-14,1	-7,7	-25,7	-11,9	-11,0	-14,1
	11	-13,8	-8,6	-26,0	-16,2	-9,8	-14,9
	12	-12,8	-4,7	-22,1	-11,7	-11,4	-12,5
<b>2015</b>	01	-11,4	-2,6	-23,2	-13,2	-8,3	-11,7
	02	-14,3	-5,9	-31,6	-19,5	-11,6	-16,6
	03	-14,2	-5,8	-28,8	-18,4	-14,8	-16,4
	04	-9,0	-1,8	-23,8	-12,3	-7,4	-10,9
	05	-13,0	-4,8	-24,9	-14,5	-10,9	-13,6
	06	-11,6	-2,4	-21,4	-5,1	-11,5	-10,4
	<b>07</b>	<b>-11,8</b>	<b>-1,9</b>	<b>-22,2</b>	<b>-9,6</b>	<b>-9,1</b>	<b>-10,9</b>

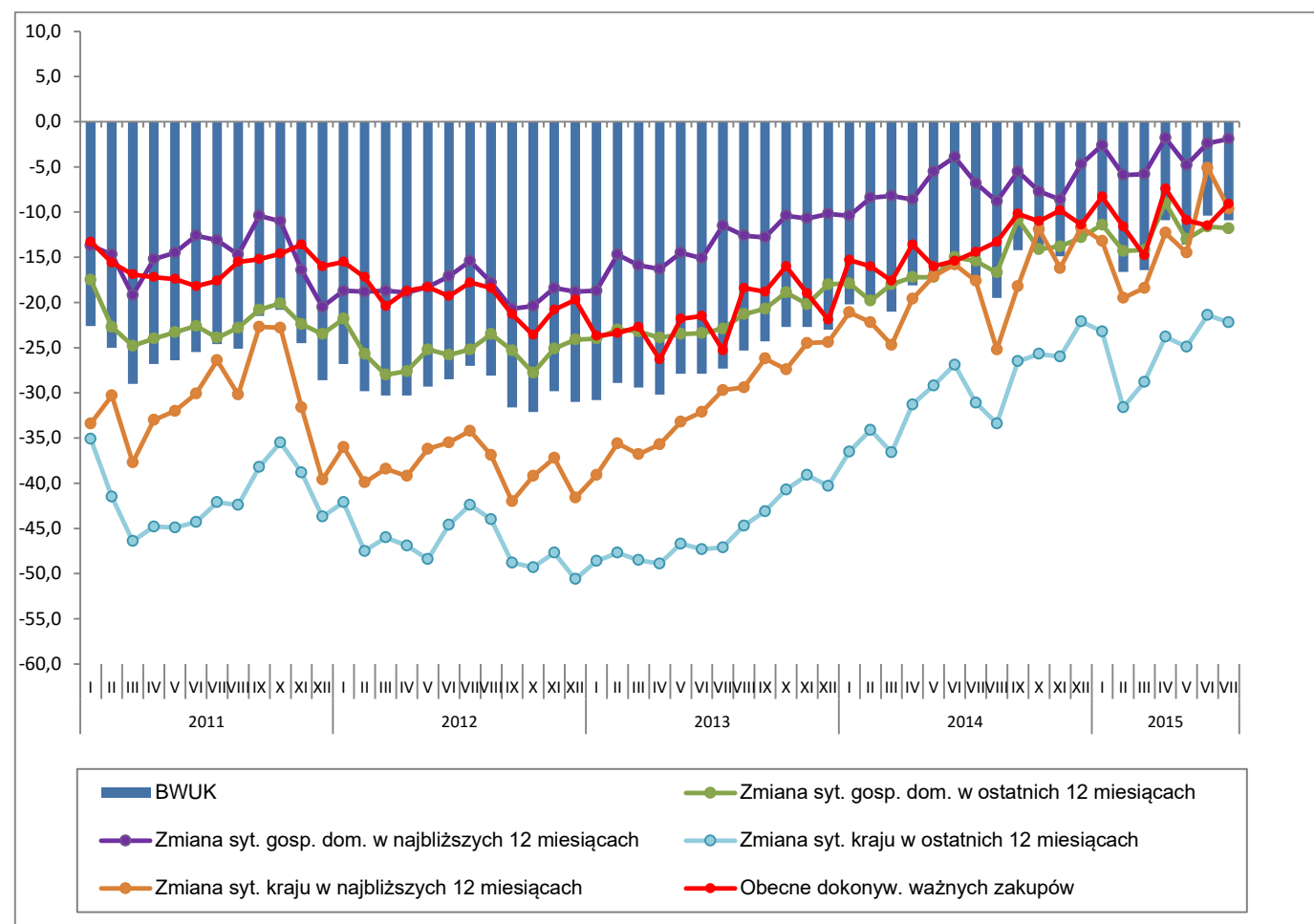
\*) kwiecień, lipiec, październik

\*\*) Dokonano korekty danych kwartalnych za 2015 r., wynikającej ze zmian metodologicznych wprowadzonych w pierwszej kolejności dla miesięcznych danych wynikowych, a następnie dla danych kwartalnych. Zakres wprowadzonych zmian wynosi od 0,0 do 1,6 p. proc

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



**Wykres Ib. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2011– 2015**



**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ  
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

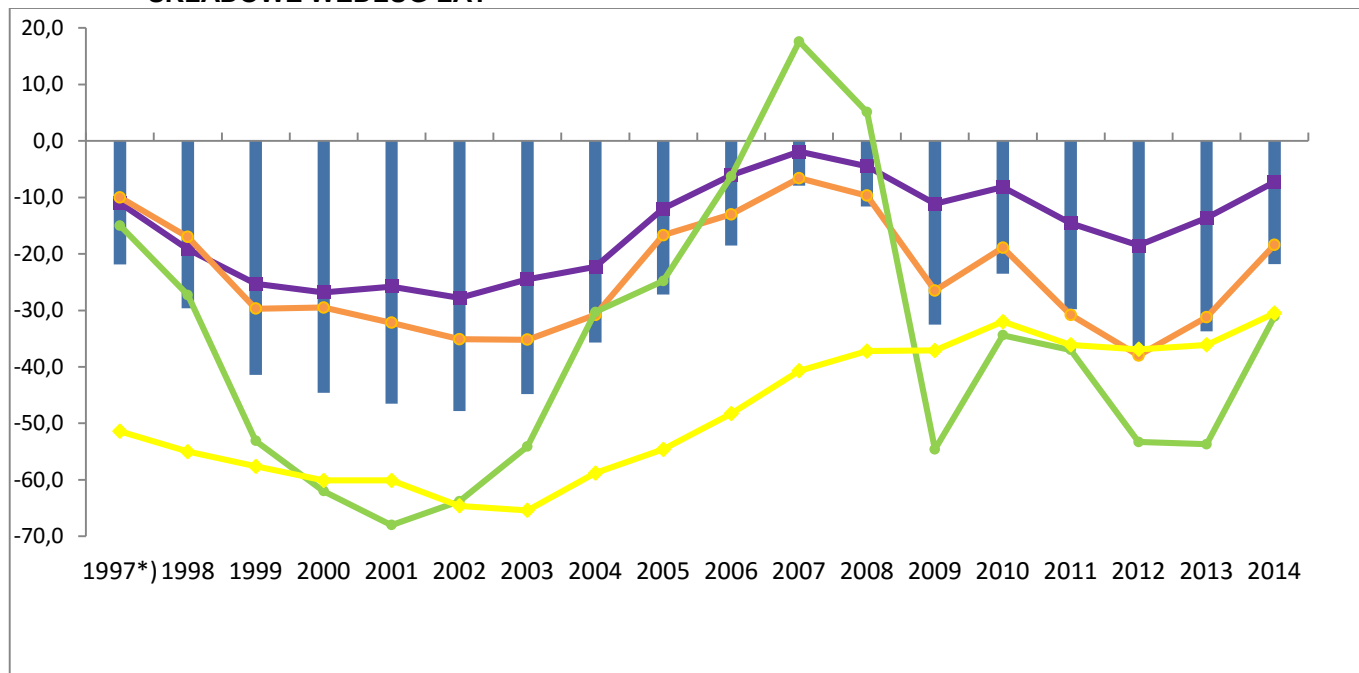
Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej jest średnią sald ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, trendów poziomu bezrobocia (ze znakiem przeciwnym) i oszczędzania pieniędzy w najbliższych 12 miesiącach.

Rok	Okres badania ankietowego 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	
<i>w procentach</i>						
<b>Lata</b>						
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
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
<b>Kwartały</b>						
2013	I	-16,4	-37,2	-65,6	-37,0	-39,1
	II	-15,3	-33,7	-54,6	-37,5	-35,3
	III	-12,3	-28,4	-49,7	-36,5	-31,7
	IV	-10,4	-25,4	-45,0	-33,3	-28,5
2014	I	-9,0	-22,7	-35,4	-32,0	-24,8
	II	-6,0	-17,5	-28,2	-30,3	-20,5
	III	-7,0	-20,3	-31,5	-30,2	-22,3
	IV	-7,0	-13,3	-29,5	-29,4	-19,8
2015**)	I	-4,7	-17,0	-28,2	-26,8	-19,2
	II	-3,0	-10,6	-16,3	-27,5	-14,4
<b>Miesiące</b>						
2014	01	-10,4	-21,1	-37,4	-33,8	-25,7
	02	-8,4	-22,2	-36,3	-30,0	-24,2
	03	-8,2	-24,7	-32,4	-32,1	-24,4
	04	-8,6	-19,6	-29,5	-31,0	-22,2
	05	-5,5	-17,1	-27,6	-32,0	-20,6
	06	-3,9	-15,8	-27,4	-27,9	-18,8
	07	-6,8	-17,6	-27,5	-33,0	-21,2
	08	-8,8	-25,2	-34,9	-31,0	-25,0
	09	-5,5	-18,2	-32,1	-26,5	-20,6
	10	-7,7	-11,9	-28,4	-29,3	-19,3
	11	-8,6	-16,2	-33,3	-30,7	-22,2
	12	-4,7	-11,7	-26,9	-28,4	-17,9
<b>2015</b>	01	-2,6	-13,2	-27,2	-22,8	-16,5
	02	-5,9	-19,5	-31,0	-30,2	-21,7
	03	-5,8	-18,4	-26,5	-27,3	-19,5
	04	-1,8	-12,3	-16,8	-25,9	-14,2
	05	-4,8	-14,5	-20,8	-28,7	-17,2
	06	-2,4	-5,1	-11,4	-27,9	-11,7
	<b>07</b>	<b>-1,9</b>	<b>-9,6</b>	<b>-16,2</b>	<b>-29,6</b>	<b>-14,3</b>

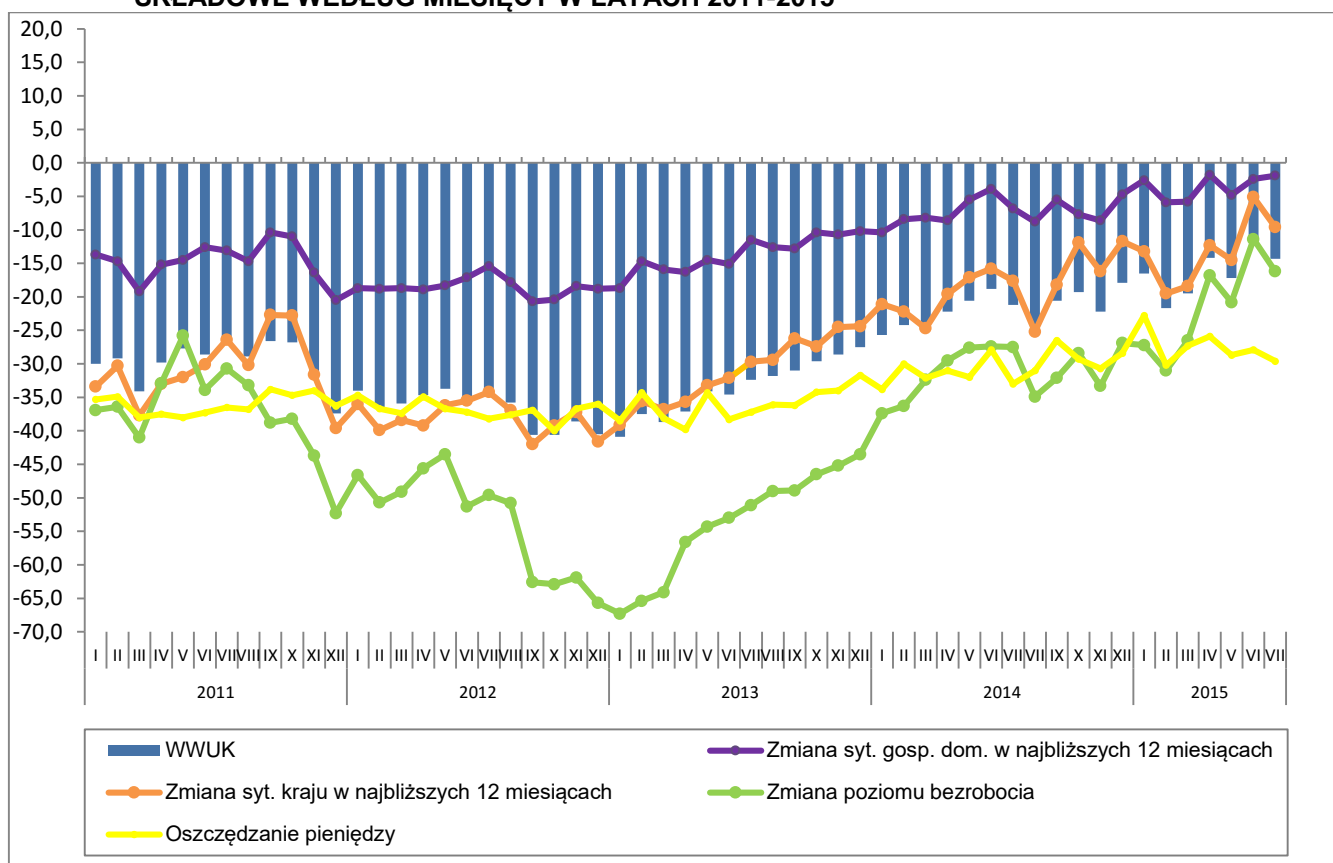
\*) kwiecień, lipiec, październik

\*\*) Dokonano korekty danych kwartalnych za 2015 r., wynikającej ze zmian metodologicznych wprowadzonych w pierwszej kolejności dla miesięcznych danych wynikowych, a następnie dla danych kwartalnych. Zakres wprowadzonych zmian wynosi od 0,0 do 1,6 p. proc.

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



**Wykres IIb. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2011-2015**



Opracowanie merytoryczne:  
**Departament Badań Społecznych  
 i Warunków Życia**  
 Urszula Wągrowska  
 Tel: 22 608 35 74  
 e-mail: [u.wagrowska@stat.gov.pl](mailto:u.wagrowska@stat.gov.pl)

Rozpowszechnianie:  
**Rzecznik Prasowy Prezesa GUS**  
 Artur Satora  
 Tel: 22 608 3475, 22 608 3009  
 e-mail: [rzecznik@stat.gov.pl](mailto:rzecznik@stat.gov.pl)

Więcej na: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/koniunktura/koniunktura/>