



Koniunktura konsumencka¹ Sierpień 2017 r.

W sierpniu 2017 r., w porównaniu do poprzedniego miesiąca, odnotowano poprawę obecnych i przyszłych nastrojów konsumenckich.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, **był wyższy** o 1,7 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie **5,7**.

Wszystkie składowe wskaźnika BWUK uzyskały wartości wyższe niż przed miesiącem. Najbardziej poprawiły się oceny dotyczące obecnej możliwości dokonywania ważnych zakupów (wzrost o 2,7 p. proc.) oraz obecnej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (wzrost o 2,3 p. proc.) i obecnej sytuacji ekonomicznej kraju (wzrost o 1,7 p. proc.).

W porównaniu do sierpnia 2016 r. obecna wartość BWUK jest wyższa o 9,5 p. proc.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), syntetycznie opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, **wzrósł** o 1,4 p. proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca i ukształtował się na poziomie **2,7**.

Wszystkie składowe wskaźnika WWUK, również osiągnęły wartości wyższe niż miesiąc wcześniej. Największa poprawa dotyczyła oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (wzrost o 3,2 p. proc.). Dla pozostałych składowych odnotowano wzrosty w zakresie od 0,7 do 0,9 p. proc.

W sierpniu br. WWUK osiągnął wartość o 10,0 p. proc. wyższą, niż w analogicznym miesiącu 2016 r.

¹ Od stycznia 2004 r. badanie koniunktury konsumenckiej prowadzone jest z częstotliwością miesięczną – jako badanie wspólne Głównego Urzędu Statystycznego oraz Narodowego Banku Polskiego. W sierpniu 2017 r. przeprowadzono 1374 wywiady w okresie 7-17.08.2017 r. (w tym 87 metodą CATI – wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo).

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” zamieszczanych na stronie internetowej GUS oraz Biuletynie Statystycznym.

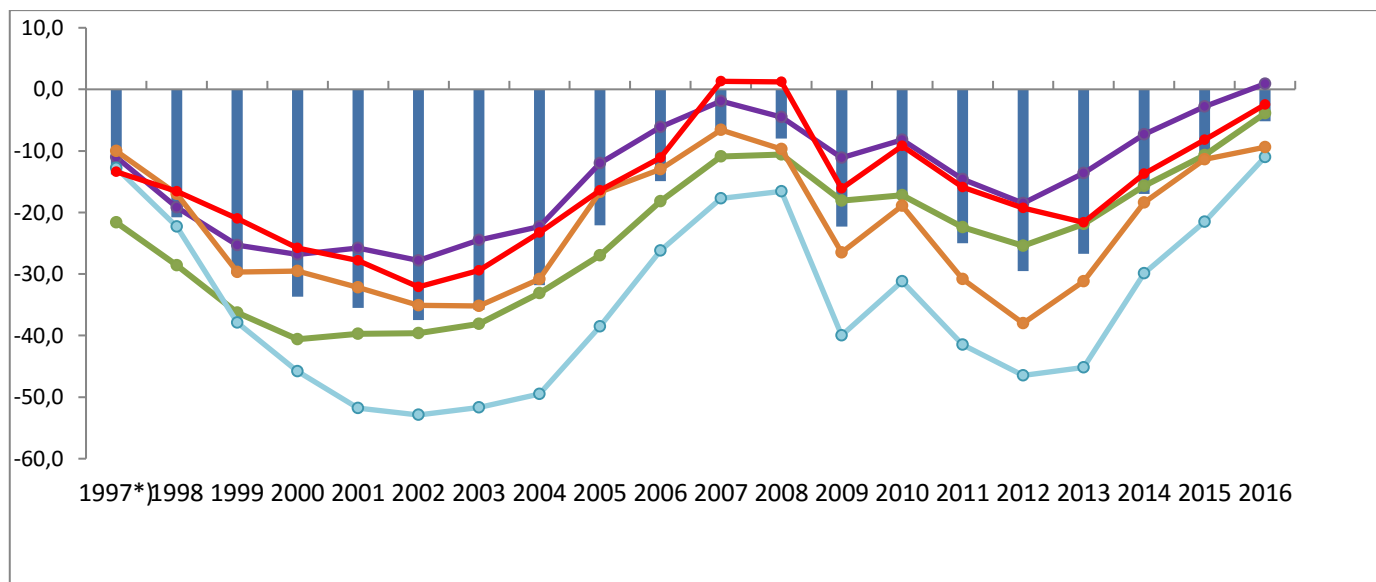
**Tablica I. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

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>							
Lata							
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
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
Kwartaly							
2016	I	-6,2	0,8	-15,3	-10,2	-6,7	-7,5
	II	-4,3	1,3	-12,7	-10,0	-4,2	-6,0
	III	-3,2	0,7	-8,0	-8,2	-1,0	-3,9
	IV	-1,8	0,9	-7,9	-9,3	1,8	-3,3
2017	I	-0,8	2,2	-5,1	-9,2	4,4	-1,7
	II	1,2	2,6	0,1	-2,3	10,2	2,4
Miesiące							
2016	01	-6,2	0,6	-14,4	-9,4	-5,7	-7,0
	02	-5,0	2,3	-14,9	-7,7	-5,9	-6,2
	03	-7,5	-0,5	-16,7	-13,4	-8,6	-9,3
	04	-5,6	3,4	-11,2	-5,8	-4,5	-4,7
	05	-5,0	0,4	-15,4	-11,0	-2,6	-6,7
	06	-2,4	0,1	-11,7	-13,2	-5,5	-6,5
	07	-3,8	-0,2	-9,6	-9,3	-5,1	-5,6
	08	-4,0	0,8	-8,4	-7,2	-0,3	-3,8
	09	-1,8	1,6	-5,9	-8,1	2,3	-2,4
	10	-2,7	-0,6	-7,9	-9,9	2,7	-3,7
	11	0,4	1,8	-6,9	-8,5	1,3	-2,4
	12	-3,1	1,6	-8,8	-9,6	1,5	-3,7
2017	01	-1,2	2,9	-4,2	-10,1	6,6	-1,2
	02	-0,9	2,2	-4,8	-9,2	3,4	-1,9
	03	-0,2	1,6	-6,4	-8,3	3,3	-2,0
	04	0,5	2,0	-3,8	-7,2	4,7	-0,8
	05	0,8	2,8	0,2	-1,4	12,9	3,1
	06	2,3	2,9	3,8	1,8	13,2	4,8
	07	-0,3	3,6	4,6	1,9	10,3	4,0
	08	2,0	4,3	6,3	2,7	13,0	5,7

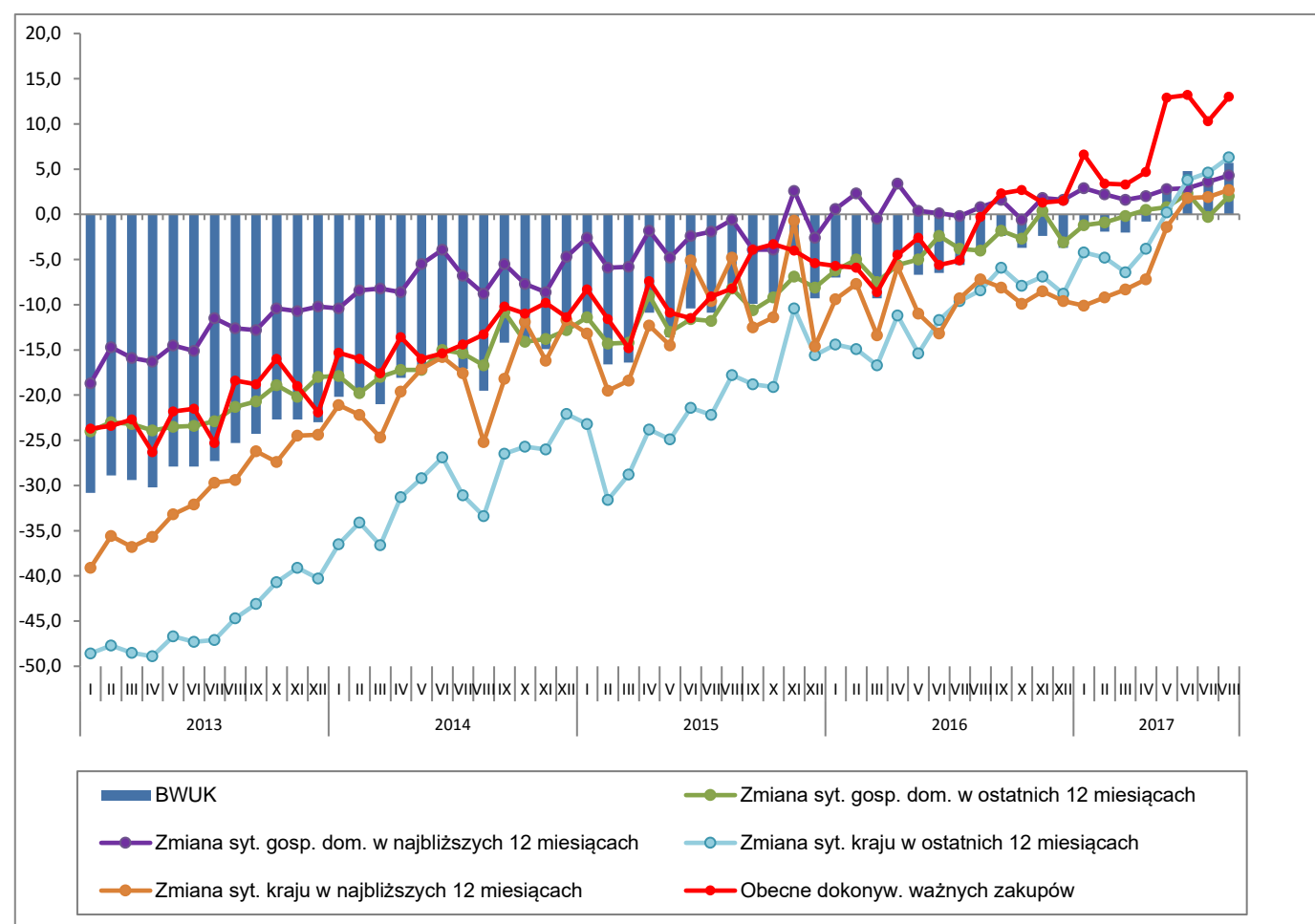
**) kwiecień, lipiec, październik

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



*) kwiecień, lipiec, październik

Wykres Ib. BIEŻĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (BWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2013– 2017



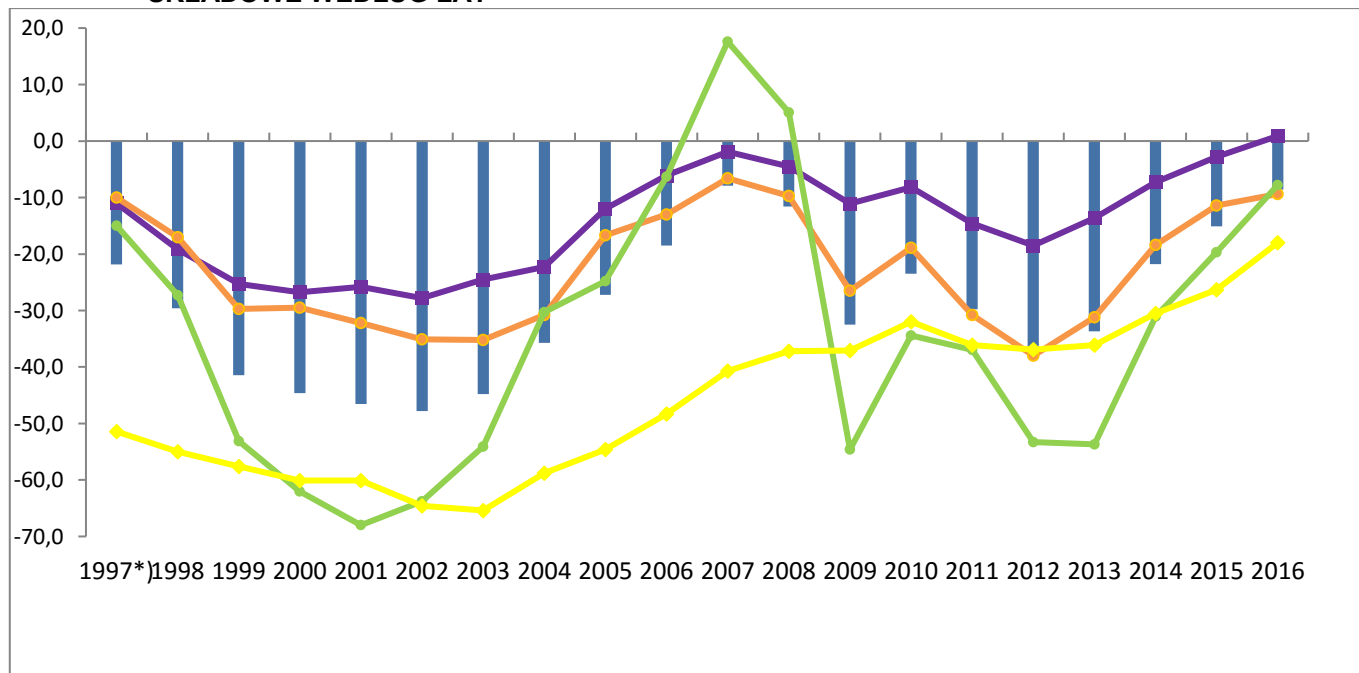
**Tablica II. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ
(DANE ROCZNE, KWARTALNE I MIESIĘCZNE)**

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>						
Lata						
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
2015		-2,8	-11,4	-19,7	-26,3	-15,1
2016		0,9	-9,4	-7,8	-18,0	-8,6
Kwartaly						
2016	I	0,8	-10,2	-10,9	-20,5	-10,2
	II	1,3	-10,0	-5,6	-18,4	-8,2
	III	0,7	-8,2	-9,0	-17,2	-8,4
	IV	0,9	-9,3	-5,6	-15,7	-7,4
2017	I	2,2	-9,2	3,1	-12,3	-4,1
	II	2,6	-2,3	9,5	-10,8	-0,3
Miesiące						
2016	01	0,6	-9,4	-13,9	-20,8	-10,9
	02	2,3	-7,7	-9,6	-17,7	-8,2
	03	-0,5	-13,4	-9,1	-22,9	-11,5
	04	3,4	-5,8	-7,7	-18,5	-7,2
	05	0,4	-11,0	-3,9	-16,4	-7,7
	06	0,1	-13,2	-5,3	-20,2	-9,7
	07	-0,2	-9,3	-13,5	-19,2	-10,6
	08	0,8	-7,2	-7,1	-15,6	-7,3
	09	1,6	-8,1	-6,6	-16,8	-7,5
	10	-0,6	-9,9	-11,7	-18,8	-10,3
	11	1,8	-8,5	-1,1	-13,8	-5,4
	12	1,6	-9,6	-4,1	-14,6	-6,7
2017	01	2,9	-10,1	-0,1	-10,1	-4,4
	02	2,2	-9,2	4,4	-11,8	-3,6
	03	1,6	-8,3	4,9	-15,0	-4,2
	04	2,0	-7,2	5,9	-12,9	-3,1
	05	2,8	-1,4	11,0	-10,0	0,6
	06	2,9	1,8	11,7	-9,4	1,8
	07	3,6	1,9	10,1	-10,5	1,3
	08	4,3	2,7	11,0	-7,3	2,7

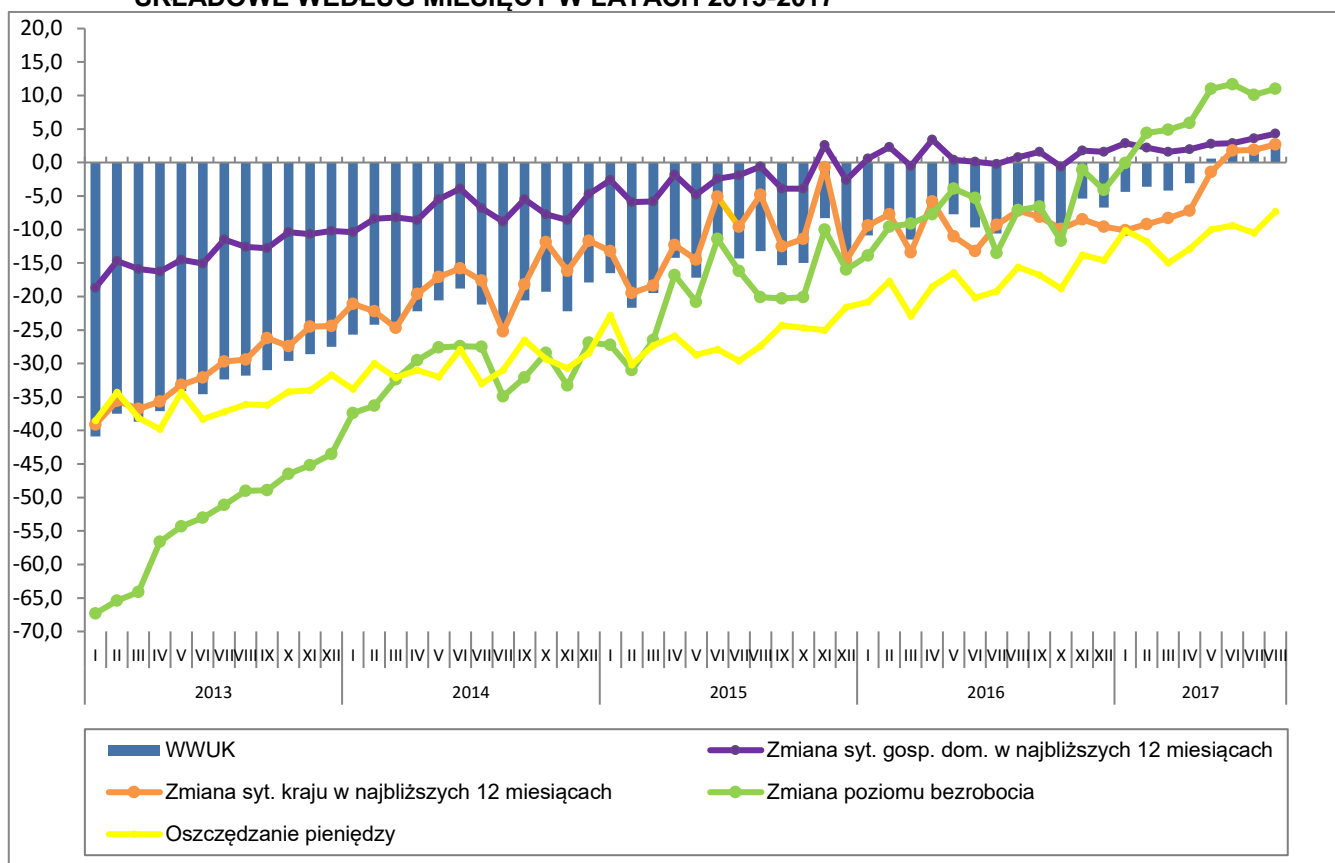
**) kwiecień, lipiec, październik

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



*1) kwiecień, lipiec, październik

Wykres IIb. WYPRZEDZAJĄCY WSKAŹNIK UFNOŚCI KONSUMENCKIEJ (WWUK) ORAZ JEGO WARTOŚCI SKŁADOWE WEDŁUG MIESIĘCY W LATACH 2013-2017



Opracowanie merytoryczne:
Urząd Statystyczny w Łodzi
Ośrodek Warunków Życia i Badań Ankiетowych
 Iwona Ulanowska
 tel: 42 683 91 73
 e-mail: i.ulanowska@stat.gov.pl

Rozpowszechnianie:
Rzecznik Prasowy Prezesa GUS
Karolina Dawidziuk
 Tel: 22 608 3475, 22 608 3009
 e-mail: rzecznik@stat.gov.pl

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