

Komunikat z badań

Istotny spadek nastrojów konsumentów

28 lutego 2020 r.

Maciej Siejewicz
Marketing & Communications
Manager
T +48 22 43 41 239
M +48 500 100 500
maciej.siejewicz@gfk.com

Warszawa, 28 lutego 2020 r. – Po niewielkiej styczniowej poprawie w lutym odnotowano istotne pogorszenie nastrojów konsumentów.

Barometr Nastrojów Konsumentckich GfK, czyli syntetyczny wskaźnik ilustrujący aktualne nastroje wśród polskich konsumentów, był w lutym niższy o 2,7 p.p. w stosunku do poprzedniego miesiąca i wyniósł -0,7.

Po raz pierwszy od sierpnia 2017 roku jego wartość jest ujemna, co oznacza, że w lutym wśród konsumentów było więcej pesymistów niż optymistów.

Wszystkie składowe barometru spadły. Najbardziej pogorszyły się oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadek o 3,8 p.p., z poziomu 4,2 do 0,4), następnie oceny przyszłej sytuacji gospodarczej kraju (spadek o 2,9 p.p., z poziomu -4,9 do -7,8; *notabene* wskaźnik ten spadł do najniższego poziomu od lutego 2016 roku), dalej oceny bieżącej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego (spadek o 2,5 p.p., z poziomu 8,9 do 6,4) oraz skłonność do zakupów (spadek o 1,5 p.p., z poziomu -0,1 do -1,6).

W perspektywie długookresowej nastroje polskich konsumentów nadal znajdują się na wysokim poziomie, znacząco wyższym niż nastroje przeciętnych Europejczyków (nawet po uwzględnieniu Brexitu i nieuwzględnianiu w pomiarze Brytyjczyków). Jednocześnie w perspektywie krótkookresowej zauważalny jest już spadek optymizmu Polaków. Od czerwca, kiedy indeks nastrojów osiągnął swoje historyczne maksimum na poziomie 7,3 punktu, notowany był stały spadek. Obecny spadek jest potwierdzeniem, iż styczniowa nieznaczna wyżka indeksu była jedynie chwilową korektą rysującego się ujemnego trendu. W kolejnych miesiącach można oczekiwać dalszych spadków. Coraz silniej będą oddziaływać negatywne skutki polaryzacji społeczeństwa wywołane nasilającą się retoryką kampanii wyborczej oraz narastający niepokój związany z

GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

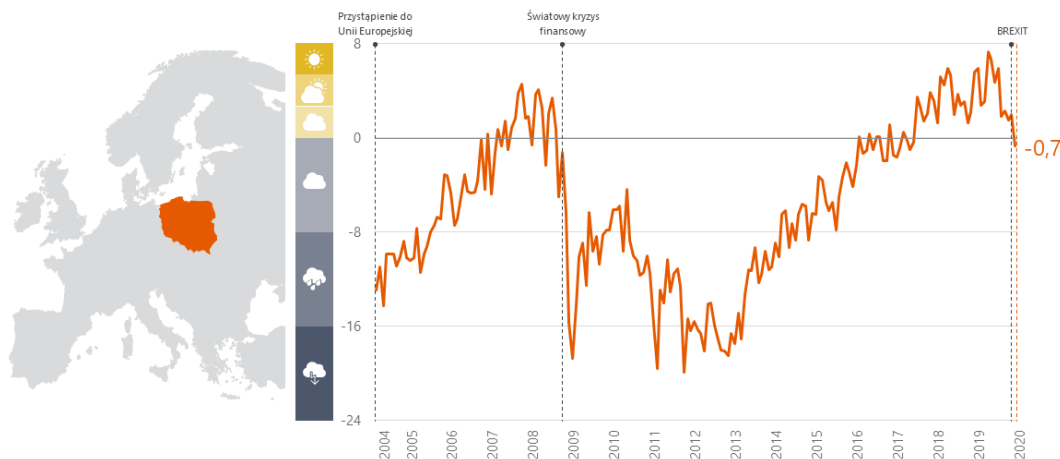
T: +48 22 43 41 000
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:
Agnieszka Sora

Sąd Rejonowy
dla M. St. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego
KRS 0000163116
NIP: 527-020-35-72
Kapitał zakładowy:
1 500 000 PLN

ryzykiem pandemii wirusa i związanej z nim niepewności. Inne ogólnoświatowe czynniki ryzyka, czyli globalne spowolnienie gospodarcze, konflikty polityczne, handlowe, niepewność wokół skutków Brexitu będą nadal obecne. Kumulacja negatywnych komunikatów może w najbliższej perspektywie dawać silny impuls do trwałego spadku ocen i nastrojów wśród Polaków.

Nastroje konsumenckie Polaków 02/2020



Źródło: GfK – badanie nastrojów konsumenckich na zlecenie Komisji Europejskiej, luty 2020

© GfK

O badaniu

Badanie zrealizowano w dniach 7-12 lutego metodą CAPI (wspomaganych komputerowo wywiadów bezpośrednich w domach respondentów) na losowej reprezentatywnej próbie n=1000 osób.

Barometr może przyjmować wartości od -100 do $+100$ i jest to saldo pomiędzy opiniami pozytywnymi a negatywnymi. Dodatnia wartość barometru wskazuje na to, iż w danej fali badania liczba konsumentów nastawionych optymistycznie przeważa nad liczbą konsumentów nastawionych pesymistycznie. Wartość ujemna barometru oznacza odwrócenie tej proporcji.

Barometr jest zagregowanym wskaźnikiem sporządzanym na zlecenie Komisji Europejskiej, wyliczonym od 1985 roku. Obecnie indeks obejmuje 27 krajów. Dane dla Polski pochodzą z badania GfK współfinansowanego przez Komisję Europejską.

Barometr to syntetyczny indeks oparty na poniższych składowych:

Ocena bieżącej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	<p>Składowa oparta na odpowiedziach respondentów na pytanie: Jak zmieniła się ogólna sytuacja finansowa Pana(i) gospodarstwa domowego od okresu sprzed 12 miesięcy</p> <p>ODP.: znacznie się poprawiła, trochę się poprawiła, nie zmieniła się, trochę się pogorszyła, znacznie się pogorszyła</p>
Ocena przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego	<p>Składowa oparta na odpowiedziach respondentów na pytanie: Jak – Pana(i) zdaniem – zmieni się sytuacja finansowa Pana(i) gospodarstwa domowego w ciągu najbliższych 12 miesięcy?</p> <p>ODP.: znacznie się poprawi, trochę się poprawi, nie zmieni się, trochę się pogorszy, znacznie się pogorszy</p>
Ocena przyszłej sytuacji gospodarczej kraju	<p>Składowa oparta na odpowiedziach respondentów na pytanie: Jak – Pana(i) zdaniem – zmieni się sytuacja gospodarcza kraju w ciągu najbliższych 12 miesięcy?</p> <p>ODP.: znacznie się poprawi, trochę się poprawi, nie zmieni się, trochę się pogorszy, znacznie się pogorszy</p>
Skłonność do zakupów	<p>Składowa oparta na odpowiedziach respondentów na pytanie: czy Pana/i zdaniem suma pieniędzy, którą wydacie Państwo na zakup dóbr trwałego użytku (np. mebli, telewizorów, aut, pralek, komputerów) w ciągu najbliższych 12 miesięcy zmieni się w stosunku do sumy wydanej na te cele w ciągu minionych 12 miesięcy?</p> <p>ODP.: wydamy znacznie więcej, wydamy trochę więcej, wydamy tyle samo, wydamy nieco mniej, wydamy zdecydowanie mniej</p>

KONIEC

O GfK

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. GfK „Growth from Knowledge”.

Więcej informacji www.gfk.com/pl oraz <https://twitter.com/GfK>.