

Tlačová správa

Katarína Lepiešová Marcom
+421 902 920 948
Marcom

Spotrebiteľská klíma v EÚ je najlepšia za posledných deväť rokov

Výsledky prieskumu GfK zisťujúce spotrebiteľskú klímu v Európe vo štvrtom štvrtroku 2016.

Bratislava, 16. februára 2017 - Celkovo zaznamenala dôvera spotrebiteľov v Európe vo štvrtom štvrtroku 2016 veľmi pozitívny rast. Ukazovateľ spotrebiteľskej dôvery podľa GfK stúpol v celej dvadsaťosmičke o 5,6 bodu a v decembri dosiahol 17,9 bodu - to je najvyššia hodnota od roku 2008. Jednotlivé ukazovatele - ekonomické a príjmové očakávania a ochota nakupovať sa však počas roka nevyvíjali rovnako.

V titulkoch európskych správ v štvrtom štvrtroku 2016 prevažovali témy týkajúce sa vojny v Sýrii, terorizmu v Európe, novembrových prezidentských volieb v USA a pokračujúceho vzostupu nacionalistických strán a tendencií doslova vo všetkých európskych krajinách. Je však úplne evidentné, že tieto negatívne správy spotrebiteľa neovplyvnili. Vyzerá to, že Európania si čoraz viac vyberajú, ktoré témy nechajú pôsobiť na svoj každodenný život. Vďaka tomu vojna v Sýrii, vývoj v Turecku, americké prezidentské voľby, ani pretrvávajúca teroristická hrozba v Európe, ukazovatele ekonomických a príjmových očakávaní, ani ochotu nakupovať, vlastne neovplyvnili. Významnejší vplyv mali údaje o ekonomickom raste v jednotlivých krajinách. A preto sa spotrebiteľská klíma v európskej dvadsaťosmičke od septembra do decembra zlepšila o 5,6 bodu a dosiahla hodnotu 17,9 bodu.

Ekonomický výhľad v Nemecku sa podstatne zlepšil

Ekonomické očakávania Nemcov na jeseň významne vzrástli - od septembra do decembra o 9,6 bodu. Vďaka tomuto nárastu počas štvrtého kvartálu 2016 sa daný ukazovateľ dostal na konci roka na 16,4 bodu, čo je zhruba rovnaká hodnota, ktorú dosiahol v júni 2016 (18 bodov; rekord v roku 2016).

Výsledky zaznamenané v Nemecku možno pripísať silnej hospodárskej pozícii tejto krajiny. Počas posledného kvartálu 2016 sa hrubý národný produkt zvýšil o 1,7 percentuálneho bodu v porovnanie s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka a ustálil sa na 4,2 percentách; miera nezamestnanosti dosiahla najnižšiu úroveň od zjednotenia.

Vďaka týmto priaznivým hospodárskym podmienkam sa v období od

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Executive Committee:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(Speaker for the Management Board)
Christian Diedrich (CFO)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:
Ralf Klein-Börling

Registration court:
Nürnberg HRB 25014

septembra do decembra zvýšili aj ekonomické očakávania nemeckých spotrebiteľov o ďalšie 3 body na hodnotu 55,6 bodu. V novembri ukazovateľ dočasne poklesol na 44,5 bodu. Toto číslo však bolo stále takmer o päť bodov vyššie ako v rovnakom čase predchádzajúceho roka. Možno povedať, že ekonomické očakávania boli výnimočne vysoké.

Ukazovateľ ochoty nakupovať sa nedokázal ku koncu roka udržať na vysokej úrovni a od septembra do decembra sa znížil o 5,3 bodu. To znamená, že na konci decembra bol na hodnote 48,0 bodu a to je o jeden bod nižšie než v predposlednom roku.

Ekonomické očakávania a ochota nakupovať sú vo Francúzsku na rekordnej výške

Ekonomické očakávania Francúzov vo štvrtom štvrtroku vyleteli prudko nahor, pretože spotrebiteľia verili, že v nasledujúcich mesiacoch dôjde k silnému oživeniu ekonomiky. Vďaka tomu ukazovateľ od septembra do decembra stúpol o 13 bodov na úroveň 19,8 bodu, čo je najviac od augusta 2007. To predstavuje nárast o 12,6 bodu v porovnanie s koncom roka 2015.

Taktiež príjmové očakávania počas posledného štvrtroka vzrástli, a síce o 4,3 bodu na hodnotu - 9,6 bodu. Hoci išlo v porovnanie s koncom tretieho štvrtroka o nárast, indikátor bol o 4,7 bodu nižší ako v predchádzajúcom roku. Francúzski spotrebiteľia očakávajú mierny rast príjmov už od roku 2007, čo sa odráža v zápornej hodnote tohto ukazovateľa. To možno dozaista pripísať pretrvávajúcej vysokej miere nezamestnanosti predovšetkým medzi mladými ľuďmi, ako aj to, že k znateľnému ekonomickému oživeniu stále nedochádza.

Rast ekonomických očakávaní mal pozitívny vplyv na ochotu francúzskych spotrebiteľov nakupovať. V decembri dosiahla ochota Francúzov robiť väčšie nákupy najvyššiu úroveň za 15 rokov. Počas štvrtého štvrtroka stúpol tento ukazovateľ o 4,2 bodu a na konci roka dosiahol 12,9 bodu. To je o 17,5 bodu vyššie než v rovnakom období predchádzajúceho roka.

Ekonomické a príjmové očakávania vo Veľkej Británii vzrastajú len minimálne

Po dočasnom poklese na najnižšiu štvorročnú úroveň (-28.2), ktorý nasledoval po júnovom hlasovaní o brexite, sa ekonomické očakávania britských spotrebiteľov na konci tretieho štvrtroka najskôr ustálili. Od septembra do decembra však indikátor znova poklesol o 9,8 bodu a na konci roka bol na úrovni -11,6 bodu. To je o 28,2 bodu nižšie než v rovnakom čase v predchádzajúcom roku. Vyzerá to, že britskí spotrebiteľia očakávajú v nasledujúcich mesiacoch pokles hospodárstva vo svojej krajine ako dôsledok hlasovania pre odchod z EÚ. Zatiaľ však ohlásený odchod Británie z EÚ nemá žiaden viditeľný vplyv na jej ekonomickú silu, pretože hrubý domáci produkt v treťom štvrtroku 2016 v porovnanie s

rovnakým obdobím roku 2015 vzrástol o 2,2 percenta.

Na druhú stranu príjmové očakávania vzrástli vo štvrtom štvrťroku 2016 o 13,2 bodu a na konci roka dosiahli hodnotu 3,2 bodu. Avšak to v porovnanie s koncom roka 2015 predstavuje pokles o 3,4 bodu. Je to však opačný trend v porovnanie s tým, čo sa odohralo v lete hneď po referende. Tento ukazovateľ je tiež pozitívne ovplyvnený nízkou mierou nezamestnanosti, ktorá sa teraz pohybuje na úrovni 4,8 percenta, čo je najnižšie od tretieho štvrťroku 2005. Nehľadiac na negatívny ekonomický vývoj sa ochota nakupovať vo 4. kvartáli zvýšila o 8,8 bodu na 15,5 bodu. To znamená, že celkový trend ostáva pozitívny, lebo v decembri sa ukazovateľ držal na hodnote, ktorá bola zhruba o päť bodov vyššia ako v rovnakej dobe roku 2015.

Taliani očakávajú dramatické zhoršenie economickej situácie

Zdá sa, že po drastickom prepade ekonomických očakávaní, ku ktorému došlo počas prvej polovice roka, sa vo štvrtom štvrťroku tento trend zastavil. Oproti septembru indikátor máličko stúpol o 2,4 bodu a dosiahol hodnotu -38,2 bodu. Ekonomické očakávania talianskych spotrebiteľov však v štvrtom štvrťroku uviazli v záporných číslach, čo pre Taliansko znamenalo najhoršie umiestnenie zo všetkých európskych krajín. Talianski spotrebiteľia zjavne predpokladajú, že hospodárska situácia krajiny sa bude aj naďalej veľmi zhoršovať. V novembri tento indikátor s -41,6 bodu dosiahol najnižšiu úroveň od novembra 2013. Výrazne pesimistický pohľad na budúcnosť sa najmä ukáže pri porovnanie jeho hodnoty z decembra 2016 s hodnotou zaznamenanou na konci roka 2015, kedy bol ukazovateľ ekonomických očakávaní na úrovni -1,4 bodu, čo je o 37 bodov vyššie.

Napriek tomu, že ekonomické očakávania boli v štvrtom kvartáli negatívne, príjmové očakávania sa v rovnakom období prekvapivo dostali do kladných čísiel. Kým v septembri bol tento indikátor -10 bodov, do konca roka vzrástol o 13,2 bodu na hodnotu 3,2 bodu. Nehľadiac na pesimistický pohľad talianskych spotrebiteľov na ekonomický rast, zdá sa, že verí v zachovanie stabilných príjmov. To by sa dalo vysvetliť mierou nezamestnanosti, ktorá sa už rok a pol nemení a obyvatelia sa teraz o niečo menej obávajú jej rastu. Podľa Európskej komisie sa nezamestnanosť v Taliansku držala po celý rok 2016 stabilne na úrovni 11,6 percenta. Ochota nakupovať sa v Taliansku v septembri prudko znížila na 6,8 bodu, ale v priebehu štvrtého štvrťroka sa opäť mierne zvýšila. Celkovo vzrástla ochota nakupovať v decembri o 4,8 bodu na 11,6 bodu. To však je o približne 13 bodov menej ako v rovnakom čase predchádzajúceho roku.

Španielski spotrebiteľia končia rok s novým optimizmom

Španielska ekonomika zažíva konjunktúru. Počas tretieho štvrťroka 2016

vzrástol hrubý domáci produkt oproti rovnakému obdobiu predchádzajúceho roka o 3,4 percentuálneho bodu. Potom, čo ekonomické očakávania dosiahli v roku 2016 najnižšiu úroveň 11,4 bodu, začal sa tento indikátor konzistentne zlepšovať a od septembra do decembra stúpil o 12,1 bodu na hodnotu 24,6 bodu. To je však zhruba o 27 bodov menej ako koncom roka 2015, kedy ekonomické očakávania španielskych spotrebiteľov dosiahli historické maximum 51,4 bodu.

Vďaka rastúcej ekonomike Španieli aj naďalej veria, že príjmy mierne stúpnu. To možno pravdepodobne čiastočne pripísať pokračujúcemu poklesu nezamestnanosti.

Podľa Európskej komisie predstavovala nezamestnanosť v treťom kvartáli 2016 19,4 percenta, a to je najnižšie za viac ako šesť rokov (prvý štvrťrok 2010: 19,3 percenta). Príjmové očakávania dosiahli v decembri 15,5 bodu, čo od septembra predstavuje nárast o 6,8 bodu. Napriek tomu však je to o viac ako 15 bodov nižšie ako v decembri 2015.

Ochota nakupovať sa v poslednom štvrťroku naopak takmer nezmenila, keďže španielskym spotrebiteľom ostáva len veľmi málo peňazí na to, aby mohli nakupovať niečo iné, než sú veci každodennej spotreby. Na konci štvrťroka ukazovateľ poklesol o ďalšieho 1,4 bodu na hodnotu -6,3 bodu. V porovnanie s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka to znamená drobný nárast o 1,6 bodu.

V Belgicku sa ekonomická očakávania zlepšujú len pomaly

V Belgicku ekonomické očakávania vzrástli od septembra do decembra o 2,3 bodu. So 4,8 bodmi v decembri však bol indikátor o 10,8 bodu nižšie než v rovnakom období predošlého roka. Belgickí spotrebiteľia sa zrejme domnievajú, že v nasledujúcich mesiacoch ekonomika porastie len nepatrne.

Aj príjmové očakávania sa zvýšili od septembra len veľmi mierne, a síce o 2,2 bodu na -13,1 bodu v decembri. Hoci to naznačuje, že Belgičania predpokladajú v najbližších mesiacoch len veľmi malé zvýšenie príjmov, je to stále o 3 body vyššie ako v decembri 2015.

Ochota nakupovať je u belgických spotrebiteľov v porovnanie s ich nízkymi ekonomickými a príjmovými očakávaniami značná. Indikátor dosiahol v decembri 16 bodov, a to je o 1,8 bodu viac ako v septembri.

Grécki spotrebiteľia očakávajú pokles miezd

Pokračujúce finančné ťažkosti a zložitá politická situácia v Grécku sa v minulom roku odrazili na ekonomických a príjmových očakávaníach spotrebiteľov. Do mája 2016 sa tento ukazovateľ prepadol na -51,6 bodu, čo je najnižšie od januára 2012. Potom sa však začal postupne dvíhať. Aj keď ukazovateľ ekonomických očakávaní stúpil od septembra do decembra o ďalších 3,3 bodu na hodnotu -33,8 bodu, predstavuje to skoro

rovnakú hodnotu ako v rovnakej dobe predchádzajúceho roka. Nehľadiac na to, že ukazovateľ zostal veľmi nízko, začal sa zreteľne prejavovať celkový vzostupný trend. V treťom štvrťroku 2016 hrubý domáci produkt vzrástol oproti roku 2015 o úctyhodných 1,8 percenta.

Obyvatelia Grécka však počítajú aspoň s minimálnym rastom príjmov. Ukazovateľ poklesol od septembra do decembra o 2,6 bodu na -40,1 bodu. V porovnanie s rovnakým obdobím predošlého roka to predstavuje pokles o 22,1 bodu. Miera nezamestnanosti sa v roku 2016 síce znížila o 1,2 percentuálneho bodu, ale napriek tomu je najvyššia v Európe, pretože v treťom štvrťroku predstavovala 23,2 percenta. To znamená, že Gréci stále nemajú vyhliadky na viac pracovných miest a vyššie príjmy.

Zlá ekonomická situácia sa odráža aj na ochote gréckych spotrebiteľov nakupovať. Nehľadiac na to, že ukazovateľ vzrástol od septembra do decembra o 6,7 bodu a dosiahol -36,1 bodu, zostal na rovnako nízkej úrovni, ako na konci roka 2015. Z toho vyplýva, že iné nákupy, než sú veci každodennej potreby, si grécki spotrebiteľia rozhodne nemôžu dovoliť.

Ekonomické očakávania v Rakúsku sú na vzostupe

Ekonomické očakávania rakúskych spotrebiteľov vo štvrtom štvrťroku vzrástli o 19,2 bodu a dosiahli 12 bodov, takže sa po prvýkrát od januára 2014 dostali do kladných čísiel. V rovnakom období 2015 bol indikátor dokonca o 31 bodov vyššie. Po víťazstve Van der Bellena v prezidentských voľbách Rakúšania zrejme predpokladajú, že ekonomická výkonnosť ich krajiny sa v roku 2017 zlepší. Podľa Európskej komisie stúpol HDP v treťom štvrťroku 2016 o 1,5 percenta, zatiaľ čo nezamestnanosť zostala na 6,1 percentách.

Toto zvýšenie ekonomických očakávaní pred prezidentskými voľbami však nemalo žiadny vplyv na očakávania príjmové. V marci 2016 dosiahol tento ukazovateľ najvyššiu úroveň (36,5 bodu) od začiatku prieskumu v roku 1995. Potom však príjmové očakávania neustále klesali. V decembri dosiahli 19 bodov, čo je o 5,4 bodu menej ako v septembri.

Vo štvrtom kvartáli poklesla u Rakúšanov aj ochota nakupovať. Indikátor sa znížil od septembra do decembra o 5,3 bodu a dostal sa na 12,6 bodu. Celkovo sa tento ukazovateľ od mája (27,6 bodu) neustále znižuje a zastavil sa tak rastúci trend trvajúci prvé štyri mesiace roku 2016.

V Poľsku ekonomické a príjmové očakávania klesajú, ale ochota nakupovať stúpa

Ekonomický rast v Poľsku trochu zoslabol a v treťom štvrťroku 2016 sa spomalil na 2,2 percenta. Ekonomické očakávania spotrebiteľov sa vo štvrtom kvartáli znížili - ukazovateľ klesol o 7,1 bodu z 23,7 bodu v septembri na 16,6 bodu v decembri.

42,7 bodu bola najvyššia hodnota, ktorú ekonomická očakávania dosiahli v

septembri takmer po desiatich rokoch (november 2007: 43 bodov). Počas štvrtého štvrťroka 2016 sa však indikátor nedokázal udržať na tejto vysokej úrovni a v decembri klesol o 12,8 bodu na hodnotu 29,9 bodu.

Aj keď sa ekonomické a príjmové očakávania poľských spotrebiteľov vo štvrtom kvartáli 2016 očividne znížili, ochota nakupovať výrazne stúpla. Tento pozitívny vývoj možno dozaista pripísať priaznivým ekonomickým podmienkam, historicky nízkej nezamestnanosti, ktorá v treťom štvrťroku bola 6,2 percenta a takisto historicky najnižším úrokovým sadzbám vytvárajúcim vhodnú klímu preto, aby spotrebiteľia nakupovali drahé a hodnotné produkty a služby.

V októbri vzrástla ochota nakupovať na 27,2 bodu a dosiahla najvyššiu úroveň od augusta 2008 (30,7 bodu). Hoci v decembri opäť poklesla na 20,8 bodu, predstavuje to v porovnanie so septembrom toho istého roku zvýšenie o 9,3 bodu a s decembrom 2015 o 14,7 bodu.

Príjmové očakávania v Českej republike sú rekordne vysoko

V treťom štvrťroku 2016 sa hrubý domáci produkt v Českej republike zvýšil v porovnanie s rovnakým obdobím roku 2015 o 2,1 percenta. Aj keď je to najnižšia miera rastu od prvého štvrťroku 2014, českí spotrebiteľia sú aj naďalej veľmi optimistickí, pokiaľ ide o vývoj českej ekonomiky v nasledujúcich mesiacoch. S 36,8 bodu boli ekonomické očakávania Čechov o 9,4 bodu vyššie než v rovnakom čase predchádzajúceho roka a o 0,4 bodu vyššie ako v septembri.

Vďaka pozitívnemu ekonomickému vývoju zostáva na nízkej úrovni aj nezamestnanosť. Podľa Európskej komisie predstavovala v novembri 4,0 percenta, čo je najnižšia hodnota za viac ako dvadsať rokov (v treťom štvrťroku 1996 to bolo 3,9 percenta) a v súčasnej dobe je najnižšia v celej EÚ. V dôsledku toho sú českí spotrebiteľia presvedčení, že v najbližších mesiacoch príjmy výrazne vzrastú. Svedčí o tom ukazovateľ príjmových očakávaní, ktorý bol v decembri 58,1 bodu. Toto číslo je o šesť bodov vyššie ako v septembri a predstavuje najvyššiu hodnotu od začiatku prieskumov v roku 1995.

Česká ochota nakupovať vzrástla v októbri na 31,6 bodu, čo je najviac od mája 2007 (32 bodov). V decembri však výrazne klesla na 21,5 bodu. To je o 5,7 bodu nižšie ako v septembri a o 0,9 bodu nižšie ako v decembri 2015.

Slováci počítajú so zvýšením miezd

Vďaka priaznivým ekonomickým podmienkam vo štvrtom štvrťroku 2016 slovenskí spotrebiteľia predpokladali silný hospodársky rast. Ukazovateľ ekonomických očakávaní sa v decembri dostal na 28,2 bodu, a hoci to bolo o 0,4 bodu nižšie ako v septembri, je to presne o 5 bodov viac ako v rovnakom období predošlého roka.

Aj keď je miera nezamestnanosti na Slovensku relatívne vysoká a v treťom

kvartáli 2016 predstavovala 9,5 percenta, v posledných niekoľkých štvrťrokoch neustále klesala. Tento trend sa odráža aj na príjmových očakávaniach slovenských spotrebiteľov, pretože od septembra do decembra indikátor stúpol o 2,2 bodu na 32,2 bodu.

Pokles nezamestnanosti znamená viac pracovných miest a vyššie príjmy pre obyvateľov, čo sú dôležité podmienky pre to, aby ľudia boli ochotní nakupovať. Od septembra do decembra tento ukazovateľ stúpol o 2,3 bodu na 15,9 bodu, a to je o 11,5 bodu vyššie než hodnota zaznamenaná v decembri 2015. To znamená, že sa stále viac spotrebiteľov domnieva, že nastala správna doba na väčšie nákupy.

O spoločnosti GfK

Spoločnosť GfK je dôveryhodným partnerom pri poskytovaní dôležitých informácií o trhu a o spotrebiteľoch, ktoré umožňujú klientom prijímať lepšie rozhodnutia. Spoločnosť GfK má dlhoročné skúsenosti v zbere a vyhodnocovaní dát. V GfK kombinujeme globálne poznatky viac ako 13 000 expertov s analýzami miestnych trhov vo viac ako 100 krajinách celého sveta. Vďaka inovatívnym technológiám a vedeckému spracovaniu dát dokážeme v spoločnosti GfK transformovať „big data“ na inteligentné a relevantné údaje a umožniť tak našim klientom získať konkurenčný náskok a obohatiť skúsenosti, zážitky a výber svojich spotrebiteľov a zákazníkov.

Podrobnejšie informácie nájdete na našej webovej stránke www.GfK.com/sk, prípadne nás môžete sledovať na Twitteri: https://twitter.com/GfK_en.

Zodpovednosť podľa tlačovej legislatívy:

GfK SE, Global Communications
Jan Saeger
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany
T. +49 911 395 4440
press@gfk.com