

Съобщение за пресата

Потребителският климат в ЕС се подобрява девета година подред

19 април 2017 г.

Ролф Бюркел
Тел. +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Йоханес Хакстет
Корпоративни комуникации
Тел. +49 911 395 4238
johannes.hackstette@gfk.com

Нюрнберг, 19 април 2017 г. – Позитивното настроение сред европейските потребители продължава и през първата четвърт на 2017 г. След като най-високото ниво от януари 2008 г. насам беше отбелязано през декември 2016 г., през януари потребителският климат за 28-те държави от ЕС се подобри с още 2 пункта до 19,9 пункта и най-накрая се задържа на 18,9 през март. Това са част от резултатите на проучването на GfK за потребителския климат в Европа за първата четвърт на 2017 г.

Относно очакванията по отношение на доходите и показателите за склонността за покупка в индивидуалните анализи на проучваните държави се наблюдават големи разлики. Те допринасят за разграничаване на различните икономически тенденции и характеризират ситуацията на пазара на труда. Преобладаващите теми на паневропейско ниво като Брекзит, подсилването на националистическите партии, новото правителство на САЩ и войната в Сирия, не повлияват еднакво динамиката на индивидуалните показатели на различните държави.

България: Потребителското настроение се е подобрило в сравнение с предходната година

Икономическите очаквания на българските потребители за първите два месеца от годината достигнаха най-високите си нива през последните години, но отново спаднаха до негативни нива през март до -2,3 пункта. Очевидно българският потребител все още не може да предположи колко дълго ще продължи икономическият растеж, наблюдаван през последните години. Въпреки това в края на тримесечието показателят отчете 3,5 пункта подобрение в сравнение с предходната година.

Възходящите икономически резултати и стабилният спад на безработицата имат положително влияние върху очакванията на населението по отношение на доходите. От 26,1 пункта през февруари 2017, което е най-високото ниво от юни 2005 г. насам, показателят спадна до все още високите 18,4 пункта в края на тримесечието. За сравнение, в края на март 2016 г. очакванията по отношение на доходите бяха на 3,9 пункта.

Сходна тенденция се наблюдава и при склонността за пазаруване при българския потребител, която загуби няколко пункта след силния

GfK SE
Нордвестринг 101
90419 Нюрнберг, Германия

Тел. +49 911 395 0

Управителен съвет:
Питър Фелд (СЕО)
Кристиан Диедрих (Главен
финансов мениджър)
Д-р Герхард Хаусрукингер
Давид Краичек
Александра Кама

Председател на
Надзорен съвет:
Ралф Клеин-Бьолтинг

Съд на регистрация:
Нюрнберг HRB 25014

старт на годината и в края на тримесечието е на ниво 14,3 пункта. В сравнение с предходната година това представлява сериозно подобрение от над 13 пункта.

За GfK

GfK е надежден източник на актуална информация за пазара и потребителите, предоставяща на своите клиенти възможността да вземат по-интелигентни решения. Над 13 000 експерти в областта на проучването на пазара съчетават общите си познания с дългогодишния опит на GfK за анализ на местните пазари. Това позволява на GfK да осигурява жизненоважна глобална информация от над 100 страни. Чрез използването на иновативни технологии и научни методи за събирането и обобщаването на данни, GfK превръща данните с голям мащаб в интелигентни данни, давайки възможност на своите клиенти да подобрят конкурентоспособността си и да обогатят своя опит и възможностите за избор на потребителите.

Допълнителна информация е налична на: www.gfk.com/de. Следвайте ни в Twitter: www.twitter.com/gfk_de