

Tlačová správa

Spotrebiteľské klíma v EÚ je najlepšia za deväť rokov

Katarína Lepiešová
Marcom
+421 902 920 948
Katarina.lepiesova@gfk.com

Bratislava 27. apríla 2017 - Pozitívna nálada európskych spotrebiteľov sa preniesla aj do prvého štvrťroku 2017. Už na konci decembra 2016 dosiahla spotrebiteľská klíma európskej dvadsaťosmičky najvyššie hodnoty od januára 2008. V januári 2017 stúplo o ďalšie dva body na 19,9 bodu a potom sa v marci ustálilo na 18,9 bodu. Toto je jeden z výsledkov prieskumu GfK zisťujúceho spotrebiteľskú klímu v Európe v prvom štvrťroku 2017.

Pokiaľ ide o ukazovatele ekonomických a príjmových očakávaní a ochotu nakupovať, ukázala znova analýza jednotlivých krajín zaradených do prieskumu, aké rozdiely medzi nimi panujú. Tieto rozdiely možno pripísať nerovnomernému hospodárskemu rozvoju týchto krajín a odlišnej situácii na ich trhoch práce. Najzávažnejšie celoeurópska témy, medzi ktoré patrí Brexit, posilňovanie nacionalistických politických strán, nová vláda v USA a vojna v Sýrii, preto nemala v rôznych krajinách rovnaký dopad na vývoj jednotlivých ukazovateľov.

Nemecko: ekonomická očakávania sa opäť zlepšujú

V Nemecku sa v prvom štvrťroku ekonomické očakávania po februárovom poklese výrazne zlepšili. Ukazovateľ stúpol koncom marca na 18,1 bodu, čo v porovnaní s minulým rokom predstavuje zvýšenie takmer o 18 bodov. Neistota mnohých spotrebiteľov spojená s politikou nového amerického prezidenta bola zjavne opäť potlačená vďaka väčšiemu ekonomickému optimizmu.

Príjmové očakávania na rozdiel od ekonomických očakávaní počas prvého štvrťroka klesli a na konci marca dosiahli 43,4 bodu. Tento ukazovateľ teda odráža určitú citlivosť nemeckej verejnosti voči niektorým dôležitým cenám ako je benzín, nafta alebo vykurovacie nafta, pretože podľa všeobecnej mienky práve ony oslabujú kúpnu silu príjmov. Celkovo však príjmové očakávania zostávajú aj naďalej vysoké.

Tieto trochu nižšie príjmové očakávania však nemajú vplyv na náladu a chuť nemeckých spotrebiteľov nakupovať. Po určitom februárovom poklese chuť nakupovať znova vzrástla. Na konci prvého štvrťroka bola na úrovni 55,5 bodu a to je o 5,5 bodu vyššie ako vlni.

GfK Slovakia, s.r.o.
Račianska 153
831 54 Bratislava
Slovenská republika

Tel. +421 2 57 371 101

Vedenie spoločnosti
Konateľ:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristi:
Mgr. Rastislav Kočan
Mgr. Miroslav Žák

Spoločnosť je zapísaná
v OR OS Bratislava I,
vložka č. 366/BGfK

Francúzsko: zaznamenaný pokles všetkých ukazovateľov

Počas tohtoročného prvého štvrťroka sa ekonomické očakávania vo Francúzsku v porovnaní s koncom roka 2016 zreteľne znížili. Od januára do konca marca tento indikátor klesol o šesť bodov a ocitol sa na 11,2 bodu. Ekonomické očakávania sú však stále oveľa vyššie ako pred rokom, kedy na konci prvého štvrťroka bola nameraná hodnota -3,7 bodu.

Príjmové očakávania vo Francúzsku na konci prvého štvrťroka tiež výrazne poklesli na -10,9 bodu. Napriek tomu je to ale o viac ako 11 bodov vyššie ako v predchádzajúcom roku. Záporné príjmové očakávania sú zaznamenané už od októbra 2007. Je to dôkazom nie príliš optimistického pohľadu francúzskych spotrebiteľov na budúcnosť, ktorý je sčasti dôsledkom dlhodobu vysokej miery nezamestnanosti.

Došlo tiež k prudkému zníženiu ochoty nakupovať, ktorá predstavovala na konci prvého štvrťroka 8,4 bodu potom, kedy vo februári dosiahla najvyššiu úroveň za 15 rokov, a to 18,7 bodu. Je zrejmé, že s blížiacimi sa parlamentnými voľbami, ktoré sa uskutočnia v lete, sa medzi spotrebiteľmi šíri určitá neistota. V porovnaní s minulým rokom (0,4 bodu v marci 2016) je však tento ukazovateľ stále vysoký.

Veľká Británia: rozhodnutie o brexite zanecháva negatívnu stopu

V dôsledku hlasovania o Brexite zostávajú očakávania britských spotrebiteľov nízke a na konci prvého štvrťroka boli na úrovni -13,2 bodu. Hoci sa tento ukazovateľ od júna 2016, kedy klesol na najnižšiu hodnotu za štyri roky (-28,3 bodu) spamätal, je jeho hodnota v porovnaní s minulým rokom stále nízka; vtedy ekonomické očakávania dosiahli 2,1 bodu.

Príjmové očakávania takisto zaznamenali viditeľný pokles a na konci štvrťroka spadli na 1,2 bodu po tom, kedy začiatkom roka vykázali silný štart (11,1 bodu v januári). V medziročnom porovnaní to znamená prudký pokles o 16,5 bodu, čo ukazuje na rastúcu neistotu britských spotrebiteľov spojenú s ekonomickými dôsledkami Brexitu.

Podobný obrázok možno pozorovať aj u ochoty britských spotrebiteľov nakupovať, ktoré počas prvého štvrťroka tohto roka postupne klesali a na konci marca sa dostali na 4,1 bodu. Vlni tento indikátor ešte vykazoval počas prvých troch mesiacov roka dvojciferné čísla.

Taliansko: neistota spotrebiteľov pretrváva

Pokiaľ ide o ekonomické očakávania, talianski spotrebiteľia aj naďalej patria k najpesimistickejším obyvateľom EÚ. Na konci marca dosiahol tento ukazovateľ -53 bodov, čo je o 30 bodov nižšie než v rovnakom mesiaci predchádzajúceho roka. Talianski spotrebiteľia evidentne predpokladajú, že

hospodárska situácia ich krajiny sa bude naďalej zhoršovať.

Podobne ako ekonomická očakávaná sú aj príjmové očakávaná talianskych spotrebiteľov skôr negatívne, hoci na konci roka 2016 tento indikátor zaznamenal pozitívny výsledok. Na konci štvrťroka dosiahol hodnotu - 8,9 bodu, a to je skoro o šesť bodov menej ako presne pred rokom.

Prvýkrát od mája 2015 sa ukazovateľ ochoty nakupovať u talianskych spotrebiteľov vrátil do záporných hodnôt, keď na konci štvrťroka klesol na - 1,6 bodu. V porovnaní s rovnakým obdobím minulého roka sa tak prepadol o 28 bodov. To je jasný dôkaz neistoty panujúcej medzi talianskymi spotrebiteľmi, ktorí väčšie nákupy odkladajú a pozorne sledujú hospodársky vývoj v krajine.

Španielsko: spotrebiteľia sú aj naďalej opatrne optimistickí

Ekonomické očakávaná španielskych spotrebiteľov zostali stabilné aj v prvom kvartáli 2017, kedy koncom marca dosiahli 23,3 bodu, čo je zhruba na rovnakej úrovni ako v minulom roku. Indikátor je stále vzdialený od svojho historického maxima v decembri 2015, ale odráža trvajúce pozitívnu náladu španielskych spotrebiteľov, ktorí očakávajú hospodársky rast.

Rovnako ako ekonomické očakávaná, aj očakávaná príjmové zostali stabilné, hoci je ich hodnota o niečo nižšia ako v rovnakom období minulého roka. Na konci štvrťroka dosiahol tento ukazovateľ 10,5 bodu, čo je o štyri body menej ako na konci marca 2016. Relatívne stabilné príjmové očakávaná teda zodpovedajú aj pokračujúcemu poklesu nezamestnanosti v Španielsku.

Španielski spotrebiteľia však stále prejavujú malú ochotu nakupovať. Tento ukazovateľ zostal záporný, aj keď len mierne, a zaznamenal o niečo lepšie skóre ako v minulom roku. Na konci štvrťroka predstavoval -3,7 bodu, a to je o 5 bodov viac ako pred rokom.

Portugalsko: ekonomické a príjmové očakávaná rastú

Pokiaľ ide o ekonomické očakávaná, začali portugalskí spotrebiteľia nový rok veľmi optimisticky. S 29,2 bodu na konci prvého štvrťroka dosiahol tento ukazovateľ takmer maximá z januára 1992 (38,6 bodu) a výrazne prekonal minuloročnú hodnotu, ktorá na konci marca predstavovala 16,5 bodu.

Príjmové očakávaná portugalských spotrebiteľov sa počas prvých troch mesiacov tiež vyvíjali pozitívne a na konci marca boli na úrovni 25,5 bodu. V porovnaní s predchádzajúcim rokom to predstavuje zlepšenie o viac ako päť bodov. Hoci miera nezamestnanosti patrí aj naďalej k najvyšším v

Európe, na portugalskom trhu práce dochádza v posledných rokoch k výraznému oživeniu, ktoré vyvoláva nádej na vyššie príjmy.

Pokiaľ ide o nákupy, zostávajú Portugalci veľmi opatrní, aj keď ukazovateľ ochoty nakupovať signalizuje o niečo optimistickejší prístup ako pred rokom. V porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka sa ochota nakupovať zvýšila na konci marca 2017 takmer o 15 bodov na - 9,8 bodu.

Holandsko: spotrebiteľia majú aj naďalej veľkú chuť nakupovať

Holandskí spotrebiteľia sa na ekonomiku pozerajú rovnako optimisticky ako v júni 2014. Na konci prvého štvrťroka 2017 bol ukazovateľ ekonomických očakávaní na 31,9 bodu, čo je o 36 bodov vyššie ako v predchádzajúcom roku, kedy na konci marca 2016 dosiahol - 4,1 bodu.

Pozitívny pohľad na ďalší hospodársky rast je tiež v súlade s príjmovými očakávaniami, aj keď je tento ukazovateľ nízky. Prvýkrát dosiahol kladné čísla od októbra 2016, pretože sa na konci prvého kvartálu 2017 vyšplhal na 1,1 bodu. V porovnaní s minulým rokom to predstavuje nárast o takmer 16 bodov. To znamená, že holandskí spotrebiteľia znovu očakávajú mierne zvýšenie príjmov.

Ochota nakupovať sa dostala na najvyššiu úroveň od decembra 2000 (45,2 bodu) a na konci štvrťroku dosiahla 25,8 bodu. Aj tento ukazovateľ odráža celkovo veľmi optimistickú náladu v Holandsku.

Belgicko: ekonomické a príjmové očakávania vykazujú pozitívny trend

Pokiaľ ide o ekonomické očakávania, sú belgickí spotrebiteľia na konci prvého štvrťroka oveľa optimistickejší než v minulom roku. Tento ukazovateľ bol v marci s 13,8 bodu na najvyššej úrovni od konca roku 2015. Znamená to, že belgickí spotrebiteľia očakávajú ekonomické oživenie.

Podobne pozitívny vývoj prebehol aj u príjmových očakávaní, kde bol prerušený negatívny trend posledných mesiacov a ku koncu prvého štvrťroka 2017 bol tento ukazovateľ zase v kladnej oblasti. 2,5 bodu znamená, že sa dostal o 25 bodov vyššie ako v minulom roku, kedy na konci marca 2016 činil -22,9 bodu.

Ochota nakupovať bola u belgických spotrebiteľov v porovnaní s predchádzajúcimi mesiacmi relatívne konštantná. V medziročnom porovnaní však na konci prvého štvrťroka 2017 bol tento indikátor na 16,6 bodu, čo je takmer o sedem bodov menej ako v marci 2016.

Grécko: príjmové očakávania na mnohoročnom minime

V minulom roku sa ekonomické očakávania gréckych spotrebiteľov mierne zlepšili. V prvom štvrtroku 2017 sa však vrátili na nízku úroveň, ktorá bola zaznamenaná v rovnakej dobe roka 2016. Koncom marca bol tento ukazovateľ na -51 bodu, čo je jedna z najnižších hodnôt v EÚ, ktoré sa od marca 2016 prakticky vôbec nezmenili. Vtedy to bolo -50,6 bodu. Slabé ekonomické očakávania sú odrazom pokračujúcej ťažkej hospodárskej aj politickej situácie v krajine.

Ešte smutnejší obrázok ponúka ukazovateľ príjmových očakávaní gréckych spotrebiteľov. Na konci prvého štvrtroka sa prepadol na najnižšiu úroveň od októbra 2012. Koncom marca bol na -52,3 bodu, čo je o viac ako sedem bodov nižšie ako v minulom roku. Pokračujúca napätá situácia na gréckom trhu práce znižuje očakávania spotrebiteľov ohľadne väčšieho počtu pracovných miest a zvýšenia príjmov.

V dôsledku toho sú grécki spotrebiteľia veľmi zdržanliví, pokiaľ ide o nákupy nad rámec každodenných potrieb. S -44,6 bodu tento ukazovateľ vykázal na konci prvého štvrtroka tohto roka výrazný pokles, a síce o viac ako sedem bodov v porovnaní s marcom minulého roka.

Rakúsko: ekonomické očakávania a ochota nakupovať rastú

Čo sa týka rastu ekonomiky, sú rakúski spotrebiteľia stále optimistickejší. Ku koncu prvého štvrtroka vzrástli ekonomické očakávania na 11,3 bodu, čo v porovnaní s predchádzajúcim rokom predstavuje zvýšenie o 29,5 bodu. Je zrejmé, že po minuloročných decembrových voľbách Rakúšania očakávajú rast ekonomiky.

Príjmové očakávania ponúkajú trochu zmiešaný obraz. Pred rokom bol tento ukazovateľ na 36,5 bodu, to je najvyššia hodnota od začiatku výskumu v roku 1995. Koncom prvého štvrtroka 2017 ukazovateľ poklesol o 12,7 bodu, čo je čiastočne späté s relatívne vysokou nezamestnanosťou, ktorá v Rakúsku dlhodobo pretrváva.

Čo sa týka ochoty nakupovať, rakúski spotrebiteľia sú od začiatku roka opäť mierne optimistickejší, hoci na konci prvého štvrtroka bol ukazovateľ o niečo nižší, pretože dosiahol 19,2 bodu. Napriek tomu však je oveľa vyššie ako pred rokom, kedy koncom marca dosiahol len 6,1 bodu.

Poľsko: spotrebiteľia očakávajú ďalšie zvyšovanie príjmov

Ekonomické očakávania poľských spotrebiteľov sú vysoké vďaka pokračujúcemu hospodárskemu rastu, aj keď tento ukazovateľ počas prvého štvrtroka 2017 trochu poklesol. S 21,7 bodu takmer dosiahol úroveň minulého roka (22,9 bodu na konci marca 2016).

Poľskí spotrebitelia takisto očakávajú pokračujúce zvyšovanie svojich príjmov. V porovnaní so zvyškom Európy boli počas prvých troch mesiacov roka zaznamenané historicky najvyššie hodnoty. V januári dokonca tento ukazovateľ dosiahol najvyššie hodnoty zaznamenané v Poľsku za 15 rokov, lebo sa vyšplhal na 47,8 bodu. Koncom marca bol stále ešte na 31 bodoch, čo zhruba zodpovedá úrovni minulého roka.

Ochota nakupovať v porovnaní s minulým rokom prudko stúpla. V marci 2016 bola hodnota ukazovateľa 7,3 bodu a na konci prvého štvrťroka tohto roka dosahovala 18,8 bodu. Pozitívny vývoj tohto ukazovateľa je dôsledkom dobrej hospodárskej situácie, historicky najnižších úrokových sadzieb a zlepšenej situácie na trhu práce.

Česká republika: príjmové očakávania sú na historickom maxime

Koncom marca dosiahli ekonomické očakávania českých spotrebiteľov najvyššiu úroveň od januára 2016, a síce 37,2 bodu. Počas prvých troch mesiacov tohto roka vykazuje tento indikátor vzostupný trend a na konci kvartálu bol o 14 bodov vyššie ako v rovnakom období minulého roka. To podčiarkuje pozitívne očakávania Čechov, pokiaľ ide o rast ekonomiky v nasledujúcich mesiacoch.

Rastúci optimizmus českých spotrebiteľov je zrejmý aj u ich príjmových očakávaní. Hodnota 59,5 bodu zaznamenaná vo februári predstavuje historické maximum tohto indikátora. Na konci prvého štvrťroka bol ukazovateľ stále ešte na 48 bodoch. Táto cifra je len o niečo nižšia ako 52,4 bodu zaznamenaného na konci marca 2016.

Vlaňajší pozitívny trend u ochoty nakupovať pokračoval aj počas prvých troch mesiacov roku 2017, pričom na konci štvrťroka indikátor mierne poklesol na 19,1 bodu. Aj keď ide oproti minulému roku o zníženie zhruba o šesť bodov, je to v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi ešte stále vysoká hodnota.

Slovensko: nálada spotrebiteľov sa stále zlepšuje

Po veľmi silnej druhej polovici roka 2016 ekonomické očakávania slovenských spotrebiteľov v prvých troch mesiacoch tohto roka mierne poklesli. Na konci marca však tento ukazovateľ zostal na 19,6 bodu, čo je o málinko vyššie ako vlani, kedy bola koncom marca zaznamenaná hodnota 16,3 bodu. Slováci teda vo svojej krajine aj naďalej očakávajú solídny hospodársky rast.

Takisto príjmové očakávania slovenských spotrebiteľov zostali vysoké a

zaznamenali na konci prvého kvartálu hodnotu 29,2 bodu. To je o viac ako šesť bodov viac ako vlani. Nehľadiac na pretrvávajúco vysokú mieru nezamestnanosti zapôsobila ako určitá vzpruha zlepšujúca sa situácia na trhu práce a pokles inflácie.

Na konci prvého štvrťroka 2017 sa na Slovensku zvýšila aj ochota nakupovať, a síce o 13,1 bodu, čo v porovnaní s predchádzajúcim rokom (11,9 bodu) predstavuje mierny nárast. Rastúce príjmy a klesajúca nezamestnanosť zrejme ukazujú na to, že slovenskí spotrebitelia získavajú dojem, že si môžu opäť dovoliť väčšie nákupy.

Slovinsko: ochota nakupovať na desaťročnom maxime

V prvom štvrťroku 2017 boli ekonomické očakávania slovinských spotrebiteľov výrazne vyššie ako vlani. Tento ukazovateľ dosiahol koncom marca 19,1 bodu. V porovnaní s minulým rokom to predstavuje nárast o viac ako 29 bodov, keď sa na konci marca prepadol na -10,3 bodu.

Príjmové očakávania v porovnaní s rovnakým obdobím minulého roka takisto odrážajú zlepšenie nálady slovinských spotrebiteľov. Na konci štvrťroku dosiahol tento ukazovateľ 23,5 bodu, takmer o 10 bodov viac než koncom marca 2016.

Na konci prvého kvartálu 2017 dosiahla ochota slovinských spotrebiteľov najvyššiu úroveň od augusta 2007. 15,5 bodu znamená, že tento ukazovateľ za minulý rok vzrástol o viac ako 13 bodov. Slovinci si teda veľké nákupy opäť dokážu predstaviť a nemusia ich odkladať na neskôr. To zjavne ukazuje na optimistickjší vyhladky pre Slovinsko.

Bulharsko: spotrebiteľská nálada sa v porovnaní s minulým rokom zlepšila

Ekonomické očakávania bulharských spotrebiteľov počas prvých dvoch mesiacov tohto roka najskôr dosiahli najvyššie hodnoty za niekoľko rokov, ale potom sa znovu v marci prepadli do záporných čísel na -2,3 bodu. Bulharskí spotrebitelia zjavne nedokážu zatiaľ odhadnúť, ako dlho potrvá hospodársky rast posledných rokov. Napriek tomu však na konci kvartálu bol tento ukazovateľ o dobrých 3,5 bodu vyššie ako v predchádzajúcom roku.

Zlepšujúci sa ekonomický výkon a pokračujúce znižovanie nezamestnanosti má pozitívny vplyv na príjmové očakávania. Vo februári tento ukazovateľ dosiahol 26,1 bodu, čo je najvyššia hodnota od júna 2005 a potom ku koncu štvrťroka klesol na 18,4 bodu. To je stále ešte relatívne

vysoká hodnota v porovnaní s marcom 2016, kedy boli príjmové očakávania na úrovni 3,9 bodu.

Podobný trend sa dal pozorovať aj u ochoty nakupovať medzi bulharskými spotrebiteľmi. Tento ukazovateľ po dobrom štarte na začiatku roka o niečo klesol a na konci štvrťroka predstavoval 14,3 bodu. V porovnaní s minulým rokom to však predstavuje značné zlepšenie o viac než 13 bodov.

Rumunsko: rekordné hodnoty pri príjmových očakávaniach a ochote nakupovať

Koncom prvého štvrťroka 2017 stúpili ekonomické očakávania rumunských spotrebiteľov na 18,3 bodu na úroveň, ktorá bola naposledy dosiahnutá v októbri 2015. Pred rokom tento indikátor predstavoval 3,3 bodu. Rumuni teda na budúcnosť pozerajú pozitívnejšie ako pred rokom.

Príjmové očakávania v Rumunsku tento pozitívny trend potvrdzujú, lebo ku koncu štvrťroka prudko stúpili na 33,7 bodu. To je najvyššia hodnota zaznamenaná od chvíle, kedy bolo Rumunsko po prvýkrát zaradené do výskumu spotrebiteľskej klímy v máji 2001. Vďaka stabilnému poklesu nezamestnanosti v posledných rokoch očakávajú rumunskí spotrebiteľia vyššie príjmy.

V súlade s očakávaním vyšších príjmov sú rumunskí spotrebiteľia opäť pripravení robiť väčšie nákupy, ktoré nepredstavujú len veci každodennej spotreby. Ochota nakupovať zaznamenala koncom marca 16,4 bodu, čo je najvyššia hodnota tohto ukazovateľa od septembra 2006.

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>.