

Tlačová správa

Ekonomické očakávania a ochota nakupovať na Slovensku rastú

18 July 2018

Rolf Bürkl
Phone: +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Stefan Gerhardt
Public Relations
Phone: +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Výsledky prieskumu spotrebiteľskej klímy GfK za druhý štvrťrok 2018

Norimberg, 18. júl, 2018 – Spotrebiteľská nálada Európanov sa v druhom štvrťroku 2018 mierne zlepšila. V júni výsledky prieskumu spotrebiteľskej klímy GfK pre 28 členských štátov EÚ dosiahli 23,2 bodu, teda o 2,6 bodov viac ako v marci. Je to najvyšší počet bodov od novembra 2007. Priemerná ochota nakupovať v EÚ mierne klesla, pričom sa znížila aj ochota sporiť, čo znamená viac peňazí na spotrebu.

Spotrebiteľia v priemere hodnotili hospodárske vyhliadky v EÚ menej pozitívne ako na začiatku roka. **Ekonomické očakávania** dosiahli v júni 7,1 bodu. V porovnaní s 15 bodmi dosiahnutými v marci je to evidentný pokles. Dôvera v hospodársky rozvoj výrazne klesla v Nemecku, Francúzsku a Belgicku. Naopak, spotrebiteľia v Španielsku a Taliansku vnímali domáci hospodársky rozvoj priaznivejšie.

Očakávania príjmov zostali v priemere za celú EÚ v podstate nezmenené a dosiahli 16,8 bodov júni, čo je o 0,5 bodu viac ako v marci. V Španielsku, Slovinsku a Grécku sa tento ukazovateľ výrazne zvýšil v porovnaní s prvým štvrťrokom. Spotrebiteľia týchto krajín sa zamerali na budúci rozvoj svojich platov s väčším optimizmom.

Ochota nakupovať v porovnaní s prvým štvrťrokom v júni mierne klesla na 17,6 bodu. To je asi o 2,1 bodu menej ako v marci. Hoci sa tento ukazovateľ znížil v Bulharsku a vo Francúzsku dvojciferné, naopak, v Slovinsku a Španielsku sa zvýšil.

Napriek mierne klesajúcej ochote nakupovať v druhom štvrťroku sa spotrebiteľské podnebie v Európe, podľa prieskumu GfK, zlepšilo na 23,2 bodu, s prihliadnutím na klesajúcu ochotu nakupovať.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatà Joseph (CFO)

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

Slovensko: ekonomické očakávania a ochota nakupovať rastú

V druhom štvrťroku sa slovenskí spotrebitelia pozerajú na hospodársky rozvoj svojej krajiny pozitívne. Ekonomické očakávania dosiahli 19 bodov v júni, čo znamená zlepšenie o 6,2 bodu v porovnaní s marcom.

Príjmové očakávania na Slovenku zostali na rovnakej úrovni. S 24,7 bodu v júni, dosiahli rovnakú hodnotu ako bola v marci.

Ochota nakupovať dosiahla hodnotu 11,7 bodu, čo je o 4,7 bodu viac ako v marci tohoto roku.

Česká republika: mierne straty v ekonomických a príjmových očakávaniach

V druhom štvrťroku českí spotrebitelia vidia ekonomické vyhliadky svojej krajiny v trochu negatívnejšom svetle. Ekonomické očakávania dosiahli 32,7 bodu, čo je o 4,2 bodu menej v porovnaní s marcom, ale ukazovateľ sa drží stále veľmi dobre.

Aj na vývoj finančnej situácie v domácnostiach sa pozerajú českí spotrebitelia trochu menej optimisticky. V porovnaní s marcom príjmové očakávania v júni dosiahli o 4,1 bodu menej a skončili na hodnote 41,1 bodu, ktorá však stále predstavuje veľmi dobrý výsledok.

Avšak, ochota nakupovať sa zvýšila. Vzrástla o 3 body v júni a dosiahla 28,3 bodu. Je to najvyššia hodnota od augusta 2016.

Nemecko: prudký pokles ekonomických očakávaní

V druhom štvrťroku nemeckí spotrebitelia ohodnotili ekonomické vyhliadky svojej krajiny menej pozitívne ako na začiatku roka. Ekonomické očakávania boli na 23,3 bodu v júni, teda o 22,7 bodu nižšie ako v marci. To naznačuje, aký majú vplyv očakávané medzinárodné obchodné konflikty.

Keďže trh práce je vo veľmi silnej pozícii, klesajúce ekonomické očakávania nemajú žiadny vplyv na hodnotenie vývoja miezd. V júni dosiahli príjmové očakávania 56,7 bodu, čo je o 2,7 bodu viac ako na konci prvého štvrťroka.

Ochota nakupovať klesla v júni v porovnaní s marcom o 2,9 bodu na 56,3 bodu. To je však stále veľmi dobrý výsledok. Vynikajúca situácia na trhu práce poskytuje spotrebiteľom bezpečnosť, ktorú potrebujú na plánovanie väčších nákupov.

Francúzsko: zhoršovanie spotrebiteľskej nálady pokračuje

V prvom štvrtroku 2018 sa spotrebiteľská nálada Francúzov zhoršovala. Klesajúci trend pokračoval aj v druhom štvrtroku.

Ekonomické očakávania dosiahli 14,7 bodu v júni. V porovnaní s hodnotou 34,5 bodu dosiahnutou v marci, a to predstavuje významné zhoršenie. Francúzski spotrebiteľia preto vidia hospodársky rozvoj svojej krajiny čoraz v menej pozitívnom svetle.

Príjmové očakávania sa tiež zhoršujú. V júni dosiahol tento ukazovateľ hodnotu -24 bodov, a to je o 3,3 bodu menej ako v marci.

Spolu s ekonomickými a príjmovými očakávaniami, ochota nakupovať vo Francúzsku výrazne klesla. So 4,7 bodmi skončil tento ukazovateľ v júni horšie oproti 16,1 bodov dosiahnutých v marci. Ochota nakupovať preto klesla na najnižšiu úroveň od augusta 2016

Veľká Británia: všetky ukazovatele klesajú

Po pozitívnom prvom štvrtroku sa nálada britských spotrebiteľov v druhom štvrtroku zhoršila. Ekonomické očakávania v júni v porovnaní s marcom klesli o 4 body na -20,6 bodu. Dôsledky neistôt sú teda v súvislosti s brexitom evidentné.

Príjmové očakávania klesli o 4 body v júni v porovnaní s marcom a skončili na 12,9 bodu. Bez ohľadu na tento prepád, je hodnota stále výrazne vyššia ako v roku 2017.

Ochota nakupovať dosiahla v júni -4,8 bodu, čo je asi o 2,1 bodu menej ako v marci.

Taliansko: nálada talianskych spotrebiteľov sa zlepšuje

V druhom štvrtroku 2018 Taliansko zlepšilo všetky ukazovatele spotrebiteľskej nálady. V porovnaní s marcom, ekonomické očakávania vzrástli o 9,8 bodu a dosiahli v júni -18,3 bodu. To je najvyššia hodnota za dva roky.

V júni príjmové očakávania vzrástli o 3,7 bodu na úroveň 8 bodov. Vyššia hodnota bola zaznamenaná naposledy v januári 2016.

V porovnaní s marcom, ochota nakupovať mierne vzrástla o 2,1 bodu a dosiahla 17,9 bodu v júni. Vďaka tomuto výsledku sa Taliansko zaradilo do stredu európskych krajín.

Španielsko: hospodárske a príjmové očakávania vykazujú významný rast

Spotrebiteľská nálada španielskych spotrebiteľov sa zlepšila aj v druhom štvrťroku. V porovnaní s marcom vzrástli ekonomické očakávania o 12,3 bodu na 24,4 bodov v júni.

Príjmové očakávania tiež výrazne vzrástli. Po 2,1 bodu, ktoré mali v marci, bol tento ukazovateľ na úrovni 17,4 bodu v júni, čo je najvyššia hodnota od novembra 2017.

Ochota nakupovať v druhom štvrťroku vyskočila a dostala sa do kladných čísiel. S 3,7 bodmi tento ukazovateľ vzrástol v júni v porovnaní s marcom o 5,8 bodu.

Holandsko: ekonomické prognózy sú na zostupe

Nálada holandských spotrebiteľov sa zhoršila v druhom štvrťroku 2018. Ekonomické očakávania boli na úrovni 30,6 bodu v júni a dostali sa o 9,6 bodov pod hodnotu v marci. Nižšia hodnota bola naposledy zaznamenaná vo februári 2017.

V júni príjmové očakávania klesli o 5 bodov v porovnaní s marcom na úroveň 12,2 bodu.

Ochota nakupovať dosiahla v júni 19,2 bodu a je to asi o 2,2 bodu menej ako v marci.

Rakúsko: významné straty v ekonomických očakávaniach

Rakúski spotrebiteľia ohodnotili hospodársky rozvoj svojej krajiny v druhom štvrťroku 2018 opatrnejšie ako na konci minulého roka. Ekonomické očakávania klesli na 26,3 bodu v júni. To je v porovnaní s marcom o 11,3 bodu menej a v porovnaní s decembrom 2017 je to strata 18,5 bodu.

Tiež, vývoj miezd hodnotili Rakúšania v druhom štvrťroku pesimistickejšie. V júni dosiahli príjmové očakávania 25,8 bodu, čo je o 6,2 bodu menej ako v marci.

Pri ochote nakupovať došlo k miernemu nárastu. Z marcových 25,4 bodu vzrástol ukazovateľ na 27,4 bodu v júni.

Portugalsko: ekonomické očakávania klesajú mierne

V druhom štvrťroku 2018 sa ekonomické očakávania portugalských spotrebiteľov mierne zhoršili. V porovnaní s marcom klesol ukazovateľ o 6,8 bodu na 25,5 bodu v júni. Toto je najnižšia hodnota od februára 2017.

Oproti tomu príjmové očakávania mierne vzrástli a dosiahli 31,7 bodu, čo zodpovedalo zvýšeniu o

2,7 bodu v porovnaní s marcom.

Ochota nakupovať sa zvýšila aj u portugalských spotrebiteľov. S 13,8 bodmi v júni bol ukazovateľ o 3,1 bodu vyššie ako na konci prvého štvrťroka..

Belgicko: hospodárske a príjmové očakávania vykazujú významné straty

V druhom štvrťroku videli belgickí spotrebiteľia ekonomické vyhliadky svojej krajiny oveľa horšie. Ekonomické očakávania dosiahli 6,3 bodu v júni, čo je o 23,3 bodu menej ako v marci, čo je najväčší pokles ukazovateľa v celej Európe.

Aj príjmové očakávania v Belgicku zaznamenali najväčší pokles medzi všetkými krajinami EÚ. S -18,7 bodmi v júni, tento ukazovateľ výrazne poklesol v porovnaní s nulovou hodnotou, ktorú mal v marci. Nižšie číslo bolo naposledy zaznamenané v októbri 2016.

V druhom štvrťroku sa ochota nakupovať v Belgicku zvýšila. V júni dosiahla 19,5 bodu, čo je asi 6,5 bodu viac ako v marci.

Grécko: príjmové očakávania sa mierne zvýšili

Spotrebiteľská nálada Grékov je stále ovplyvnená pokračujúcou hospodárskou krízou. Ekonomické očakávania boli v júni na úrovni -21,5 bod, takže v porovnaní s marcom klesli o 0,9 bodu. Z celej EÚ iba rumunskí spotrebiteľia hodnotili ekonomické vyhliadky ešte menej priaznivo.

S -21,5 bodu sú príjmové očakávania jasne v záporných číslach, ale v porovnaní s marcom sa táto hodnota zlepšila o 6,2 bodu. Napriek tomu však Grécko zostalo na poslednom mieste v Európe.

Ochota nakupovať klesla v júni na -25,7 bodu. To je o 2,1 bodu menej ako v marci a je to tiež zďaleka najnižšia hodnota zo všetkých krajín EÚ.

Poľsko: najvyššie ekonomické očakávania všetkých európskych krajín

Poľskí spotrebiteľia dôverujú hospodárskemu rozvoju svojej krajiny najviac z celej Európy. S 37,3 bodmi v júni sa ekonomické očakávania mierne zlepšili o 1,7 bodu oproti marcu.

Očakávania príjmov tiež vzrástli v júni oproti marcu a dosiahli 37,9 bodu. V máji to bolo dokonca na úrovni 43 bodov.

Ochota nakupovať u poľských spotrebiteľov v druhom štvrťroku v porovnaní s marcom klesla.

Ukazovateľ znamenal 27,6 bodu, čo predstavuje pokles o 6,7 bodu v porovnaní s marcom.

Slovinsko: ochota nakupovať výrazne rastie

V Slovinsku klesli ekonomické očakávania v druhom štvrtroku na 29,3 bodu. To je o 7,8 bodu menej ako v marci.

Na druhej strane však príjmové očakávania slovinských spotrebiteľov jasne rastú. V júni tento ukazovateľ dosiahol 37,6 bodu, a to je v porovnaní s marcom nárast o 6,8 bodu. Je to aj najvyššia hodnota od mája 2015.

Tiež ochota nakupovať výrazne vzrástla. S 34,1 bodu dosiahla najvyššiu úroveň od júla 2007 a zvýšila sa o 9,5 bodu v porovnaní s marcom.

Bulharsko: Ochota nakupovať prudko klesá

V druhom štvrtroku pozerali bulharskí spotrebiteľia na ekonomické vyhliadky svojej krajiny viac pozitívne. Ekonomické očakávania vzrástli na 6 bodov v júni, čo je najvyššia hodnota v tomto roku.

Na druhej strane príjmové očakávania v júni klesli na 17,5 bodu, čo je o 4,6 bodu menej ako v marci.

Ochota nakupovať zaznamenala značné straty. V júni to bolo 13,4 bodu, čo je oveľa menej ako 26,7 bodu v marci, a zároveň je to najnižšia hodnota od mája 2017.

Rumunsko: najnižšie ekonomické očakávania v celej Európe

Je jasné, že vládna kríza v Rumunsku zanecháva svoje stopy. Ekonomické očakávania rumunských spotrebiteľov naďalej klesali v druhom štvrtroku. Hodnota -22,2 bodu zaznamenaná v júni je o 5,6 bodov nižšia v porovnaní s marcom. To je najviac od apríla 2012. Rumuni sú oveľa viac pesimistickejší pri pohľade na budúcnosť hospodárskeho rozvoja svojej krajiny ako ktorákoľvek iná krajina v Európe..

Príjmové očakávania tiež klesli. Ukazovateľ dosiahol v júni -0,1 bodu, čo je v porovnaní s marcom pokles o 4,2 bodu a je to zároveň najnižšia hodnota od júna 2014.

Na druhej strane tam bol aj mierny nárast ochoty nakupovať. V júni vzrástol v porovnaní s marcom o 4 body na hodnotu 1,3 bodu. V prvom štvrtroku 2018 zotrvala ochota nakupovať v zápornej oblasti.



O GfK

GfK uplatňuje vedecký prístup k dátam. Naše inovatívne prieskumné riešenia poskytujú odpovede na kľúčové otázky týkajúce sa spotrebiteľov, trhov, značiek a médií nielen na dnešných trhoch, ale aj na tých budúcich. GfK ako prieskumná a analytická spoločnosť ponúka svojim klientom po celom svete "rast na základe znalostí". Pre viac informácií navštívte stránky www.gfk.com/sk alebo sledujte GfK na Twitteri: <https://twitter.com/GfK>.