

Съобщение за пресата

14 октомври 2016 г.

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

Урсула Флайшман
Корпоративни комуникации
Тел: +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Проучване на GfK относно потребителския климат в Европа: Несигурността оказва въздействие върху мнението на потребителите

Резултати от проучването на GfK относно потребителския климат в Европа за третото тримесечие на 2016 г.

Нюрнберг, 14 октомври 2016 г. – Най-обсъжданият международен въпрос през третото тримесечие, особено в началото, беше решението на британците за напускане на ЕС. В отделните европейски държави дискусиите се доминираха основно от специфични национални теми. Икономическите очаквания и очакванията по отношение на доходите, както и показателите за покупателна склонност не се развиха еднакво в различните части на Европа. Най-общо потребителският климат в ЕС-28 спадна от 13,1 пункта на 12,3 пункта от юни до септември 2016 г.

Началото на третото тримесечие беше белязано от решението на Обединеното кралство да напусне ЕС в края на юни. В почти всички европейски държави и по-специално в Обединеното кралство, разбира се, потребителското доверие и най-вече икономическите очаквания спаднаха, в някои случаи драматично. Потребителският климат в ЕС-28 спадна от 13,1 пункта през юни до 10,0 пункта през юли. До септември той се възстанови до 12,3 пункта. Още през август обаче дискусиите за Брекзит значително се уталожиха в цяла Европа. Доминираха други теми, специфични за държавите. Последствията от Брекзит върху настроението на европейските потребители ще могат да се прогнозират по-точно, едва след като преговорите започнат и излизането на Обединеното кралство наближи.

В икономически план Европа се развива положително. Почти всички държави съобщават за икономически растеж, в някои случаи с много впечатляващи резултати. Това се повлиява и от нивата на безработицата. В повечето държави заетостта се увеличава, а безработицата намалява. Тези положителни аспекти обаче не водят до фундаментално увеличаване на икономическите очаквания и на очакванията за доходите сред потребителите. Покупателната склонност също не винаги следва общото икономическо развитие на всяка държава. В момента изглежда и други специфични за отделни държави въпроси са на дневен ред, както и общи психологически фактори и фундаментална несигурност, като например продължаващата война в Сирия, терористичните атаки във Франция и

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

Изпълнителен комитет:
д-р Герхард Хаусрукингер
(Говорител на Управителния съвет)
Кристиан Диедрих (Главен финансов мениджър)
Матиас Хартман
Давид Крайчек
Александра Кама

Председател на
Надзорен съвет:
Ралф Клеин-Бьолтинг

Съд на регистрация:
Nürnberg HRB 25014

Германия, повишаването на влиянието на десните популистски партии в избори и референдуми, и предстоящите президентски избори в САЩ.

Българите очакват повишаване на доходите

Икономиката в България е в процес на стабилен растеж – според първоначалните прогнози тя е нараснала с 2,9 процента през второто тримесечие в сравнение със същото тримесечие на миналата година. Но макар икономическият растеж да е на почти едно и също ниво близо две години, потребителите остават скептични. Те продължават да не вярват, че този растеж ще продължи и през идните месеци. Икономическите очаквания бяха на -0,8 пункта през септември, малко под дългосрочната средна от 0 пункта. От юни месец насам, обаче, показателят се повиши с 6,5 пункта.

Стабилният икономически растеж намали нивата на безработицата: от 8,1 процента през октомври 2015 г. до 7,7 процента през август 2016 г. Макар да са скептични по отношение на развитието на икономиката, българите очакват доходите им да нарасват. Свързаният показател беше 12,7 пункта през септември. Той не е бил толкова висок от юни 2007 г.

Покачването на доходите означава също, че все повече хора могат да си позволят продукти с висока стойност. Покупателната склонност от 21,1 пункта беше на добро равнище – най-високата от април 2014 г. Показателят нарасна с 5,4 пункта от юни насам и дори е с 15,5 пункта повече спрямо същия период на миналата година.

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

Отговорно лице съгласно германския Закон за пресата
GfK SE, Корпоративни комуникации
Ян Зерер

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Т +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com