

Tisková zpráva

Průzkum GfK Consumer Climate Europe: náladu spotřebitelů ovlivňuje nejistota

October 14, 2016

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

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
Tel: +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Výsledky průzkumu GfK zjišťujícího spotřebitelské klima v Evropě ve třetím čtvrtletí 2016

Praha, 14. října 2016 – Největším mezinárodním problémem bylo ve třetím čtvrtletí rozhodnutí Britů odejít z Evropské unie. Diskuse v jednotlivých evropských zemích však ovládla hlavně témata týkající se jejich vnitřní situace. Ekonomická a příjmová očekávání a ochota nakupovat se v různých zemích Evropy vyvíjely různě. Celkově pokleslo spotřebitelské klima v evropské osmadvacítce od června do září 2016 ze 13,1 na 12,3 bodu.

Začátek třetího čtvrtletí byl poznamenán rozhodnutím Velké Británie opustit EU, jež padlo koncem června. Téměř ve všech evropských zemích, a zejména v UK, poklesla důvěra spotřebitelů a především ekonomická očekávání. V některých případech šlo o pokles výrazný. Spotřebitelské klima se v evropské osmadvacítce snížilo ze 13,1 bodu v červnu na 10,0 bodu v červenci. V září pak dosáhlo hodnoty 12,3 bodu. Už v srpnu však v Evropě diskuse ohledně Brexitu ustoupily do pozadí a převládla především témata týkající se konkrétní situace jednotlivých zemí. Dopady Brexitu na náladu evropských spotřebitelů bude možné s jistotou předpovídat až ve chvíli, kdy začnou konkrétní vyjednávání a odchod UK z Unie se skutečně přiblíží.

Ekonomika v Evropě se vyvíjí pozitivně. Skoro všechny země hlásí ekonomický růst, v některých případech velmi výrazný. To se odráží i na míře nezaměstnanosti. Ve většině zemí zaměstnanost roste a nezaměstnaných ubývá. Tyto pozitivní údaje však u spotřebitelů nezpůsobují výrazný růst jejich ekonomických a příjmových očekávání. Ochota nakupovat není vždy konsistentní s celkovým ekonomickým vývojem jednotlivých zemí. Vypadá to, že v současné době hrají důležitou roli konkrétní problémy té které země, jakož i obecné psychologické faktory a zásadní nejistota vyplývající z nekončící války v Sýrii, teroristických útoků ve Francii a Německu, vzestupu pravicových populistických stran ve volbách i v průzkumech veřejného mínění a z nadcházejících prezidentských voleb v USA.

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

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

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Registration court:
Nürnberg HRB 25014

Německo: příjmová očekávání a ochota nakupovat zůstávají na vysoké úrovni

Ekonomická očekávání německých spotřebitelů poklesla ve třetím čtvrtletí o 11,2 bodu. V září tento ukazatel dosáhl 6,8 bodu. Němci tedy i nadále očekávají v nadcházejících měsících mírný růst.

Ekonomická očekávání od června rovněž poklesla, a sice o 7 bodů, a v září dosáhla 52,6 bodu. Tento ukazatel tudíž zůstává na velmi vysoké úrovni a naznačuje, že Němci očekávají v příštích měsících zřetelný růst příjmů i zvyšování zaměstnanosti.

Ochota nakupovat je na podobně vysoké úrovni. V září ukazatel dosáhl 53,3 bodu. Je to o 1,1 bodu méně než v červnu a o 2,9 bodu více ve srovnání s předchozím rokem. Takto vysoký ukazatel je výsledkem dobré situace v oblasti zaměstnanosti i mimořádně nízkých úrokových sazeb. Je mnohem lákavější peníze utracet, nežli spořit.

Francouzi očekávají pokles příjmů

Ve Francii se nedal ve třetím čtvrtletí vypořádat jasný trend vývoje ekonomických očekávání. Zatímco v červenci činil 3,4 bodu, v srpnu se propadl na -2,7 bodu, aby posléze v září stoupl na 6,8 bodu. Od června tedy ukazatel vrostl celkem o 6,3 bodu. To znamená, že Francouzi očekávají v příštích měsících jen minimální ekonomický růst.

Problematická ekonomická situace v zemi se zřetelně odráží na příjmových očekávání jejích obyvatel. Díky vysoké nezaměstnanosti a špatným vyhlídkám na oživení spotřebitelé předpokládají, že v následujících měsících dojde k dalšímu poklesu příjmů. Tento ukazatel stoupl od června jen o 0,9 bodu a v září dosáhl -13,9 bodu. V porovnání se zářím 2015 tudíž došlo k poklesu o 6,8 bodu.

Ochota nakupovat se však u francouzských spotřebitelů v minulém čtvrtletí mírně zvýšila. Ukazatel od června vzrostl o 6,7 bodu a v září představoval 8,7 bodu. To je přesně stejná hodnota jako před rokem.

Spojené království: ekonomická očekávání se po Brexitu zlepšují

Po červnovém referendu Britů o vystoupení země z EU ekonomická očekávání klesla: z -5,9 bodu v červnu na -28,3 bodu v červenci. Byla to nejnižší hodnota tohoto indikátoru od října 2012. Do září se vylepšil, ale v současnosti je na úrovni -1,8 bodu. To víc než vykompenzovalo jeho propad po Brexitu.

S příjmovými očekáváními to bylo podobné. V červenci se indikátor zpočátku propadl o 21,4 bodu na hodnotu -2,2 a pak se ustálil. V září dosáhl 13,7 bodu. To znamená, že navzdory rozhodnutí vystoupit z EU očekávají Britové v příštích měsících mírný růst příjmů a určité snížení nezaměstnanosti.

Na rozdíl od těchto dvou ukazatelů ochota nakupovat ve třetím čtvrtletí tolik nekolísala. Přestože indikátor od června do července poklesl, v září již byl zhruba na stejné úrovni (6,7 bodu) jako v červnu (6,0 bodů).

Odhadnout přesněji, jaký dopad bude mít vyjednávání Velké Británie a EU ohledně Brexitu na spotřebitelské klima a na jednotlivé indikátory, bude možné až příští rok.

Italové v ekonomické oživení moc nedoufají

Italové ani během příštích měsíců neočekávají ekonomický růst. Důvodem jsou důsledky finanční krize a obrovský počet uprchlíků. Ekonomická očekávání dosáhla v září -40,6 bodu, což je nejnižší hodnota od ledna 2014. Celkem tento ukazatel od letošního června poklesl o 9,3 bodu a v porovnání se zářím loňského roku o 25,2 bodu.

Příjmová očekávání v září na úrovni -10,0 bodu byla nejnižší od ledna 2014. Od června ukazatel poklesl o 2,9 bodu. Italští spotřebitelé očekávají nižší příjmy v souvislosti s přetrvávající vysokou mírou nezaměstnanosti, jež může ještě stoupat.

Přestože ve druhém čtvrtletí měli Italové stále chuť nakupovat, ve třetím čtvrtletí tento ukazatel klesnul o 13,9 bodu a v září činil 6,8 bodu. Vypadá to, že značná ochota nakupovat, zaznamenaná v předchozích měsících, ustoupila.

Řecko nadále bojuje s recesí

Řekové stále zápasí s důsledky finanční krize a s obrovským přílivem uprchlíků. Ve třetím čtvrtletí sice ekonomická očekávání od června vzrostla o 7,7 bodu, ale -37,1 bodu znamená, že hodnota tohoto ukazatele je mnohem nižší než jeho dlouhodobý průměr 0 bodů. Řekové tedy ani zdaleka neočekávají ekonomický růst.

Podobný obrázek vidíme i u příjmových očekávání: tento ukazatel vzrostl za poslední tři měsíce o 6,9 bodu. Avšak -37,5 bodu znamená, že zůstává i nadále v záporné oblasti. Spotřebitelé tudíž nevěří, že nyní nezaměstnanost poklesne, nebo že mzdy a platy porostou.

Nikterak tedy nepřekvapuje, že ochota nakupovat zůstává mimořádně nízká. V září činil tento indikátor -42,8 bodu, což bylo o 2,2 bodu více než v červnu. V červenci se však propadl na -49,1 bodu, což byla nejnižší hodnota od srpna 2012. V důsledku těžké ekonomické situace a vysoké nezaměstnanosti si mnozí Řekové mohou dovolit nakupovat jen věci základní každodenní spotřeby.

Rakušané počítají s růstem příjmů

Navzdory slušnému tempu růstu očekávají rakouští spotřebitelé v nadcházejících měsících poněkud slabší ekonomický růst. Ekonomická očekávání se opět pomalu zvyšují. Jejich ukazatel však byl v září na úrovni -7,2 bodu, což je mnohem níže nežli průměrná hodnota 0 bodů a tudíž pod hranicí, kdy spotřebitelé věří, že ekonomika poroste. Od června tedy vzrostl téměř o 1 bod a od září loňského roku o 12,6 bodu. V srpnu tento indikátor dosáhl -4,2 bodu, a to je nejvýše od července 2014.

Na rozdíl od pesimistického pohledu na ekonomický vývoj očekávají Rakušané v příštím období výrazný růst příjmů. V září činila příjmová očekávání 24,4 bodu, což od června představuje pokles o 3,6 bodu.

Někteří rakouští spotřebitelé jsou zjevně ochotni nakupovat dražší věci. Ochota nakupovat je tedy na uspokojivé úrovni 17,9 bodu. Přesto se však tento ukazatel od června snížil o 5,2 bodu. V porovnání se zářím 2015 je o 6,8 bodu vyšší.

Polsko je přesvědčeno, že jeho ekonomika bude i nadále posilovat

Polští spotřebitelé se dívají na ekonomický vývoj v následujícím období optimisticky. Ukazatel ekonomických očekávání byl v září na úrovni 23,7 bodu. To je o 6,9 bodu více než v červnu a o 8 bodů více než před rokem. Tento pozitivní pohled má své opodstatnění: polský hrubý domácí produkt významně roste. Ve druhém čtvrtletí byl o tři procenta vyšší než ve stejném období předchozího roku.

Silný ekonomický růst se odráží i na neustále klesající míře nezaměstnanosti: ta se snížila ze 7,3 procenta v září 2015 na 5,9 letos v srpnu. Tento vývoj má přímý dopad na spotřebitele, kteří tudíž očekávají v příštích měsících výrazný nárůst příjmů. Příjmová očekávání byla v září na hodnotě 42,6 bodu, což oproti září loňského roku znamená zvýšení o 35,3 bodu.

Ochota nakupovat zatím nedokáže s touto dynamikou držet krok. Přesto však byl v září její indikátor v kladných číslech na úrovni 11,5 bodu. Spotřebitelé jsou tedy stále více ochotni vydávat peníze za drahé produkty a služby. Ukazatel dosáhl v srpnu 26,7 bodu, a to je nejvyšší hodnota za 8 let.

Česká republika: v srpnu byla ochota nakupovat nejvyšší za devět let

Čeští spotřebitelé zjevně předpokládají, že silný ekonomický růst v zemi potrvá i v dalších měsících. V souladu s tím vzrostla ekonomická očekávání od června o 10,8 bodu a dosáhla 36,4 bodu. Od září 2015 to představuje nárůst o 13 bodů.

Díky prudce rostoucí ekonomice došlo k výraznému snížení míry nezaměstnanosti. S 3,9 bodu má v současné době Česká republika

nejnižší nezaměstnanost v celé EU. V Česku je prakticky zaměstnán každý člověk. Díky tomu spotřebitelé očekávají v nadcházejících měsících výrazný nárůst příjmů. Tento ukazatel činil v září 52,1 bodu, což je o 8,5 bodu více nežli v červnu a o 13,7 bodu více než před rokem.

Tato pozitivní nálada ovlivňuje ochotu Čechů nakupovat hodnotné a drahé produkty a služby. I ochota nakupovat byla v září na vysoké úrovni - dosáhla 27,2 bodu. V srpnu pak byla její hodnota 28,3 bodu, což je nejvýše od července 2007.

Slovensko: silný ekonomický růst posiluje optimismus spotřebitelů

Ekonomika na Slovensku roste - při posledním průzkumu byla o 3,7 procenta výše nežli ve stejném čtvrtletí loňského roku. A spotřebitelé věří, že v nadcházejících měsících se to nezmění. Ekonomická očekávání jsou tudíž na slušné úrovni 28,6 bodu. Ukazatel vzrostl od června o 5,7 bodu, ve skutečnosti se oproti září 2015 zvýšil o 16,4 bodu.

Ekonomický růst se odráží rovněž na trhu práce. Od října 2015 poklesla nezaměstnanost z 11,1 procenta na 9,5 procenta v srpnu. Slováci očekávají, že v souvislosti s tím, jak bude stále více lidí nacházet práci, porostou i příjmy a tento trend bude pokračovat. V září dosáhl tento ukazatel 30 bodů, a to je jeho nejvyšší hodnota od prosince 2014.

Dobrá ekonomická situace se však zatím neodráží odpovídající měrou na spotřebitelské ochotě utrácet. Ochota nakupovat na úrovni 13,6 bodu byla v září jasně v kladných číslech, ale přesto to bylo o něco nižší než v červnu (15,0 bodu). V meziročním srovnání to znamená nárůst o 11,4 bodu. Z toho je zřejmé, že někteří Slováci si mohou dovolit nákup drahých produktů. Většina však potřebuje své disponibilní prostředky k pokrytí každodenních potřeb.

O GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouhodobými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte www.gfk.com/cz, nebo sledujte GfK na Twitteru: twitter.com/GfK_Czech.

Odpovědnost podle tiskové legislativy:
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger

Nordwestring 101
D-90419 Nuremberg
Tel: +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com