



**Pro veřejnost:
28.12. 2012
5.00**

Press Release
Tisková zpráva
Consumer sentiment Q4 2012
Spotřebitelská důvěra Q4 2012

1. Souhrn

Epsi Research, nezávislá benchmarkingová organizace a specialista na leading indikátory (dále jen Epsi) měřila opět důvěru resp. sentiment spotřebitelů („Consumer sentiment“) v Česku. Vzhledem k předchozímu vývoji jsme si vážně kladli otázku, jak to bude dál, může spotřebitelská důvěra v ČR dále klesnout?

Spotřebitelská důvěra/naladění je vpředný/leading indikátor ekonomického vývoje, indikátor budoucí ekonomické aktivity. Pro manažery a lídry vůbec dává důležitou informaci, jak moc je třeba snižovat nejistotu, kolik energie je aktuálně třeba vkládat do managementu. Napovídá, jak moc je třeba informovat o plánech a své konkrétní činnosti v ekonomické oblasti, o tom, co bude zítra, a to bez neuváženého zvyšování očekávání či naopak absence konstruktivní vize. Vztahy je třeba budovat na základě vzájemné ověřené a opakovaně potvrzené důvěry.

Ve čtvrtém čtvrtletí jsme toto měření realizovali v rámci **sběru dat koncem listopadu a začátkem prosince** pro benchmark spokojenosti klientů se službami pro retailové klienty firem prodávajících plyn a elektřinu **na vzorku 1052 klientů**. **V dalších dvanácti měsících nyní Češi vidí jak svou vlastní ekonomickou situaci, tak situaci své země ještě o něco černěji, oba indexy dosáhly nejnižší hodnoty z měření, která má Epsi k dnešnímu datu k dispozici. Důvěra v ekonomiku Česka dosáhla hodnoty indexu 14,15 (Q3 16,9) a ekonomiku svou vlastní 21,99 (Q3 30,5).** Porovnání s dalšími zeměmi, kde Epsi působí bude k dispozici 21.1.2013.

Consumer Sentiment (CS) - cílem měření spotřebitelského sentimentu je poskytnout indikátor vývoje poptávky v příštím období. Čím vyšší skóre (mezi 0 - 100), tím optimističtější jsou lidé ohledně své a celkové ekonomiky/finanční situace v následujících 12 měsících. Data jsou založena na interview s 1000 - 20,000 obyvatel v každé zemi, realizovaných náhodným výběrem reprezentativního vzorku populace telefonickým dotazováním. V jednotlivých zemích se měří s různou frekvencí.

Obyvatelé Česka odpovídali na otázky:

- 1. Jak se podle vašeho názoru změní ekonomická situace v ČR během následujícího roku (v příštích 12 měsících)?*
- 2. Jak se podle vašeho názoru změní Vaše osobní ekonomická/finanční situace během následujícího roku (v příštích 12 měsících)?*

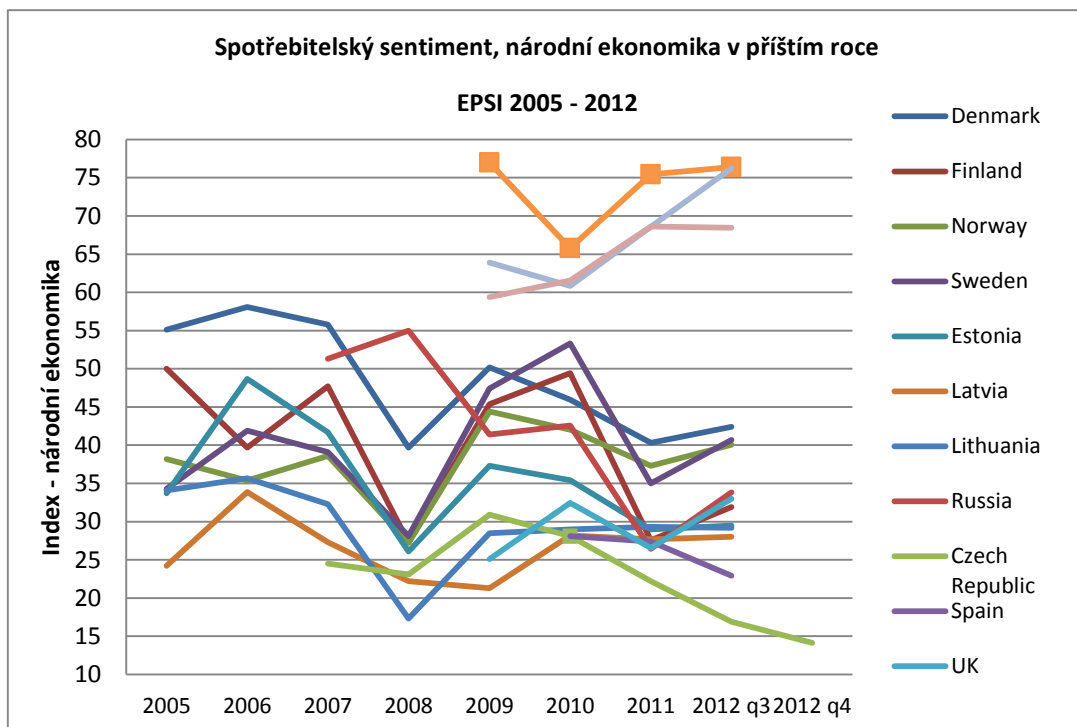
Při odpovědi se používá stupnice od 1 do 10, kde 1 = vůbec se nezlepší a 10 = bude mnohem lepší.

Indikativní škála hodnocení pro „Consumer sentiment“

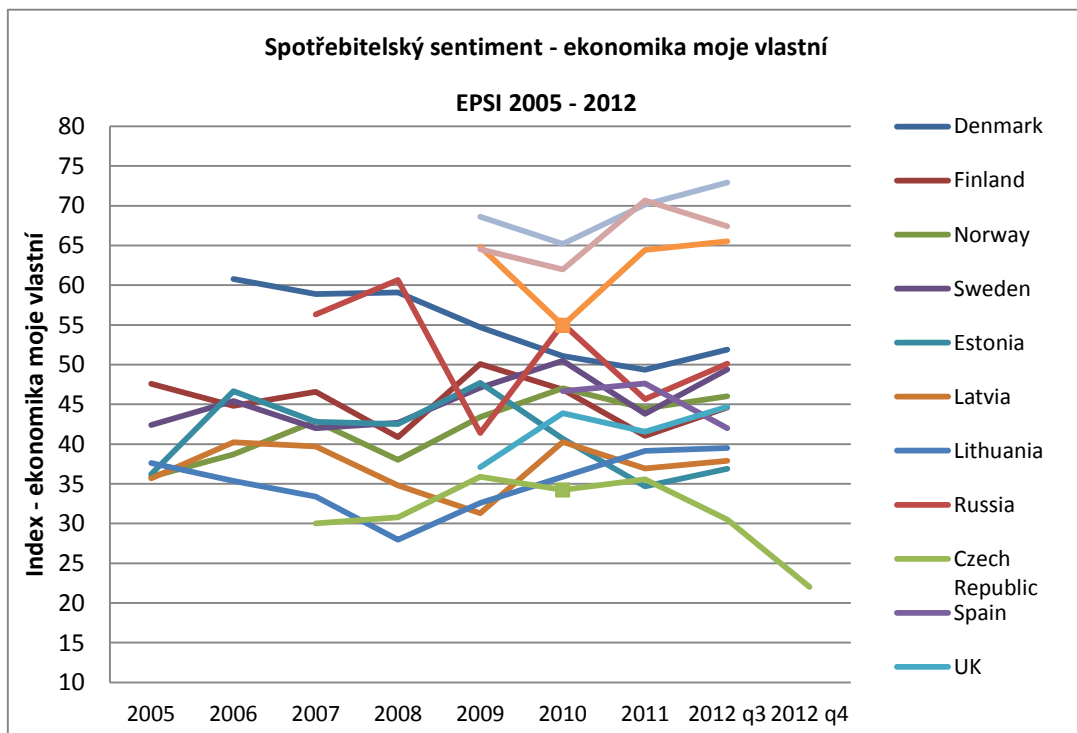
0 - 30	Nízká - velmi nízká důvěra
30 - 45	Střední důvěra
nad 45	Vysoká až velmi vysoká úroveň důvěry

Graf 1 Spotřebitelský sentiment Q4 - ekonomika všeobecně
n = 1052

<http://www.epsi-rating.com>



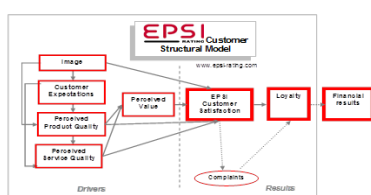
Graf 2 Spotřebitelský sentiment Q4 - ekonomika moje vlastní
n = 1052



2. Další informace

Epsi Research CE má k dispozici i řadu dalších pohledů na uvedená data. V případě zájmu se prosím obraťte na:

Ing. Jitka Jakubcová, MSc. in SHRM
CEO
EPSI Research Central Europe, s.r.o.
Novotného lávka 5
110 00 Praha 1
Tel.: +420 221 082 333
Mobil: +420 602 628 485
E-mail: jitka.jakubcova@epsi-rating.org



3. Co je EPSI?

EPSI Rating, je nezávislá agentura, zabývající se měřením spokojenosti a loajality klientů. Klíčovým produktem je Extended Performance Satisfaction Index. Je analytickým nástrojem nefinančního hodnocení kvality a výkonnosti institucí. Je založen na modelování toho, jak zákazníci hodnotí vnímané atributy ovlivňující jejich loajalitu a spokojenost. Odráží příčinné vztahy jednotlivých faktorů spokojenosti služeb a zboží a jejich vzájemné závislosti. EPSI je významný indikátor výkonnosti jednotlivých firem i celých sektorů hospodářství, stejně jako celých ekonomik. Má schopnost predikce chování zákazníka a dokáže odhadnout změnu tržního ocenění firmy. V současnosti měří EPSI více než 30 sektorů ve více než 20 zemích.

V oblasti bankovníctví je jeho klientem anebo měří více než 45 bank. Mimo bankovníctví je aktivní v těchto oblastech: majetkové pojištění, životní/penzijní pojištění, obchodní a distribuční řetězce, telekomunikační služby (pevné linky, mobilní operátoři, datové služby), distributoři elektřiny, plynu, vody apod., zdravotnictví, školství, policie a bezpečnost, veřejný transport, samospráva, poštovní služby, služby v oblasti IT, audit, vyhledávání pracovníků atd.

Základní výsledky naměřené v evropských zemích je možné srovnávat s výsledky z USA a řady zemí Dálného východu. Kromě měření spokojenosti Epsi měří také některé další předstížené/leading indikátory, jako je například spotřebitelská důvěra - Consumer sentiment.

Indikativní škála hodnocení výkonu firem u zákazníků dle EPSI - spokojenost:

0 - 60	Nízká/velmi nízká - nevhodná pro budoucí úspěch
60 - 75	Průměrná úroveň
75 - 100	Vysoká/velmi vysoká - dobrá úroveň, předpoklad úspěchu