

PRAHA, 20. 1. 2023

Obavy Čechů z inflace a rostoucích cen přetrvávají

6 z 10 Čechů očekává, že se jejich výdaje budou v následujících třech měsících dále zvyšovat. Obavy z inflace jsou v ČR větší než například ve Velké Británii, na Slovensku či Německu, větší obavy než Češi, mají Poláci. Pětina českých domácností nemá žádnou finanční rezervu pro případ neočekávaných výdajů.

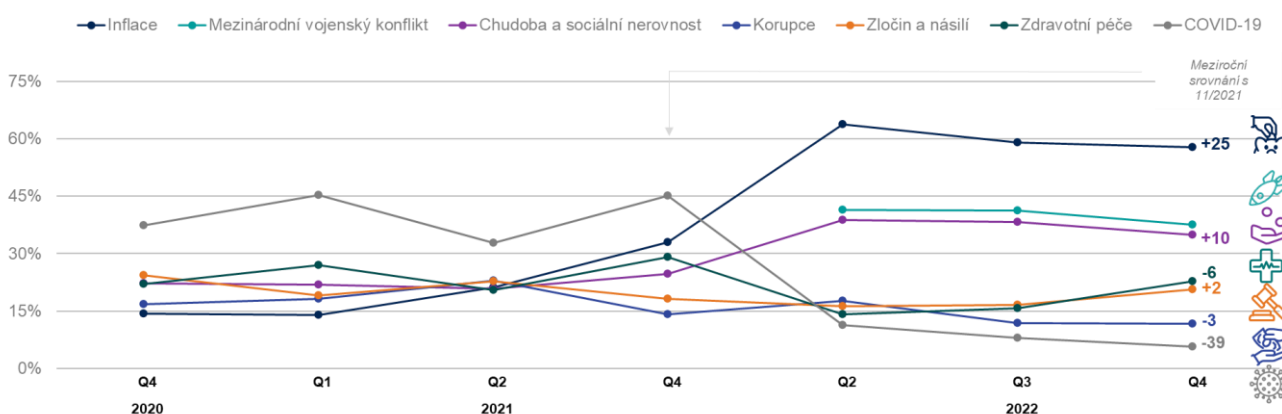
Z důvodu nedostupnosti některých léčiv vzrostly v lednu obavy z nedostupnosti zdravotní péče. Vyplývá to z výzkumu agentury Ipsos mezi 1 000 respondenty ve věku od 18 do 65 let.

Češi se bojí inflace, mezinárodního vojenského konfliktu a chudoby. Vzrostly obavy z nedostupnosti zdravotní péče

Inflace (58 %) a s tím související **chudoba a sociální nerovnost (35 %)**, a také **vojenský konflikt (38 %)** patří mezi aktuálně největší obavy Čechů. Tyto obavy v lednu již dále nerostly a byly srovnatelné se zářím 2022.

Obavy z inflace patří v ČR mezi nejvyšší v rámci zkoumaných zemí. Z evropských zemí se inflace bojí více pouze Poláci (63 %), srovnatelně Maďaři (57 %), v případě Velké Británie, Slovenska a Německa je to asi polovina obyvatel (50 %, 48 %, resp. 46 %).

CO ZNEPOKOJUJE ČESKOU POPULACI?



Zdroj: Ipsos Consumer Sentiment Tracker, prosinec 2022 / leden 2023.



V lednu 2023 **vzrostly obavy z nedostupnosti zdravotní péče** o sedm procentních bodů na současných 23 %. Tyto obavy jsou nejsilnější u starších generací, v generaci Baby boomers (58–65 let) má tyto obavy 31 % lidí.

Obavy z nedostupnosti zdravotní péče dominovaly zejména během pandemie Covidu, v první polovině roku 2022 klesly. K růstu došlo v posledním kvartálu roku 2022, což souviselo s omezenou dostupností některých léčiv.

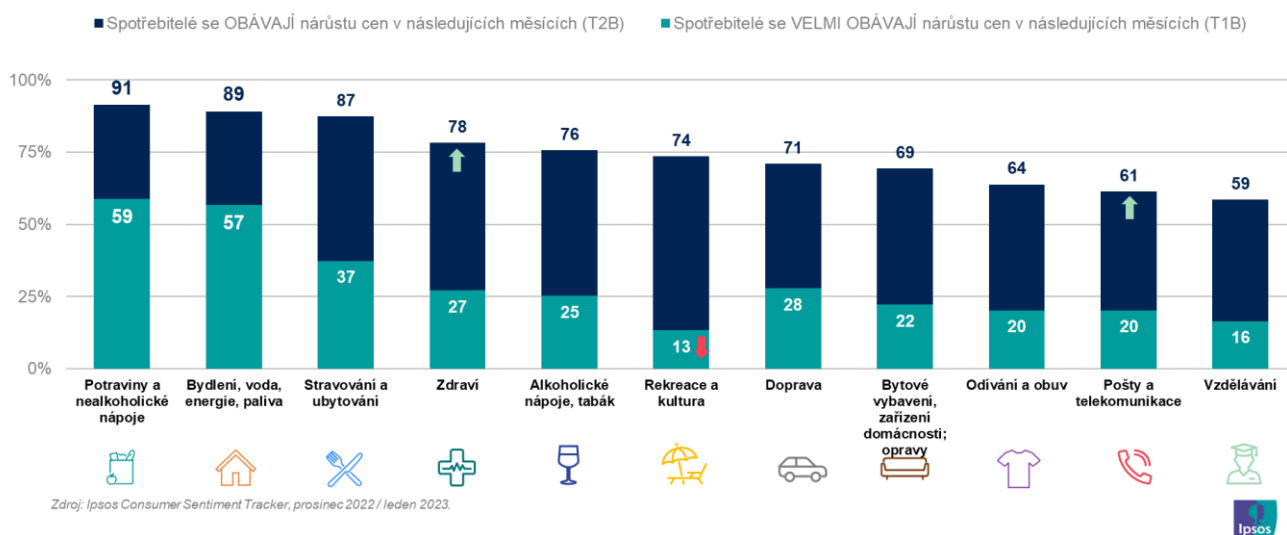
Na kvalitu života nejvíce dopadá růst cen potravin a bydlení

Meziroční míra inflace dosáhla v prosinci 2022 16 %, o dva procentní body méně než v září. **59 % Čechů očekává**, že se jejich výdaje budou v následujících třech měsících **dále zvyšovat** v souvislosti s rostoucí inflací. To je však o 6 p.b. méně než před třemi měsíci a nejméně od listopadu 2021, což může být signál vracející se spotřebitelské důvěry.

Spotřebitelé se nejvíce **obávají dalšího růstu výdajů za potraviny (91 %) a bydlení (89 %)**. To jsou také oblasti, jejichž zdražování dle spotřebitelů nejvíce dopadá na kvalitu jejich života. Není to překvapivé, neboť tyto dvě kategorie tvoří dle dat Českého statistického úřadu 45 % výdajů českých domácností.

V lednu **vzrostly obavy z růstu cen za zdraví a telekomunikační služby**, naopak obavy z růstu cen v oblasti rekreace a kultury poklesly.

OBAVY Z DALŠÍHO NÁRŮSTU CEN



Pětina domácností nemá žádné finanční rezervy

Každý pátý Čech **nemá finanční rezervu pro případ neočekávaných výdajů** nebo ztráty příjmů. Takto ohroženy jsou zejména domácnosti samoživitelů, lidé s nižším příjmem a také nižším vzděláním.

6 z 10 domácností má rezervu menší než tři měsíční příjmy, což bývá odborníky označováno jako minimální rezerva na pokrytí případných výpadků příjmů či neočekávaných výdajů.

FINANČNÍ REZERVY DOMÁCNOSTÍ



Zdroj: Ipsos Consumer Sentiment Tracker, prosinec 2022 / leden 2023.



INFORMACE O VÝZKUMU:

Ipsos Consumer Sentiment Tracker je kontinuální výzkum monitorující spotřební náladu obyvatel ČR. Aktuální vlna proběhla na přelomu prosince 2022 a ledna 2023 na reprezentativním vzorku populace ČR ve věku 18–65 let. Celkem se ho zúčastnilo 1 010 respondentů, sběr probíhal pomocí Ipsos online panelu Populace.cz. Kromě ČR jsou data sbírána také na Slovensku a v Rakousku. Mezinárodní data pochází z výzkumu **Ipsos Global Advisor** (29 zemí světa, 19 504 online rozhovorů, sběr přelom listopadu a prosince 2022).

INFORMACE O IPSOS:

Ipsos je výzkumnou, technologickou a konzultační společností. Výzkumu trhu se Ipsos věnuje 30 let a je největší agenturou na českém trhu. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě a sídlí zde i vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko). Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum. Ipsos je členem organizací SIMAR, ESOMAR, MSPA a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.

Více na www.ipsos.cz.

KONTAKTY:

Markéta Kneblíková
Communications & PR Manager
GSM: +420 724 601 242
marketa.kneblikova@ipsos.com