

Българите вярват в конкурентни европейски стоки на ниски цени, сочи проучване

Публикуван на: 09-11-2010

Източник: [Портал Европа](#)



Две трети от европейците (65%) смятат, че ЕС има голяма полза от международната търговия. Повечето анкетирани заявяват, че те също имат лична полза от тази търговия. Това показват данни от проучване на общественото мнение, проведено от координационния център за международни изследвания "TNS Opinion & Social network" в периода от август до септември 2010 г., съобщава Рапид. В анкетата са участвали 26 635 европейски граждани.

Комисията реши да проведе социологическото проучване с цел да анализира влиянието на международната търговия върху живота на европейските граждани, да се оцени възприятието за ролята на ЕС в международната търговия и бъдещите предизвикателства пред търговската политика на Съюза. Резултатите са взети предвид при подготовката на обновената търговска политика на ЕС.

55% от анкетираните във Финландия, България, Литва и Латвия твърдят, че Съюзът е най-големият играч в света. Данните сочат, че само около една трета от запитаните в Холандия, Великобритания, Швеция и Дания са съгласни с това мнение.

Най-голям процент на европейци, които смятат, че европейските стоки и услуги са конкурентноспособни, е регистриран в Словакия, Кипър, Австрия, България, Германия и Гърция. Най-голям процент граждани, които твърдят, че имат лична изгода от международната търговия, живеят в Кипър, Швеция, Дания, Холандия, Финландия, Малта, Люксембург, Словакия, Гърция, Великобритания, Ирландия, Австрия, Унгария и Германия.

Като цяло европейците смятат, че основните ползи от международната търговия са, че осигурява по-голям избор за потребителите и че продуктите са по-евтини. Тези, които твърдят, че нямат голяма полза от международната търговия, посочват като причини за това по-високите цени за определени стоки, по-високата безработица и намаляването качеството на стоките. 16% от тях се опасяват, че търговията вреди на околната среда.

Половината от европейците са наясно с произхода на продуктите и услугите, които закупуват. Данните сочат, че 62% от знаят произхода на хранителните продукти. Страните с най-високи нива на осведоменост са Кипър, Гърция, Финландия, Латвия, Словения, Литва, Унгария и Естония. По-голямата част от европейците (53%) твърдят, че не биха плащали повече за продукти или услуги в сравнение с цените в собствената им страна.

41% от анкетираните са съгласни да плащат по-високи цени. Това са гражданите на Финландия, Швеция, Дания, Естония, Франция, Люксембург, Великобритания, Латвия и Кипър.

Българите вярват в конкурентни европейски стоки на ниски цени, сочи проучване

Страните-членки, които не са съгласни да плащат по-висока цена, са Малта, Чехия, Румъния, Испания и Португалия.

Голяма част от анкетираните биха платили повече за продукти от компании, които опазват околната среда (47%). Това са жителите на Швеция, Дания, Холандия, Люксембург, Финландия, Франция, Великобритания и Белгия.

Относително голяма част от европейците смятат, че ЕС най-големият световен играч в международната търговия. Близко две трети от участниците в проучването твърдят, че европейските продукти и услуги може да се конкурират с тези от страни извън ЕС. Въпреки това европейците са по-малко уверени в техните очаквания за бъдещата роля на ЕС в международната търговия. 45% от анкетираните очакват Съюзът да се превърне във второстепенна икономическа сила в бъдеще. 61% от анкетираните заявяват, че създаването на нови работни места трябва да бъде един от приоритети на бъдещата европейска търговска политика. Този процент е по-висок в Кипър, Испания, Гърция, Унгария, Словакия и Португалия.

Като други приоритети за бъдещата политика са посочени потребителите да разполагат с по-голям избор на продукти и услуги на най-ниски цени (39%) и да се гарантира, че едни и същи правила за търговия се прилагат в други части на света (38%).

Гражданите на Кипър, България, Малта и Румъния предпочитат да имат по-голям избор от стоки на по-ниски цени, докато тези в Холандия подкрепят въвеждането на еднакви правила. Като приоритети са посочени и оказването на подкрепа за европейските компании и фирми (32%), осигуряването на стандарти за околната среда (30%) и подпомагането на развиващите се страни в света (28%).