

# Sajtóközlemény

2015. január 8.

## GfK: Stagnál a fogyasztói bizalom

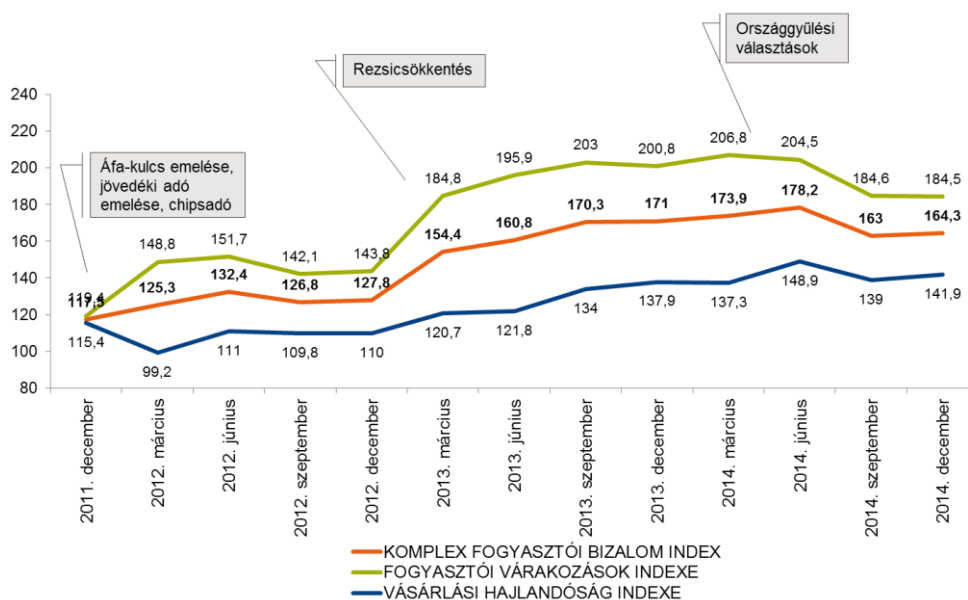
2015. január 8.

Czifrák Melinda  
T +36 1 452 3062  
melinda.czifrak@gfk.com

### A vásárlások fő mozgatórugója az eddig elhalasztott beszerzések szükségessége

Budapest, 2015. január 8. – A GfK Fogyasztói Bizalom Index vizsgálata szerint 2014 utolsó negyedében 1 pontos emelkedést ért el a mutató. A fogyasztói várakozások stagnálnak, míg a vásárlási hajlandóság enyhén emelkedett.

A **Komplex Fogyasztói Bizalom Index** több mint 1 ponttal emelkedett, az értéke 2014 decemberében 164 pont.



A **Fogyasztói Várakozások Index** 2014 utolsó negyedében szinte nem változott, jelenleg 184,5 ponton áll. Az index értékének változatlansága nem jelenti azonban az index elemeinek változatlanságát. Amíg a családok reáljövedelem értékének megítélése javult, addig az ország gazdasági helyzetét illetően negatívak a várakozások a rövid, 12 hónapra vonatkozóan. A hosszú, 5 évre vonatkozó várakozások tekintetében nincs jelentős változás az előző negyedévhez képest

A **Vásárlási Hajlandóság Index** értéke közel 3 pontos növekedést követően 2014 decemberében 141,9 ponton áll. A mutató javulásának hátterében az áll, hogy a családok saját anyagi helyzetüket tekintve kicsit bizakodóbbak, a tartós fogyasztási cikkek iránti vásárlási kedv ugyanakkor

GfK Hungária Piackutató Kft.  
1132 Budapest  
Visegrádi utca 31.  
Magyarország

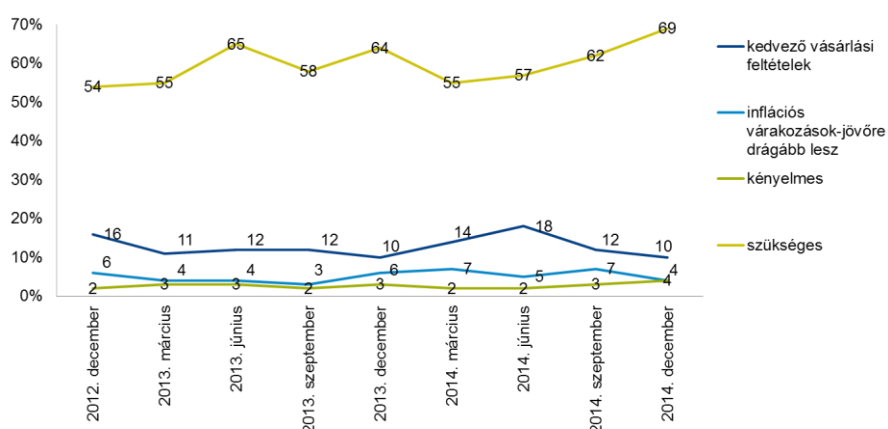
T +36 1 452 3050

Ügyvezető igazgató  
Kozák Ákos PhD

Cégjegyzékszám:  
01-09-062942

az előző negyedévhez hasonló képet mutat.

„Érdekesen különválnak a hosszú távú perspektívák és a családok jelenlegi helyzetének megítélése a fogyasztók szemében. Az emberek sajátosan értékelik a körülöttük lévő környezetet, és míg jelenlegi helyzetükkel szemben belenyugvóan elfogadóak, jövőbeli kilátásaikat negatívan élik meg, vásárlásaik fő mozgatórugója pedig főként az eddig elhalasztott vásárlások szükségessége, ami kedvezőtlen hír a fogyasztás jövőjére vonatkozóan. ” – mondta el Kozák Ákos, a GfK igazgatója az adatokra reflektálva.



\*Miért érdemes most nagyobb háztartási eszközt vásárolni?

A **munkanélküliség** alakulásával kapcsolatos vélekedések 2014 szeptemberéhez képest némiképp változtak: 33-ról 38 százalékra nőtt a munkanélküliség növekedésére számítók aránya, míg a munkanélküliségi mutatók a lakosság harmada szerint nem fognak változni.

Az **inflációs várakozások** kedvezőtlenebb képet mutatnak, mint az előző negyedévben, továbbra is növekszik az árak emelkedésére számítók aránya, ezt decemberben már a lakosság 72 százaléka gondolta így. A válaszadók átlagosan 7%-os növekedésre számítanak a következő 12 hónapban.

A **család reáljövedelmére vonatkozó várakozásokkal** kapcsolatban 2014 decemberében minden második megkérdezett az inflációnál kisebb mértékű növekedésre számít.

A **hitelfelvételi kedv** az előző negyedévhez képest nem változott jelentősen: továbbra is majdnem minden harmadik ember gondolja úgy, hogy most nem alkalmas az idő hitelfelvételre (30%), míg 64 százalékuk pedig soha nem venne fel hitelt (versus előző időszak 60%). A háttérben

az áll, hogy a lakosság 28 százaléka a hitelkamatok növekedésére, míg további 37 százalékuk azok változatlanságára számít a következő 12 hónapban.

A vélemények a  **megtakarításokról**  nem változtak az előző negyedévhez képest: továbbra is 36 százalék a bizonytalanok aránya, és a lakosság 42 százaléka szerint érdemes korábban tervezett vásárlásra felhasználni a megtakarításait, míg 15 százalékuk szerint most egyáltalán nem érdemes nagyobb háztartási eszközt vásárolni.

Kis mértékben nőtt a  **lakásvásárlást érdemesnek**  tartók aránya, a megkérdezettek 54 százaléka gondolja, hogy ez egy megfelelő időpont a vásárlásra. A lakásuk eladását mindössze 13 százalék tartja érdemesnek.

### **A GfK-ról**

A GfK megbízható forrásként, releváns piaci és fogyasztói információkkal segíti ügyfeleit sikeres üzleti döntéseik meghozatalában. 80 évnyi tudományos tapasztalatunk meghatározza több mint 13 000 elkötelezett szakértőnk mindennapi munkáját. Globális megoldásaink, valamint helyi piaci ismeretünkön alapuló insightjaink képezik szolgáltatásunk alapját világszerte több mint 100 országban. Innovatív technológiáink és kutatási megoldásaink alkalmazásával adatainkat insightokká alakítjuk, így biztosítva ügyfeleink számára, hogy versenyelőnyhöz jussanak, és széleskörű ismeretekkel rendelkezzenek a fogyasztó viselkedéséről és döntéseiről. További információért kérjük, látogassa meg a [www.gfk.com/hu](http://www.gfk.com/hu) oldalt.