

Sajtóközlemény

2014. november 5.

GfK Vásárlóerő: mérsékelt növekedés Európában

2014. november 5.

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

Budapest, 2014. november 5. – Az európai vásárlóerő 2 százalékkal emelkedett 2014-ben. Európa tíz legmódosabb országa a teljes európai vásárlóerő mintegy fele fölött rendelkezik, míg a legszegényebb Moldovában az egy főre jutó átlagosan elkölthető jövedelem az európai átlag egytizedét éri el. Magyarország továbbra is a 31. helyen áll megelőzve – többek között – Montenegrót és Romániát – derül ki a GfK Vásárlóerő tanulmányának legfrissebb, 2014. évi adataiból.

Az Európa 42 országának lakossága összesen 8,83 ezermilliárd euró fölött rendelkezik. Ez azt jelenti, hogy egy európai lakos egy évben átlagosan 13.112 euró elméletileg elkölthető jövedelemből él. A tízes toplistában szereplő országok a teljes európai vásárlóerő közel felével rendelkeznek (4 ezermilliárd), ugyanakkor a lista alsó felében található Ukrajnában és Moldovában az egy főre jutó vásárlóerő nem éri el a 2.000 eurót sem. A legszegényebb Moldovában az átlagosan elkölthető jövedelem 1.322 euró, ami az európai átlag tizedének felel meg.

Magyarország a tavalyi évhez hasonlóan tartja magát a 31. helyen. Az egy főre jutó nemzeti vásárlóerő 4.949 euro, ami azt jelenti, hogy az európai átlag 37,7 százalékából gazdálkodhatnak a magyarok. Ezzel az aránnyal egyre hátrébb szorulunk a közép-kelet európai régióban, egyre több ország előz meg bennünket. 2004-ben a régióból Szlovénia vásárlóerő indexe volt magasabb, 2014-ben viszont már Szlovénián kívül a balti országok, Szlovákia, Csehország, Lengyelország és Horvátország is magasabb egy főre jutó átlagos vásárlóerővel rendelkezik.

A magyarok 4.949 eurós egy főre jutó vásárlóereje az európai rangsorban hetedik helyen álló németek 21.579 eurós vásárlóerejének mintegy egynegyede. Közelebbi példát hozva: a szomszédos Szlovákia az egy főre jutó 7.537 eurós vásárlóerővel az európai lista 23. helyén áll, a mi vásárlóerőnk még ennek is csupán a kétharmadát teszi ki. Magyarország – a tavalyi évhez hasonlóan – idén is megelőzi Montenegrót (4.617 euro) és Romániát (3.748 euro).

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

T +361 452 3050

Ügyvezető igazgató
Kozák Ákos PhD

Cégjegyzékszám:
01-09-062942

Az európai országok rangsora az egy főre jutó vásárlóerő alapján, 2014

Rangsor 2014	Ország	Egy főre jutó vásárlóerő, 2013 (euró)	európai index (100 = átlag)
1	Liechtenstein	54.840	418,3
2	Svájc	37.153	283,4
3	Norvégia	30.560	233,1
4	Luxembourg	28.851	220,0
5	Dánia	22.044	168,1
6	Ausztria	21.891	167,0
7	Németország	21.579	164,6
8	Svédország	21.320	162,6
9	Franciaország	19.643	149,8
10	Finnország	19.379	147,8
x	Európai átlag	13.112	100
22	Szlovénia	9.860	75,2
23	Szlovákia	7.537	57,5
26	Csehország	7.002	53,4
29	Horvátország	5.231	39,9
31	Magyarország	4.949	37,7
41	Ukrajna	1.641	12,5
42	Moldova	1,322	10,1

Forrás: © GfK Purchasing Power Europe 2014

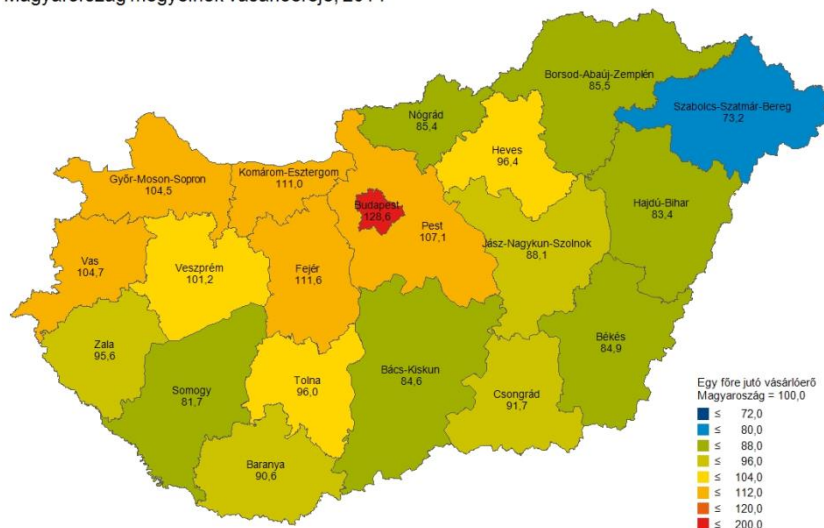
Tovább nyílik az olló

„A vásárlóerő országon belüli megoszlása is rendkívül kiegyenlítetlen – emelte ki Vella Rita, a GfK ügyfélkapcsolati igazgatója - és bár jelentősebb átrendeződés sem a legmódosabb, sem a legszegényebb települések listáján nem történt az elmúlt egy évben, azonban a leggazdagabb és a legszegényebb település vásárlóerő indexe közötti különbség 134

százalékpontonról 137 százalékpontra emelkedett. Míg az éllovas településen a hazai átlag 166,4 százalékából (azaz több mint 8 ezer euróból) gazdálkodhat egy lakos, addig a legelmaradottabb településen a hazai átlag mindössze 29%-ából (azaz közel 1500 eurós összegből). Rendkívül koncentrált a települések elhelyezkedése: a leggazdagabb 100 település az ország középső részén, a főváros vonzáskörzetében és az észak-dunántúli régióban található, a legalacsonyabb vásárlóerővel rendelkező települések pedig az ország északkeleti és a délnyugati határvidékein vannak.” – magyarázza a szakember.

A 19 magyarországi megyét a fővárossal együtt vizsgálva csupán hat megye vásárlóereje haladja meg az egy főre jutó országos átlagot, amelyet leginkább Veszprém megye reprezentálja, ahol az egy főre jutó elméletileg elkölthető jövedelem átlagosan 5.007 euró. A megyék rangsorát vezető Budapest egy főre jutó 6.367 eurós vásárlóereje 30 százalékkal magasabb, mint a nemzeti átlag, ugyanakkor egy szinten van a balti államok országos átlagával, de érezhetően elmarad a szlovák országos 7.537 eurós szinttől.

Magyarország megyéinek vásárlóereje, 2014



A tanulmányról

A vásárlóerő az adózás után egy főre jutó, rendelkezésre álló, elméletileg elkölthető jövedelmet jelenti (beleértve bármilyen állami juttatást). A GfK Vásárlóerő tanulmány megmutatja az éves egy főre jutó vásárlóerő értékét euróban, illetve index értékben. A GfK Vásárlóerő értékei megfelelnek a rendelkezésre álló nominál jövedelmi értékeknek, azaz nem követik az inflációt és a regionális árkülönbségeket sem tükrözik.

A számítás alapjául a személyi jövedelemadó-bevallásból származó adatok, a társadalmi transferekkel kapcsolatos statisztikák és a gazdasági intézetek előrejelzései szolgálnak. A totál vásárlóerő értékei azt az elméletileg elkölthető jövedelmet tükrözik, amelyet a lakosság

fogyasztásra, illetve a állandó havi kiadásokra fordít, úgymint lakbér, közműdíjak, jelzáloghitel, magánnyugdíj-pénztári befizetés és egészségbiztosítás, továbbá rekreáció, illetve közlekedés.

A GfK a Vásárlóerő tanulmányt minden évben 42 európai országra vonatkozóan készíti el a települések és irányítószám-körzetek szintjéig. Az adatok a tanulmány valamennyi szintjével megegyező digitális térképeken is elérhetők. A GfK Európai Vásárlóerő Tanulmány információi használhatók nemzetközi értékesítés, és expanzió tervezésekor, hálózat optimalizálás és kontrolling területeken.

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 oldalt.