

Sajtószolgálat

Dátum
2009. szeptember 28.

Tavaszi Tilda
B&P BrandAktív
Tel.: (+36-1) 269-1676
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
tilda.tavaszi@bpbrandaktiv.com

GfK Kiskereskedelmi Vásárlóerő: a legtehetősebb Csepak, a legnehezebb helyzetben Tiszabő van

Az egy főre jutó kiskereskedelmi vásárlóerő a nyugati régióban magasabb

Budapest, 2009. szeptember 28. – A GfK Hungária első alkalommal jelenteti meg 2009 szeptemberében a Kiskereskedelmi Vásárlóerő tanulmányt, amelynek eredményei szerint Csepak lakossága költheti el a legnagyobb összeget személyenként a kereskedelemben. A legkevesebb elkölthető összeggel a Jász-Nagykun-Szolnok megyei Tiszabő lakói rendelkeznek. A megyék rangsorában Budapesté a legnagyobb egy főre jutó kiskereskedelmi vásárlóerő, a sereghajtó Szabolcs-Szatmár-Bereg megye.

A GfK Hungária először jelentette meg idén szeptemberben a Kiskereskedelmi Vásárlóerő tanulmányt, Magyarország kiskereskedelmi vásárlóerő-térképét.

Míg a kétévente megjelenő GfK Általános Vásárlóerő Index tanulmány a lakosok és a háztartások rendelkezésére álló **teljes jövedelmét térképezi fel** településenként, addig a kiskereskedelmi vásárlóerő azt mutatja meg, hogy mekkora az egyes településeken a **kereskedelem szempontjából** releváns vásárlóerő, azaz a lakosok mekkora összeget költhetnek el személyenként a kereskedelemben.



ISO 9001



Tanúsított cég

GfK Hungária
Piackutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.com
www.gfk.tanulmanyshop.hu
firm@gfk.com

Igazgató:
Kozák Ákos

A **GfK Általános Vásárlóerő Index tanulmány** 2009. évi adatai szerint a tavalyi évhez képest nem történt változás az 1 000 lakosnál nagyobb települések rangsorában. Budaörs (általános vásárlóerő index: 135,7) áll az első helyen, a balatoni Csepak (általános vásárlóerő index: 135,4) előtt. Továbbra is az öt legtehetősebb település között találjuk Hévízt, illetve Törökbálintot, azonban az idén Törökbálint megelőzte a fürdővárost. Tiszaújváros az idén kiszorította Tihanyt az ötös toplistából. A legnagyobb nehézséggel küzdő öt településből kettő (Szendrőlád és Vilmány) továbbra is Borsod-Abaúj-Zemplén megyében található, kettő pedig Jász-Nagykun-Szolnok megyében, közülük is a legnehezebb helyzetben az ideai adatok szerint Tiszabő van, ahol az egy főre jutó általános vásárlóerő az országos átlagnak mindösszesen 42,6 százaléka.

A **GfK Kiskereskedelmi Vásárlóerő tanulmány** adatai szerint az 1 000 lakosnál nagyobb települések közül Csopak áll az első helyen (kiskereskedelmi vásárlóerő index: 123,4), öt követi a második helyen Telki. A lista végén végző települések közül, az általános vásárlóerő rangsorhoz hasonlóan kettő Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, egy Szabolcs-Szatmár-Bereg, egy Baranya megyében található, az utolsó helyen ebben a rangsorban is a Jász-Nagykun-Szolnok megyei Tiszabő áll.

A kiskereskedelmi vásárlóerőben is megmutatkozik a hagyományos kelet-nyugati megosztottság, ugyanakkor a kereskedelmi költséket a vagyoni helyzeten kívül sok minden – vásárlási szokások, kereskedelmi egységekkel való ellátottság, település-méret, stb. – más is befolyásolja, így az általános és a kereskedelmi vásárlóerő területi megoszlása között jelentős különbségek lehetnek.

„Természetesen szoros összefüggés van az általános és a kiskereskedelmi vásárlóerő között, ugyanakkor a különbségek kissé kiegyenlítődnek, a megyénkénti rangsor például nagyon hasonló mindkét esetben, de a vásárlási szokásoknak és a költségi szerkezetbeli különbségeknek köszönhetően a leggazdagabb és a legszegényebb régiók között csökken a szakadék. Viszont minél kisebb földrajzi szintre megyünk, annál jobban kirajzolódik a vásárlóerőbeli különbségek” – mondta el Kui János, a GfK Hungária kereskedelemkutatás szektorának menedzsere.

Kiskereskedelmi vásárlóerő rangsor – 1 000 lakosnál nagyobb települések

| A legtehetősebbek | | A legszegényebbek | |
|--------------------------|---|--------------------------|---|
| Település | Kiskereskedelmi vásárlóerő index | Település | Kiskereskedelmi vásárlóerő index |
| Csopak | 124,0 | Taktakenéz | 65,9 |
| Telki | 123,4 | Kántorjánosi | 65,4 |
| Tiszaújváros | 123,0 | Szendrőlád | 65,2 |
| Budaörs | 121,5 | Alsószentmárton | 60,6 |
| Százhalombatta | 120,2 | Tiszabő | 60,4 |

Forrás: GfK Hungária, Kiskereskedelmi Vásárlóerő Tanulmány, 2009

Általános vásárlóerő rangsor – 1 000 lakosnál nagyobb települések

| A legtehetősebbek | | A legszegényebbek | |
|-------------------|----------------------------|-------------------|----------------------------|
| Település | Általános vásárlóerő index | Település | Általános vásárlóerő index |
| Budaörs | 135,7 | Szendrőlád | 49,6 |
| Csopak | 135,4 | Vilmány | 49,6 |
| Törökbálint | 132,6 | Tiszabúra | 49,4 |
| Tiszaújváros | 129,6 | Alsószentmárton | 44,1 |
| Hévíz | 129,4 | Tiszabő | 42,6 |

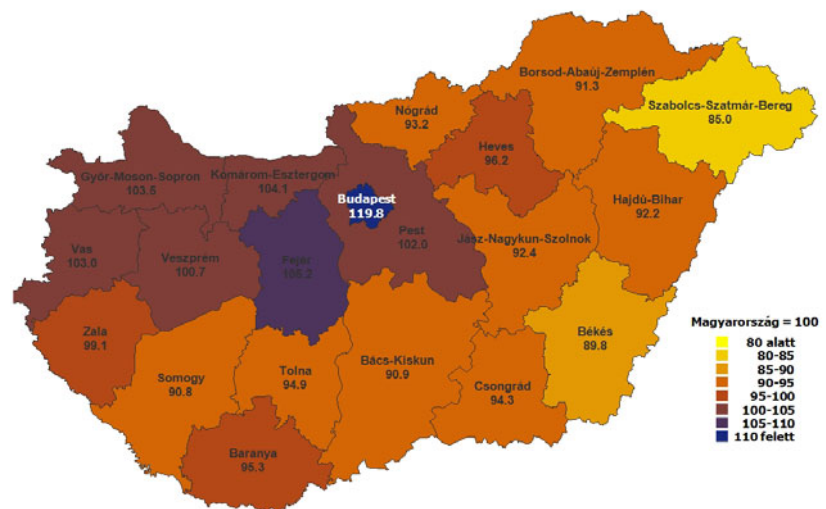
Forrás: GfK Hungária, Általános Vásárlóerő Index Tanulmány, 2009

A megyék rangsorában – Budapestet is ide értve – mind az általános, mind pedig a kiskereskedelmi vásárlóerő rangsorban az első helyen a főváros áll, és az országos átlag felett teljesít. A második helyen mindkét listában Fejér megye áll. Az országos átlag fölötti általános és kiskereskedelmi vásárlóerőt tud felmutatni továbbá Komárom-Esztergom, Győr-Moson-Sopron, Vas és Pest megye.

A sereghajtó megye mindkét listában Szabolcs-Szatmár-Bereg megye, hasonlóan nehéz helyzetben van Békés megye is, amely az utolsó előtti helyet foglalja el mind az általános, mind a kiskereskedelmi vásárlóerő tekintetében.

A magyarországi megyék és a főváros kiskereskedelmi vásárlóerő-térképe

Magyarország egy főre jutó kiskereskedelmi vásárlóereje megyénként, 2009



Forrás: GfK Hungária, Kiskereskedelmi Vásárlóerő Tanulmány, 2009

A kutatásról

A GfK Csoport rendszeresen vizsgálja a vásárlóerő adatok alakulását Európa valamennyi országára vonatkozóan. 2009-ben azonban az általános vásárlóerő adatsor mellett első alkalommal adja ki a GfK Kiskereskedelmi Vásárlóerő tanulmányt is, amelynek alapjául a bevallott jövedelmekről összegyűjtött adatok szolgálnak, ám az aggregált mutató kialakítását sok más forrással is – így a vonatkozó munkanélküliségi statisztikával, a lakosság és háztartások számával, vendégéjszakák számával, személygépkocsi-ellátottságával, vállalkozók és vállalkozások számával, a vezetékes telefonnal való ellátottsággal stb.

A GfK Kiskereskedelmi Vásárlóerő kiszámításánál a következő árucsoportokra költött kiadásokat veszik figyelembe: élelmiszerek és élvezeti cikkek, ruházat, cipő, egyéb háztartási áruk (pl. bútorok, szőnyegek, háztartási elektromos berendezések stb.), test- és egészségápolási szerek, művelődés és szórakozás (pl. tv, rádió, könyvek, fényképezés, folyóiratok, játékok, sportszerek) és személyes kiegészítők (pl. órák, ékszerek stb.) Nem veszik figyelembe azonban a gépjárművekkal és üzemanyaggal, továbbá a szolgáltatások és javítások igénybevételével kapcsolatos kiadásokat.

A GfK Csoport

A GfK Csoport lényegi tudást kínál az iparban, kiskereskedelemben, szolgáltató szektorban és a média területén működő vállalatok számára a piaci döntések meghozatalához. Információk tárházát kínálja és tanácsadó szolgáltatást nyújt három fő szektorban: Custom Research, Kereskedelem és Technológia, valamint Média. A világ negyedik legnagyobb piackutató vállalata 100 országban több mint 10 000 alkalmazottal áll ügyfelei rendelkezésére, közülük közel 100-an Magyarországon dolgoznak. A GfK Csoport 2008-as forgalma meghaladta az 1,2 milliárd eurót. Amennyiben további információt szeretne, kérjük, keresse fel weblapunkat a www.gfk.com/gfkhungaria címen.