

Sajtóközlemény

GfK Vásárlóerő: egész Európában hatott a COVID

2020. október 20.

Sztupár Andrea
Kereskedelmi igazgató
T +36 1 452 3060
andrea.sztupar@gfk.com

Budapest, 2020. október 20 – 2020-ban egy átlagos európai polgárnak 773 euróval kevesebb, azaz 13.894 euró áll rendelkezésére elkölthető jövedelemként. A vizsgálatban résztvevő 42 ország között azonban jelentős eltérések vannak a nettó jövedelem tekintetében: a legmagasabb átlagos vásárlóerővel Liechtenstein, Svájc és Luxemburg büszkélkedhet, míg a vásárlóerő a legalacsonyabb Moldovában, Koszovóban és Ukrajnában – állapította meg a GfK legfrissebb, „GfK Vásárlóerő Európában 2020” című tanulmányában.

Európa lakosságának 2020-ban 9,5 ezer milliárd euró elkölthető jövedelem állt rendelkezésére. Az egy főre jutó vásárlóerő 2020-ban közel 5,3 százalékkal csökkent az előző évi értékhez képest. Ezt legnagyobb részt a COVID-19 vírus terjedése, illetve annak kedvezőtlen gazdasági hatása okozza.

A vizsgálatba bevont országok rangsora mindazonáltal jelentős eltéréseket mutat az állampolgáraik által élelmiszerre, szolgáltatásokra, közműdíjakra, magánnyugdíjpénztári befizetésre, biztosításra, rekreációra, közlekedésre és fogyasztásra fordítható összeg tekintetében.

Vásárlóerő Európában (top 10)

2020. évi rangsor (előző év)	ország	lakosság	egy főre jutó vásárlóerő (€), 2020.	vásárlóerő -index Európa*	Corona-index Európa*
1 (1)	Liechtenstein	38.378	64.240	462.4	15.2
2 (2)	Svájc	8.544.527	41.998	302.3	26.1
3 (4)	Luxemburg	626.108	34.119	245.6	64.2
4 (3)	Izland	364.134	28.155	202.6	158.3
5 (5)	Norvégia	5.367.580	25.699	185.0	163.2
6 (6)	Dánia	5.822.763	25.176	181.2	68.9
7 (7)	Ausztria	8.858.775	23.585	169.7	60.8
8 (8)	Németország	83.019.213	22.388	161.1	77.6
9 (12)	Írország	4.904.240	21.030	151.4	77.2
10 (9)	Svédország	10.327.589	20.882	150.3	37.1
	Európa (összesen)	678.118.773	13.894	100.0	100.0

Forrás: ©GfK Purchasing Power Europe 2020; *egy főre jutó index: Európai átlag = 100

A nem euróövezeti országok esetében az átváltási árfolyam: az Európai Bizottság 2020. május 6-án közzétett 2020. évi prognózisa.

GfK Hungária Kft.
Wesselényi u. 16.
1077 Budapest
Magyarország

T +36 1 452 3060

Management
Sztupár Andrea
üzveztető igazgató

Az egy főre jutó 64.240 eurós vásárlóerejével Liechtenstein idén újra az élen végzett. Ez az összeg messze meghaladja a bármely más országban méretét, és egyben az európai átlag 4,6-szeresére rúg. Az egy főre jutó 41.998 euróval Svájc - a tavalyi évhez hasonlóan - idén is a második helyen áll. Egy főre jutó 34.119 eurós vásárlóerejével idén Luxemburg ismét a harmadik helyre került. Idén bekerült a TOP10-be Írország (21.030 euró/fő), kiütve Finnországot az első tízből.

A tanulmány tárgyát képező országok közül 16-an tudnak az átlagot meghaladó egy főre jutó vásárlóerőt felmutatni, 26-an viszont nem érik el az európai átlagot. A sereghajtó Ukrajna, melynek lakosai fejenként mindösszesen 1.703 euróból gazdálkodhatnak.

A GfK Vásárlóerő elfogadott referenciaérték a fogyasztói potenciál számításához, mivel megmutatja a lakosság körében az elméletileg elkölthető egy főre jutó jövedelem nagyságát országonként, valamint az országokon belül régióként, és térségenként. A vásárlóerő jól tükrözi egyes országok és megyék gazdasági erejét, potenciálját, ami disztribúciós kérdésekben elengedhetetlen információ a cégek számára. – mondta Sztupár Andrea, a GfK ügyvezetője

Idén különösen fontos, hogy a vállalatok tisztán lássák a regionális különbségeket, és így saját helyzetüket megfelelően értékelhessék. A GfK emiatt idén bevezette az ún. európai Koronavírushatás-Indexet, amely azt mutatja meg, hogy az egyes országokat mennyire érintette a COVID-19 gazdasági hatása az európai átlaghoz képest. Az index számításához alapul vették a háztartások jövedelemére és kiadásaira vonatkozó legfrissebb előrejelzéseket, valamint a GDP változását. Ezeket az adatokat összevettették a vírus előtti állapottal, így számították ki a Koronavírushatás-Indexet, amelybe az árfolyamváltozásokat, illetve regionális adatokhoz a munkanélküliség változását (rövid távút is) is figyelembe vették.

Magyarország: a vásárlóerő a főváros környékén a legmagasabb

„Magyarországon a tavalyi 7.416 eurós értékkel szemben 2020-ban 6.871 az egy főre jutó vásárlóerő, ez közel 7,3%-os visszaesést jelent” – állapította meg Sztupár Andrea, a GfK ügyvezetője. „A visszaesés ellenére, ez még mindig a 2018-as érték felett van, így Magyarország megőrizte 30. helyét az európai országok rangsorában” – tette hozzá a szakember.

A vásárlóerő 2020-as évi visszaesése minden megyét érint, mindegyikben alacsonyabb az egy főre jutó, euróban kifejezett vásárlóerő a tavalyinál. A legnagyobb visszaesés Győr-Moson-Sopron és Pest megyékben figyelhető meg, itt 753, illetve 751 euró/fő-vel alacsonyabb a vásárlóerő, mint 2019-ben.

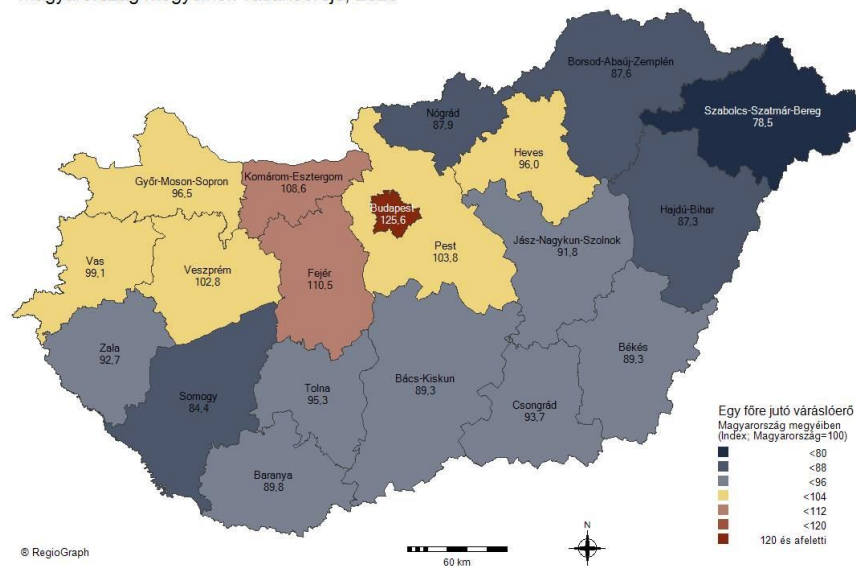
Mindemellett a top 10 megye rangsora a tavalyi évhez képest változatlan. Továbbra is Budapest vezet 8.627 euró/fős éves vásárlóerővel, ami az országos átlagnál több mint 25 százalékkal magasabb, ám az európai átlagnál még mindig 38 százalékkal kevesebb.

Magyarország 10 legmódosabb megyéje

Rangsor	Megye	Egy főre jutó vásárlóerő, 2020 (euró)	Változás 2019-hez képes (euró)	Országos index*	Változás 2019-hez képes (indexpont)
1	Budapest	8627	-603	125,6	1,1
2	Fejér	7590	-562	110,5	0,5
3	Komárom-Esztergom	7459	-672	108,6	-1,1
4	Pest	7130	-751	103,8	-2,5
5	Veszprém	7061	-544	102,8	0,2
6	Vas	6808	-602	99,1	-0,8
7	Győr-Moson-Sopron	6631	-753	96,5	-3,1
8	Heves	6599	-508	96,0	0,2
9	Tolna	6551	-440	95,3	1,1
10	Csongrád	6439	-439	93,7	1,0

Forrás: ©GfK Purchasing Power Europe 2020; *index: egy lakosra jutó érték / átlag = 100

Magyarország megyéinek vásárlóereje, 2020



Magyarország húsz megyéjéből mindössze ötben magasabb az egy főre jutó vásárlóerő, mint az országos átlag. E megyék mindegyike továbbra is Budapest környékén, illetve az osztrák határ közelében, illetve Észak-Nyugaton található. Ezzel szemben az ország megyéinek háromnegyede az országos átlagnál alacsonyabb vásárlóerővel rendelkezik. A sereghajtó továbbra is Szabolcs-Szatmár-Bereg, amelynek lakosai fejtenként csupán 5.392 euróból, azaz az országos átlag 78,5 százalékából, az európai átlagnak pedig 39 százalékából kell, hogy kijöjjenek.

Az 5000 főnél nagyobb települések rangsora (Budapest nélkül), az egy főre jutó vásárlóerő országos átlaghoz viszonyított aránya (vásárlóerő index) alapján, 2020.

Idei és (tavaly) helyezés	Település	Vásárlóerő index
1. (1.)	Üröm	155,5
2. (3.)	Budaörs	145,2
3. (5.)	Paks	143,2
4. (2.)	Nagykovács	141,3
5. (4.)	Solymár	139,6
6. (6.)	Szentendre	133,6
7. (7.)	Diósd	131,1
8. (9.)	Törökbálint	128,3
9. (18.)	Tiszaújváros	128,2
10. (10.)	Dunakeszi	127,2

Forrás: GfK Vásárlóerő, 2020

Az első tíz leggazdagabb település listáján sok változás nem történt, a rangsorban igen, illetve idén bekerült Tiszaújváros, kiszorítva ezzel a 10-es ranglistáról Győrújbarátot.

A tanulmányról

A „GfK Vásárlóerő Európában, 2020” tanulmányban 42 ország települések és irányítószám-körzetek szintjére vonatkozó adatai, valamint a lakosságról és a háztartásokról szóló kapcsolódó adatok, és digitális térképek érhetők el.

A vásárlóerő az adózás után egy főre jutó, rendelkezésre álló, elméletileg elkölthető jövedelmet jelenti (ideértve mindenféle állami juttatást is). A 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. A számítás alapjául a személyi jövedelemadó-bevallásból származó adatok, a társadalmi transferekkel kapcsolatos statisztikák és a gazdasági intézetek előrejelzései szolgálnak.

Az általános vásárlóerő azt az elméletileg elkölthető jövedelmet tükrözi, amelyet a lakosság fogyasztásra, illetve az állandó havi kiadásokra - úgymint élelmiszer, lakbér, közműdíjak, magánnyugdíj-pénztári befizetés és egészségbiztosítás, továbbá rekreáció, illetve közlekedés - fordít.



GfK. Growth from Knowledge.

A több, mint 85 éves múlttal rendelkező GfK világszerte tech-alapú adatszolgáltatásaival segíti ügyfeleit üzleti kérdéseik megoldásában. A mesterséges intelligenciát felhasználva képes ügyfelei számára megbízható ajánlásokat adni döntéseikhez, legyen szó a marketing és értékesítés hatékonyságát tükröző fogyasztói elégedettségekről, piacokról, márkákról vagy akár a médiáról.

A GfK ígérete ezért: „Growth from knowledge” vagyis „Tudás alapú növekedés”.

További információért, kérjük látogasson el: www.gfk.com honlapra, vagy kövessen minket a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>