

# Tlačová správa

## Kúpna sila Slovákov dosahuje viac ako polovicu európskeho priemeru

Katarína Lepiešová  
T +421 902 920 948  
[katarina.lepiesova@gfk.com](mailto:katarina.lepiesova@gfk.com)

### GfK Purchasing Power Europe

**Bratislava, 17. december 2015 - Kúpna sila Slovákov činí 7 769 € na osobu. To zodpovedá 57 percentám európskeho priemeru, ktorý je na úrovni 13 636 €. Kúpna sila jedného obyvateľa Českej republiky (26. miesto) je o niečo nižšia a činí v priemeru 7 313 € (200 000 Kč) a je tak na úrovni 53,6 percenta európskeho priemeru.**

### Slovensko

V rebríčku krajín podľa veľkosti kúpnej sily vyjadrenej v eurách obsadilo Slovensko 25. miesto a umiestnilo sa tak tesne za Estónskom a o jedno miesto pred Českou republikou.

Krajina	Kúpna sila na obyvateľa v €	Európsky index*	Poradie
Estonsko	7 798	57,2	24
Slovensko	7 769	57,0	25
Česká republika	7 313	53,6	26

\* Index: hodnota na obyvateľa / průměr = 100

Poznámka: V prípade krajín, ktoré neplatia eurom, vychádza výmenný kurz z prognóz Európskej komisie zverejnených 5. mája 2015.

### Kraje

Čo sa týka krajov, najsilnejším je Bratislavský kraj, kde je kúpna sila 11 131 € na obyvateľa, čo je 81,6 percent európskeho priemeru a teda o 43 viac ako slovenský priemer. Najviac sa celoslovenskému priemeru približuje Trnavský kraj, kde majú ľudia k dispozícii 7 843 € na obyvateľa. A za celoslovenským priemerom najviac zaostáva Prešovský kraj, kde majú ľudia k dispozícii iba 6,554 € na obyvateľa.

GfK GeoMarketing GmbH  
[www.gfk-geomarketing.com](http://www.gfk-geomarketing.com)  
[geomarketing@gfk.com](mailto:geomarketing@gfk.com)

Pobočka Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
76646 Bruchsal; Germany  
T +49 7251 9295 100  
F +49 7251 9295 290

Pobočka Hamburg:  
Herrengaben 3-5  
20459 Hamburg

Pobočka Norimberk:  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg; Germany

Představenstvo:  
Friedrich Fleischmann  
Hans-Peter Klotzbücher

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

### Poradie okresov

Poradie (ze 79)	Okres	Počet obyvateľov	Kúpna sila na obyvateľa v €	Celoštátny index*	Európsky index*	Poznámka
1	Bratislava V	111 001	12,222	157,3	89,6	Najvyššia kúpna sila na osobu
2	Bratislava IV	94 554	12 153	156,4	89,1	
3	Bratislava I	38 988	12 130	156,1	89,0	
4	Bratislava II	112 054	11 959	153,9	87,7	
5	Bratislava III	63 081	11 755	151,3	86,2	
6	Pezinok	60 445	9 446	121,6	69,3	
7	Malacky	70 043	9 324	120,0	68,4	
8	Senec	75 001	8 989	115,7	65,9	
9	Žilina	155 989	8 595	110,6	63,0	
10	Banská Bystrica	111 018	8 466	109,0	62,1	
26	Bánovce nad Bebravou	36 833	7 762	99,9	56,9	Okres s priemernou kúpnu silou (celoštátny priemer)
79	Gelnica	31 504	5 688	73,2	41,7	Najnižšia kúpna sila na osobu

\* Index: hodnota na obyvateľa/ priemer = 100

### Česká republika

V Prahe, ktorá je najbohatším mestom v krajine, dosahuje kúpnu silu 9 598 € (260 000 Kč) na obyvateľa a pohybuje sa tak 31 percent nad celoštátnym priemerom. Českému priemeru sa najviac približuje okres Plzeň-sever, ktorého obyvateľia majú k dispozícii 7 927 € (210 000 Kč) na osobu. V Bruntále je kúpna sila iba 6 006 € (160 000 Kč) na obyvateľa. Táto hodnota zaostáva za celoštátnym priemerom o 18 percent a zároveň približne zodpovedá kúpnej sile na osobu v Chorvátsku.

### Desať českých okresov s najvyššou kúpnu silou

Poradie (ze 77)	Okres	Počet obyvateľov	Kúpna sila na obyvateľa v €	Celoštátny index*	Európsky index*
1	Hlavné mesto Praha	1 259 079	9 598	131,3	70,4
2	Praha-západ	134 351	8 655	118,3	63,5
3	Praha-východ	164 002	8 563	117,1	62,8
4	Brno-mesto	377 440	7 983	109,2	58,5
5	Plzeň-mesto	187 245	7 914	108,2	58,0
6	Mladá Boleslav	125 931	7 790	106,5	57,1
7	Beroun	89 172	7 694	105,2	56,4
8	Kladno	161 621	7 683	105,1	56,3
9	Benešov	96 718	7 641	104,5	56,0
10	Příbram	114 084	7 573	103,6	55,5

GfK Purchasing Power Czech Republic 2015

\* Index: hodnota na obyvateľa / průměr = 100

### **Kúpna sila Španielov približne zodpovedá európskemu priemeru**

Európskemu priemeru sa najviac približuje Španielsko s kúpnu silou 13 203 € na osobu. V rebríčku krajín obsadilo 17. miesto a ako jediné spadá do celoeurópskeho priemeru. O jednu priečku vyššie sa nachádza Taliansko, kde kúpna sila dosahuje hodnotu 16 193 €, takže už prekračuje európsky priemer o 19 percent. Tesne za Španielskom sa potom umiestnila Malta. Kúpna sila tu je 10 753 €, teda o 21 percent menej, ako je priemer v rámci Európy.

Obyvatelia najbohatšej španielskej provincie Gipuzkoa majú o niečo vyšší disponibilný príjem ako Holanďania, konkrétne 17 441 € na osobu. Kúpna sila obyvateľov tejto provincie tak približne o tretinu prevyšuje španielsky priemer. V Cádize, ktorý je najchudobnejšou provinciou, disponujú spotrebiteľia iba s 8 943 € na osobu, čo je o tretinu pod španielskym priemerom (celoštátny index: 67,7). Najbližšie k španielskemu priemeru sú obyvatelia provincie Valladolidi, ich kúpna sila je na úrovni 13 224 € na osobu.

### **Vo Francúzsku sa kúpna sila koncentruje v Paríži**

Vo Francúzsku, ktoré sa umiestnilo na 13. mieste, je kúpna sila na jedného obyvateľa 19 076 € a je takmer 40 percent nad európskym priemerom.

Paríž s kúpnu silou 29 443 € na osobu má oproti ostatným francúzskym departementom výrazný náskok. V priemere dosahuje kúpna sila obyvateľov hlavného mesta Francúzska 1,5 násobok francúzskeho a viac ako dvojnásobok európskeho priemeru.

Na poslednom mieste sa potom umiestnil department Pas-de-Calais s kúpnu silou 15 688 € na obyvateľa. Táto hodnota zaostáva za francúzskym priemerom cca o 18 percent a takmer presne zodpovedá priemeru európskej dvadsaťosmičky. Francúzskemu priemeru sa najviac približuje departement Pyrénées-Atlantiques, ktorého obyvatelia majú v priemere k dispozícii 19 006 € na osobu.

### **Široké rozpätie príjmov v Poľsku**

Kúpna sila Poliakov na rok 2015 je na úrovni 6 437 € na osobu. V rebríčku krajín patrí Poľsku 28. miesto a kúpna sila obyvateľov zodpovedá 47 percentám európskeho priemeru. K celoštátnemu priemeru má najbližšie okres Tarnow. Najvyššiou kúpnu silou v krajine sa môže pochváliť Varšava, ktorej obyvatelia disponujú s 11 751 € na osobu. To je v priemere o 83 percent viac ako zvyšok krajiny. Zároveň ale platí, že ich kúpna sila je 14 percent nad európskym priemerom.

Kúpna sila v 17 z celkových 380 poľských okresov však prevyšuje celoštátny priemer o 20 percent a viac, čo znamená rastúcu prosperitu určitých regiónov. Diametrálne odlišná je situácia v 90 okresoch, ktoré za poľským priemerom zaostávajú o 20 či viac percent. Okres Lubaczowski s najnižšou kúpnu silou v Poľsku dosahuje iba 68 percent celoštátneho priemeru. Tieto hodnoty naznačujú veľmi výrazné rozdiely v príjmoch Poliakov. Jedným z množstva vysvetlení môže byť rozdelenie krajiny do 380 oblastí. V porovnaní s ostatnými analyzovanými krajinami ide totiž o pomerne detailné meradlo. Čím sú oblasti menšie, tým väčší býva rozptyl hodnôt.

### **Informácie o štúdiu**

Štúdiu kúpnej sily realizovaná spoločnosťou GfK vyjadruje nominálne disponibilné príjmy populácie v eurách. K dispozícii sú podrobné dáta až na úroveň jednotlivých správnych a poštových obvodov. V prípade krajín, ktoré neplatia eurom, vychádza výmenný kurz z prognóz Európskej komisie zverejnenej 5. mája 2015. Miera rastu 4,2 percenta je odvodená od revidovaných hodnôt na obyvateľa za rok 2014.

Pri posudzovaní umiestnenia krajín v rebríčku je nutné brať do úvahy výmenný kurz medzi eurom a ďalšími menami, najmä v prípade Švajčiarska a Veľkej Británie.

Kúpna sila je ukazovateľom disponibilného príjmu na jedného obyvateľa (vrátane akýchkoľvek štátnych dávok) po odpočítaní daní a príspevkov na charitu. Štúdiu GfK Purchasing Power udáva úroveň kúpnej sily na obyvateľa a na rok v eurách ako indexovanú hodnotu. Reflektuje nominálne disponibilné príjmy populácie, čo znamená, že hodnoty nie sú očistené o infláciu. Štúdiu čerpá z údajov zo štatistík o príjmoch a úrovniach zdanení a štátnych dávkach a z predpovedí ekonomických inštitúcií.

Kúpnu silu využívajú spotrebiteľia na výdaje súvisiace so stravovaním, bývaním, službami, energiami, súkromným dôchodkovým poistením a platbami poisťovní, ako aj na ďalšie výdaje, napríklad na dovolenku, dopravu a spotrebné nákupy. Štúdiu GfK Purchasing Power Europe každoročne vyčísluje kúpnu silu v 42 krajinách Európy a poskytuje komplexný prehľad až na úroveň jednotlivých miestnych samospráv a PSČ. Štúdiu pre rok 2015, ktorá zahŕňa aj aktualizované dáta o obyvateľoch a domácnostiach, je ihneď k dispozícii. V rámci riešenia geomarketingu ponúka spoločnosť GfK tiež príslušné digitálne mapy.

Spoločnosť s medzinárodnou pôsobnosťou potrebuje presné predpovede týkajúce sa disponibilnej čiastky dostupnej spotrebiteľom na danom trhu. Štúdiu GfK Purchasing Power Europe im tieto údaje poskytuje a pomáha im pri plánovaní expanzie, optimalizácii siete pobočiek a controllingu.

### **Ďalšie informácie**

Ďalšie informácie o štúdiu GfK Purchasing Power Europe nájdete na stránke [http://www.gfk-geomarketing.com/en/market\\_data.html](http://www.gfk-geomarketing.com/en/market_data.html).

### **O spoločnosti GfK**

Spoločnosť GfK je dôveryhodným partnerom pri poskytovaní dôležitých informácií o trhu a o spotrebiteľoch, ktoré umožňujú klientom prijímať lepšie rozhodnutia. V spoločnosti GfK kombinujeme prácu a nadšenie viac ako 13 000 expertov na prieskum trhu s 80-ročnými skúsenosťami v oblasti vedeckej práce s dátami. To spoločnosti GfK umožňuje poskytovať životne dôležité globálne poznatky a informácie kombinované so znalosťou miestnych trhov vo viac ako 100 krajinách celého sveta. Vďaka inovatívnym technológiám a vedeckému spracovaniu dát dokážeme v spoločnosti GfK transformovať veľké objemy dát na inteligentné a relevantné údaje a umožniť tak našim klientom získať konkurenčný náskok a obohatiť skúsenosti, zážitky a výber svojich spotrebiteľov a zákazníkov.

Podrobnejšie informácie nájdete na našej webovej stránke [www.gfk.com/sk](http://www.gfk.com/sk), prípadne nás môžete sledovať na Twitteri: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en).

Zodpovednosť podľa tlačového zákona/ V.i.S.d.P.

GfK GeoMarketing GmbH

Public Relations

Cornelia Lichtner

Werner-von-Siemens-Str. 9

Gebäude 6508

76646 Bruchsal; Germany

T+49 7251 9295 270

[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)