

Sajtószolgálat

Tovább romlott a hazai fogyasztói hangulat

Tízből alig négyen bíznak az ország helyzetének hosszú távú javulásában

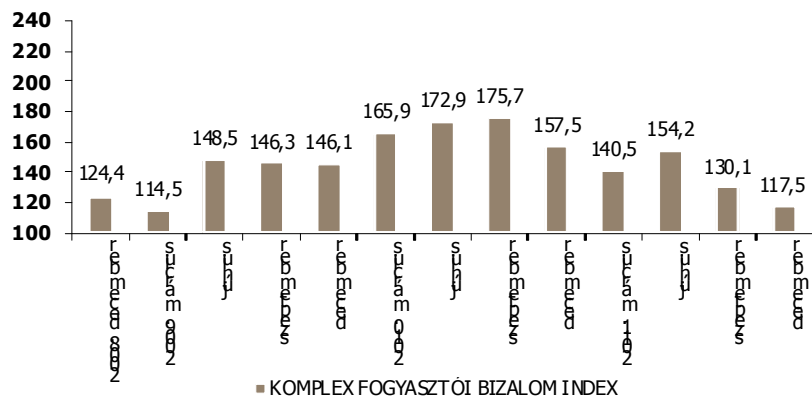
Dátum
2012. január 6.

Tisza Andrea
B&P Braun&Partners
Magyarország
Mobil: (+36-30) 852-7567
Tel.: (+36-1) 349-2939
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
andrea.tisza@braunpartners.hu

Budapest, 2012. január 6. – Egyre kevésbé bízik a lakosság az ország gazdasági kilábalásában, legalábbis ezt mutatják a GfK Hungária fogyasztói bizalom indexének 2011. decemberi adatai. A komplex mutató szinte valamennyi elemének értéke romlott: visszaestek a fogyasztói várakozások és a jellemzően korrekciós hatással bíró karácsonyi szezon ellenére mérséklődött a vásárlási hajlandóság. A tartós fogyasztási cikkek iránti kereslet vélhetően az évvégi ajándékvásárlási láz miatt enyhén emelkedett.

Tovább csökkent – 13 ponttal – a GfK **komplex Fogyasztói Bizalom Index (FBI)** 2011 decemberében az őszi eredményekhez képest. Az FBI jelenlegi értéke a szeptemberi 130,1 ponttal szemben 117,5 pont, ami rövidtávon legközelebb a 2009. márciusi értékhez áll. A **Fogyasztói Várakozások Indexe (FVI)** is mintegy 21 pontot zuhant és értéke így mindössze 119,4 pont. Az FVI csökkenésének oka, hogy romlott mind a *háztartások várható pénzügyi helyzetének és az ország várható gazdasági helyzetének megítélése*. Ez utóbbi esetben különösen a rövidtávú, vagyis 12 hónapra vonatkozó várakozások romlottak.

A komplex FBI alakulása, 2008. december – 2011. december



GfK Hungária
Piacutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest
Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
firm@gfk.com

Igazgató:
Kozák Ákos

Forrás: GfK Hungária, Fogyasztói Bizalom Index

A **Vásárlási Hajlandóság Index (VHI)** enyhén – 2,7 ponttal – csökkent és 115,4 ponton állt 2011 decemberében.

A **munkanélküliség** alakulásával kapcsolatban némiképp túlsúlyba kerültek a negatív vélekedések 2011 decemberében az előző negyedévhez képest: a lakosság több, mint fele (54 százalék) számít a munkanélküliség növekedésére a korábbi 46 százalékkal szemben.

Az **inflációs várakozások** hasonló képet mutatnak, mint az előző negyedévben, mert a lakosság túlnyomó része (91 százalék) továbbra is az árak emelkedésére számít. A válaszadók átlagosan 9 százalékos drágulásra számítanak a következő 12 hónapban.

A **család reáljövedelmére** vonatkozó várakozások továbbra is kedvezőtlenek: tízből hatan az inflációnál kisebb mértékű növekedésre számítanak, vagyis a reáljövedelmük csökkenését prognosztizálják.

A **hitelfelvételi kedv** lényegében nem változott: a lakosság 23 százaléka úgy gondolja, most nem alkalmas az idő hitelfelvételre (ez az arány az előző időszakban 28 százalék volt), a szeptemberi 69 százalékkal szemben decemberben a megkérdezettek 71 százaléka nyilatkozott úgy, hogy soha nem venne fel hitelt. Ennek hátterében az áll, hogy a lakosság több, mint fele (55 százalék) a hitelkamatok növekedésére számít a következő 12 hónapban.

A **megtakarításokról szóló vélemények** szintén alig változtak az előző negyedévhez képest: a válaszadók 37 százaléka bizonytalan azzal kapcsolatban, hogy felhasználja-e a megtakarításait egy korábban betervezett vásárlásra, 16 százalék szerint pedig most egyáltalán nem érdemes nagyobb háztartási eszközt vásárolni.

Csökkent a **lakásvásárlást** érdemesnek tartók aránya, azaz decemberben már csak a megkérdezettek 46 százaléka – majdnem minden második magyar – venne lakást. A lakosság másik közel fele (45 százalék) jó befektetésnek tartja a lakásvásárlást. **Lakása eladását** mindössze 5 százalék tartja érdemesnek.

A rendkívül alacsony értékek hátterében az áll, hogy szinte minden tekintetben romlott a lakosság véleménye: most már hosszú távon is egyre kevésbé bíznak az ország helyzetének javulásában – tízből alig négyen –, rövidtávon pedig mindössze minden tizedik honfitársunk. A komplex fogyasztói bizalom index a válság mélypontján mért értékre süllyedt és a fogyasztói várakozások indexe (FVI) is újra visszaesett. A vásárlási hajlandóság csak kismértékben mozdult el, de egyrészt eleve alacsony szintről indult, másrészt a karácsonyi szezon pozitív hatása érvényesülhetett (az emberek kevésbé fogták vissza vásárlásaikat).

"Míg Németországban a tavalyi év végén javultak a fogyasztói és jövedelmi



várakozások, sajnálatos módon hazánkat nem érte el ez a pozitív trend. A mutatókban a reményvesztettség és a kilátástalanság egyértelműen érződik, akár a családok, akár az ország helyzetét nézzük. Nálunk már az is nagy előrelépés volna, ha megállna a csökkenő tendencia, és a lakosságnak lenne oka bizakodva tekinteni a jövőbe" – mondta el Kozák Ákos, a GfK Hungária igazgatója.

A kutatásról

GfK Hungária Piackutató Intézet 2004 tavasza óta vesz részt a Michigani Egyetem licensze alapján készülő és a világ számos pontján mértékadónak tartott Fogyasztói Bizalom Index (FBI) felmérésben. A GfK Hungária és a Corvinus Egyetem közös komplex FBI-je összegzi a háztartások tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó vásárlási hajlandóságát, jelenlegi anyagi helyzetük megítélését az egy évvel korábbihoz viszonyítva, a jövő évi pénzügyi helyzetükre vonatkozó várakozásokat, az ország következő 12 hónapban és elkövetkező öt évben várható gazdasági helyzetének megítélését.

Az adatok felvétele 2011 decemberében történt.

Csatlakozzon a GfK Hungáriához a Facebookon!
www.facebook.com/gfkhungaria

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 ötödik legnagyobb piackutató vállalata 100 országban több mint 11 000 alkalmazottal áll ügyfelei rendelkezésére, közülük közel 100-an Magyarországon dolgoznak. A GfK Csoport forgalma 2010-ben 1,29 milliárd eurót tett ki. További információért keresse fel honlapunkat a www.gfk.hu címen, vagy kövessen minket twitteren: www.twitter.com/gfk_group.