

# **Uwagi metodologiczne**

**Indeks Siły Nabywczej GfK 2004**

## 1. Ogólna definicja

GfK prowadzi regularne badania regionalne dotyczące siły nabywczej w wielu różnych krajach Europy, w tym m.in. w Polsce.

Siłę nabywczą definiuję się jako sumę pieniędzy, którą konsument dysponuje w określonym czasie. Upraszczając, siłę nabywczą można określić jako sumę wszystkich dochodów netto w danym regionie. Indeks Siły Nabywczej GfK jest jednym z najważniejszych wskaźników potencjału konsumpcyjnego ludności mieszkającej w danym regionie. Indeks siły nabywczej GfK 2004 dla Polski obliczony został dla trzech podstawowych jednostek administracyjnych: gmin, powiatów i województw.

## 2. Wyjaśnienia dotyczące obliczeń

Wskaźnik siły nabywczej poszczególnych regionów został obliczony na podstawie danych statystycznych GUS oraz danych pochodzących z Cenzusa GfK (dane dotyczące demografii, zatrudnienia, bezrobocia, dochodu netto gospodarstw domowych, liczby podmiotów gospodarczych, ruchu turystycznego, wyposażenia gospodarstw domowych w samochody).

### 3. Obszary, do których odnoszą się dane

Indeks Siły Nabywczej GfK jest dostępny dla następujących jednostek podziału administracyjnego Polski:

Regiony:	Województwa	(16)
Okręgi:	Powiaty	(379)
Wspólnoty:	Gminy	(2.495)

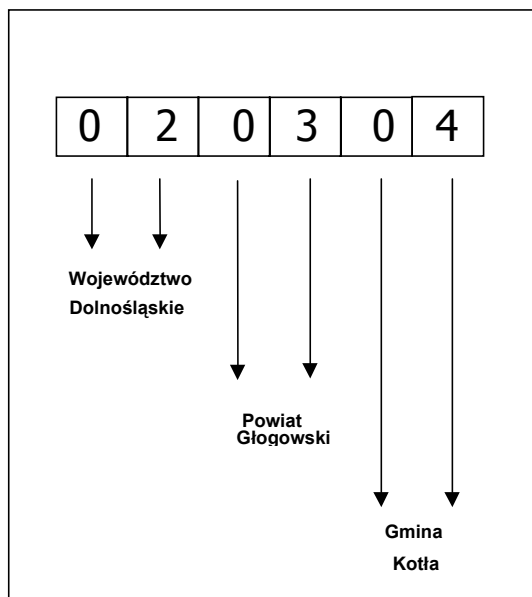
### 4. Wyjaśnienia dotyczące zmiennych standardowej bazy danych:

- **Klucz poszczególnych jednostek administracyjnych**

**Liczba porządkowa gminy** jest kluczem porządkującym jednostki administracyjne. Przedstawiony poniżej schemat ilustruje 6 cyfrową liczbę porządkową gminy i sposób jej interpretacji (schemat 1).

Pierwsze dwie cyfry wskazują, w jakim województwie dana gmina się znajduje. Cyfry 02 oznaczają np. województwo dolnośląskie. Dwie kolejne cyfry wskazują na powiat, w którym znajduje się gmina. W podanym przykładzie cyfry 0203 oznaczają, że dana gmina znajduje się w powiecie Głogowskim, a ten z kolei w województwie dolnośląskim. Piąta i szósta cyfra jest oznaczeniem gminy. Przykładowo liczba porządkowa 020304 jest numerem identyfikacyjnym dla gminy Kotła w powiecie głogowskim, w województwie dolnośląskim.

Schemat 1: Liczba porządkowa gminy



- **Indeks Siły Nabywczej GfK 2004 w mln Euro**  
Jest to suma dochodów netto w mln Euro ludności mieszkającej na terenie danej jednostki administracyjnej.

- **Indeks Siły Nabywczej GfK 2004 w Euro na mieszkańca**  
Jest to suma dochodu netto w euro, jakim dysponuje przeciętny mieszkaniec danej jednostki podziału administracyjnego.
- **Indeks Siły Nabywczej GfK 2004 w promilach**  
Siła nabywczą w promilach pokazuje, w jakim stopniu ludność z danej jednostki administracyjnej ma udział we wskaźniku siły nabywczej całego kraju. Przykładowo siła nabywczą w wysokości 6,5 promila dla określonego miasta oznacza, że ludność tego miasta generuje 6,5 promila popytu w Polsce.
- **Indeks Siły Nabywczej GfK 2004 jako indeks na mieszkańca**  
Punktem odniesienia dla indeksu na mieszkańca jest przeciętna siła nabywczej Polski. Przykładowo indeks w wysokości 110 oznacza, że mieszkańcy danej jednostki podziału administracyjnego dysponują dochodem netto

o 10% wyższym niż „przeciętny” Polak. Indeks w wysokości 90 oznacza, że siła nabywcza mieszkańców danej jednostki administracyjnej jest o 10% niższa niż przeciętna siła nabywczej dla całego kraju.

## 5. Możliwości zastosowania Indeksu Siły Nabywczej GfK 2004

Indeks Siły Nabywczej GfK 2004 kwantyfikuje potencjał rynków regionalnych.

Indeks Siły Nabywczej GfK jest pomocnym kryterium decyzyjnym przede wszystkim dla tych przedsiębiorstw, które kierują swoją ofertę sprzedażową do konsumentów w ramach sektorów:

- usług
- bankowości, ubezpieczeń
- nieruchomości

- sprzedaży prestiżowych produktów takich jak samochody, odzież luksusowa itp.

- sprzedaży dóbr szybko zbywalnych

Ponadto istnieją możliwości zastosowania Indeksu Siły Nabywczej GfK w następujących obszarach:

### a) Planowanie reklamy/ marketing bezpośredni:

- Indeks Siły Nabywczej GfK pomaga wyselekcjonować obszary o najwyższym wskaźniku siły nabywczej do przeprowadzenia specjalnych akcji marketingowych.
- Indeks Siły Nabywczej GfK pozwala koncentrować działania marketingu bezpośredniego na regionach, które charakteryzują się wysokim wskaźnikiem siły nabywczej.

### b) Planowanie produkcji:

- Indeks Siły Nabywczej GfK pomaga przewidzieć regionalne zróżnicowanie sprzedaży

### c) Podział obszarów sprzedażowych:

- Indeks Siły Nabywczej GfK pozwala na zdefiniowanie regionów o podobnych szansach sprzedażowych.

#### d) Planowanie i kontrola sprzedaży:

- Indeks Siły Nabywczej GfK pozwala ocenić, gdzie potencjał siły nabywczej jest wykorzystany niewystarczająco?  
Porównanie Indeksu Siły Nabywczej GfK poszczególnych obszarów z wynikami sprzedażowymi przedsiębiorstwa pozwala na pierwsze wnioski dotyczące słabych i mocnych stron sprzedaży.
- Indeks Siły Nabywczej GfK umożliwia koncentrację działań przedstawicieli handlowych na opłacalnych obszarach.
- Indeks Siły Nabywczej GfK można wykorzystać do oceny pracy przedstawicieli handlowych. Indeks Siły Nabywczej pokazuje potencjał sprzedażowy danego obszaru. Porównanie jej z wynikami sprzedażowymi przedstawicieli handlowych może być podstawą do oceny ich skuteczności.

Przykładowo kontrola wydajności oddziału regionalnego może oprzeć się na podstawie tak zwanych współczynników udziału w rynku. Oblicza się je według następującego wzoru:

$$\text{współczynnik udziału w rynku} = \frac{\text{Udział obrotów regionalnych w obrotach ogólnych firmy, w\%}}{\text{Udział siły nabywczej regionu w łącznej sile nabywczej wszystkich regionów, gdzie prowadzona jest sprzedaż, w\%}}$$

Współczynniki udziału w rynku pokazują, na ile w danym regionie udało się wykorzystać istniejący potencjał. Przy równomiernym wykorzystaniu szans rynkowych obroty firmy byłyby takie same jak odpowiednie wskaźniki siły nabywczej, tzn. współczynnik udziału w rynku wynosiłby dla danego regionu 1,00.

Jeśli wartości są większe niż 1, przedstawiciel wykorzystał potencjał rynkowy powyżej, a jeśli mniejsze niż 1 – poniżej przeciętnej. Wynik 1,05 oznacza więc, że wykorzystanie potencjału wynosi 5% powyżej przeciętnej, wynik 0,87 sygnalizuje, że wykorzystanie potencjału jest na poziomie o 13% niższym niż przeciętna dla wszystkich przedstawicieli.

Wyniki poniżej przeciętnej nie muszą być zależne od wydajności danego przedstawiciela. Wpływ konkurencji, zróżnicowana w zależności od regionu aktywność reklamowa, ale także brak ciągłości w pracy nad danym obszarem mogą być współodpowiedzialne za obserwowane różnice.

#### **e) Badania lokalizacyjne:**

Indeks Siły Nabywczej GfK pomaga również wyselekcjonować obszar, który należy rozważyć pod kątem stworzenia lub rozbudowy sieci handlowej.

#### **GfK Polonia/ GfK Marktforschung / Regionalforschung**

**Grzegorz Adamczyk** tel.: +48-(0)22/ 43 41 464  
e-mail: grzegorz.adamczyk@gfk.pl

**Christiane Betzner** tel.: +49-(0)911/ 395 -3483  
e-mail: christiane.betzner@gfk.de

**Sandra Grimm** tel.: +49-(0)911/ 395 -2239  
e-mail: sandra.grimm@gfk.de  
fax: +49-(0)911/ 395 -3787