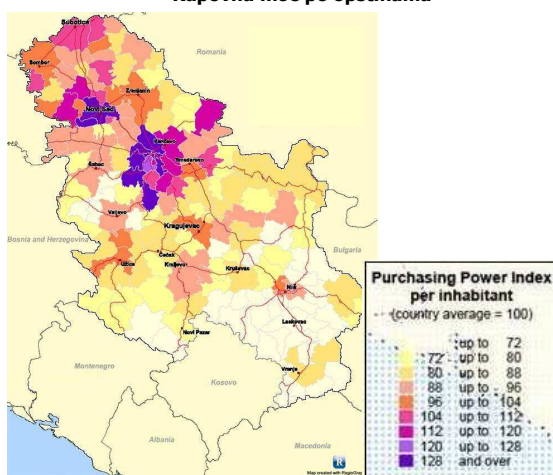




Kupovna moć je koristan indikator za kalkulaciju regionalnog potencijala za kompanije koje svoju robu prodaju direktno ili indirektno krajnjim potrošačima. GfK Kupovnu Moć možemo definisati kao **sumu svih dostupnih novčanih sredstava** bilo kom potrošaču u određenom vremenskom periodu. Drugim rečima, to je suma svih neto prihoda u određenom okrugu. Zbog toga kažemo da je to jedan od najznačajnijih indikatora potrošačkog potencijala jer je prodaja direktno zavisna od nivoa kupovne moći.

Kupovna moć po opštinama



VAS INFORMIŠE O:

- ✓ Apsolutna populacija
- ✓ Apsolutan broj domaćinstava
- ✓ Indeks kupovne moći po stanovniku
- ✓ Indeks kupovne moći po domaćinstvu
- ✓ Apsolutna kupovna moć po regionima u mil. Evra
- ✓ Apsolutna kupovna moć po stanovniku u Evrima
- ✓ Kupovna moć u hiljadama po regionima
- ✓ Kupovna moć na regionalnom (Beograd, Centralna Srbija, Vojvodina) kao i na novou okruga i opština (nivo poštanskih kodova) u Srbiji (ne uključujući Kosovo)

GfK PP® METODOLOGIJA:

Statistika razmatrana u kalkulaciji

- ✓ Prihod od samostalne delatnosti (uključujući turizam)
- ✓ Prihod od ostalih delatnosti (zaposlenja)
- ✓ Prihod od poljoprivrede i šumarstva
- ✓ Prihod od rentiranja dobara i nekretnina
- ✓ Prihod od kapitalnih vrednosti
- ✓ Prihod od transfera (naknade za nezaposlene, penzije, dodaci za decu, itd.)

Korišćeni izvori

- ✓ Nacionalni zavodi za statistiku
- ✓ UN
- ✓ Ekonomska komisija za Evropu
- ✓ Međunarodna organizacija rada
- ✓ Program za razvoj UN-a
- ✓ Svetska trgovinska organizacija
- ✓ Svetska Banka
- ✓ Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj
- ✓ Eurostat
- ✓ Evropska centralna banka

OVAJ IZVEŠTAJ VAM PRUŽA:

- ✓ Dobar indikator za kalkulaciju regionalnog potencijala.
- ✓ Fokusiranje aktivnosti na određene teritorije/regione
- ✓ Ciljno planiranje promotivnih kampanja
- ✓ Planiranje lokacija poslovnica/maloprodajnih objekata
- ✓ Ocena dostignuća prodajnog tima
- ✓ Utvrđivanje regionalne prodajne operative

Biće nam drago da Vam damo više informacija u vezi prezentovane studije. Možete nas kontaktirati na:

✓ Jelena Hrnjak

Konsultant za istraživanja
+381 11 3130 500
jelena.hrnjak@gfk.com

✓ Goran Tintor

Direktor Ad Hoc istraživanja
+381 11 3130 500
goran.tintor@gfk.com

