

## AZ ONLINE GAZDASÁG VIZSGÁLATA GDP ÉS NÉPESSÉG SZEMPONTJÁBÓL A VILÁG ORSZÁGAIBAN

### *ANALYSIS OF THE ONLINE ECONOMY BY GDP AND POPULATION IN THE COUNTRIES OF THE WORLD*

**SCHMUCK ROLAND**

egyetemi adjunktus/assistant professor

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar/University of Pécs, Faculty of  
Economics

Pécs

[schmuck@tkk.pte.hu](mailto:schmuck@tkk.pte.hu)

#### *ABSTRACT*

The online economy takes a huge role in today's globalized world. Internet as a general purpose technology changes how companies operate, but it also changes the markets. The online economy has a huge effect on people's everyday life, private and public companies as well. The goal of this paper is to analyze the global online economy by countries of origin answering the question which countries dominate the internet. After deep literature survey on the subject the Alexa Top 500 database is used to analyze it by the most visited websites in the world. The analysis shows the online economy is dominated by the USA and China. Correlation analysis confirms that GDP correlates with websites originating from that country. This means highly developed countries have better online economy with more websites, dominating the online economy.

#### **1. Bevezetés**

Az online gazdaság egyre fontosabbá válik a világgazdaságban. Mivel ez egy új gazdaság, a kutatók kevesebb figyelmet szenteltek neki mint a hagyományos gazdaságoknak. A vállalatok távoli országokban is működhetnek az interneten keresztül, ezért nem tisztázott, hogy melyek az online gazdaság domináns országai. Feltételezhető, hogy ezek ugyanazok mint a "hagyományos" gazdaság legnagyobb gazdasági erővel rendelkező országai, vagy a legnagyobb népességű országai mivel az interneten található tartalmakat az emberek készítik.

A kutatás témája az online gazdaságot leírása és elemzése a globalizált világgazdaságon belül, meghatározva azt, hogy mely országok dominálják az online gazdaságot, így vizsgálva az online gazdaság regionális jellegét. A kutatás célja megválaszolni a kérdést, hogy mely országoknak van a legnagyobb szerepe az online gazdaságban és annak vizsgálata, hogy ez összefüggésben áll-e az ország GDP-jével vagy népességével. Az országok online gazdaságbeli szerepét jól mutatja az országok vállalatai által üzemeltetett weboldalak mennyisége, így a kutatás ezt vizsgálja. Ez alapján a következő kutatási hipotézisek fogalmazhatók meg:

*H1. Egy országban üzemeltetett weboldalak száma függ az ország gazdasági teljesítményétől.*

*H2. Egy országban üzemeltetett weboldalak száma függ az ország népességétől.*

#### **2. Kutatásmódszertan és adatbázis**

Az online gazdaság vizsgálata a vállalati weboldalak alapján történt. Az üzleti modellek jellemzői alapján feltételezhető, hogy a vizsgált weboldal alapján ez megállapítható. A vállalat weboldalának célja a vállalat termékeinek, szolgáltatásainak bemutatása vagy annak nyújtása.

Online üzleti modell esetében utóbbiról van szó, tehát a weboldal – amin keresztül az online tevékenység végzése megtörténik – elemzése jól mutatja a háttérben meghúzódó alapvető üzleti modellt. Hasonló logika mentén már készült magyar kutatás. Nemeslaki és szerzőtársai 125 weboldal kézi elemzését végezték el és 6800 weboldalt robottal elemeztek, a weboldalon levő kifejezések vizsgálatával (Nemeslaki et al 2008). A 6800 weboldal közül 1409 weboldal esetében sikerült üzleti modellt azonosítani, az oldalak 79,27%-a viszont jellegénél fogva nem rendelkezett online üzleti modellel („hagyományos” vállalatok, magánszemélyek vagy nonprofit szervezetek tájékoztató jellegű honlapjai). A robottal való felmérés a kézi ellenőrzési tesztek alapján 80%-os megbízhatósággal működött, a kutatás nem ad információt arról, hogy az egyesével történő elemzés során problémával szembesültek volna. Tehát a kutatásban kizárólag a weboldalak elemzése alapján az alkalmazott online üzleti modellre sikerült következtetéseket levonni. (Nemeslaki et al 2008) Jelen elemzés csak és kizárólag manuális elemzést alkalmaz, melynek megbízhatósága nagyon magas.

A kutatás az Alexa Top 500 (Alexa 2012) adatbázis alapján történt. Ez az adatbázis tartalmazza a világ legnagyobb látogatottságú weboldalait napi frissülésben, mely jól mutatja az online gazdaságot. Az adatbázis a 2012. július 2-2012. július 31 közötti átlagos weboldal látogatottságot tartalmazta. Bár az adatbázis napról napra változik, a kutatási hipotézisek vizsgálata szempontjából nem releváns az, hogy pontosan melyik időszak adatai kerülnek vizsgálatra.

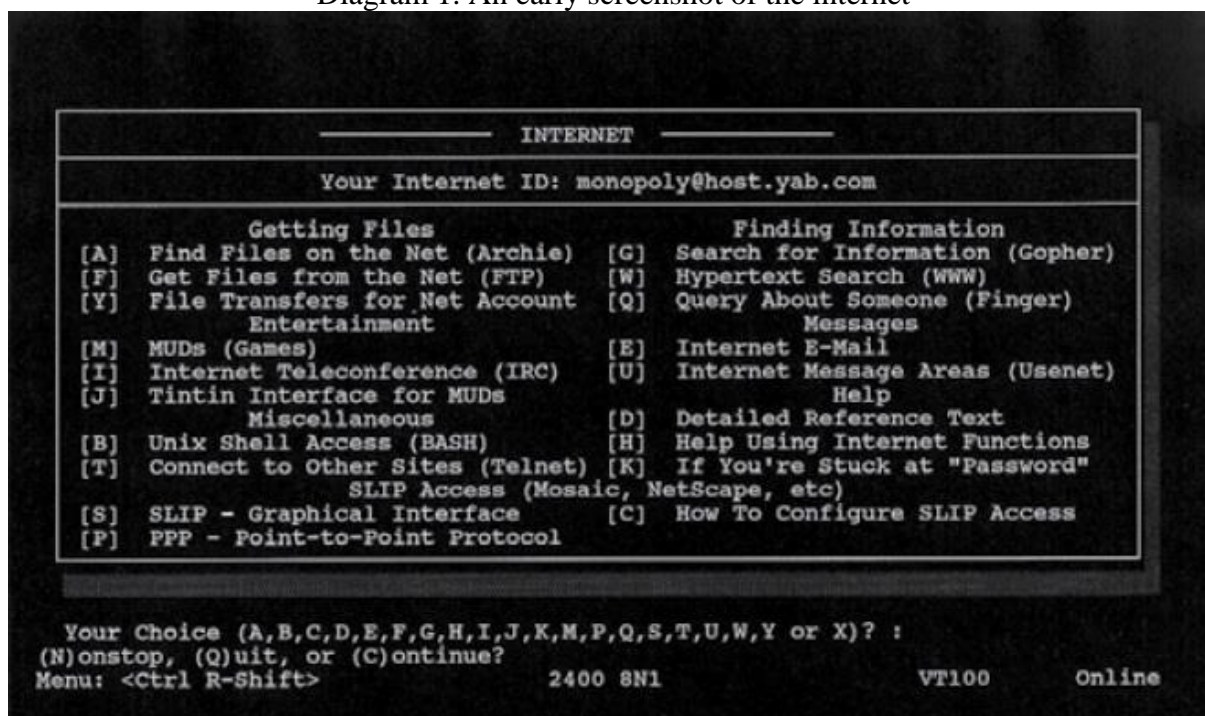
Az adatbázis nem tartalmaz adatokat a weboldalt üzemeltető cégről és országról. Ezek egyesével kerültek elemzésre. A mintából kizárásra kerültek a duplikált weboldalak. Az országok gazdasági teljesítményének mérésére általános elfogadott mutatószám a GDP, így jelen kutatásban is ez került használatra. A vonatkozó országos GDP és népességi adatok más forrásokból kerültek be a kutatásba, majd ezt követően korrelációelemzésekkel kerülnek a hipotézisek értékelésre.

### **3. Online vállalatok a kezdetekben**

1985 március 15-én regisztrálták be az első domain nevet, a symbolics.com-ot. Az első weboldalt 1991 augusztus 6-án a CERN-ben tette elérhetővé Tim Berners-Lee, aki 1989-ben tette meg az első javaslatát az internetet ma is alkotó információrendszer kialakítására. Tim-Berners-Lee 1994-ben létrehozta a W3 Consortiumot az internetes információrendszer szabályozására. (HVG 2013) Az azóta eltelt idő alatt az internet forradalmasította az üzleti folyamatokat és egyben megváltoztatta az emberek mindennapjait is. Ez idő alatt számos innovatív „dot-com” vállalat indult el új üzleti modellel. Új termékek és szolgáltatások jöttek létre, megváltoztak az emberek vásárlási szokásai és a vállalatok eladási csatornái. Az internet nem csak gazdasági növekedést eredményezett, de megváltoztatta a társadalmi kapcsolatokat is. (Atkinson et al 2010) 2011 decemberében már 2,2 milliárd internethasználó volt a világban, mely a teljes lakosság 32,7%-át tette ki (Internet World Stats 2012). A fejlődés hihetetlen gyorsasággal zajlott. 1995-ben még csak 18 ezer honlap volt a világon, 2010-ben pedig már 80 millió regisztrált .com domain létezett, mely havonta átlagosan 668 ezerrel bővült (Atkinson et al 2010).

Ahhoz, hogy a vállalatok új technológiákat vezessenek be, fontos, hogy a váltás könnyen megtörténjen. Az új technológiának a lehető legjobban kompatibilisnek kell lennie a régivel (Farrell-Saloner 1992). Bár az internetes megoldások bevezetése jelentős változást jelentett a cégek működésében, az internet protokolljai (TCP/IP, HTML, stb) és népszerű szoftverei a kompatibilitást úgy biztosítják, hogy eközben a fejlődési lehetőségek is megmaradnak. A korai honlapok ma ugyanúgy megtekinthetők a manapság használt internetböngészőkben, mint létrehozásukkor, az e-mail, mint kommunikációs megoldás változatlan évtizedek óta, csupán a megjelenítő szoftverek és a kiszolgáló hardverek fejlődtek tovább.

1. ábra. Az internet egy korai screenshotja  
Diagram 1. An early screenshot of the internet



(Atkinson et al 2010:3)

#### 4. Az internet, mint általános célú technológia

Az információtechnológia fejlődése javítja az információfeldolgozást és -terjesztést. Atkinson és szerzőtársai (2010) szerint az internet jelentőségét olyan történelmi áttöréseket okozó felfedezésekkel lehet összevetni, mint az olcsó acél, a telefon, a belső égésű motor vagy az elektromosság. Az ilyen általános célú technológiák (General Purpose Technologies, GPT) történelmileg nagyjából fél évszázadonként jelentek meg, megváltoztatva a gazdaságot, beleértve azt is, hogy az ipar mit termel, a termelést hogyan szervezik és menedzselik, hol termelnek és milyen tudás szükséges hozzá, az infrastruktúrát és a törvényeket is beleértve. A GPT iparágak nyers formában kis elterjedésben indulnak, majd elterjedtek a gazdaság egészében. Eközben a költségszintjük drasztikusan csökken, a teljesítményük pedig növekszik, iparágak és termékek szerves részévé válnak, a folyamatok, az üzleti modellek és a szervezetek innovációját vonják maguk után. (Atkinson et al 2010)

Az általános célú technológiákra jó példa az internet és az online gazdaság. A 2000-es évek elején az internet olyan új iparágakat teremtett, mint például az online aukciók és az online piacterek (Porter 2001). A vállalatok számára az internetnek van az egyik legnagyobb hatása az általános technológiák közül.

#### 5. Online vállalatok

Az online megoldások használatával a vállalatok számára lehetővé válik a „long tail” kihasználása. A tipikus hagyományos vállalkozások termékeit behatárolja keresletük, így a ritka, kevésbé használt termékeket nem értékesítik. Míg egy tipikus könyvesboltban 40.000-100.000 közötti könyv érhető el, az Amazon-on 2,3 millió könyv közül lehet válogatni. A Posters.com-on 3500 különböző poszter érhető el, a Ties.com-on 2500 nyakkendő közül lehet válogatni. A Netflix online DVD kölcsönzőből 65.000 különböző DVD kölcsönözhető, ezzel

szemben egy hagyományos kölcsönzőben körülbelül 3.000 film érhető el. A Rhapsody online zeneszolgáltató eladásainak 40%-a olyan zenéből származik, amelyek nem érhetőek el a hagyományos boltok kínálatában. (Atkinson-McKay 2007)

Az internet segítségével nagyobb piac érhető el, mint a fizikailag adott helyhez kötött vállalatoknál. A hagyományos vállalatok esetében általában telephelyei vonzáskörzetének lakossága szabja meg a keresleti korlátot. Még egy nagyvárosban működő vállalat számára sincs akkora elérhető piac, mint egy online vállalat számára. Például egy budapesti bolt célközönsége potenciálisan körülbelül 2 millió fő, míg egy online magyar bolté 4 millió fő körül van, mivel nagyságrendileg ennyien használják ma az internetet Magyarországon. Az egyes speciális szolgáltatásokkal ugyanez a helyzet. Terjedőben van az online oktatás illetve az egészségügy online megoldásokkal való támogatása. Ezekkel a megoldásokkal gazdaságosan elérhetővé válhat a rurális településeken lakó célközönség is.

Bármilyen termékről van szó, az online megoldások segítenek az egyénre szabott tömegtermelésben is, mely során a nagy sorozatban gyártott termékek személyre szabhatóak bizonyos korlátokon belül. Az egyénre szabott tömegtermelés a termék hatékony megkülönböztetése egy fogyasztó számára a termelési hálózat által engedett legnagyobb mértékben (Chase 2006). Kaplan és Haenlein (2006) alapján ez egy olyan értékteremtő stratégia, amely a vállalat és a fogyasztó kapcsolatán alapulva a gyártás és összeszerelés során hoz létre egyénre szabott terméket a tömeggyártású termékek árszínvonalán (Schmuck 2012). Az online megoldások javítják a vállalat és a fogyasztó kapcsolatát, könnyebbé teszik az igények felmérést, az információtechnológiai megoldások pedig csökkentik az átállási időket és költségeket. A Lands End vállalat számára online megadhatóak a ruhaméreteink, így személyre szabott ruhát rendelhetünk tőle. A Nike lehetővé teszi a cipők egyénre szabását, a Quantum Cycles pedig egyéni méretre szabott kerékpárokat gyárt. (Atkinson-McKay 2007) Ez a módszer a szolgáltatásokra is könnyen kiterjeszthető, így például a magyar Smart-kártya tulajdonosok személyre szabott ajánlatokat kaphatnak a Shelltől és partnereitől.

Az online gazdaság a pénzpiacokra is hatással van. A részvények kereskedése nagyrészt áttevődött online felületeken keresztül kereskedésre a hagyományos brókeren keresztül kereskedés helyett. Ez a szolgáltatás Japánban akkora üzleti sikerré vált, hogy az online brókereknél 1999-ben vezetett közel 300.000 tőzsdeszámlából 2006-ra 7,9 millió lett, mely ekkor már a részvénykereskedelem negyedét adta az országban (Fackler 2006).

Nem csupán a profitorientált szektor, hanem közzsféra is jól hasznosíthatja az online szolgáltatásokat, olyan szolgáltatásokat kínálva, amelyeket alacsony költséggel lehet online nyújtani. Önkormányzatoknál ilyen tipikus szolgáltatások a gyakran feltett kérdések online tára vagy az egyes okmányirodai ügyek online ügyintézés. Ezekre a szervezetekre nem lehet azt mondani, hogy online működnek, tevékenységüket csupán segítik az online eszközökkel. (Schmuck 2011)

Az információtechnológiai vállalatoknak csak egy részét adó online vállalatok közvetlenül is hozzájárulnak a gazdasági teljesítményhez, egyes statisztikák szerint az USA GDP-jének 2%-át ezen cégek adják (Deighton-Quelch 2009). Bár a különböző becslések különböző eredményeket adnak, egy kutatás rávilágít, hogy már a 2000-es évek közepén is 1,25 milliárd amerikai dollár megtakarítást eredményezett a világgazdaság számára csupán az elektronikus kereskedelem használata, amely akkor körülbelül összességében 4,9 milliárd dollárt tett ki. Ez nagyjából 25%-os megtakarítást jelent a hagyományos kereskedelem használatához képest (Dess-Lumpkin 2004). Egy Nagy Britanniában készült felmérés szerint az e-beszerzés és e-értékesítés együttes használata növeli a termelékenységet (Crisuolo-Waldron 2003). Ezek alapján kijelenthető, hogy az elektronikus kereskedelem használatával csökkenthetőek a költségek. Ez magával hozza a fogyasztói szokások változását is, ma már csupán az autóbérlések 25%-a, a hoteléjszakák 30%-a, a repülőjegyek 50%-a kerül értékesítésre a hagyományos utazási irodákon keresztül (Atkinson et al 2010).

Az online gazdaság mértéke csak becsülhető, mivel számos része nem vagy csak nehezen mérhető. Így például nem lehet megállapítani, hogy a gyors és egyszerű online keresések mennyivel járulnak hozzá a gazdasági mutatókhoz. Az Alexa Top 500 adatbázis jó lehetőséget ad az online gazdaság elemzéséhez. Segítségével elemezhetővé válik a világ 500 legnagyobb látogatottságú weboldala és az adatbázis manuális kibővítésével más tényezők is bevonhatóak az elemzésbe, mint pl. a weboldalakat üzemeltető vállalatok nemzetisége.

## 6. Kutatási eredmények

A kutatás során az Alexa Top 500 adatbázisban szereplő weboldalak nemzetisége beazonosításra került. A mintában szereplő – duplikációktól megtisztított – 419 db weboldal közül 410 db nemzetisége került meghatározásra. Ezt a besorolást mutatja a mellékletben található 1. táblázat, melyen jól látható, hogy 48 különböző ország weboldalait tartalmazza az adatbázis. A vonatkozó GDP, valamint népességadatok felhasználásával korreláció elemzés során került meghatározásra a weboldalak száma és a GDP valamint a weboldalak száma és a népesség közti összefüggés. Ennek eredménye alapján kijelenthető, hogy a weboldalak száma és a GDP közötti korreláció (0,93) rendkívül szoros, a weboldalak száma és a népesség közötti korreláció pedig laza (0,39).

A korrelációs együttható alapján nem különböztethető meg az ok az okozattól. Ahogy a kutatás korábbi szakaszában bemutatásra került, az online gazdaság a GDP relatíve kis részét adja, így emiatt önmagában nem lehet magas a GDP értéke. Tehát a sok weboldal önmagában bár hozzájárul, de nem okozhatja a GDP magas értékét. Ezt továbbá alátámasztja az is, hogy a GDP értéke lassan változik, a világgazdaság sorrendje pedig az online gazdaság térnyerését követően nem változott meg lényegesen. Ez alapján kijelenthető, hogy az ok a GDP, az okozat pedig a weboldalak száma. Tehát a magas GDP-vel rendelkező országok várhatóan több weboldallal is rendelkeznek.

A népesség és a weboldalak száma közötti korreláció laza. Tekintettel arra, hogy az online gazdaság térnyerése óta eltelt időben a világ népességének arányai nem változtak jelentős mértékben, a weboldalak magas száma nem okozhatja a népesség változását. Ez alapján a népességszám befolyásolja a weboldalak számát. Mindazonáltal a két tényező közötti gyenge kapcsolat, és az előzőekben ismertetett erős korrelációs együttható alapján kijelenthető, hogy a népesség csak alacsony mértékben befolyásolja a weboldalak számát.

Az elvégzett elemzés alapján a H1 és a H2 hipotézis egyaránt elfogadásra kerül:

*H1. Egy országban üzemeltetett weboldalak száma függ az ország gazdasági teljesítményétől.*

*H2. Egy országban üzemeltetett weboldalak száma függ az ország népességétől.*

## 7. Összefoglalás

A kutatás arra kereste a választ, hogy az online gazdaság ereje - mely jól jellemezhető a weboldalak számával – összefüggésben áll-e az ország gazdasági teljesítőképességével vagy népességével. Ezek alapján két hipotézis került megfogalmazásra. Az Alexa Top 500 adatbázis manuális elemzése valamint a világ országainak GDP és népesség adatai alapján az online globális gazdaság bemutatását követően korrelációelemzések kerültek elvégzésre. A kutatás arra kereste választ, hogy a mintában az egyes országokból származó vállalatok számossága összefüggésben van-e az ország GDP-jével vagy népességével. A felállított két hipotézis tesztelését követően a két hipotézis elfogadásra került. Az egy országban üzemeltetett weboldalak száma függ az ország gazdasági teljesítményétől és az ország népességétől.

Az online gazdaságot erőteljesen dominálja az Amerikai Egyesült Államok és Kína. Az eredmények megmutatják, hogy az online gazdaság erős kapcsolatban áll a hagyományos „offline” gazdasággal. Ahol a gazdaság erősebb, az online gazdaság hasonlóan erősen fejlődik.

Ennek okainak vizsgálata nem célja jelen kutatásnak. A kutatás eredményei arra engednek következtetni, hogy a kevésbé fejlett országok jelentős hátrányban vannak az online gazdaságuk fejlesztését illető lehetőségek terén. Mivel a mintában található vállalatok száma és a GDP között erős a korreláció (0,928), kijelenthető, hogy egy ország online gazdasága annak hagyományos gazdaságán alapszik, a népesség – melynél a korreláció 0,39 – kevésbé jelentős, azonban szintén befolyásoló tényező.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Alexa. (2012): Alexa Top 500. <http://www.alexacom.com>, accessed 1<sup>st</sup> August 2012.
- Atkinson, R. D.; McKay, A. S. (2007): Digital Prosperity. Understanding the Economic Benefits of the Information Technology Revolution. The Information Technology & Innovation Foundation (ITIF)
- Atkinson, R. D.; Ezell, S. J.; Andes, S. M.; Castro, D. D.; Bennett, R. (2010): The Internet Economy 25 Years after .com. Transforming Commerce & Life. The Information Technology & Innovation Foundation
- Chase, R. B.; Jacobs, F. R.; Aquilano, N. J. (2006): Operations Management for Competitive Advantage. 11th Edition. McGraw-Hill/Irwin, New York.
- CIA. (2013): The World Factbook: Gibraltar. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gi.html>, letöltve 2013. február
- Criscuolo, C.; Waldron, K. (2003): E-commerce and Productivity. Economic Trends 600, U.K. Office of National Statistics, November 2003, p. 52-57
- Deighton, J.; Quelch, J. (2009): Economic Value of the Advertising-Supported Internet Ecosystem. Hamilton Consulting, <http://www.iab.net/media/file/Economic-Value-Report.pdf>
- Dess G. G.; Lumpkin, G. T.; (2004): E-Business Strategies and Internet Business Models: How the Internet Adds Value, *Organizational Dynamics*, May 2004, Vol. 33 Issue 2.
- Fackler, M. (2006). In Japan, Day-Trading Like It's 1999. *New York Times*, [http://www.nytimes.com/2006/02/19/business/yourmoney/19day.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2006/02/19/business/yourmoney/19day.html?_r=1).
- Farrell, J; Saloner, G. (1992). Converters, Compatibility, and the Control of Interfaces. *Journal of Industrial Economics* (40:1), March 1992, p. 9-35.
- Geoba. (2013). The World: Population (2013) - Top 100+. <http://www.geoba.se/population.php?pc=world&type=028&page=3>, letöltve 2013. május 22.
- Internet World Stats (2012). Internet Usage Statistics for the Americas. Miniwatts Marketing Group. [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- Kaplan, A.M; Haenlein, M (2006). Toward a Parsimonious Definition of Traditional and Electronic Mass Customization. *Journal of Product Innovation Management* 23(2), p. 168-182.
- Nemeslaki András; Urbán Zsolt; Trestyén Andrea (2008). Alapvető e-business modellek működése és magyarországi elterjedtségük. *Vezetéstudomány* 39(12) 4-15. o., 2008. december
- Porter, M. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 2001 március
- Schmuck, R. (2011). Online Services of Municipal Websites. Human Resources - The Main Factor of Regional Development, Region Formation and Development Studies, *Journal of Sciences*, No 5. Klaipėda, Lithuania, ISSN 2029-5103, p. 228-235
- Schmuck, R. (2012). A sikeres vállalat kulcsa: stratégiák a termelémenedzsmentben. *E-conom*, Nyugat-Magyarországi Egyetem, 1(1).
- Trading Economics. (2013). Cayman Islands GDP. <http://www.tradingeconomics.com/cayman-islands/gdp>, accessed February 2013.
- [18] United Nations (2009). World Statistics Pocketbook. United Nations, Economic & Social Affairs, USA, ISBN-13 978-92-1-161535-7.
- Weill, Peter; Malone, Thomas W.; Apel, Thomas G. (2011). The Business Models Investors Prefer. MIT Sloan Management Review 52(4) 16-20. o., 2011 nyár
- World Bank. (2013/1). GDP (current US\$). <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>, letöltve: 2013 február
- World Bank. (2013/2). Population, Total. <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>, letöltve: 2013. február

## MELLÉKLET

1. táblázat. Weboldalak nemzetisége az Alexa Top 500 adatbázisban

Table 1. Nationality of websites in the Alexa Top 500 database

	<b>Darabszám</b>	<b>GDP (US\$, 2011)</b>	<b>Népesség (fő, 2011)</b>	<b>GDP/fő (US\$, 2011)</b>
Ausztrália	2	1 379 382 221 955	22 620 600	60 979
Bahamák	1	7 787 514 000	347 176	22 431
Belgium	1	513 661 111 111	11 008 000	46 663
Brazília	6	2 476 652 189 880	196 655 014	12 594
Brit Virgin-szigetek	1	853 000 000	31 912	26 730
Bulgária	1	53 514 380 731	7 476 000	7 158
Ciprus	4	24 689 602 446	1 116 564	22 112
Costa Rica	1	40 869 768 515	4 726 575	8 647
Csehország	2	217 026 553 672	10 546 000	20 579
Dél-Afrika	1	408 236 752 340	50 586 757	8 070
Dél-Korea	2	1 116 247 397 319	49 779 000	22 424
Egyesült Arab Emírségek	1	360 245 074 960	7 890 924	45 653
Egyesült Királyság	12	2 445 408 064 516	62 641 000	39 038
Egyiptom	1	229 530 568 260	82 536 770	2 781
Észtország	1	22 154 722 222	1 340 000	16 533
Franciaország	9	2 773 032 125 000	65 436 552	42 377
Fülöp-szigetek	1	224 753 579 833	94 852 030	2 370
Gibraltár	1	1 106 000 000	29 111	37 993
Holland Antillák	2	3 810 000 000	175 653	21 690
Hollandia	4	836 073 611 111	16 696 000	50 076
Hong Kong	4	248 611 896 197	7 071 600	35 156
India	9	1 847 976 748 681	1 241 491 960	1 489
Indonézia	2	846 832 282 925	242 325 638	3 495
Irán	3	331 014 973 186	74 798 599	4 425
Írország	2	217 274 951 267	4 487 000	48 423
Izrael	4	242 928 731 135	7 765 700	31 282
Japán	11	5 867 154 491 918	127 817 277	45 903
Kanada	7	1 736 050 505 051	34 482 779	50 345
Kaymán-szigetek	4	3 080 000 000	56 729	54 293
Kína	70	7 318 499 269 769	1 344 130 000	5 445
Lengyelország	5	514 496 456 773	38 216 000	13 463
Luxemburg	1	59 200 833 333	517 000	114 508
Magyarország	1	140 029 344 474	9 971 000	14 044

Németország	15	3 600 833 333 333	81 726 000	44 060
Norvégia	1	485 803 392 857	4 952 000	98 102
Olaszország	6	2 193 971 063 086	60 770 000	36 103
Oroszország	10	1 857 769 676 144	141 930 000	13 089
Portugália	2	237 373 611 111	10 637 000	22 316
Románia	1	179 793 512 340	21 390 000	8 405
Seychelles	4	1 007 186 292	86 000	11 711
Spanyolország	4	1 476 881 944 444	46 235 000	31 943
Svájc	1	659 307 920 845	7 907 000	83 383
Svédország	2	539 681 664 099	9 453 000	57 091
Szerbia	1	45 819 561 019	7 261 000	6 310
Törökország	2	774 983 417 981	73 639 596	10 524
Uruguay	1	46 709 797 684	3 368 595	13 866
USA	182	14 991 300 000 000	311 591 917	48 112
Vietnám	1	123 600 141 396	87 840 000	1 407

(World Bank 2013/1, World Bank 2013/2; kivéve: Brit Virgin-szigetek: GDP 2004, népesség 2013 (becsült), forrás: Geoba 2013; Gibraltár: GDP 2006, népesség 2013, forrás: CIA 2013; Holland Antillák: GDP 2008, forrás: United Nations 2009:139; Irán: GDP 2009, forrás: World Bank 2013/1; Kaymán-szigetek: GDP 2009, forrás: Trading Economics 2013)