



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2013 ГОДИНА

През януари 2013 г. общият показател на доверие на потребителите нараства с 2.3 пункта спрямо равнището си от октомври 2012 г. (фиг. 1 от приложението), което се дължи на повишеното потребителско доверие сред градското население. При населението в селата равнището на показателя остава без промяна.

Общата оценка на потребителите както от градовете, така и от селата за настоящото развитие на икономическата ситуация в страната се подобрява (повишение на балансовите показатели съответно с 2.1 и 1.4 пункта) (фиг. 2 от приложението). По отношение на очакванията им за икономическата ситуация в страната през следващите дванадесет месеца подобрене се наблюдава при градското население - с 4.7 пункта, докато при селското анкетата отчита намаление с 0.4 пункта (фиг. 3 от приложението). По-благоприятни в сравнение с октомври 2012 г. са оценките и очакванията на потребителите относно промените във финансовото състояние на техните домакинства (фиг. 4 от приложението).

Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо в сравнение с оценките, регистрирани от предходната анкета (фиг. 5 от приложението), като същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени. По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към запазване или незначително намаление (фиг. 6 от приложението).

Настоящата икономическа ситуация в страната продължава да се оценява от по-голямата част от потребителите като неблагоприятна за спестяване (фиг. 7 от приложението), но очакванията им са за известно подобрене на икономическите условия за спестяване през следващите дванадесет месеца.

Последната анкета отчита влошаване на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹ (фиг. 8 от приложението), като и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца са по-резервирани. Негативна е нагласата им и по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола“ и за „покупка или построяване на жилище (вила)“ през следващите дванадесет месеца.

¹ При коментара на отговорите относно покупките (разходите) трябва да се има предвид, че въпросите се задават тримесечно, макар че тези покупки (разходи) се извършват от потребителите през по-голям период от време. Ето защо е нормално преобладаващите стойности на балансите на мненията да са трайно разположени в отрицателната зона на графиките, но значение за икономическия анализ има посоката на движение на балансите на мненията като индикатори за положителна или отрицателна промяна.



Методологични бележки

Изследването е част от хармонизираната програма на Европейския съюз за наблюдения на бизнес тенденциите и наблюдение на потребителите и е представително за населението на 16 и повече години.

Обект на изследването са лицата на 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнездови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (153 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани с финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, инфлацията, безработицата, спестяванията, намеренията за извършване на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба и покупка на жилище или кола. Предлаганите варианти на отговор създават възможност за степенуването им от оптимистични през неутрални към песимистични. Балансът на мненията се получава като разлика между относителните дялове на положителните и относителните дялове на негативните мнения със следната особеност: на силно положителното и силно негативното мнение се дава коефициент 1, а на по-умерено положителните и по-умерено негативните мнения - коефициент 0.5.

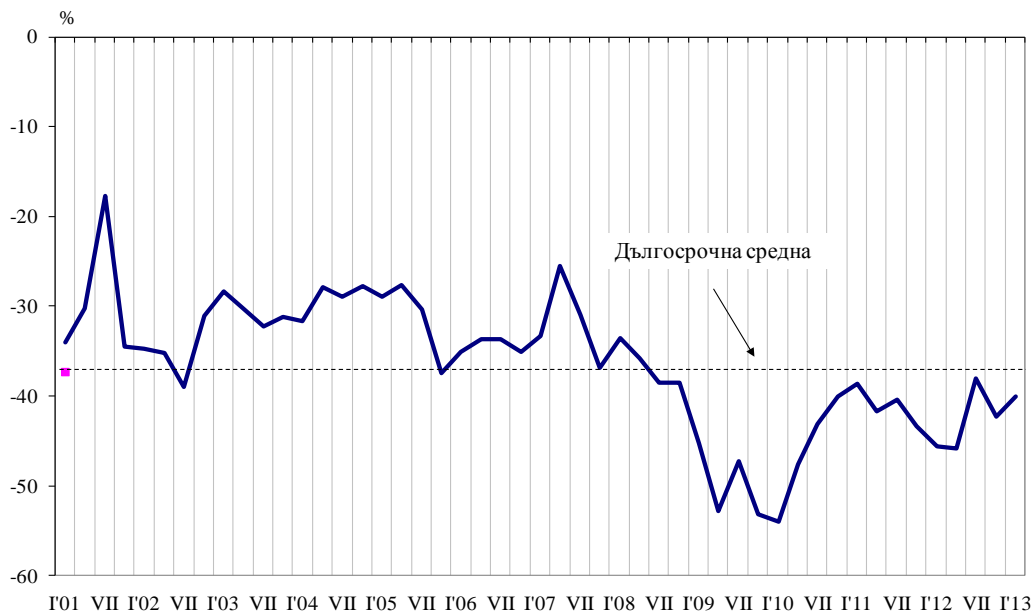
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в „нивото на доверие” на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

Показателят на доверие на потребителите е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема с обратен знак.

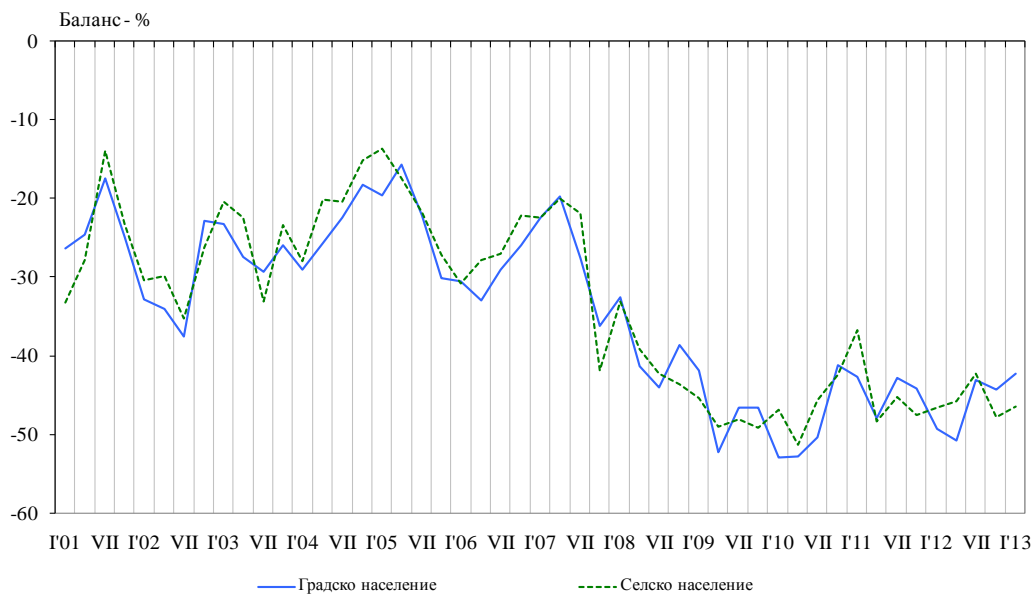


Приложение

Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите

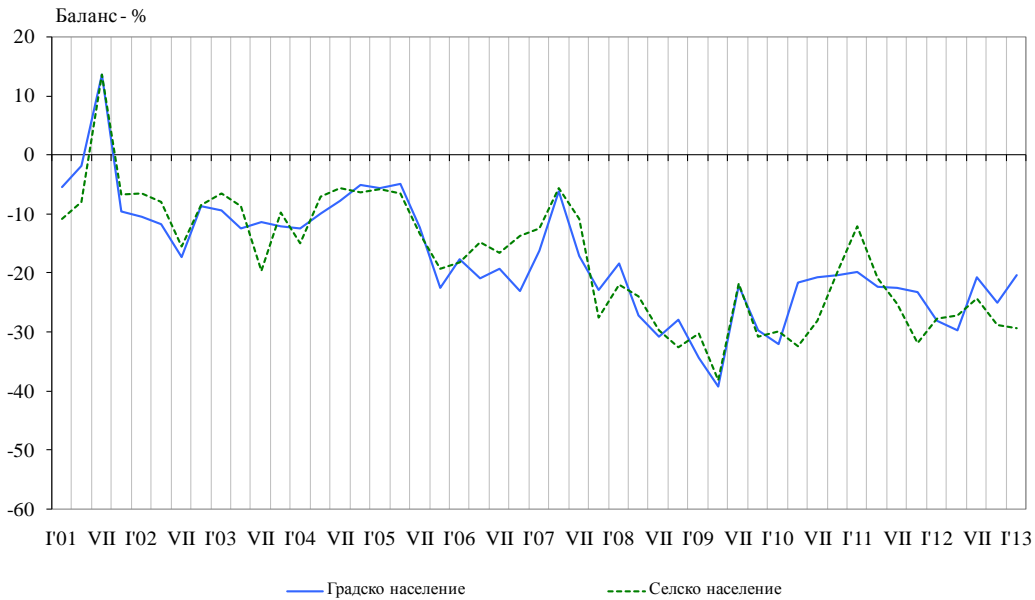


Фиг. 2. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца

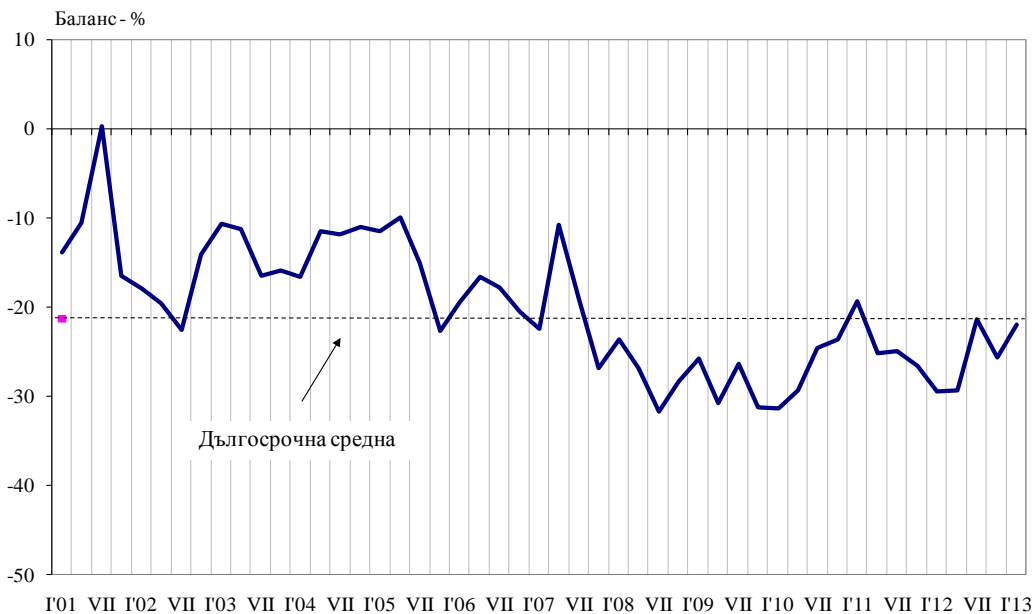




Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца



Фиг. 4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца

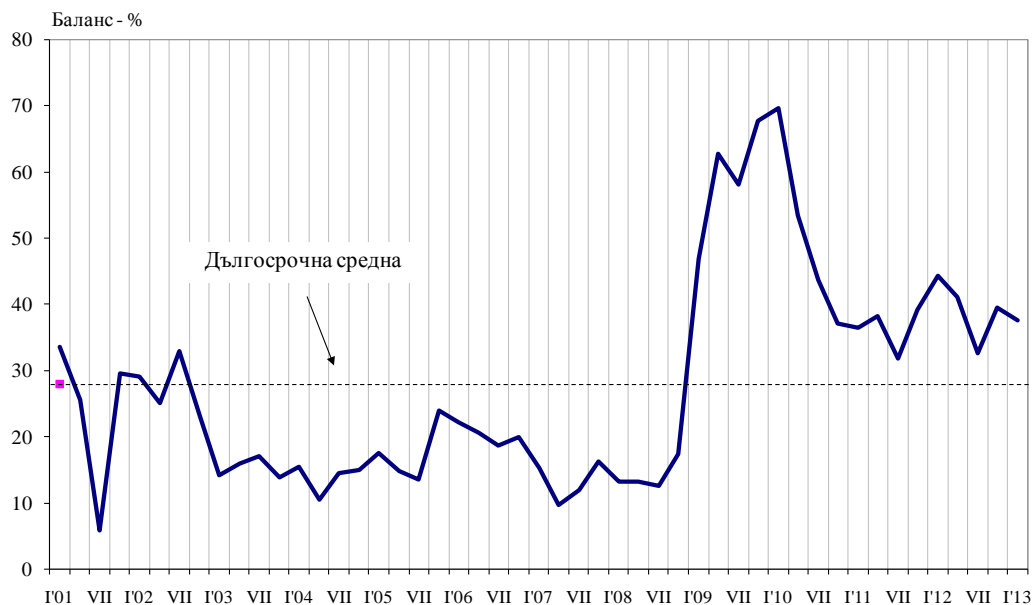




Фиг. 5. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца

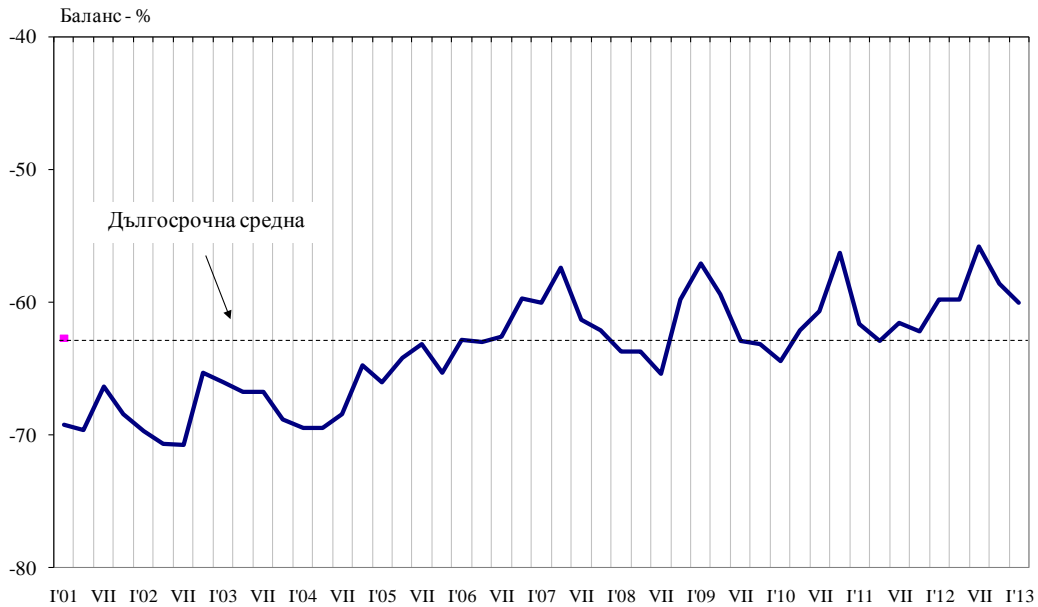


Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца





Фиг. 7. Оценка на спестяванията предвид общата икономическа ситуация



Фиг. 8. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация

