



## НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2011 ГОДИНА

През януари 2011 г. общият показател на доверие на потребителите се повишава с 1.5 пункта спрямо равнището си през октомври м.г. (фиг. 1) и е само с 3.3 пункта под средната си стойност за последните десет години. Това подобрение за последните три месеца се дължи на повишаването на потребителското доверие сред населението в селата. При градското население равнището на показателя не се променя.

Общата оценка на потребителите за настоящото развитие на икономическата ситуация в страната се подобрява за населението в селата (повишение на балансовия показател с 5.7 пункта) (фиг. 2), а при населението в градовете анкетата отчита спад от 1.5 пункта. По отношение на очакванията за икономическата ситуация в страната през следващите дванадесет месеца подобрението е едва забележимо за градското население - с 0.5 пункта, и е по-съществено за населението в селата - със 7.4 пункта (фиг. 3).

Според оценките на потребителите във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца няма положителна промяна, но в очакванията за следващите дванадесет месеца анкетата отчита благоприятна тенденция на намаление на песимистичните очаквания за финансите на домакинствата и покачване на балансовия показател. През януари 2011 г. той доближава дългосрочната си средна стойност, като не я достига само с 0.2 пункта (фиг. 4).

Настоящата икономическа ситуация в страната продължава да се оценява от по-голямата част от потребителите като неблагоприятна за спестяване, а и очакванията са икономическите условия за спестяване да се влошат през следващите дванадесет месеца.

Потребителите считат, че и през последните дванадесет месеца потребителските цени са продължили да се повишават (балансиовият показател се покачва със 7.3 пункта) (фиг. 5). Инфлационните очаквания се запазват и за следващите дванадесет месеца (увеличение на балансовия показател с 5.1 пункта) (фиг. 6). По отношение на безработицата преобладаващи са предвижданията, че ще има съкращаване на персонал и през следващите дванадесет месеца, но с умерено темпо (фиг. 7).

Последната анкета отчита влошаване на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба<sup>1</sup> (фиг. 8), съответно и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца са по-резервирани. Потребителите продължават да регистрират отрицателната си нагласа и по отношение на извършването на разходи за „подобрения в дома” през следващите дванадесет месеца. По отношение на „покупката на кола” през следващите дванадесет месеца последните анкети отчитат тенденция на покачване на този балансов показател (фиг. 9).

<sup>1</sup> 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.

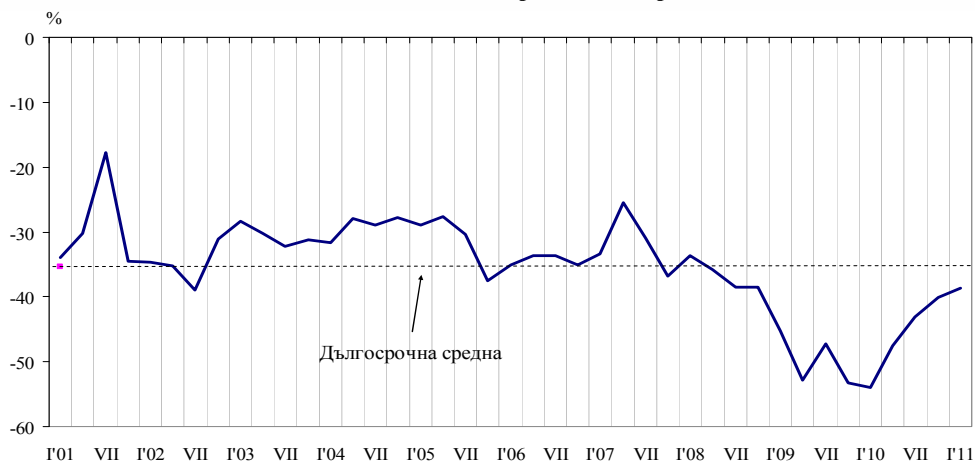
Обект на изследването са лицата на 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнеzdови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (153 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани 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.

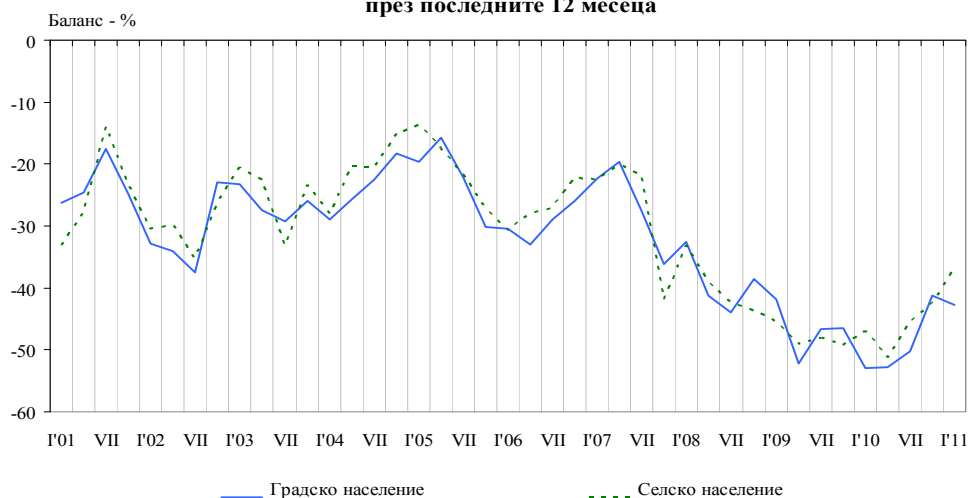
**Показателят на доверие на потребителите** е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема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



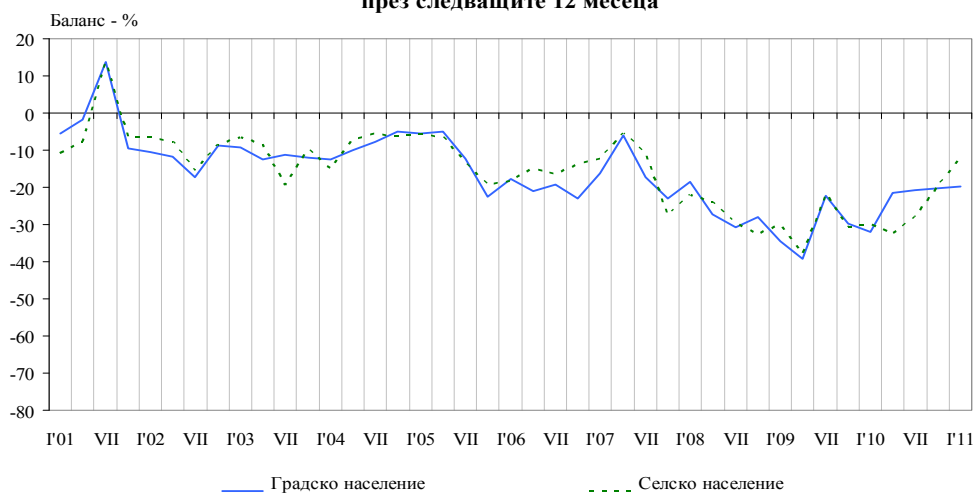
**Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите**



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

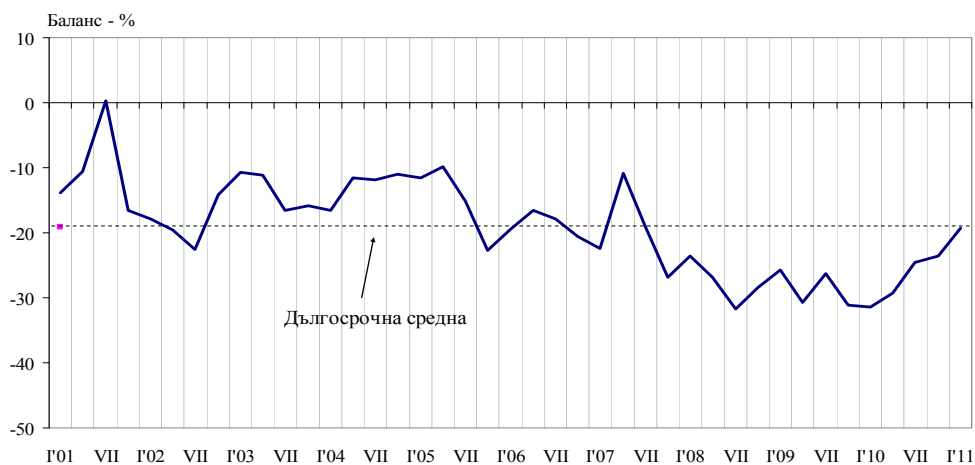


**Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца**

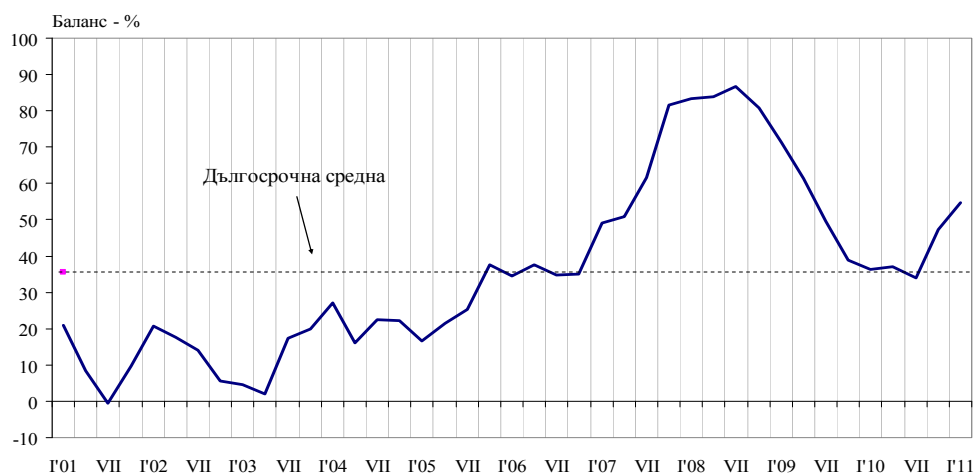




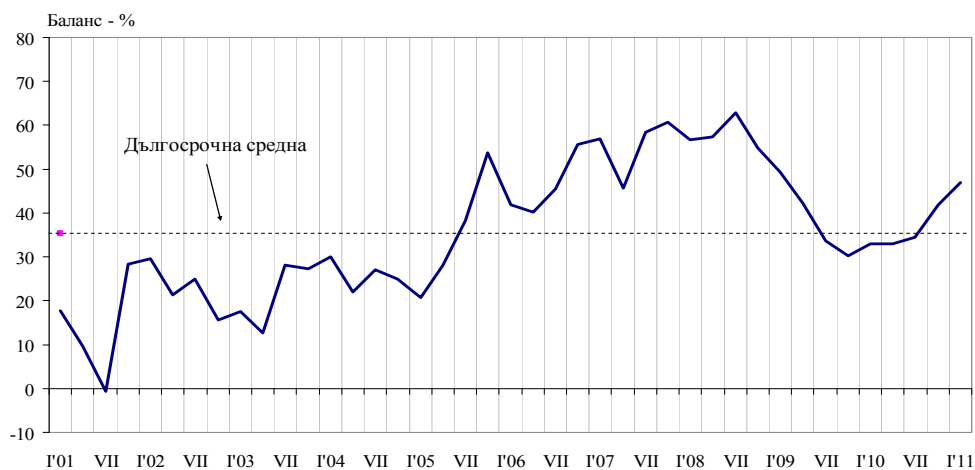
**Фиг. 4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца**



**Фиг. 5. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца**

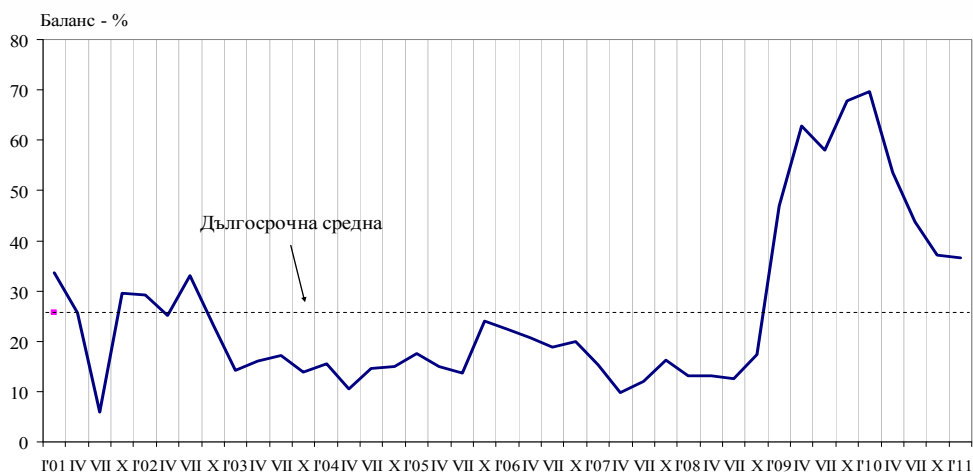


**Фиг. 6. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца**

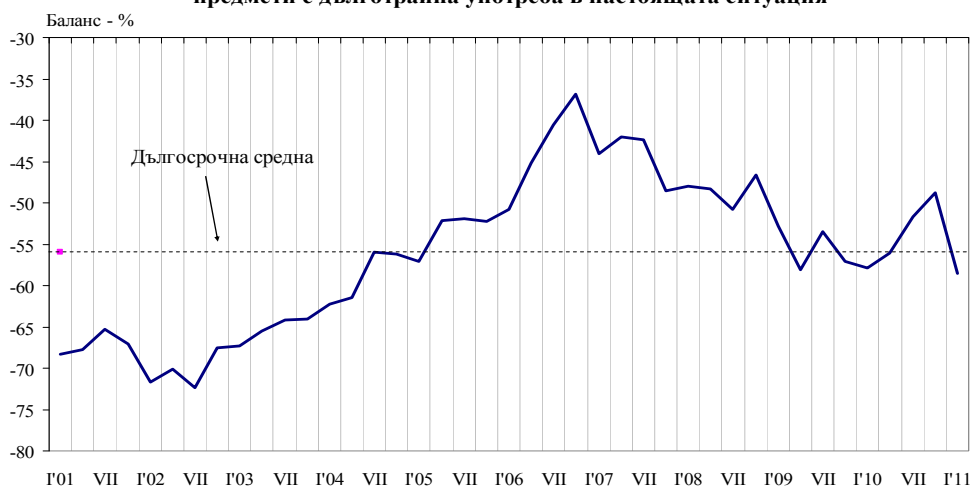




**Фиг. 7. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца**



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



**Фиг. 9. Очаквания за покупка на кола през следващите 12 месеца**

