



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2015 ГОДИНА

През януари 2015 г. общият показател на доверие на потребителите нараства с 4.8 пункта спрямо равнището си от октомври 2014 г. (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 4.0 пункта, а при населението в селата - 7.3 пункта.

Мненията на потребителите за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (фиг. 2 от приложението), както и очакванията им за следващите дванадесет месеца (фиг. 3 от приложението), са по-малко негативни спрямо предходното наблюдение.

В сравнение с октомври 2014 г. се наблюдава и намаление на песимизма в оценките на потребителите за настъпилите промени във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца и в очакванията им за следващите дванадесет месеца (фиг. 4 от приложението).

Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо (фиг. 5 от приложението). Същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-умерени в сравнение с мненията, изразени три месеца по-рано (фиг. 6 от приложението).

По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца очакванията се изместват към запазване или незначително намаление (фиг. 7 от приложението).

Последната анкета отчита леко подобрене (от 3.3 пункта) на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹ (фиг. 8 от приложението). Малко по-позитивна е и нагласата им по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола“ 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, гнеzdови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (154 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.

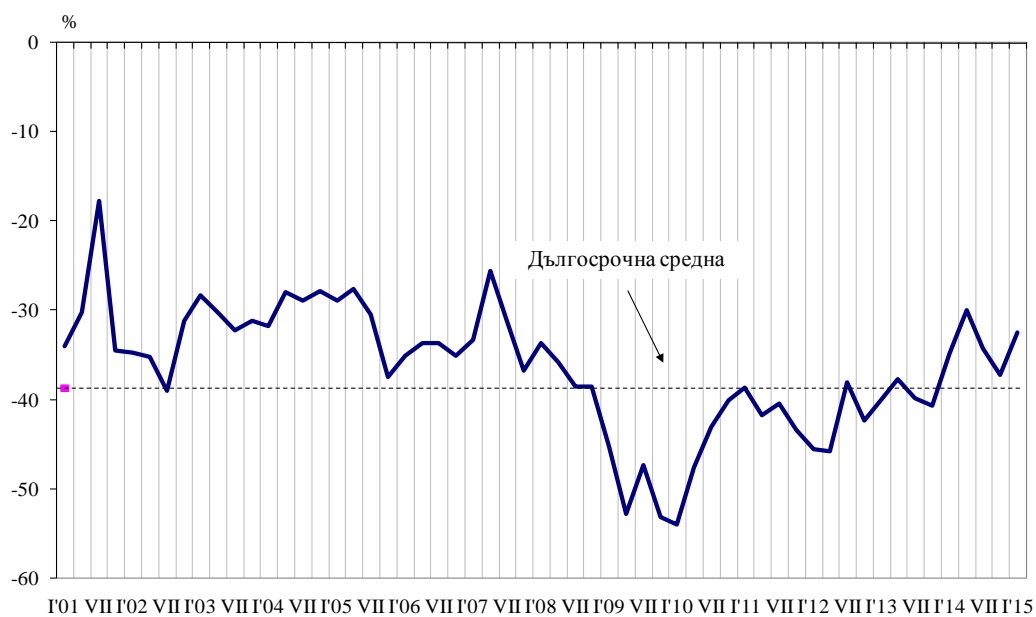
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в „нивото на доверие” на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

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.

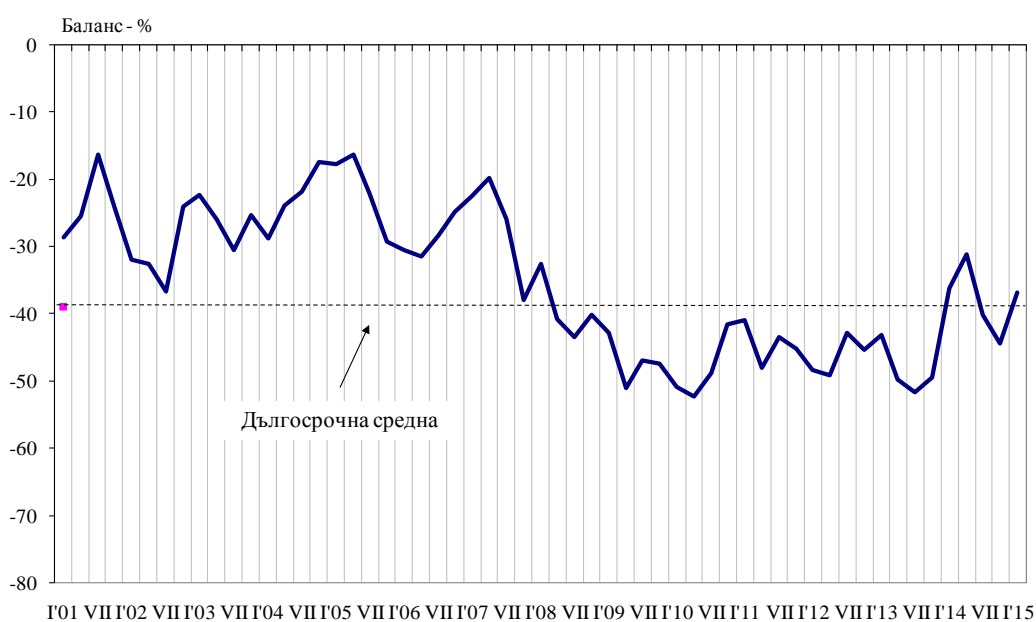


Приложение

Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите

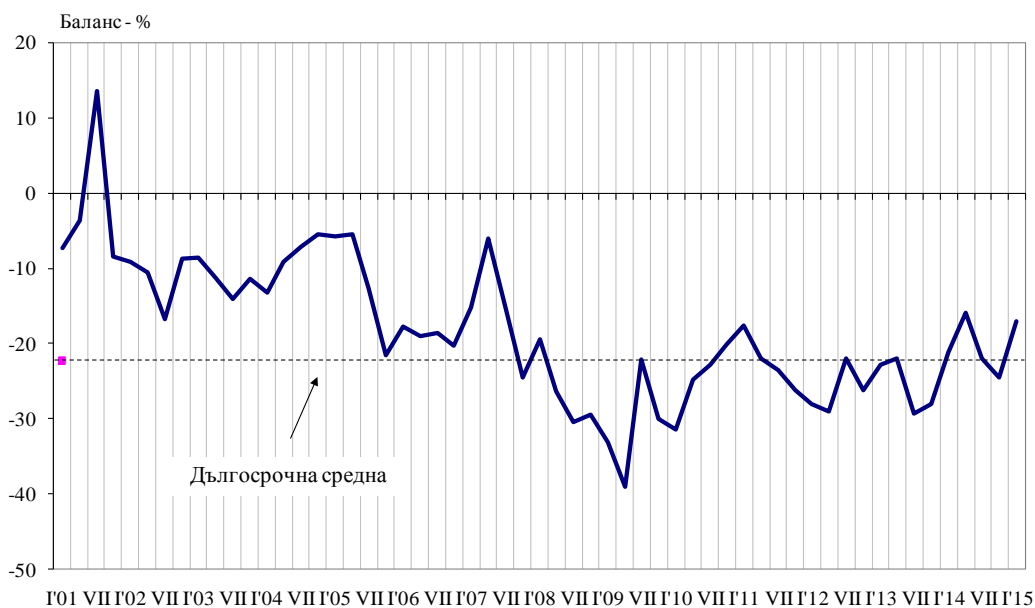


Фиг. 2. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца

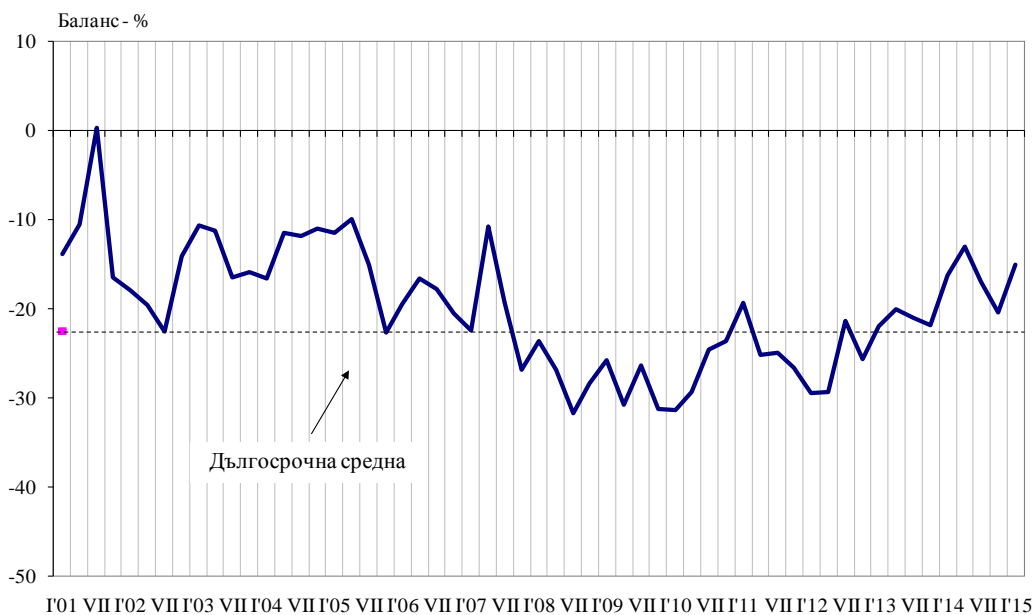




Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца

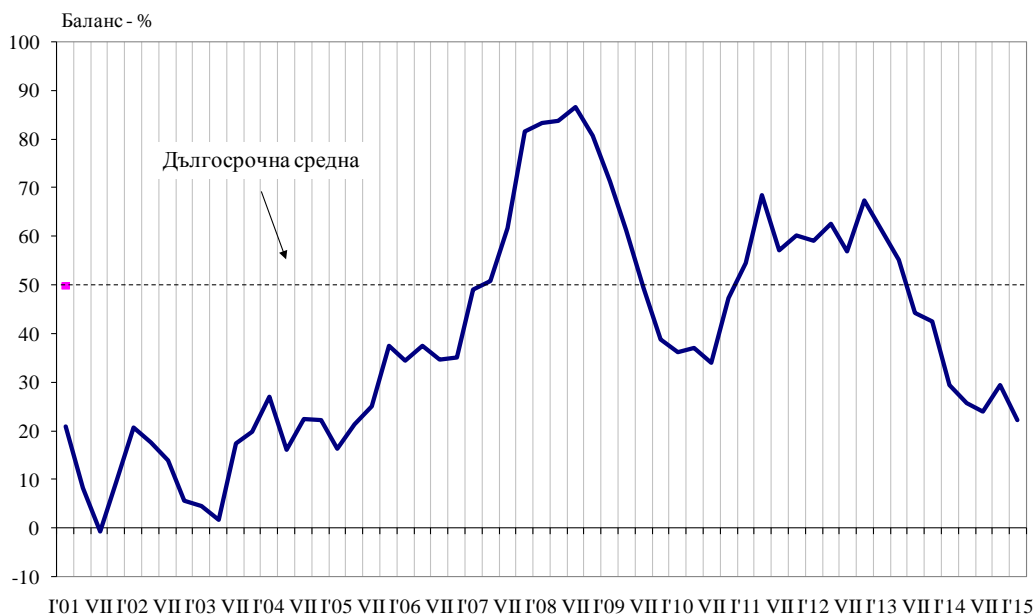


Фиг. 4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца

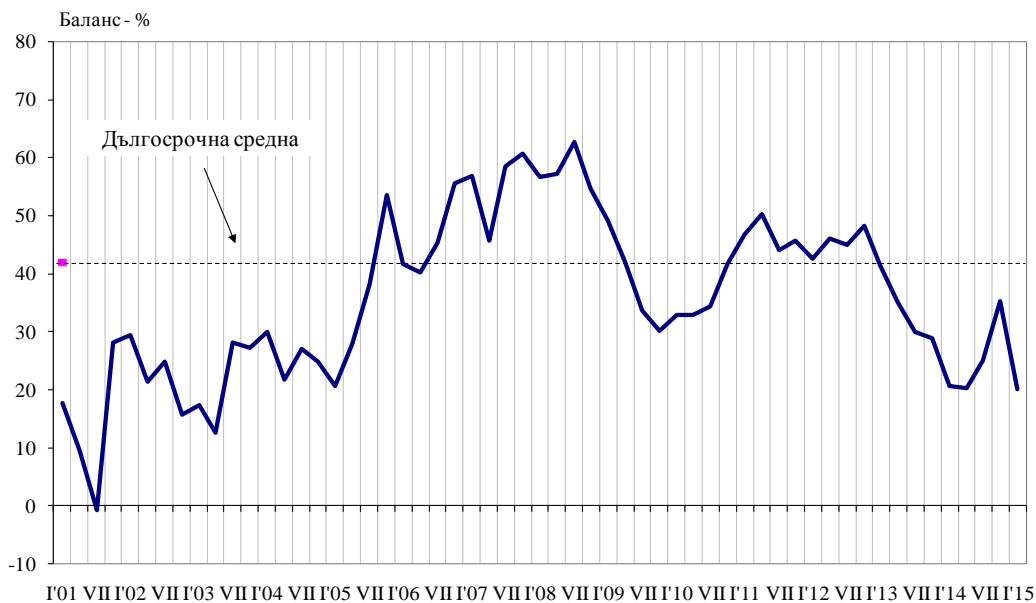




Фиг. 5. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца

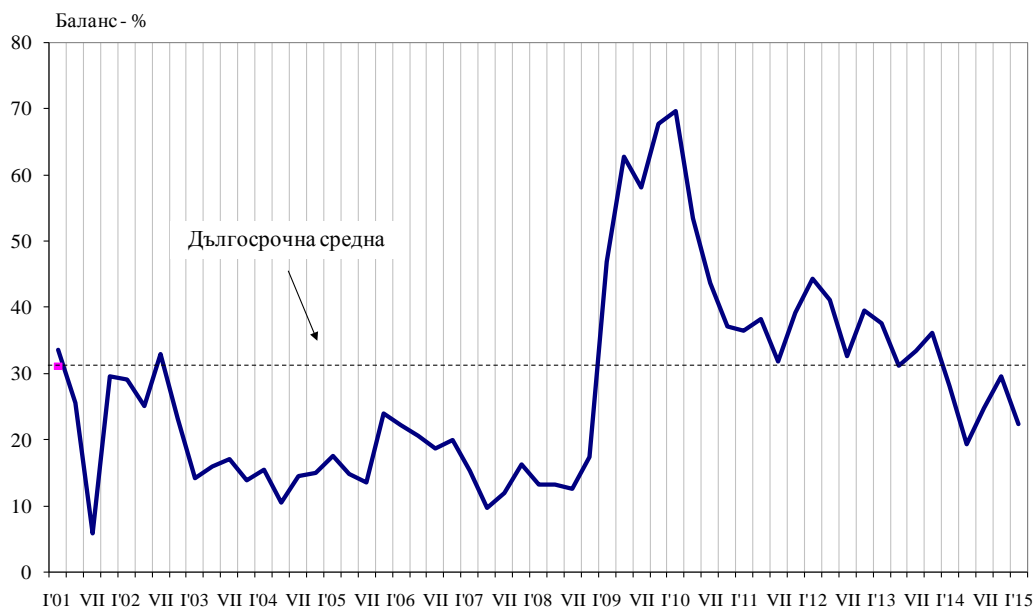


Фиг. 6. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца





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

