



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ОКТОМВРИ 2015 ГОДИНА

През октомври 2015 г. общият показател на доверие на потребителите запазва равнището си от юли (фиг. 1 от приложението).

Според оценките на потребителите има известна положителна промяна във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца (фиг. 2 от приложението). Очакванията на живеещите в селата са тя да продължи и през следващите дванадесет месеца за разлика от населението в градовете, което е малко по-песимистично настроено в сравнение с три месеца по-рано (фиг. 3 от приложението).

Общата оценка за бюджета на домакинствата се повишава с 1.1 пункта спрямо юли, като подобряването на семейните финанси в сравнение с три месеца назад в по-голяма степен засяга градското население (2.7 пункта увеличение на балансовия показател).

Мненията на потребителите относно развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (фиг. 4 от приложението), както и очакванията им за следващите дванадесет месеца (фиг. 5 от приложението), са по-малко негативни спрямо предходното наблюдение, в резултат на което балансовите показатели се увеличават съответно с 3.1 и 2.5 пункта.

Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо (фиг. 6 от приложението), като инфлационните им очаквания се запазват и за следващите дванадесет месеца. По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца преобладават предвижданията, че тя ще продължи да се увеличава (фиг. 7 от приложението).

През октомври се наблюдава леко влошаване на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹. Потребителите продължават да регистрират отрицателната си нагласа и за извършването на разходи за „покупка или построяване на жилище (вила)” през следващите дванадесет месеца. Същевременно обаче по отношение на „покупката на кола” през следващите дванадесет месеца последните анкети отчитат тенденция на покачване на този балансов показател (фиг. 8 от приложението).

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 (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.

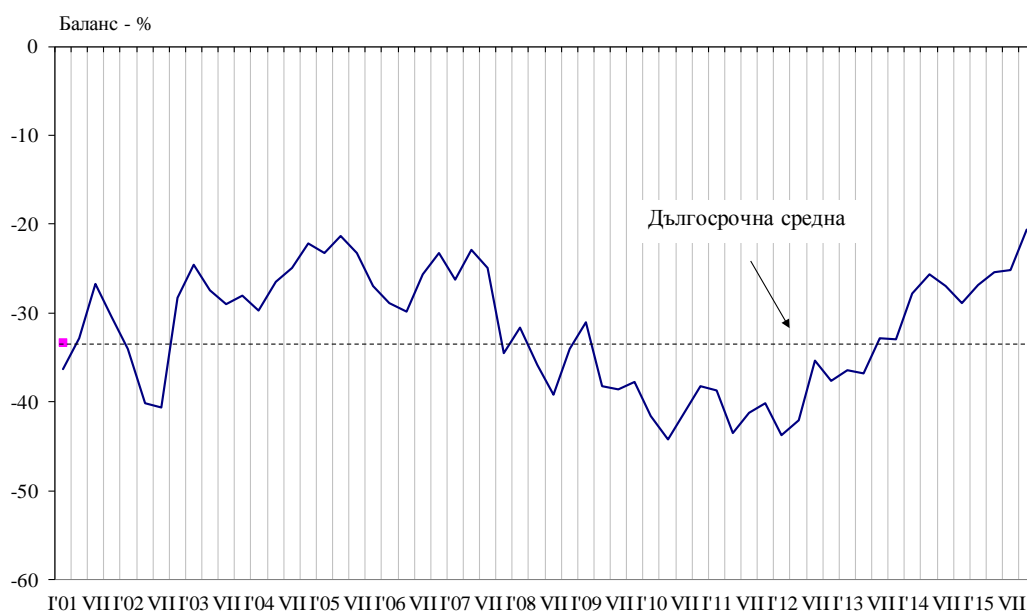


Приложение

Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите

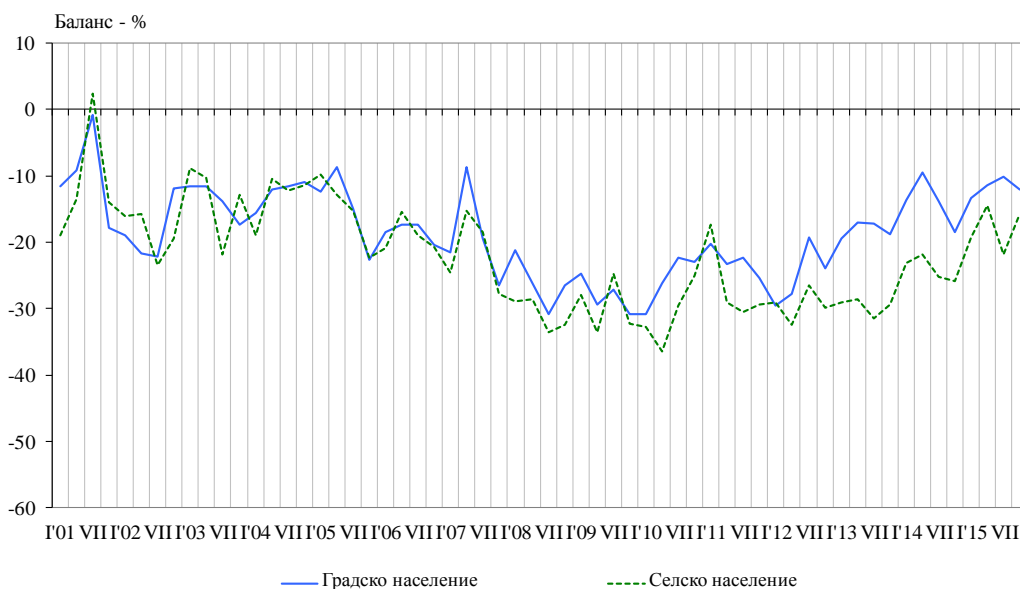


Фиг. 2. Оценка на финансовото състояние на домакинствата през последните 12 месеца

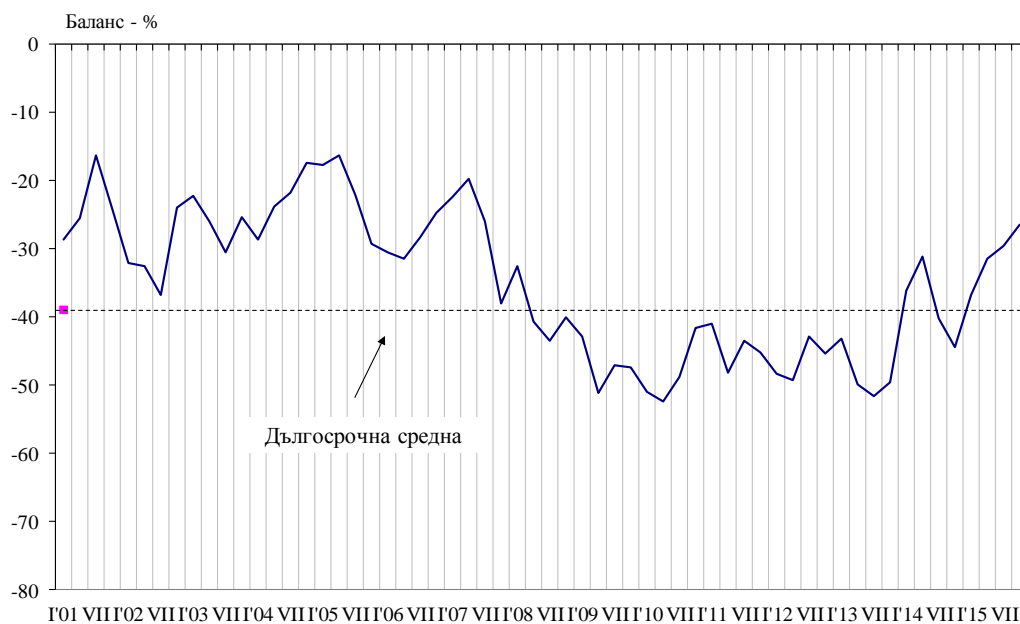




Фиг. 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца

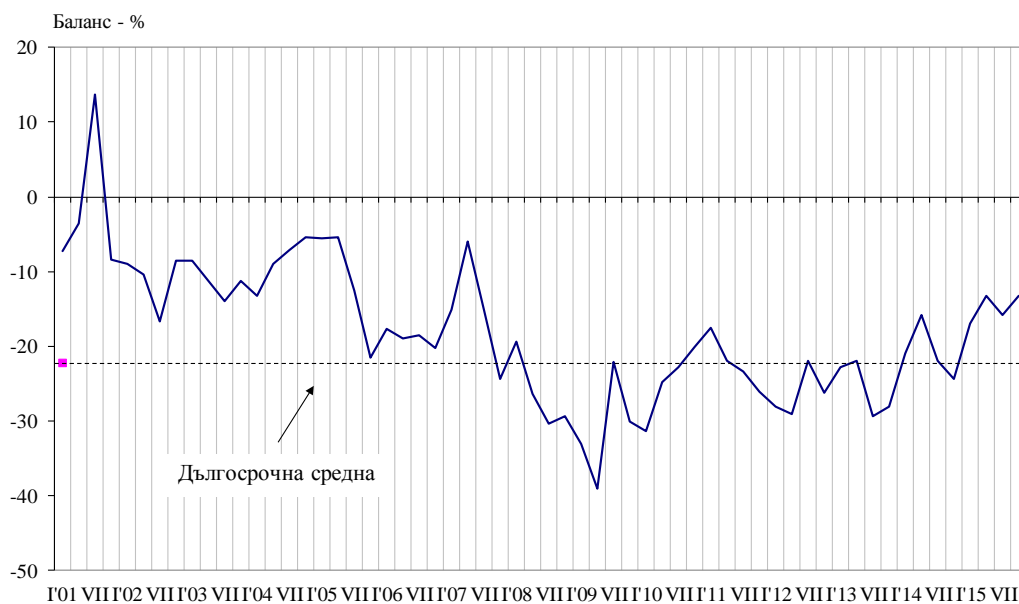


Фиг. 4. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца





Фиг. 5. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца

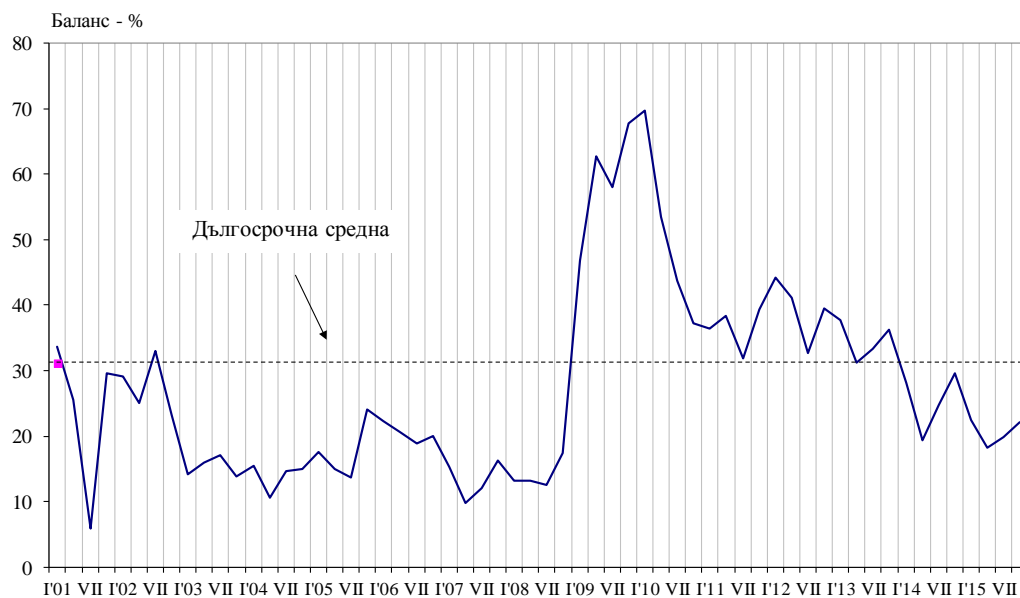


Фиг. 6. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца





Фиг. 7. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Фиг. 8. Очаквания за покупка на кола през следващите 12 месеца

