



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2016 ГОДИНА

През април 2016 г. общият показател на доверие на потребителите се покачва с 1.8 пункта спрямо равнището си от януари (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 1.6 пункта, а при населението в селата - 2.0 пункта.

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 градовете са тя да продължи и през следващите дванадесет месеца за разлика от населението в селата, което е по-негативно настроено в сравнение с три месеца по-рано (фиг. 3 от приложението).

Мненията на потребителите за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (фиг. 4 от приложението), както и очакванията им за следващите дванадесет месеца, са леко влошени спрямо предходното наблюдение.

Оценките за изменението на потребителските цени през последните дванадесет месеца са по-неблагоприятни в сравнение с мненията, изразени три месеца по-рано (повишение на балансовия показател с 1.5 пункта). Същевременно обаче инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 5 от приложението).

По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца очакванията се изместват към запазване или незначително намаление, в резултат на което балансовият показател се понижава с 5.1 пункта (фиг. 6 от приложението).

Последната анкета отчита и подобрение в намеренията на потребителите по отношение на извършването на разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹ (фиг. 7 от приложението), за „покупка на кола“, за „покупка или построяване на жилище (вила)“ и за „подобрения в дома“ 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 (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.

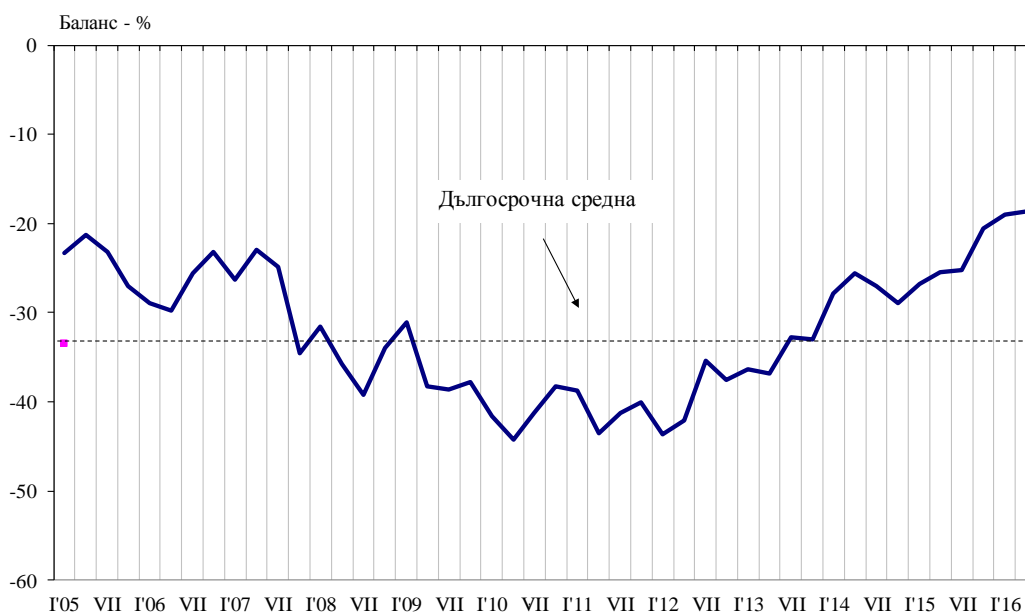


Приложение

Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите

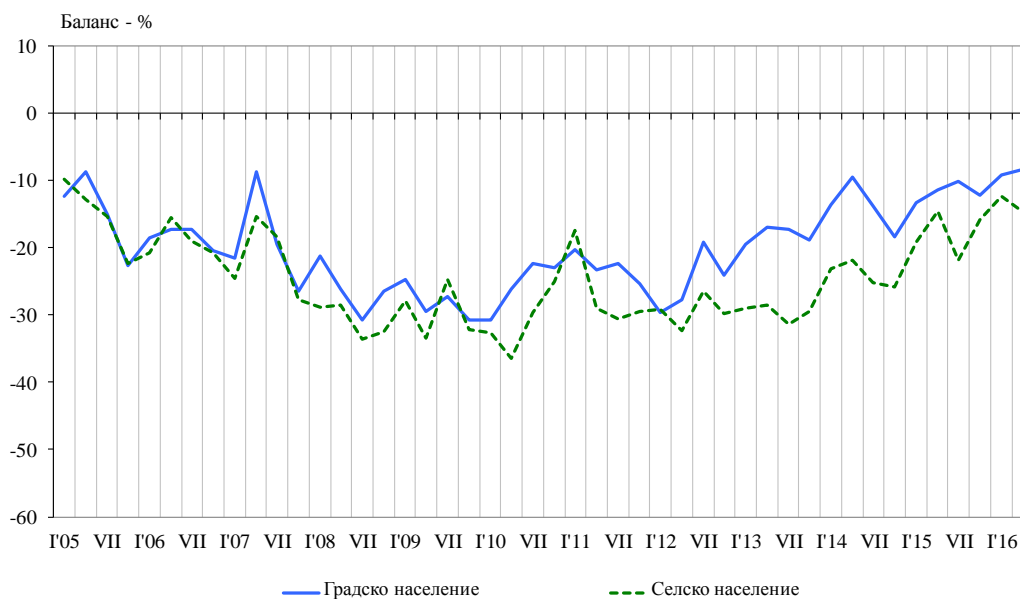


Фиг. 2. Оценка на финансовото състояние на домакинствата през последните 12 месеца

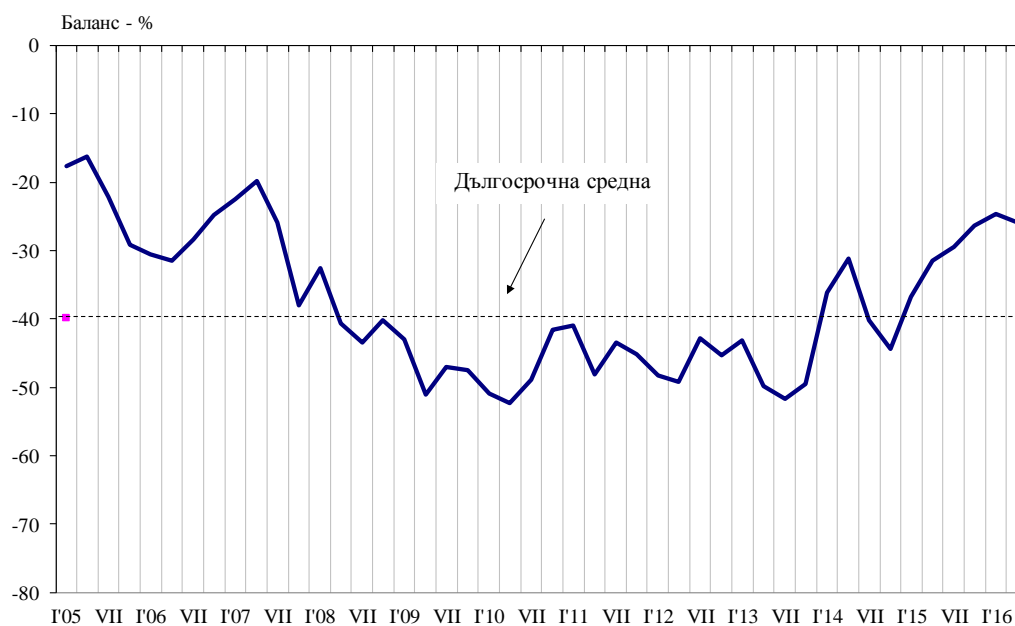




Фиг. 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца

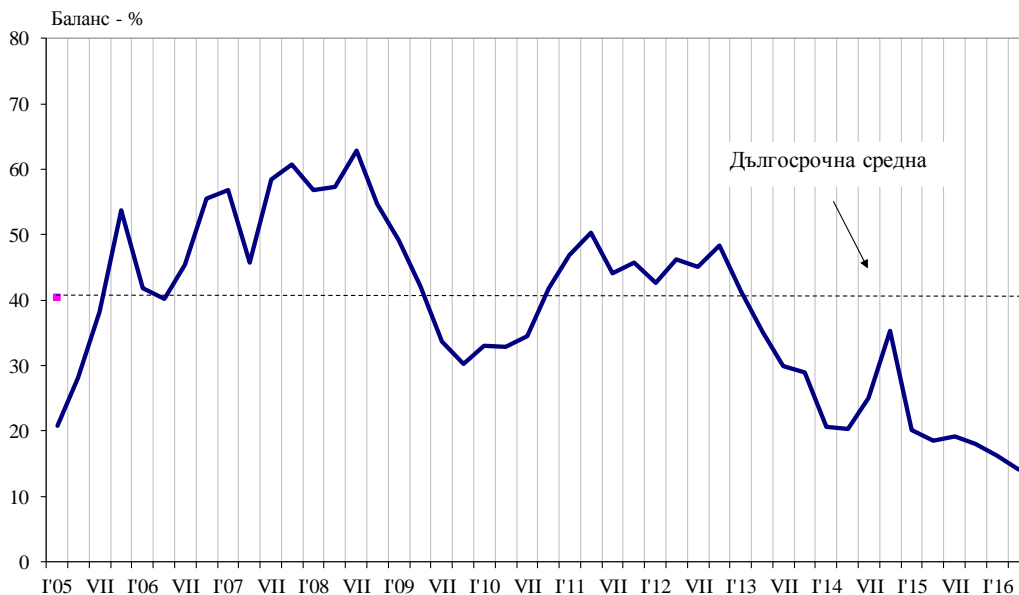


Фиг. 4. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца

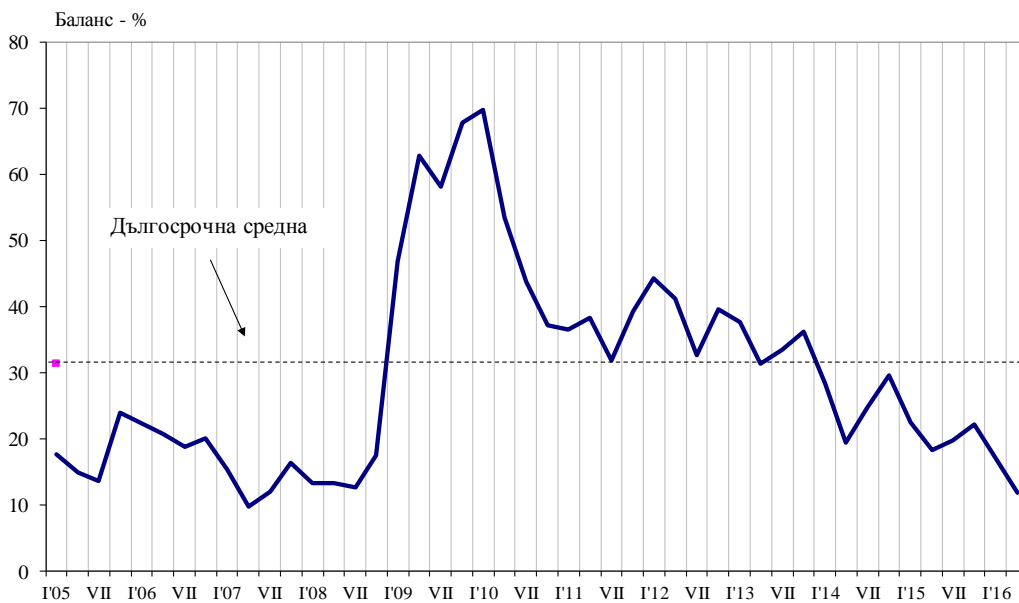




Фиг. 5. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца





Фиг. 7. Намерения за извършване на основни разходи (за предмети с дълготрайна употреба) през следващите 12 месеца

