



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2023 ГОДИНА

През януари 2023 г. общият показател на доверие на потребителите се покачва с 4.0 пункта спрямо октомври 2022 година (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 4.9 пункта, а при населението в селата - 1.8 пункта.

Мненията на потребителите за настъпилите промени във финансовото състояние на домакинствата и общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца остават без съществена промяна в сравнение с предходното наблюдение (фиг. 2 и 3 от приложението). В прогнозите за следващите дванадесет месеца обаче при селското население анкетата регистрира известен песимизъм по отношение на финансовото състояние и леко влошени очаквания за икономическата ситуация, докато при градското население очакванията са по-позитивни (фиг. 4 и 5 от приложението).

Относно безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към запазване или незначително намаление, в резултат на което балансовият показател се понижава с 10.5 пункта (фиг. 6 от приложението).

Потребителите считат, че през последните дванадесет месеца тенденцията на покачване на потребителските цени се запазва. Същевременно инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 7 от приложението).

През януари по-голямата част от потребителите продължават да оценяват икономическата ситуация в страната като неблагоприятна за спестяване. Последната анкета обаче регистрира малко по-позитивна нагласа в намеренията им по отношение на извършването на разходи за „подобрения в дома“ през следващите дванадесет месеца.

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 18 и повече години.

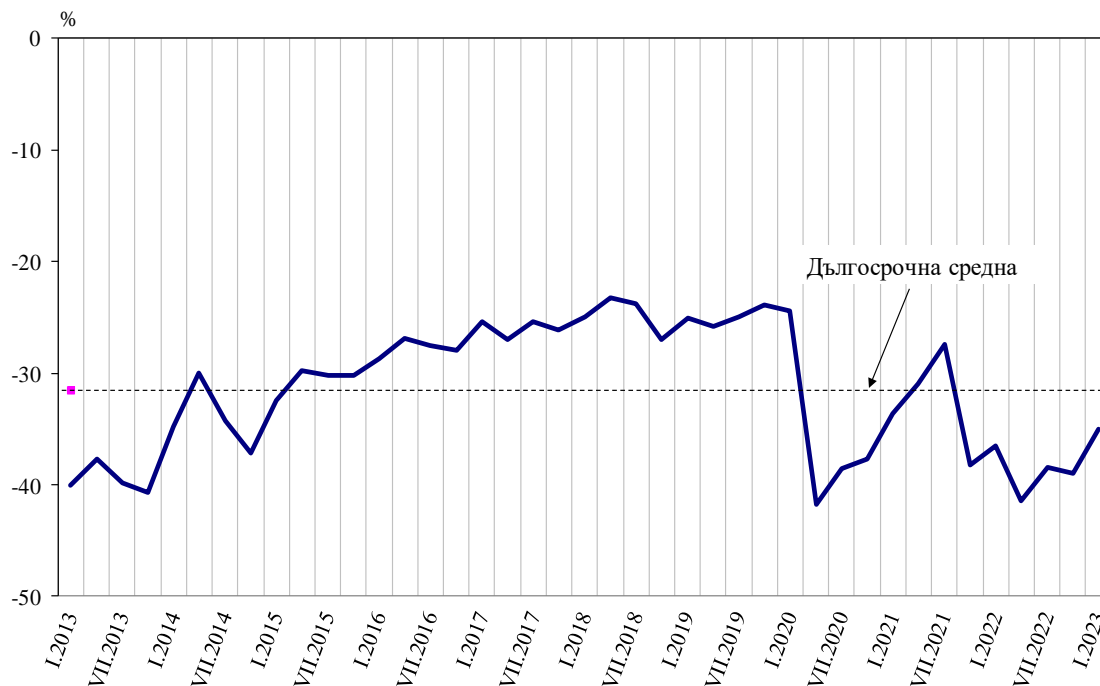
Обект на изследването са лицата на 18 и повече години, методът на подбор - случаен, гнеzdови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (154 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю „лице в лице“. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани 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.

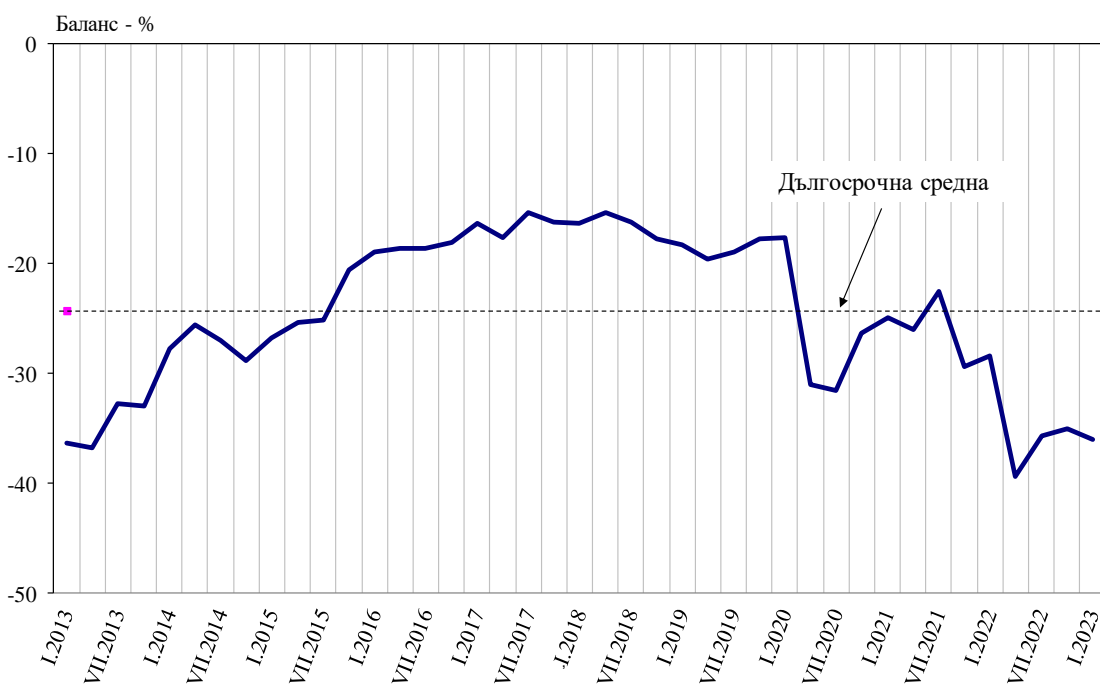
Показателят на доверие на потребителите е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема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

Приложение

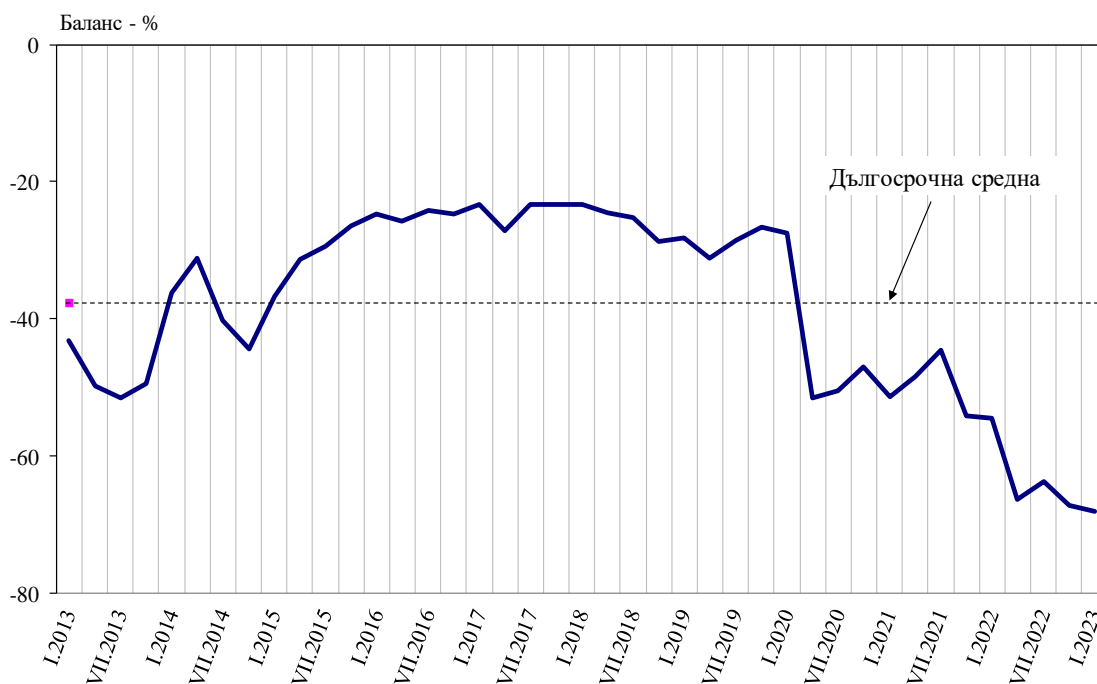
Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



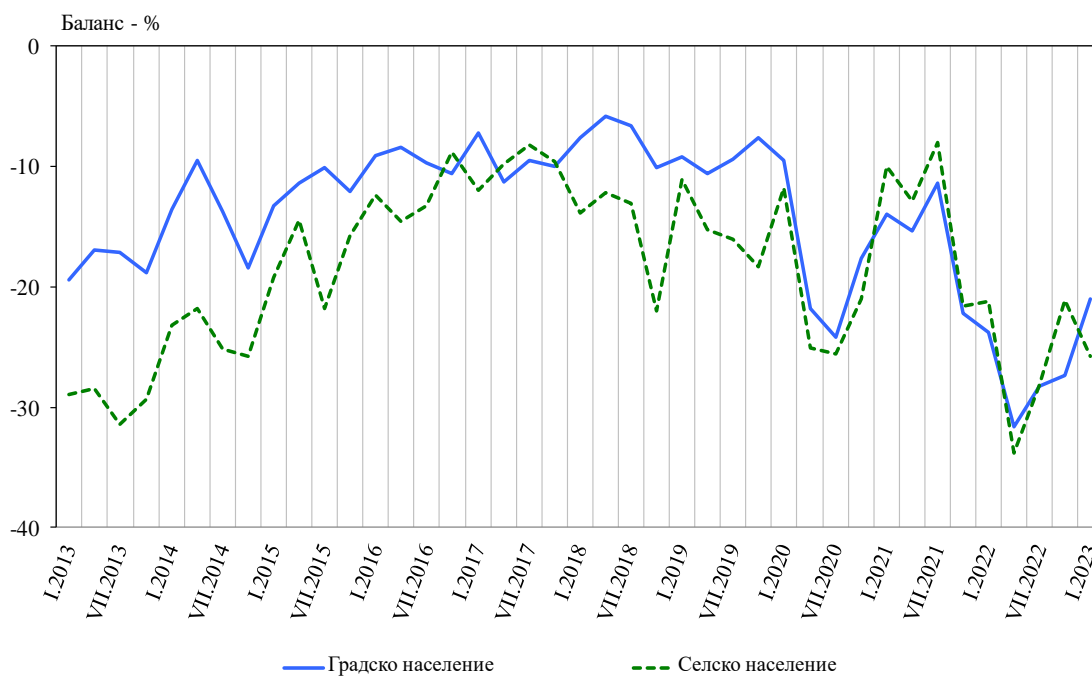
Фиг. 2. Оценка на финансовото състояние на домакинствата през последните 12 месеца



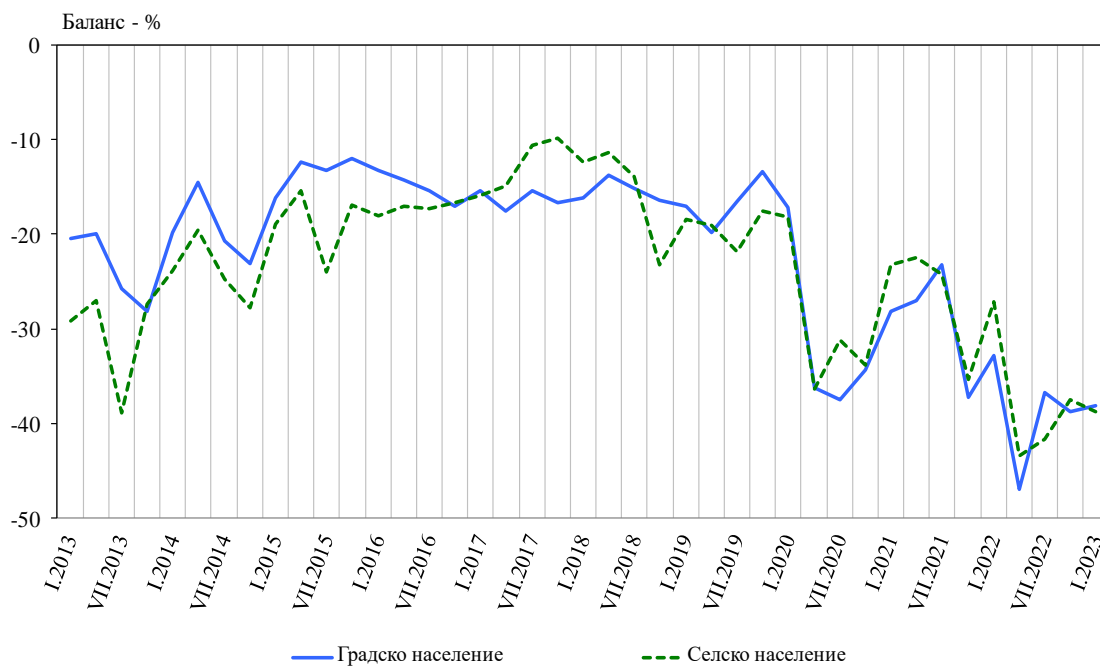
Фиг. 3. Оценка за общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца



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



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



Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Фиг. 7. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца

