



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2015 ГОДИНА

През април 2015 г. общият показател на доверие на потребителите се покачва с 2.6 пункта спрямо равнището си от януари (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 1.8 пункта, а при населението в селата - 3.9 пункта.

Мненията на потребителите за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца, както и очакванията им за следващите дванадесет месеца (фиг. 2 от приложението), са по-малко песимистични спрямо предходната анкета, в резултат на което балансните показатели се увеличават съответно с 5.4 и 3.8 пункта. По-малко негативни в сравнение с януари са и оценките и очакванията им относно промените във финансовото състояние на техните домакинства (фиг. 3 от приложението).

Оценките за изменението на потребителските цени през последните дванадесет месеца са по-неблагоприятни в сравнение с мненията, изразени три месеца по-рано (повишение на балансния показател с 2.0 пункта) (фиг. 4 от приложението). Същевременно обаче инфлационните очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 5 от приложението).

По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към по-умерените мнения, в резултат на което балансният показател се понижава с 4.1 пункта (фиг. 6 от приложението).

През април по-голямата част от потребителите оценяват икономическата ситуация в страната като неблагоприятна за спестяване, въпреки че техният относителен дял намалява в сравнение с предходното наблюдение (фиг. 7 от приложението). Последната анкета обаче регистрира по-позитивна нагласа в намеренията на потребителите по отношение на извършването на разходи за „подобрения на дома” през следващите дванадесет месеца (фиг. 8 от приложението).



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.

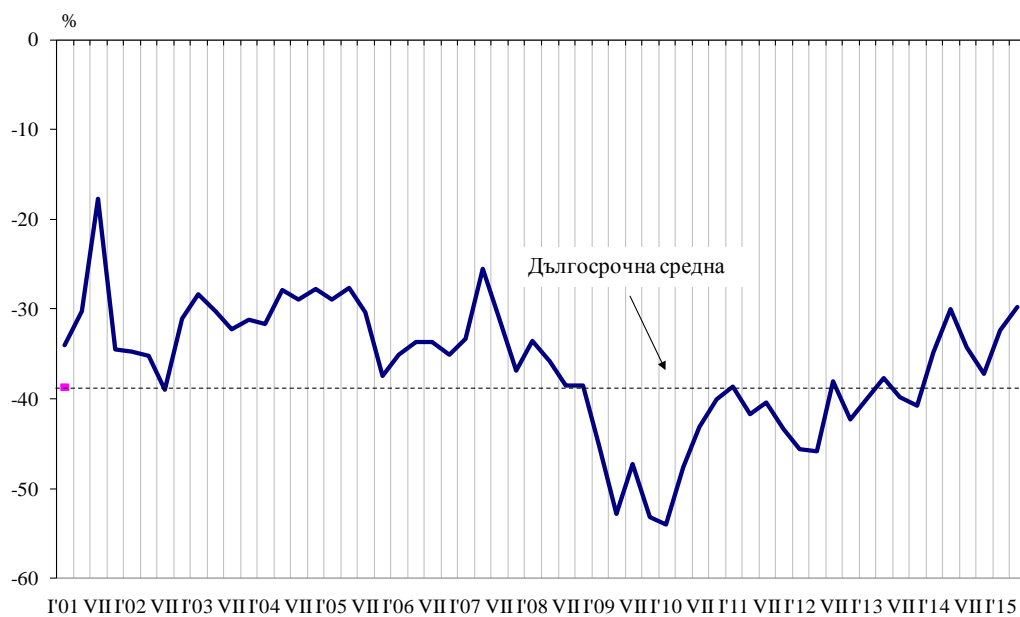
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в „нивото на доверие” на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

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.

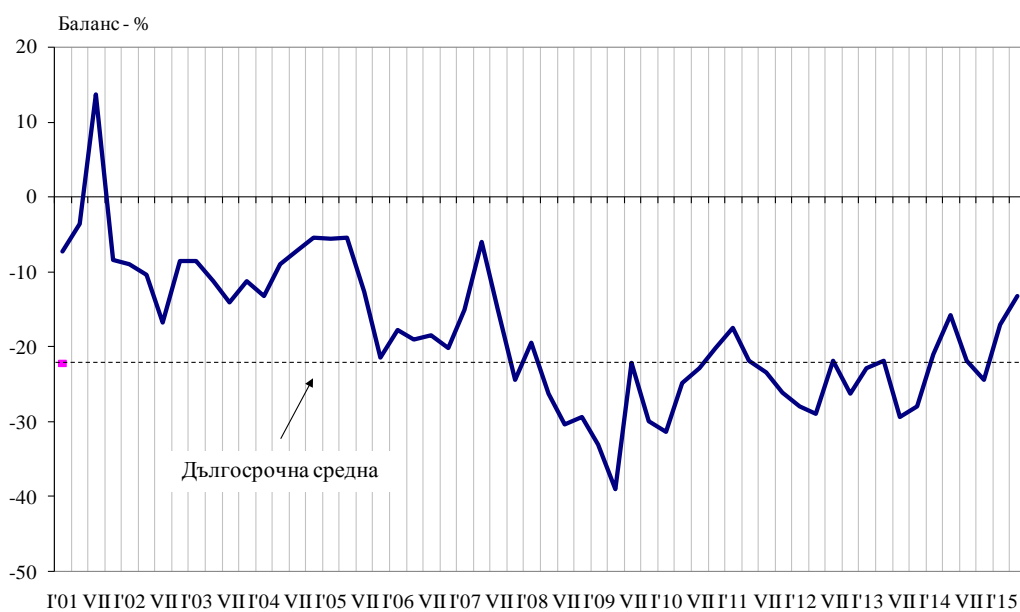


Приложение

Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите



Фиг. 2. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца



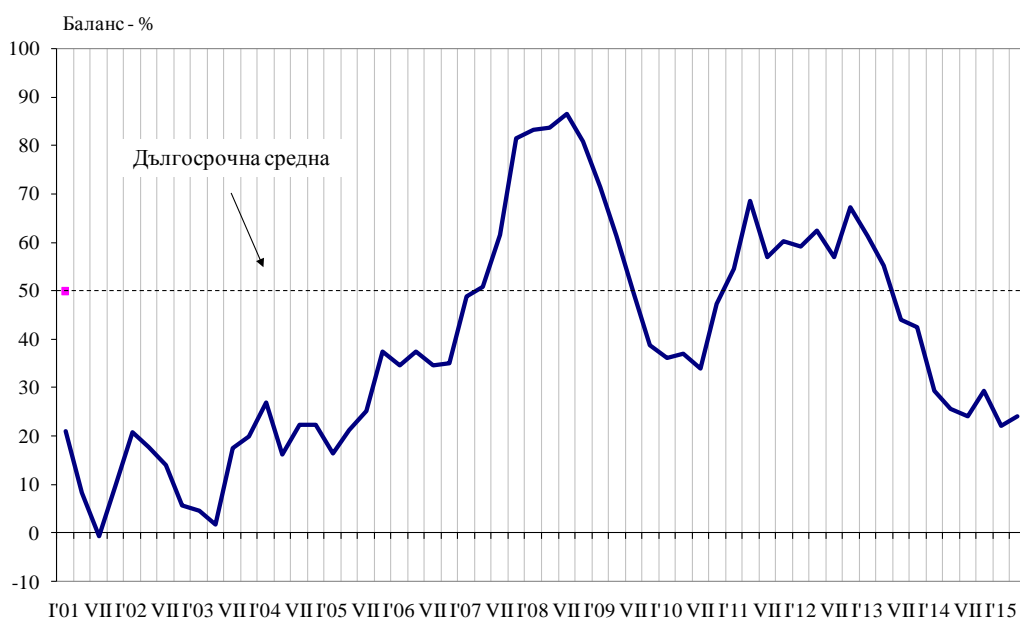


Фиг. 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



Г01 Г02 Г03 Г04 Г05 Г06 Г07 Г08 Г09 Г10 Г11 Г12 Г13 Г14 Г15

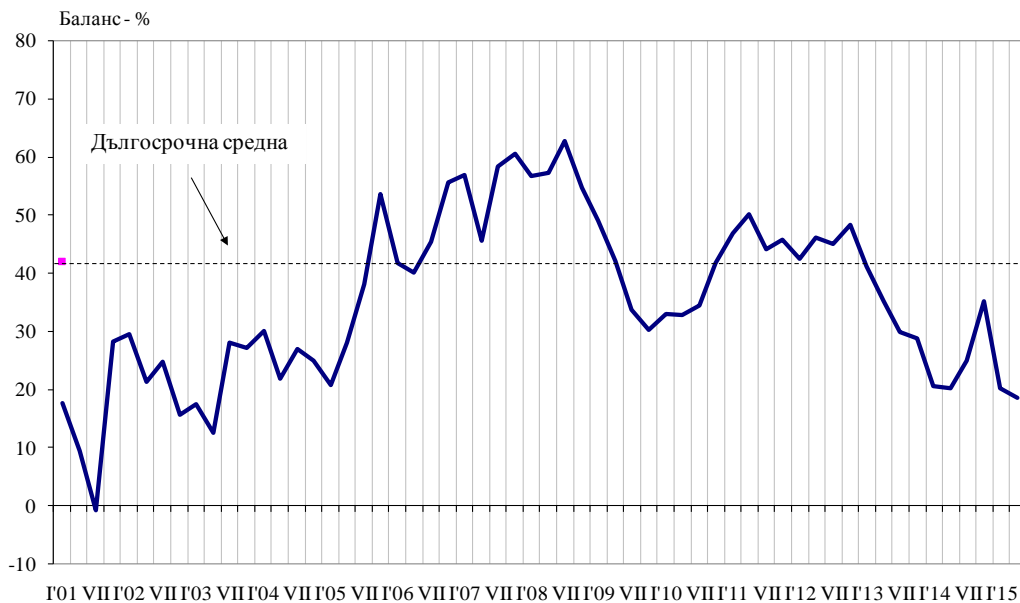
Фиг. 4. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца



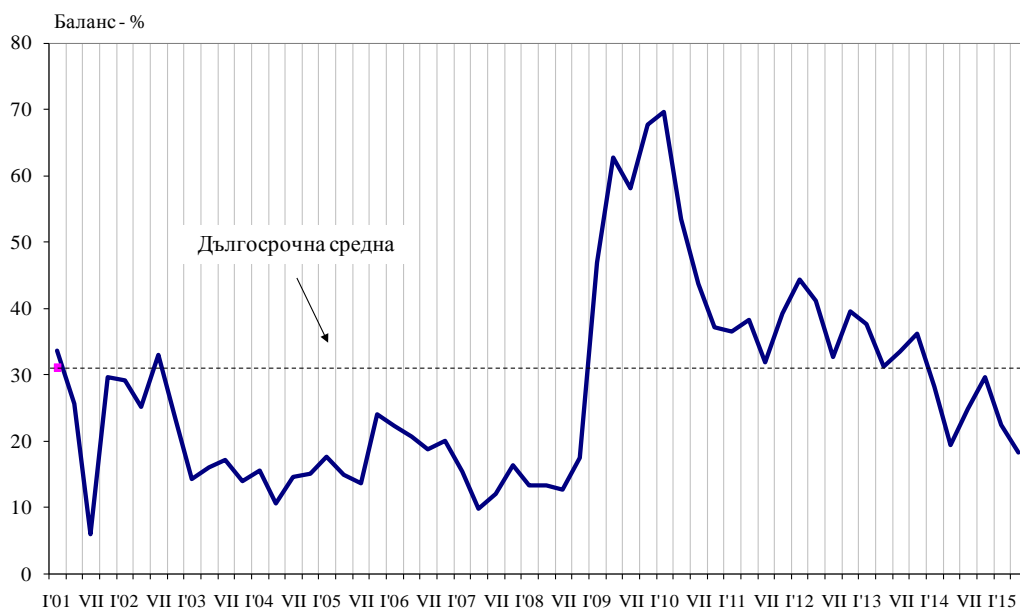
Г01 Г02 Г03 Г04 Г05 Г06 Г07 Г08 Г09 Г10 Г11 Г12 Г13 Г14 Г15



Фиг. 5. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца

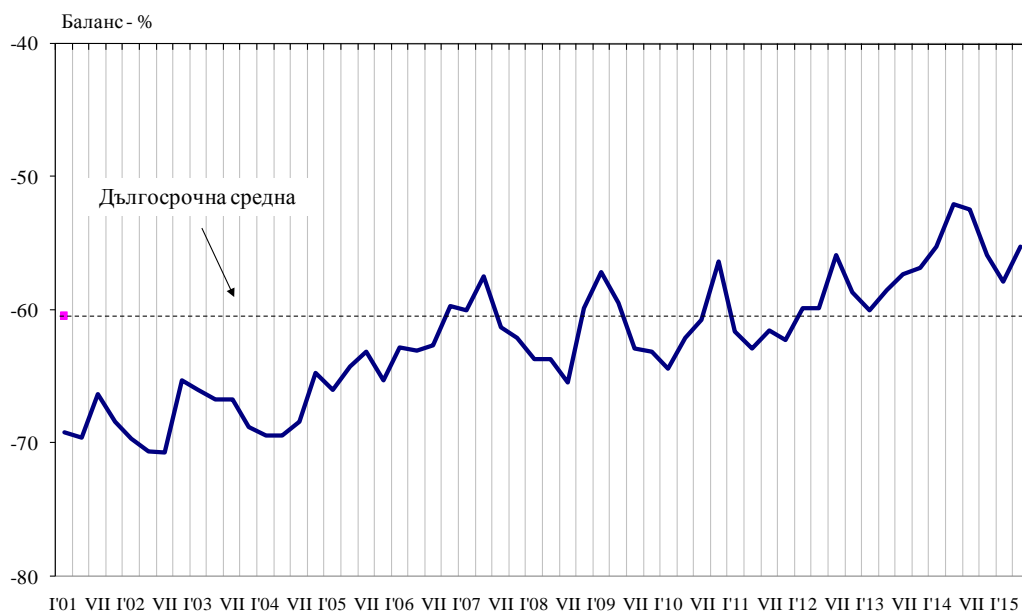


Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца





Фиг. 7. Оценка на спестяванията предвид общата икономическа ситуация



Фиг. 8. Тенденция в разходите за подобрения в дома през следващите 12 месеца

