



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ОКТОМВРИ 2010 ГОДИНА

През октомври 2010 г. общият показател на доверие на потребителите се повишава с 3.0 пункта спрямо юлското си равнище (фиг. 1), което се дължи както на повишаване на доверието сред населението в градовете (с 1.9 пункта), така и сред населението в селата (с 5.6 пункта).

Общата оценка на потребителите за настоящото развитие на икономическата ситуация в страната се подобрява (повишение на балансовия показател със 7.2 пункта) (фиг. 2) в резултат на изместване на мненията както на потребителите в градовете, така и на тези в селата към неутралните и умерено положителните оценки (увеличение на балансовите показатели съответно с 9.1 и 3.2 пункта). По-позитивни са и очакванията на населението в селата за следващите дванадесет месеца, докато населението в градовете почти запазва мнението си от преди три месеца (фиг. 3).

Според оценките на потребителите във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца има известна положителна промяна (фиг. 4). Очакванията на потребителите в селата са тя да продължи и през следващите дванадесет месеца за разлика от потребителите в градовете, които са малко по-песимистично настроени в сравнение с три месеца по-рано. Настоящата икономическа ситуация в страната продължава да се оценява от по-голямата част от потребителите като неблагоприятна за спестяване. Очакванията на потребителите са икономическите условия за спестяване поне малко да се подобрят през следващите дванадесет месеца (фиг. 5).

Потребителите считат, че и през последните дванадесет месеца потребителските цени са продължили да се повишават и то със значително темпо (повишение на балансовия показател с 13.2 пункта) (фиг. 6). Инфлационните очаквания се запазват и за следващите дванадесет месеца (увеличение на балансовия показател със 7.3 пункта) (фиг. 7). По отношение на безработицата преобладават предвижданията, че ще има съкращаване на персонал и през следващите дванадесет месеца, но с по-умерено темпо (фиг. 8).

Последната анкета отчита отново неблагоприятна, но в малко по-ниска степен, обща оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹ (фиг. 9). Потребителите продължават да регистрират отрицателната си нагласа и по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола“ и за „покупка или построяване на жилище (вила)“, както 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.

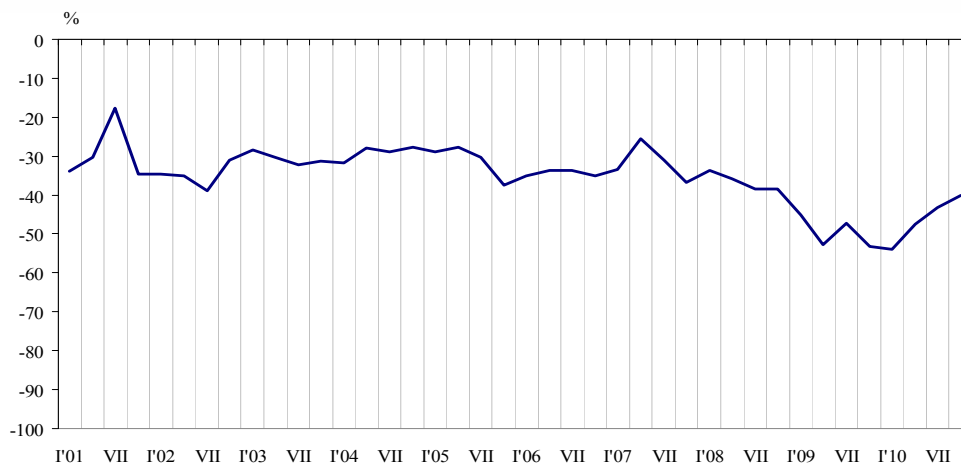
Обект на изследването са лицата на 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнеzdови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (153 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани 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.

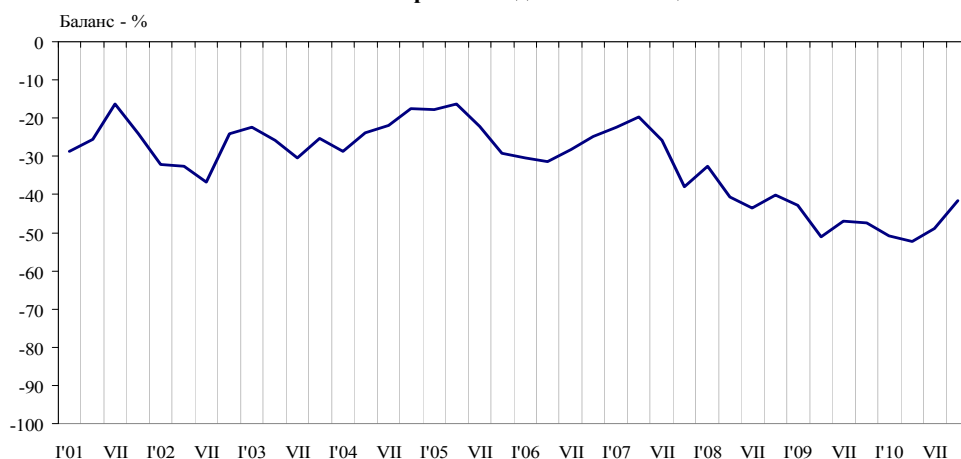
Показателят на доверие на потребителите е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема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



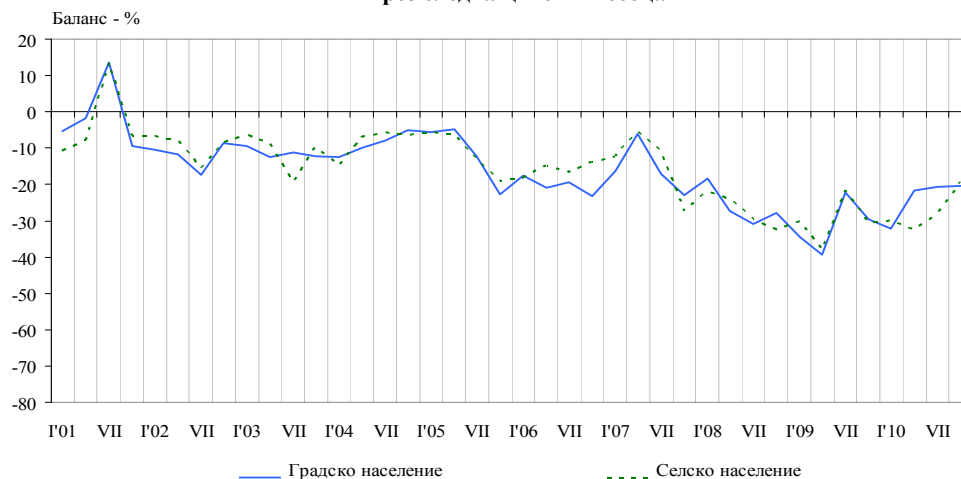
Фиг. 1. Показател на доверието на потребителите



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

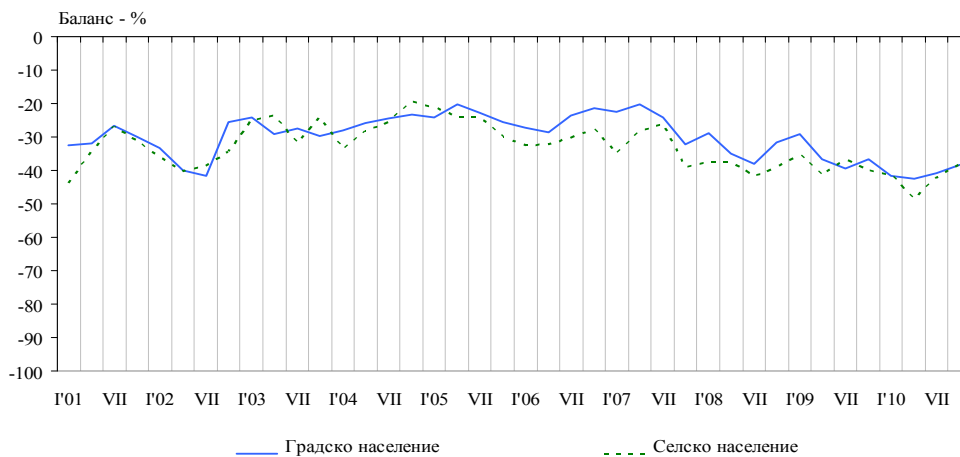


Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца

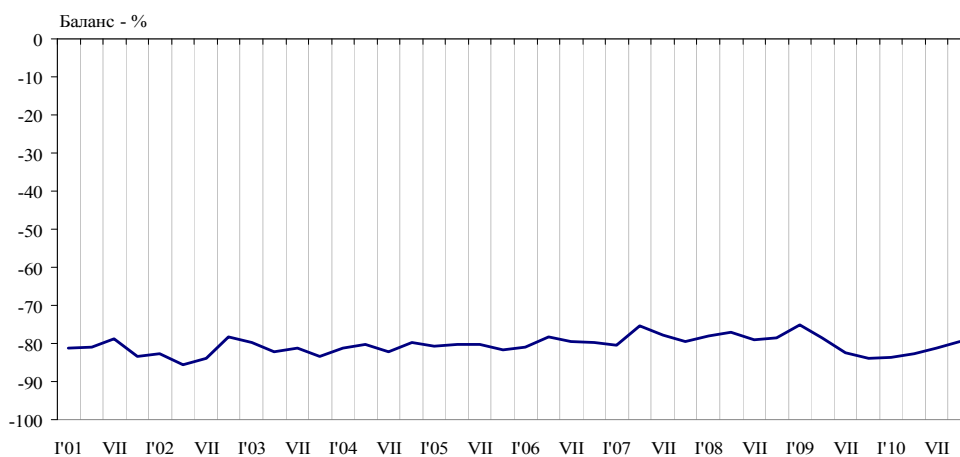




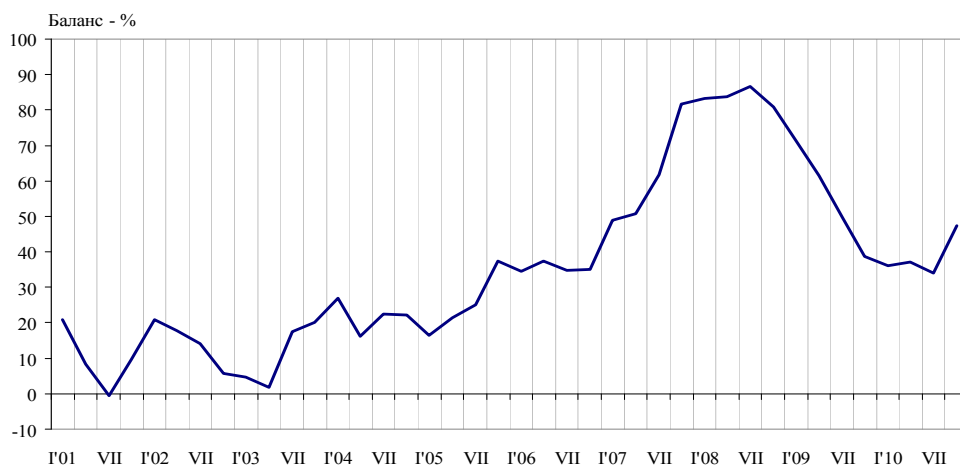
Фиг. 4. Оценка на финансовото състояние на домакинствата спрямо 12 месеца назад



Фиг. 5. Очаквана тенденция в спестяванията през следващите 12 месеца

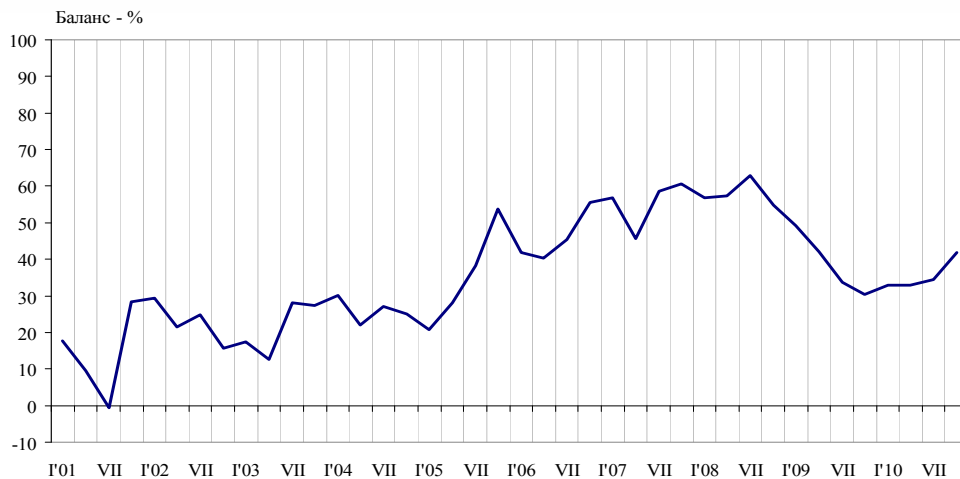


Фиг. 6. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца

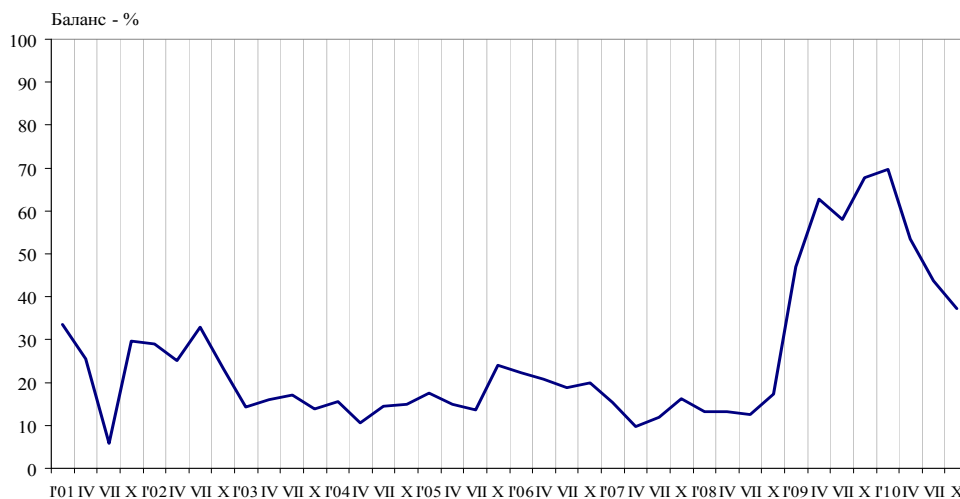




Фиг. 7. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



Фиг. 8. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Фиг. 9. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация

