



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2012 ГОДИНА

През януари 2012 г. общият показател на доверие на потребителите се понижава с 2.2 пункта спрямо равнището си от октомври 2011 г. (фиг. 1), което се дължи изцяло на влошаване на потребителското доверие сред населението в градовете.

Мненията на потребителите за настоящото развитие на общата икономическа ситуация в страната, както и очакванията им за следващите дванадесет месеца, са влошени, като балансовите показатели намаляват спрямо предходното наблюдение съответно с 3.1 и 1.9 пункта. За разлика от населението в градовете, при което балансовите стойности падат съответно с 5.0 и 4.9 пункта, при населението в селата има известно подобряване на оценките и прогнозите за икономическата конюнктура (фиг. 2 и 3).

По-песимистични в сравнение с октомври 2011 г. са също оценките и очакванията на потребителите относно промените във финансовото състояние на техните домакинства. Населението, живеещо в градовете, прогнозира влошаване на финансовото си състояние в сравнение с три месеца по-рано, докато очакванията на населението в селата остават почти без промяна (фиг. 4).

Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо в сравнение с оценките, регистрирани в предходната анкета (фиг. 5), като и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 6).

По отношение на безработицата в страната обаче предвижданията са за по-интензивно освобождаване на персонал през следващите дванадесет месеца (фиг. 7).

През януари 2012 г. по-голямата част от потребителите оценяват икономическата ситуация в страната като неблагоприятна за спестяване, но техният относителен дял е намалял в сравнение с октомври миналата година (фиг. 8). Наблюдава се леко подобрене (от 1.2 пункта) на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹. По отношение на покупката на кола през следващите дванадесет месеца последната анкета отчита положителна тенденция на покачване на този балансов показател (фиг. 9).

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 (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.

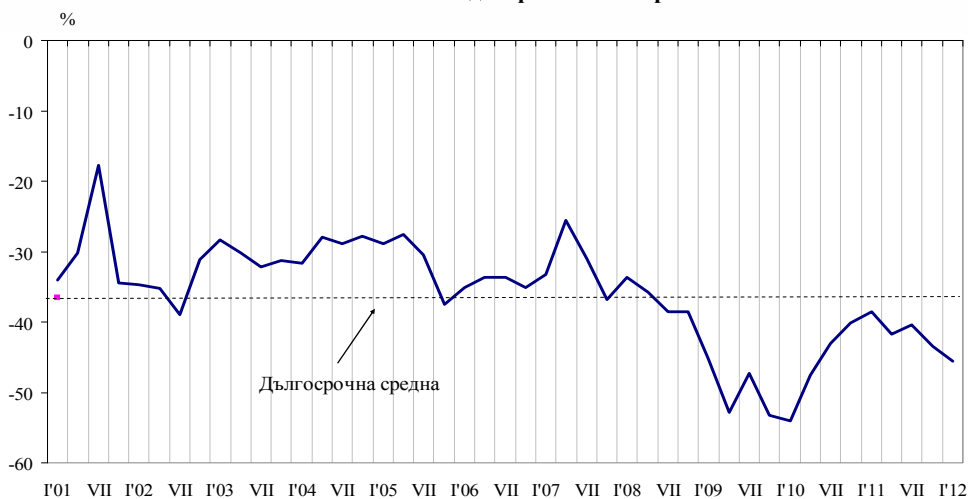
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в нивото на доверие на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

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.

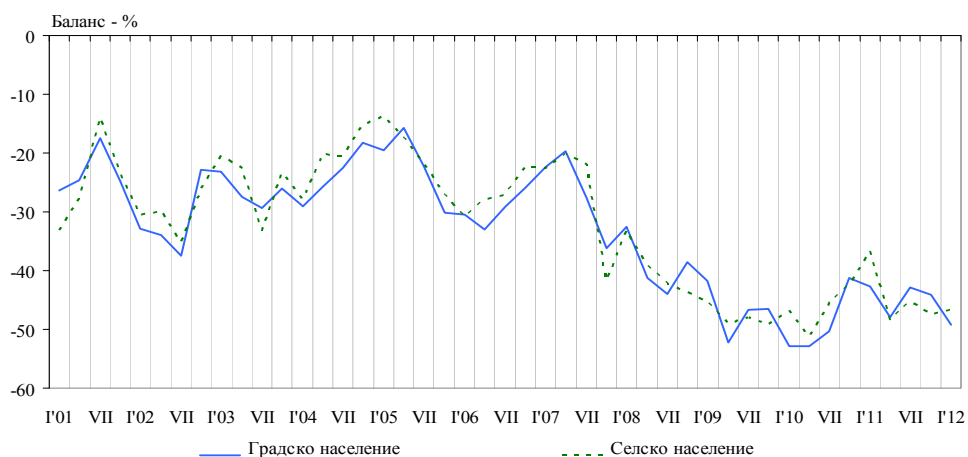


ПРИЛОЖЕНИЕ

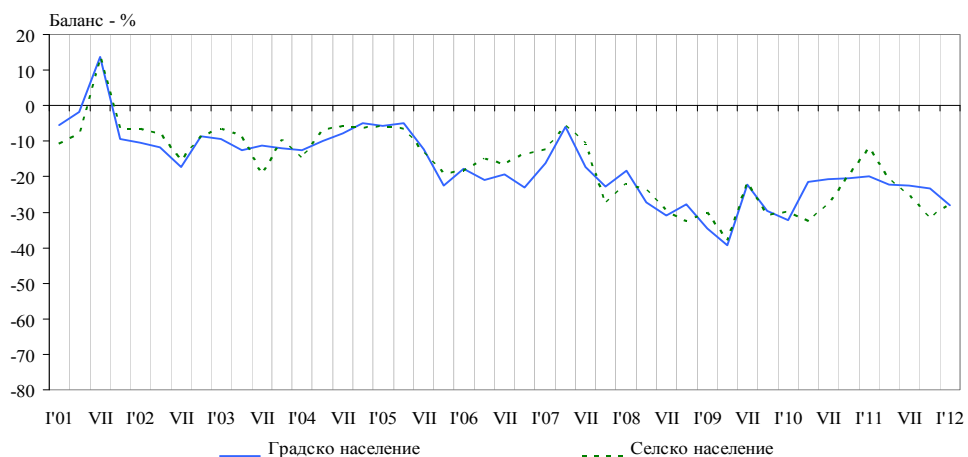
Фиг.1. Показател на доверието на потребителите



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

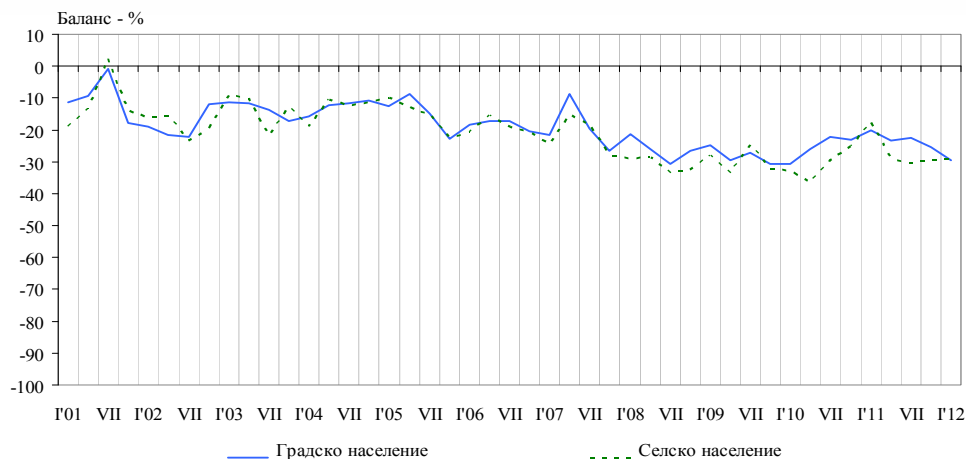


Фиг.3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца

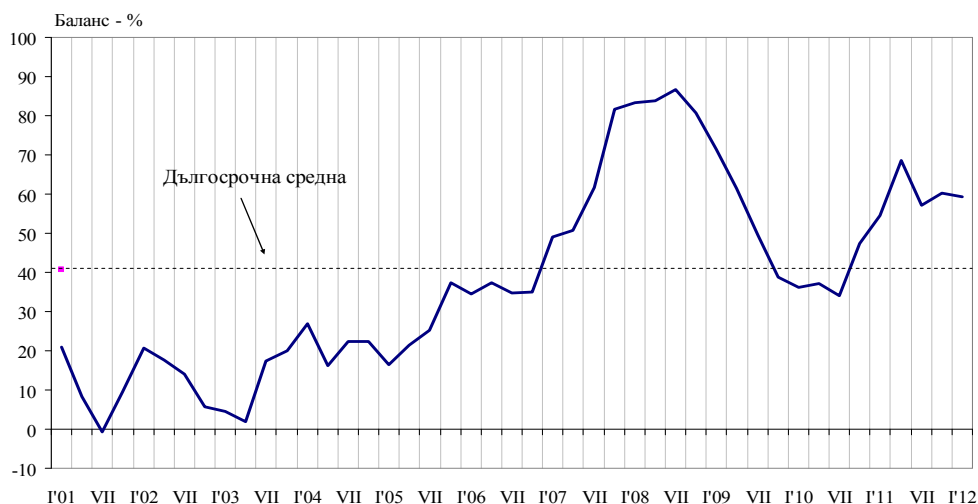




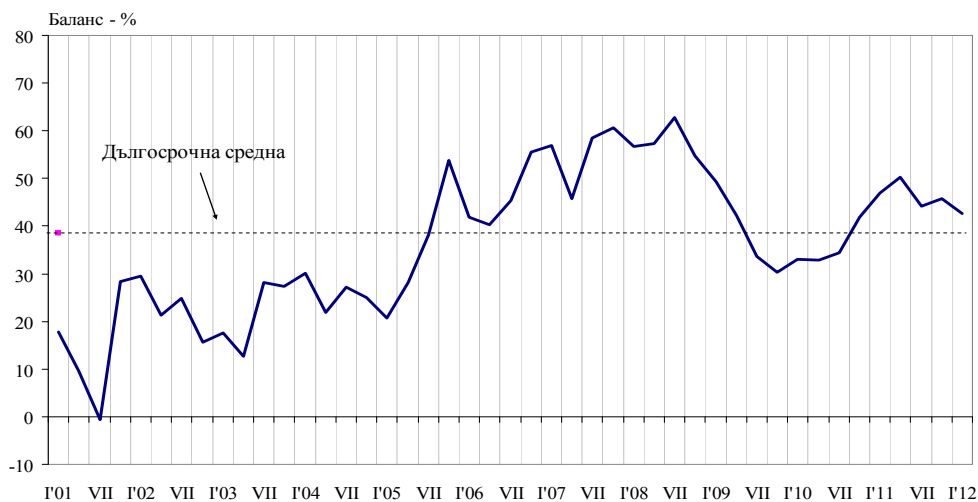
Фиг.4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



Фиг.5. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца



Фиг.6. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца





Фиг.7. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Фиг.8. Спестявания/обща икономическа ситуация - настояща ситуация



Фиг.9. Очаквания за покупка на кола през следващите 12 месеца

