



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2017 ГОДИНА

През януари 2017 г. общият показател на доверие на потребителите се покачва с 2.5 пункта в сравнение с равнището си от октомври 2016 г. (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 3.3 пункта, а при населението в селата - 0.6 пункта.

Общата оценка на потребителите за развитието на икономическата ситуация в страната през последните дванадесет месеца леко се подобрява - увеличение на балансовия показател с 1.4 пункта (фиг. 2 от приложението), като и прогнозите им за следващите дванадесет месеца са по-малко негативни спрямо предходното наблюдение (фиг. 3 от приложението). По-благоприятни в сравнение с октомври 2016 г. са и оценките и очакванията им относно промените във финансовото състояние на техните домакинства (фиг. 4 от приложението).

Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо спрямо оценките, регистрирани от предходната анкета. Същевременно и 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 прогнозите се изместват към по-умерените мнения, в резултат на което балансовият показател се понижава с 4.2 пункта (фиг. 6 от приложението).

Последната анкета отчита и подобрение на общата оценка на условията за спестяване при настоящата икономическа ситуация в страната, като се наблюдава и известна положителна промяна в очакванията за следващите дванадесет месеца. Позитивна е и нагласата на потребителите относно извършването на разходи за „покупка на кола” 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 възраст 16 и повече години.

Обект на изследването са лицата на възраст 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.

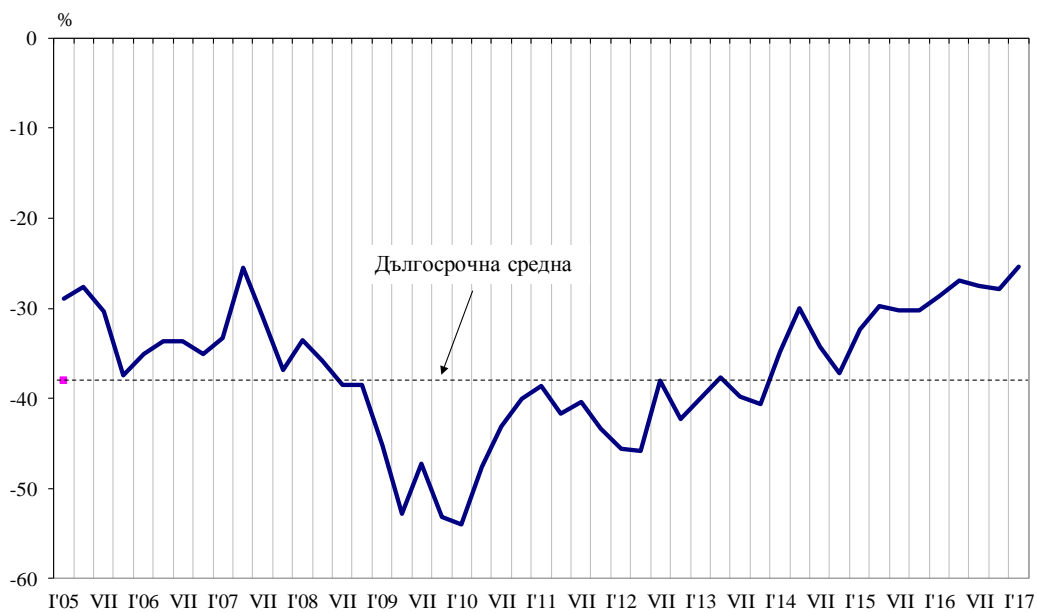
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в „нивото на доверие” на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

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. Оценка на общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца





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

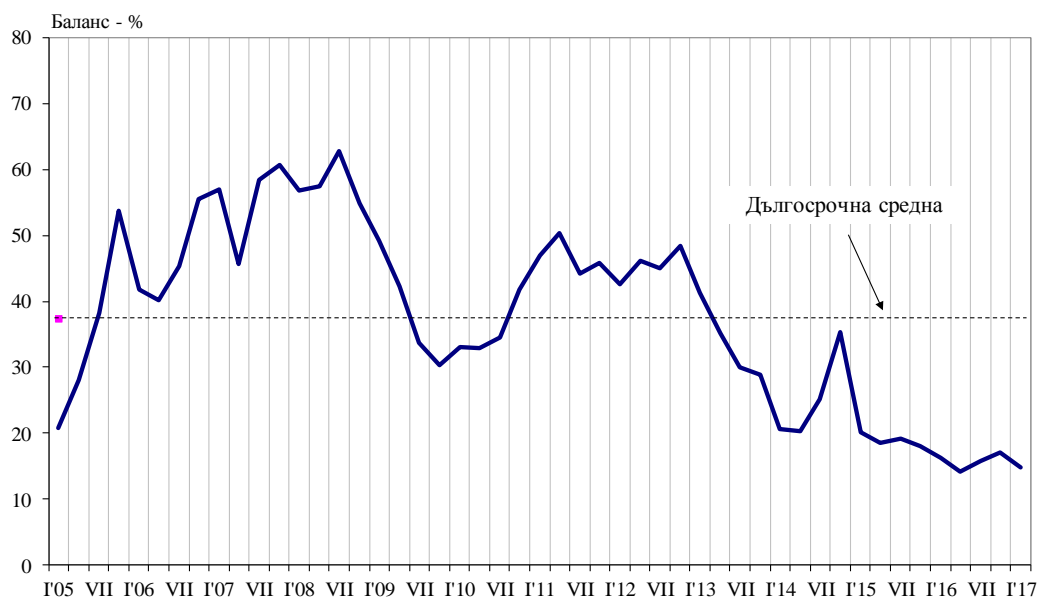


Фиг. 4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца





Фиг. 5. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца

