

## НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2020 ГОДИНА

В условията на извънредно положение в страната през април 2020 г. изследването показва нарастване на песимизма в оценките и очакванията на потребителите в сравнение с януари. Общият показател на доверие на потребителите се понижава със 17.4 пункта спрямо равнището си от преди три месеца, което се дължи на пониженото доверие сред населението както в селата, така и в градовете - съответно с 18.5 и 17.0 пункта (фиг. 1 от приложението).

Мненията на потребителите за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (фиг. 2 от приложението), както и прогнозите им за следващите дванадесет месеца (фиг. 3 от приложението), са по-песимистични спрямо предходното наблюдение, в резултат на което балансовите показатели намаляват съответно с 23.9 и 18.7 пункта. По-негативни в сравнение с януари са и оценките и очакванията им относно промените във финансовото състояние на техните домакинствата (фиг. 4 и 5 от приложението).

Преобладаващата част от потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени. Същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца се засилват, в резултат на което балансовия показател се повишава с 5.9 пункта (фиг. 6 от приложението).

По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца песимизмът също нараства, като мненията на населението и от градовете, и от селата се изместват към по-негативните очаквания (фиг. 7 от приложението).

Настоящата икономическа ситуация в страната продължава да се оценява от по-голяма част от потребителите като неблагоприятна за спестяване, а и очакванията им по отношение на възможността да спестяват през следващите дванадесет месеца са песимистични.

Последната анкета отчита влошаване на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба<sup>1</sup> (фиг. 8 от приложението), като и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца са по-резервирани. Негативна е и нагласата им по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола“, за „покупка или построяване на жилище (вила)“ и за „подобрения в дома“ през следващите дванадесет месеца.

<sup>1</sup> 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 възраст 16 и повече години.

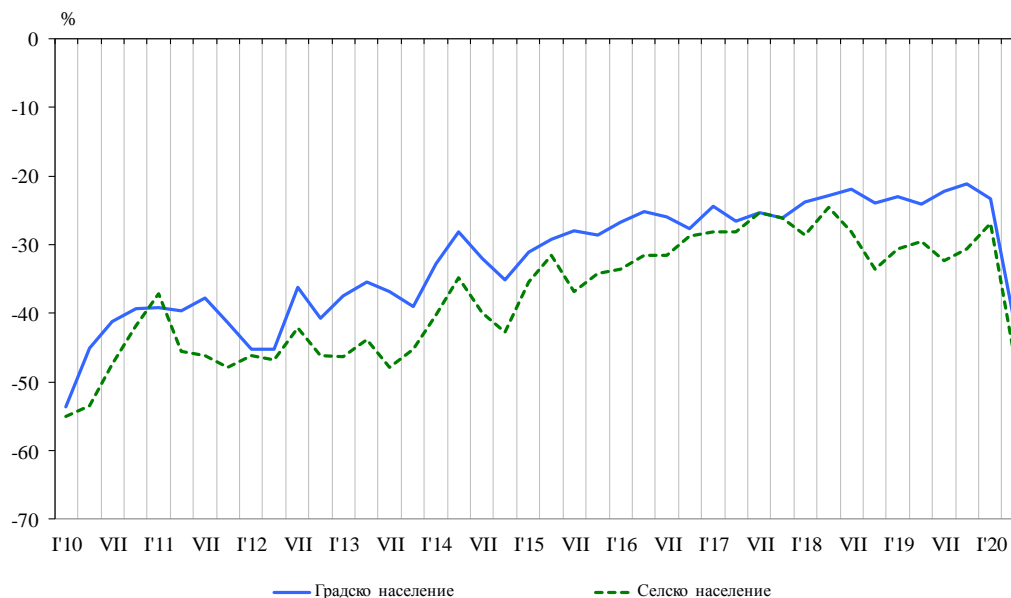
Обект на изследването са лицата на възраст 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнездови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (154 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани 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.

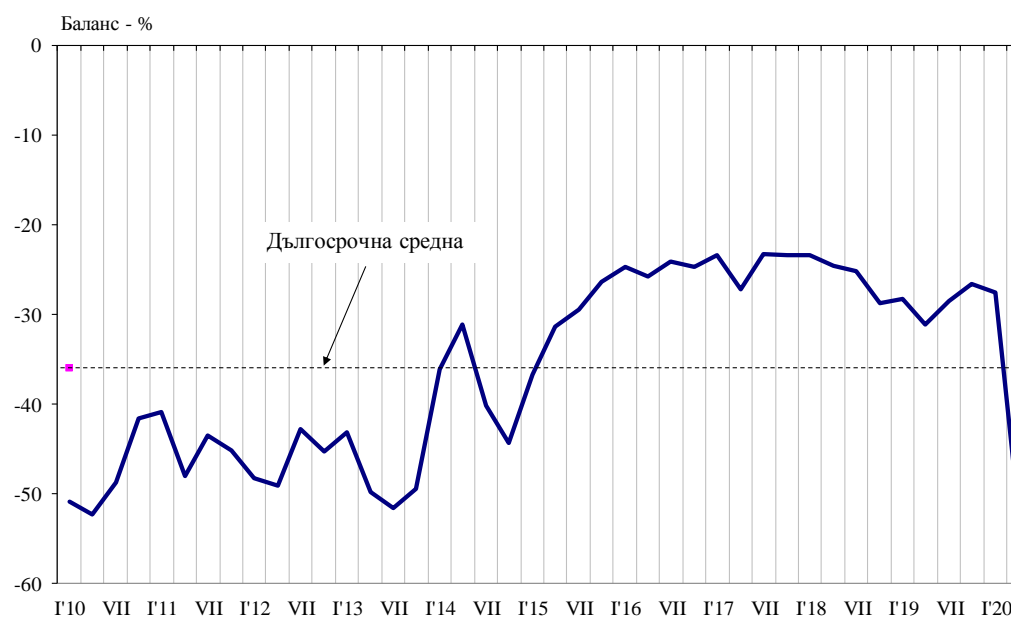
**Показателят на доверие на потребителите** е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема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

## Приложение

**Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите**



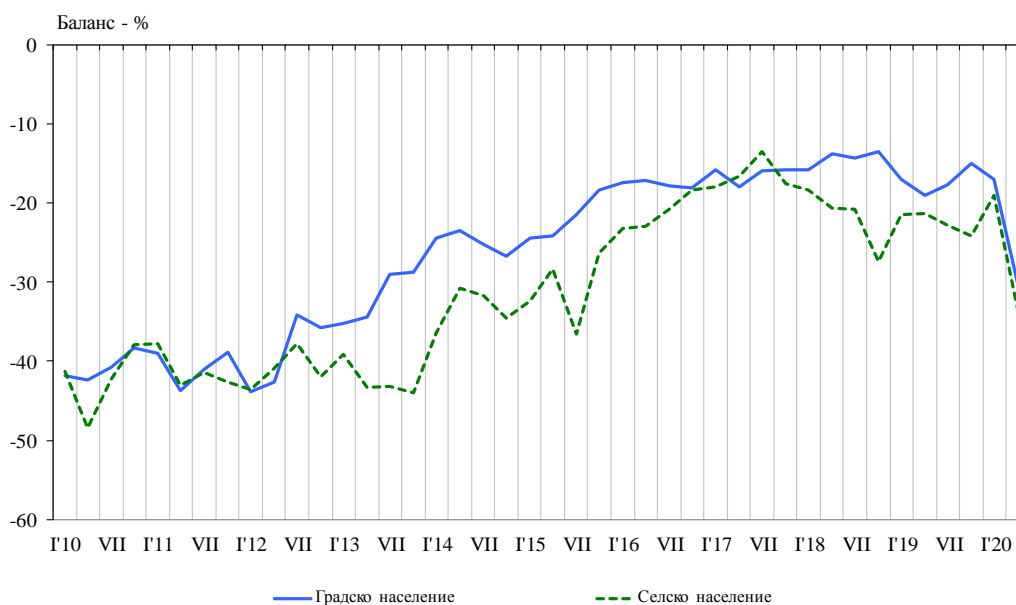
**Фиг. 2. Оценка за общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца**



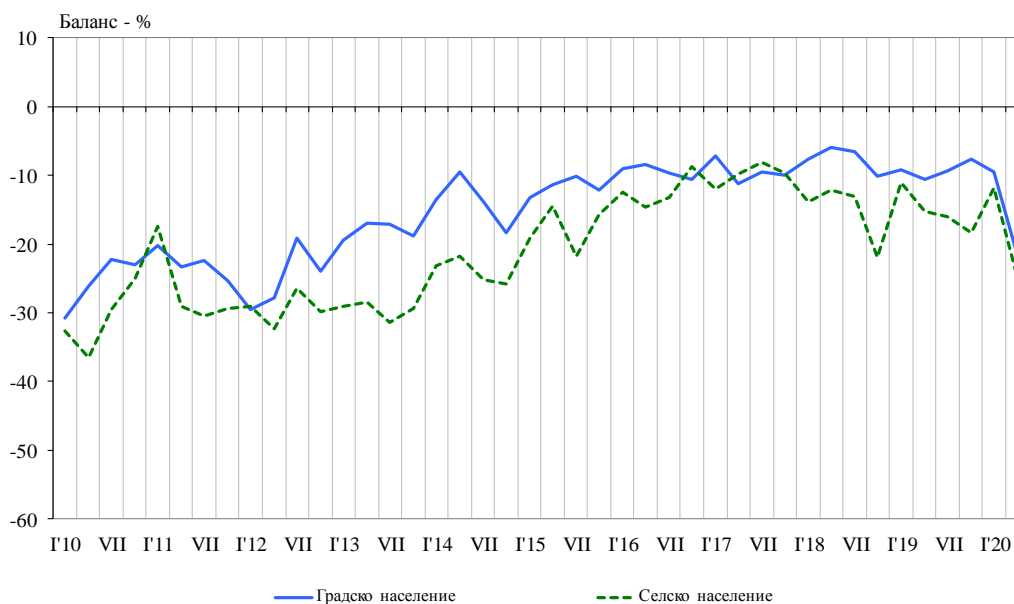
**Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца**



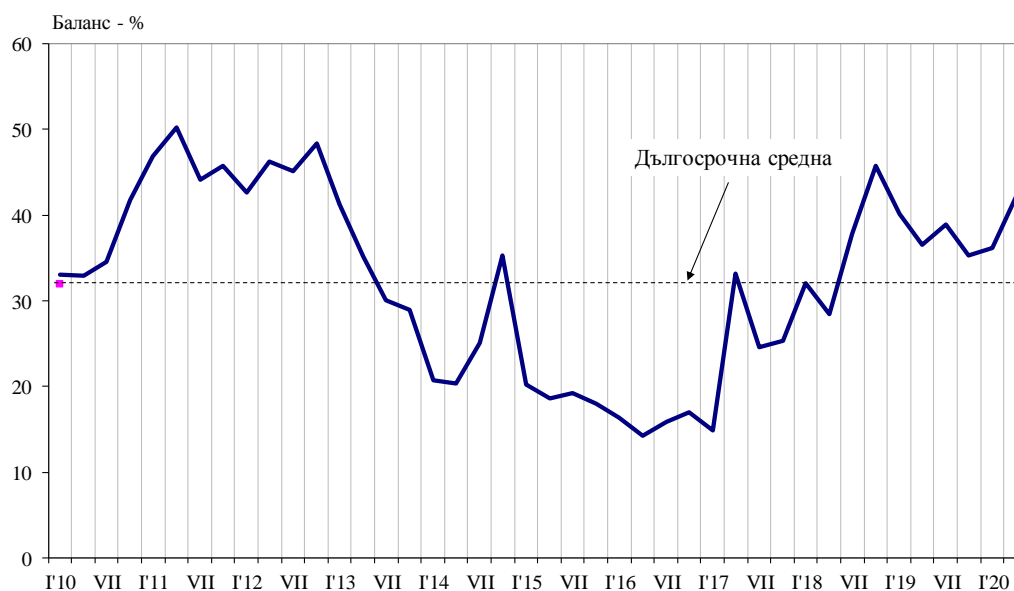
**Фиг. 4. Оценка на финансовото състояние на домакинствата през последните 12 месеца**



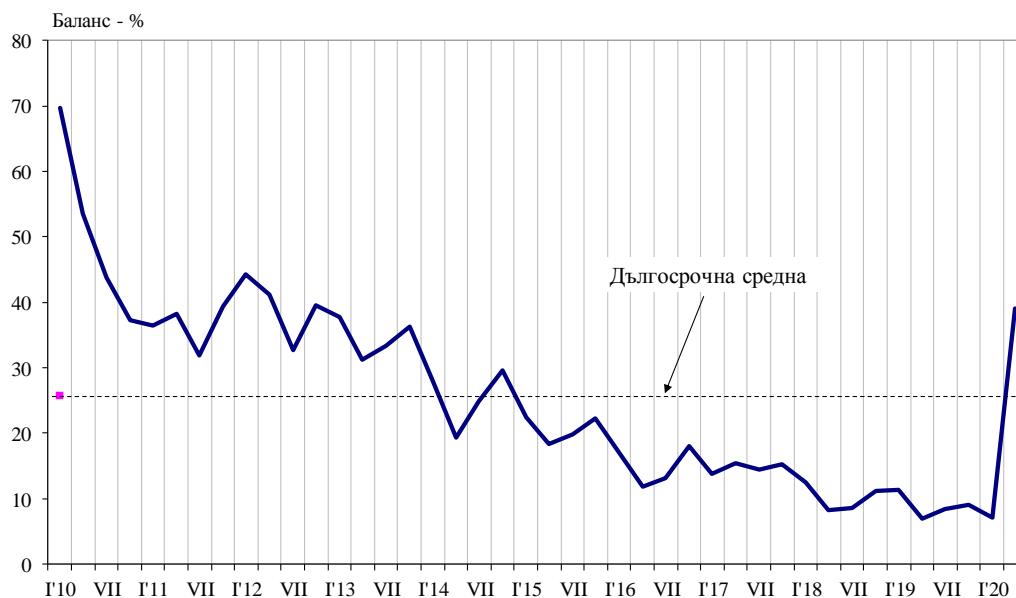
**Фиг. 5. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца**



**Фиг. 6. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца**



**Фиг. 7. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца**



**Фиг. 8. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация**

