

НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЮЛИ 2020 ГОДИНА

През юли 2020 г. общият показател на доверие на потребителите се покачва с 3.3 пункта в сравнение с април (фиг. 1 от приложението), като при населението в градовете увеличението е 2.7 пункта, а при населението в селата - 4.5 пункта.

Според оценките на потребителите има известна положителна промяна в развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (фиг. 2 от приложението). Очакванията на живеещите в селата са тя да продължи и през следващите дванадесет месеца за разлика от населението в градовете, което е малко по-песимистично настроено в сравнение с три месеца по-рано (фиг. 3 от приложението).

По отношение на финансовото състояние на домакинствата оценките на населението в селата леко се подобряват, докато мненията на живеещите в градовете са по-резервирани (фиг. 4 от приложението). Същевременно обаче прогнозите за следващите дванадесет месеца и на градското, и на селското население са по-неблагоприятни, в резултат на което общият балансов показател намалява с 1.8 пункта (фиг. 5 приложението).

Потребителите считат, че през последните дванадесет месеца има леко понижение на потребителските цени, като и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 6 от приложението).

По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към по-умерените мнения, вследствие на което балансовият показател се понижава с 10.9 пункта (фиг. 7 от приложението).

Последната анкета регистрира малко по-позитивна нагласа в намеренията на потребителите да извършват разходи за „покупка на кола“ 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.

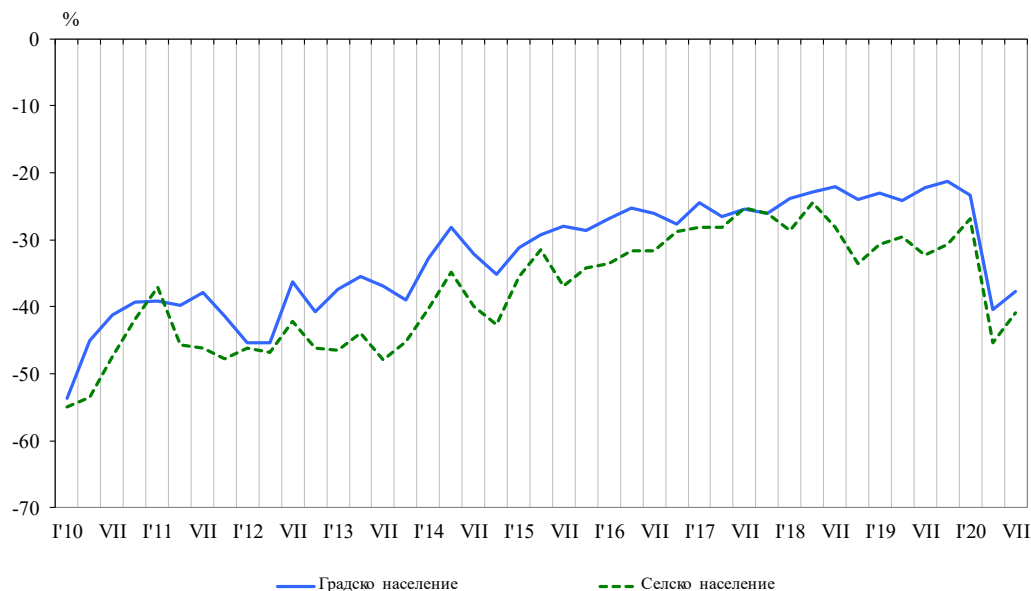
Обект на изследването са лицата на 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнездови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (154 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани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

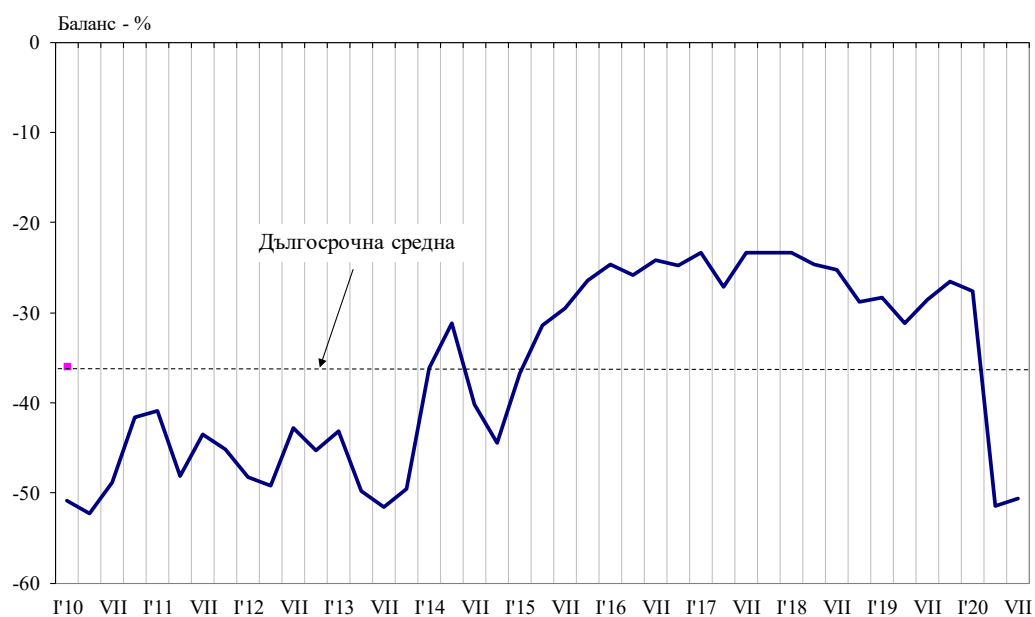
Показателят на доверие на потребителите е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема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

Приложение

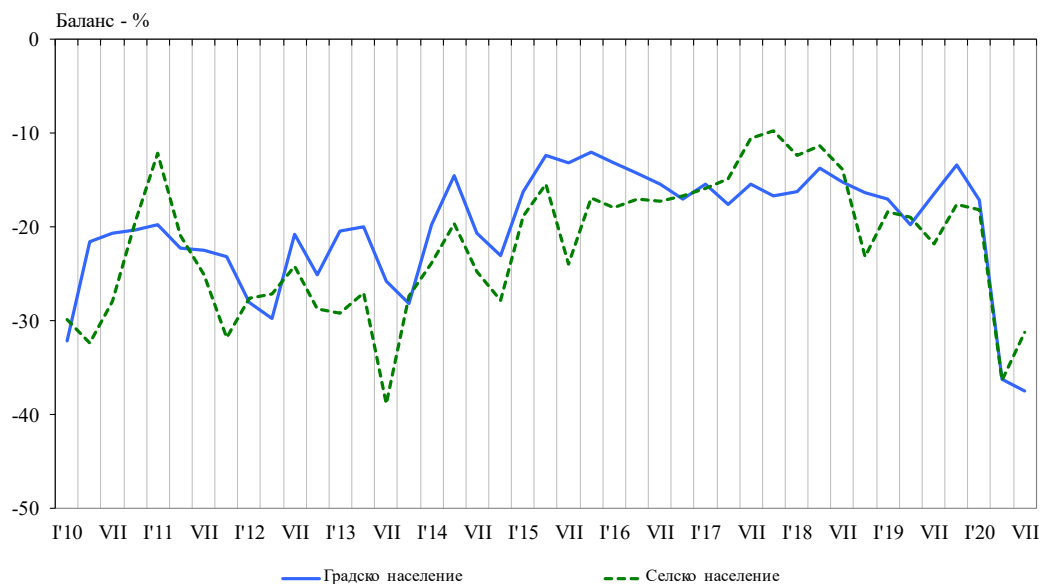
Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



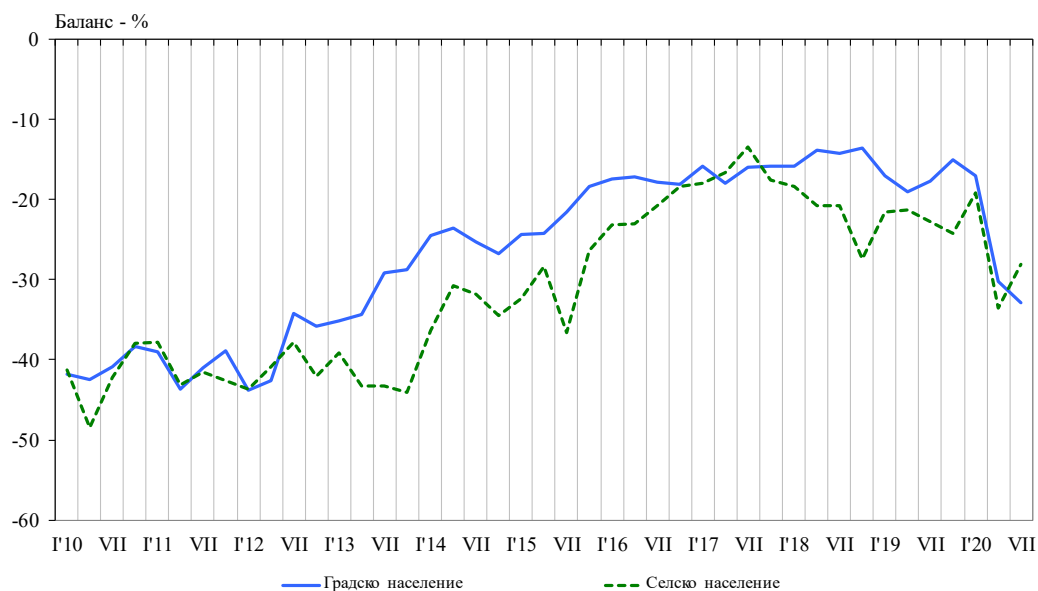
Фиг. 2. Оценка за общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца



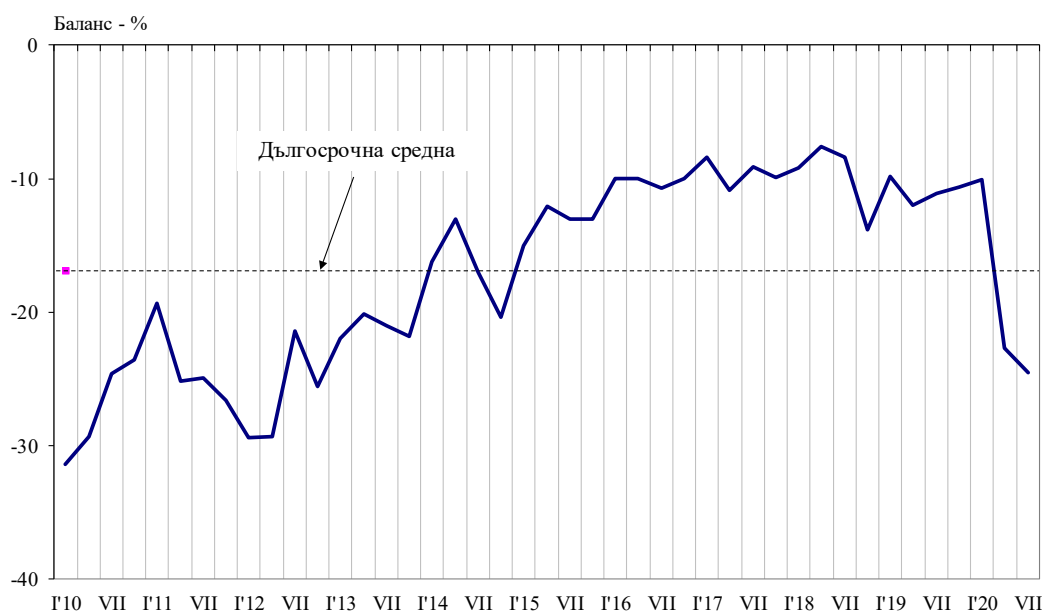
Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца



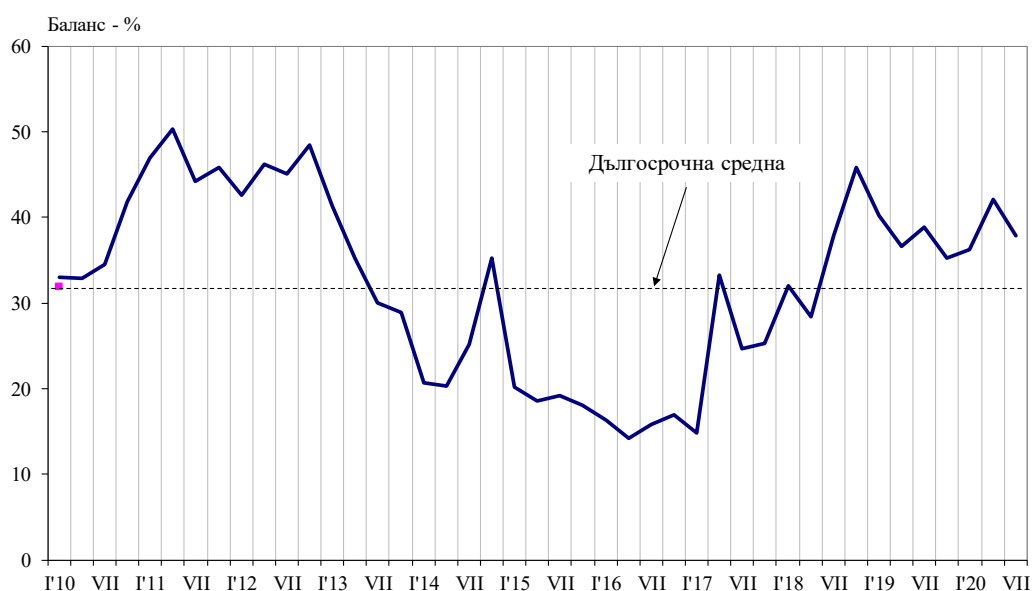
Фиг. 4. Оценка на финансовото състояние на домакинствата през последните 12 месеца



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. Намерения за закупуване на кола през следващите 12 месеца

