

## НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2024 ГОДИНА

Общият показател на доверие на потребителите през януари 2024 г. се покачва с 6.7 пункта спрямо нивото си от октомври 2023 г. (от -22.2% на -15.5%) (фиг. 1 от приложението). Повишаване на потребителското доверие се отчита сред населението както в градовете, така и в селата - съответно с 8.8 и 2.0 пункта.

Общата оценка на потребителите за развитието на икономическата ситуация в страната през последните дванадесет месеца бележи известно подобрене - увеличение на балансовия показател с 5.2 пункта (от -52.6 на -47.4) (фиг. 2 от приложението). Същевременно и очакванията им за следващите дванадесет месеца са по-оптимистични (фиг. 3 от приложението).

В сравнение с три месеца по-рано се наблюдава лек позитивизъм както в оценките на потребителите относно настъпилите промени във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца (фиг. 4 от приложението), така и в прогнозите им за следващите дванадесет месеца (фиг. 5 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 предходното наблюдение. Същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (фиг. 6 от приложението).

Относно безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към запазване или незначително намаление (фиг. 7 от приложението).

През януари се регистрира подобрене 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. Последната анкета отчита и подобрене в намеренията им за извършването на разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба<sup>1</sup> (фиг. 8 от приложението), 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 18 и повече години.

Обект на изследването са лицата на 18 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.

Съгласно Общата хармонизирана програма на ЕС за бизнес наблюденията и наблюдение на потребителите **показателят на доверие на потребителите** се изчислява като средна аритметична на балансите на оценките и очакванията за финансовото състояние на домакинствата, очакванията за общата икономическа ситуация в страната и намеренията за извършването на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба.

## Приложение

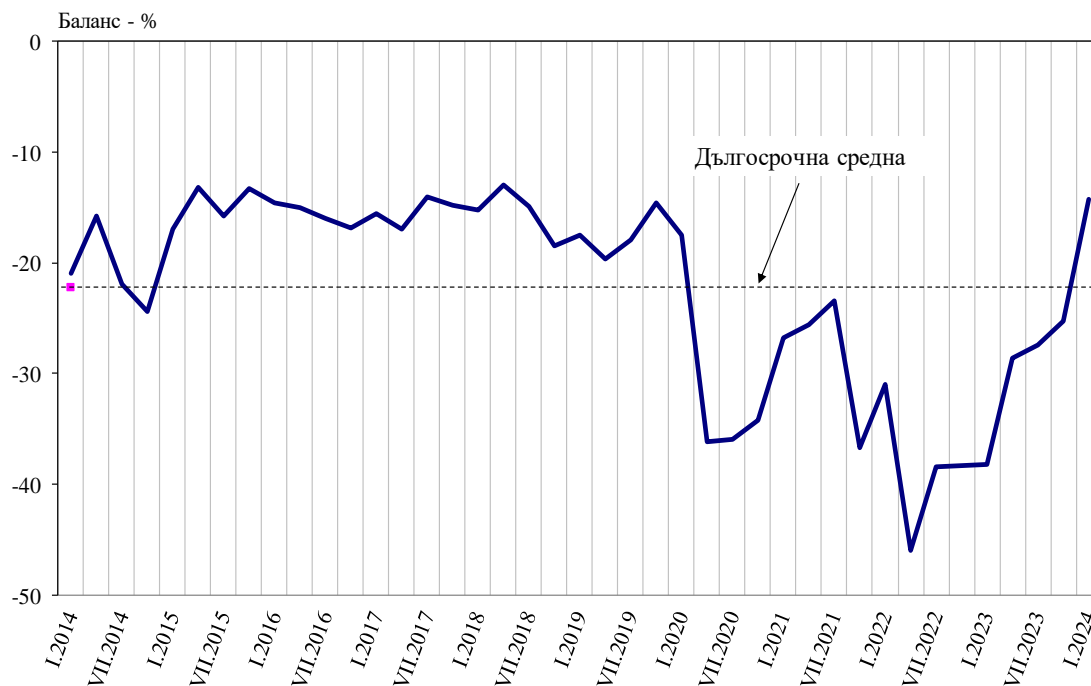
Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



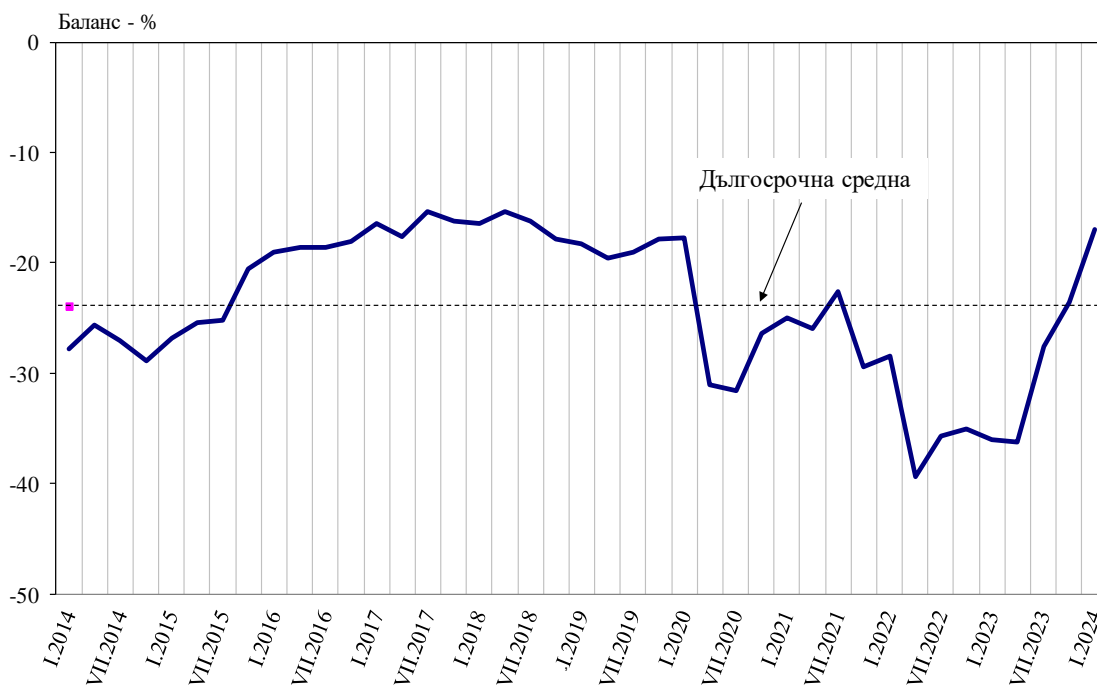
Фиг. 2. Оценка за общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца



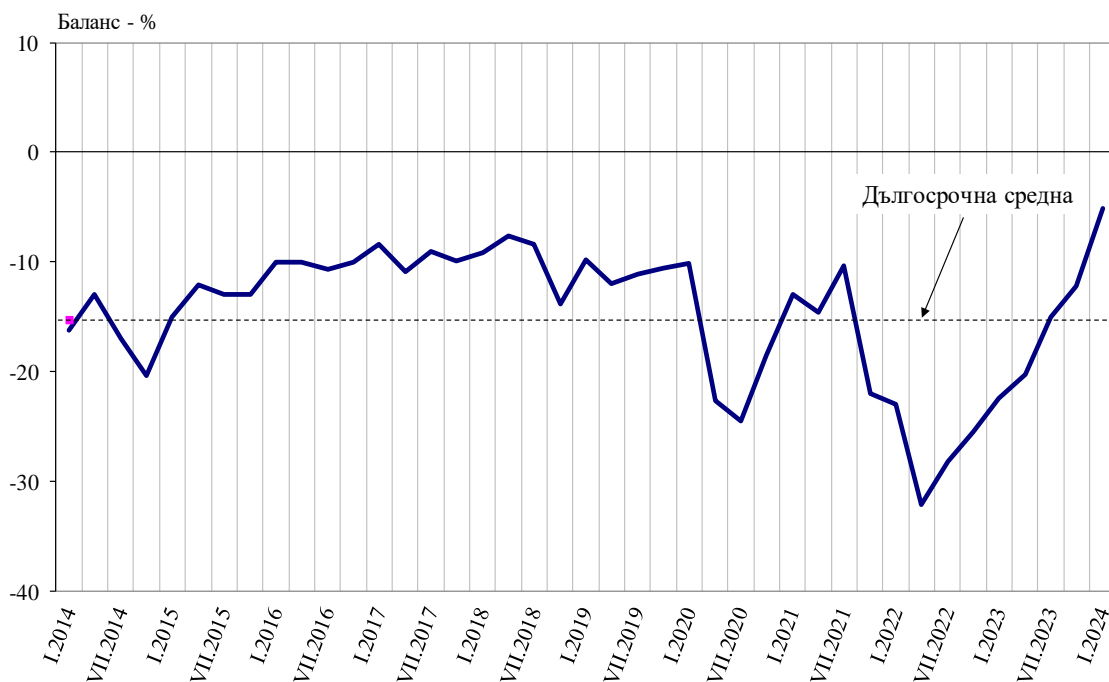
**Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца**



**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 извършването на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба през следващите 12 месеца**

