

## НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ЯНУАРИ 2010 ГОДИНА

През януари 2010 г. общият показател „доверие на потребителите” се понижава с 0.8 пункта спрямо равнището си от октомври 2009 г., което се дължи главно на намаленото доверие сред населението в градовете (граф. 1). Наблюдението през януари регистрира повишаване на песимизма в оценките и очакванията на потребителите в сравнение с изразените мнения преди три месеца.

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 (октомври 2009 г.) съответно с 3.5 и 1.3 пункта. За разлика от населението в градовете, при което балансовите стойности падат съответно с 6.4 и 2.4 пункта, при населението в селата има известно подобряване на оценките и прогнозите за икономическата конюнктура (граф. 2 и 3).

Анкетата регистрира понижени оценки на потребителите относно настъпилите промени във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца. През януари 2010 г. балансът на мненията за настоящото състояние на бюджета на домакинствата се влошава при населението в селата (с 6.0 пункта), а при населението в градовете има слабо повишение (с 1.1 пункта) (граф. 4).

Настоящата икономическа ситуация в страната е оценена като по-неблагоприятна за спестяване в сравнение с изразените мнения преди три месеца и се прогнозира, че тя няма да се подобри през следващите дванадесет месеца (граф. 5). Потребителите продължават да считат, че и през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо в сравнение с оценките, регистрирани преди три месеца (граф. 6). По-висока инфлация обаче се очаква през следващите дванадесет месеца (граф. 7). По отношение на безработицата предвижданията са, че тя ще продължи да се увеличава (граф. 8).

Спрямо мненията на потребителите, изразени през октомври 2009 г., последната анкета отчита и по-песимистична обща оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупки на предмети за дълготрайна употреба<sup>1</sup> (граф. 9), като се регистрира и слабо понижение на стойността на балансовия показател относно намеренията за такива покупки през следващите дванадесет месеца. По-ниски са също балансовите показатели, свързани с намеренията за „покупка на кола”, „покупка или построяване на жилище (вила)” и намеренията за „разходи 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 нормално е 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

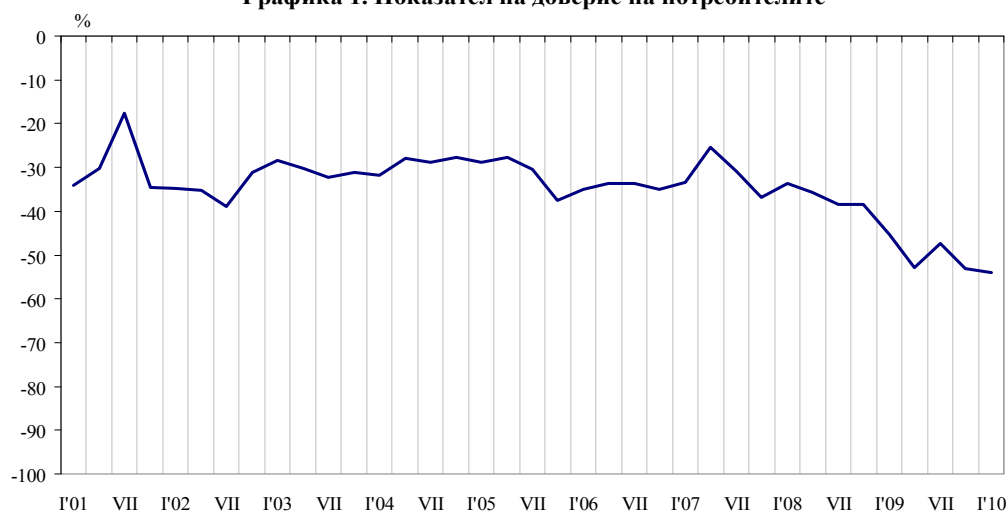
Изследването е част от хармонизираната програма на Европейския съюз за наблюдения на бизнес тенденциите и наблюдение на потребителите и е представително за населението на 16 и повече години.

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.

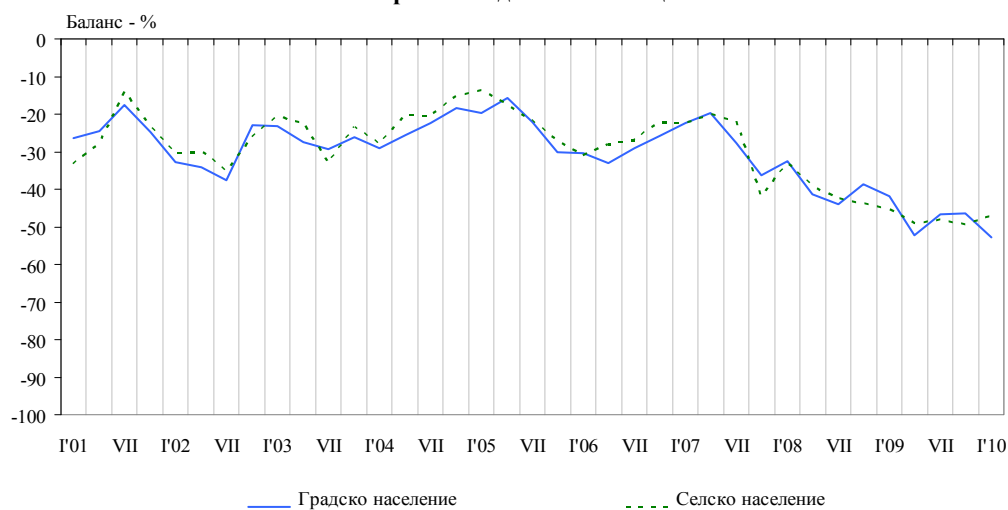
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в нивото на доверие на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

**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.

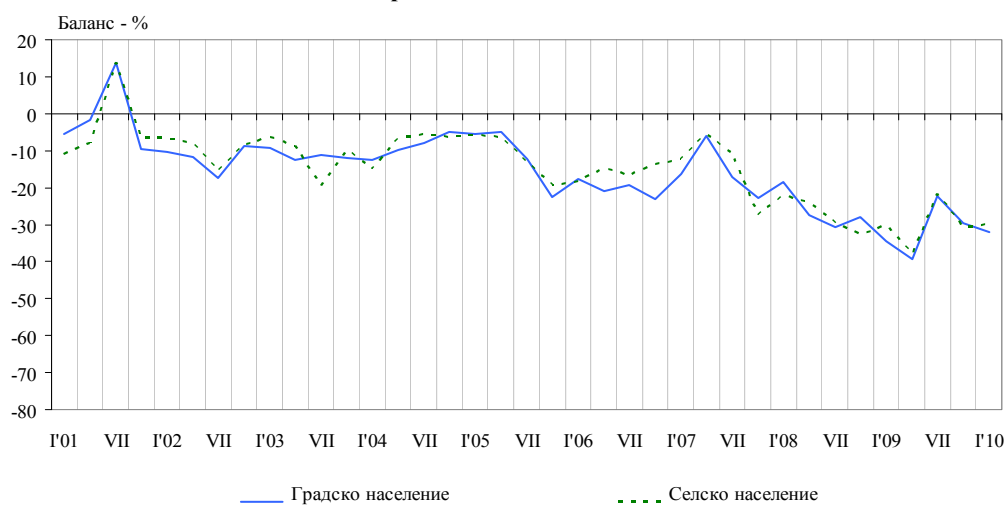
**Графика 1. Показател на доверие на потребителите**



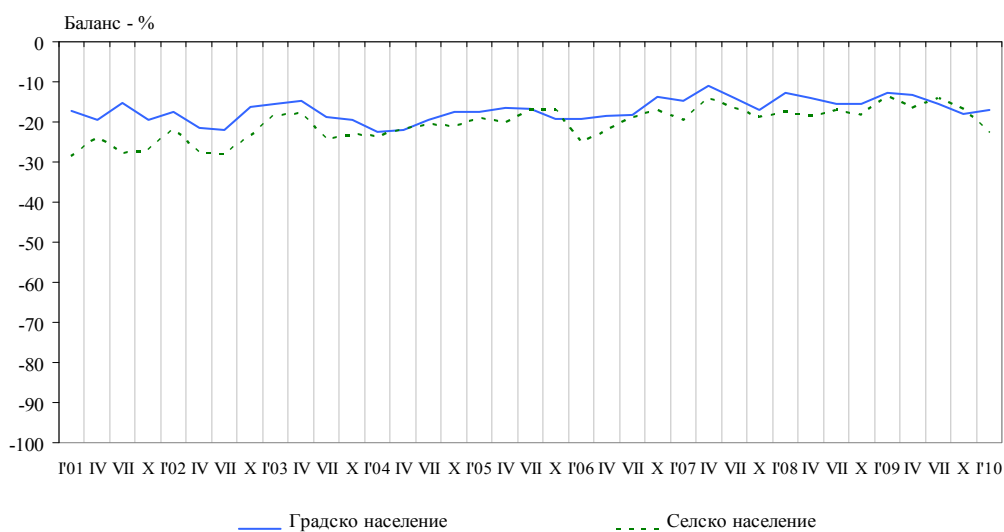
**Графика 2. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца**



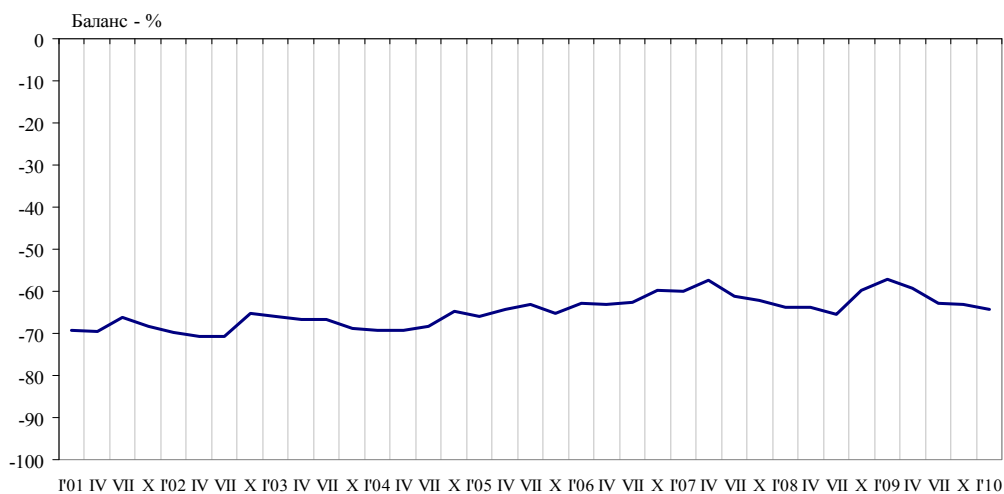
**Графика 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца**



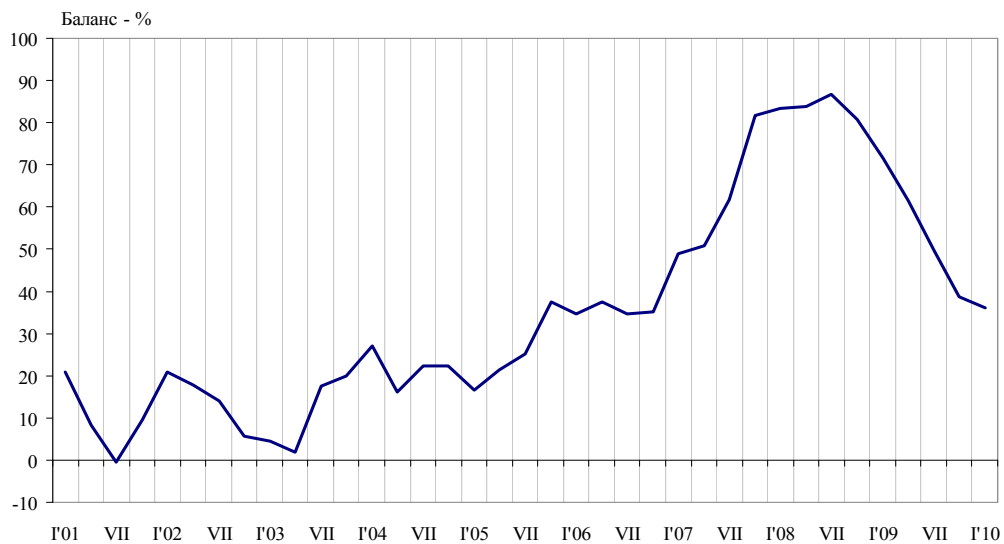
**Графика 4. Настоящо състояние на бюджета на домакинствата**



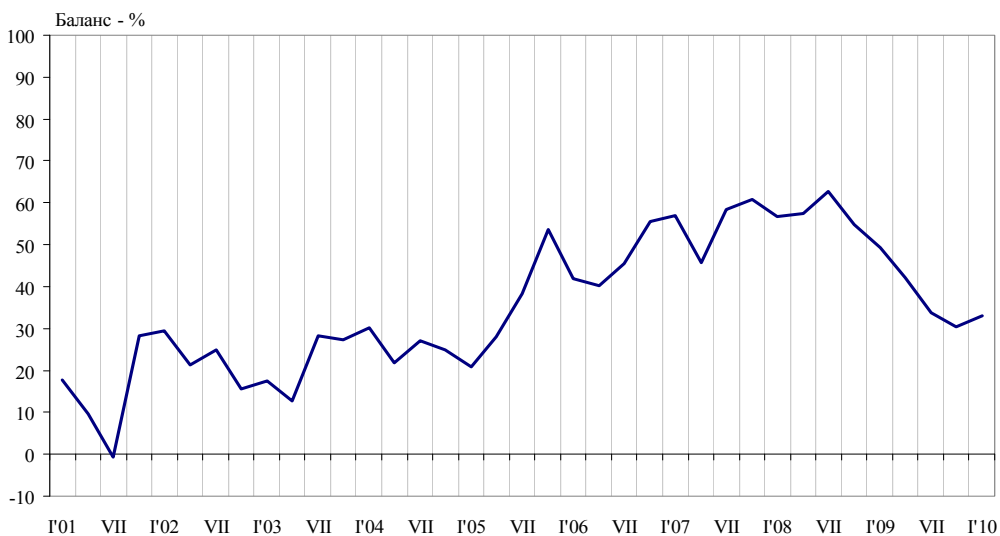
**Графика 5. Спестявания/обща икономическа ситуация - настояща ситуация**



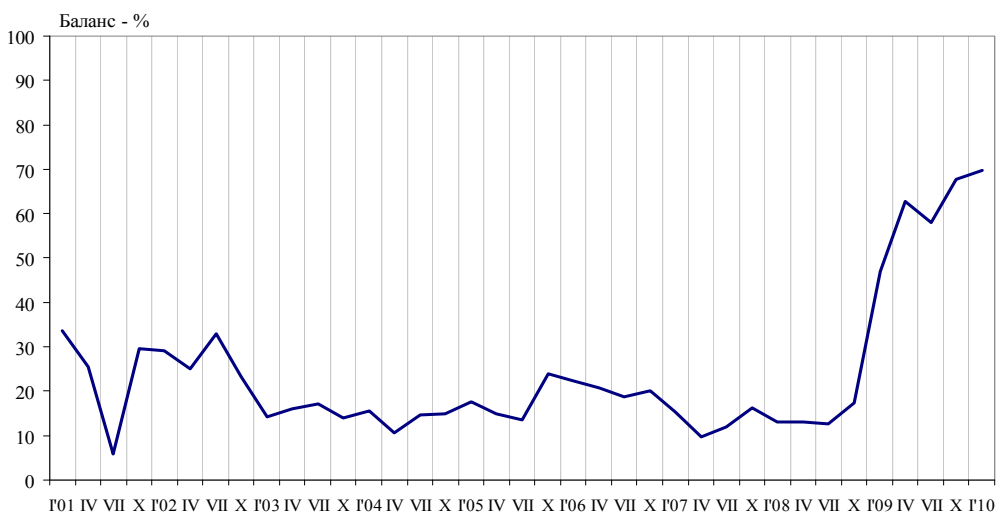
**Графика 6. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца**



**Графика 7. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца**



**Графика 8. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца**



**Графика 9. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация**

