

НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, ОКТОМВРИ 2009 ГОДИНА

През октомври 2009 г. стойността на общия показател „доверие на потребителите” се понижава с 5.9 пункта спрямо юли и се изравнява почти с нивото от преди шест месеца (граф. 1). Понижението се дължи както на намаленото доверие сред населението в селата, така и сред населението в градовете - съответно със 7.3 и 5.2 пункта.

Данните от последното наблюдение очертават през погледа на потребителите една по-негативна картина в сравнение с юли на протичащите и очакваните социално-икономически явления и процеси в страната.

През октомври мненията на потребителите относно настъпилите промени във финансовото състояние на домакинствата през последните дванадесет месеца слабо се подобряват (повишение на балансовия показател с 0.8 пункта). За разлика от потребителите в градовете, при които се увеличават неутралните („не се е променило”) за сметка на негативните оценки (увеличение на балансовия показател с 2.8 пункта), населението в селата отчита определено влошаване на финансовото състояние на домакинствата си (понижение на балансовия показател с 3.3 пункта) (граф. 2). Потребителите от градовете, и особено тези от селата изразяват също нарастващ песимизъм в очакванията си за финансовото състояние на техните домакинства през следващите дванадесет месеца (намаление на балансовите оценки съответно с 3.6 и 7.5 пункта) (граф. 3).

Ако през юли потребителите отбелязват относително по-позитивно становище спрямо април за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца, то сега през октомври техните оценки са по-неблагоприятни в сравнение с преди три месеца. По тяхно мнение има влошаване на икономическото положение в страната (граф. 4). С повишен негативизъм са и прогнозите за промените, които ще настъпят през следващите дванадесет месеца (понижение на балансовия показател със 7.9 пункта) (граф. 5).

По-благоприятни в сравнение с три месеца по-рано са оценките на потребителите по отношение на изменението на потребителските цени през последните дванадесет месеца (граф. 6). Традиционно мненията са, че цените са се повишили, но продължават да се увеличават тези, че цените не се променят или се понижават, в резултат на което балансовият показател пада с нови 10.8 пункта. По-слаби са и инфлационните очаквания за следващите дванадесет месеца, с което се продължава започналата след юли 2008 г. тенденция на спад в инфлационните очаквания на потребителите - 3.4 пункта подобрене на показателя (граф. 7).

По отношение на безработицата през следващите дванадесет месеца, след наблюдаваното слабо положително колебание през юли прогнозите продължават да се влошават (повишение на балансовия показател с 9.7 пункта) (граф. 8). Предвижданията се изместват към силно негативните очаквания. Повече от половината от потребителите (55.5% при 44.4% през юли) са на мнение, че безработицата рязко ще се увеличи през следващите дванадесет месеца.

През октомври се понижава и общата балансова оценка за настоящото състояние на бюджета на домакинствата (с 2.6 пункта), поради увеличаване броя на домакинствата, затъващи в дългове и на тези, принудени да теглят от спестяванията си и намаление на тези, които могат да спестяват (граф. 9).

Същевременно около 70% от домакинствата продължават да оценяват финансовото си положение с отговора „свързваме двата края”.

Потребителите оценяват настоящата обща икономическа ситуация в страната като по-неподходяща за спестяване в сравнение с юли, което е резултат от влошените оценки на потребителите от селата с 2.4 пункта. Сред населението в градовете се увеличава частта, която се затруднява да направи преценка на икономическата ситуация за сметка главно на тази, която дава негативни отговори, в резултат на което балансовият показател за домакинствата от градовете леко се повишава (с 0.7 пункта). Понижават се очакванията на потребителите за възможността да се спестяват пари през следващите дванадесет месеца (граф. 10).

Успоредно с отчетеното влошаване на финансовото състояние на домакинствата и влошаването на условията за спестяване последната анкета регистрира по-ниски оценки на потребителите по отношение на предимството да се правят покупки на предмети за дълготрайна употреба¹ в настоящата ситуация (понижение на балансовия показател с 3.6 пункта) (граф. 11). Негативните оценки са изразени по-масово сред населението в селата. Отрицателни са също промените в стойностите на балансовите показатели за очакваното извършване на разходи „за подобрения в дома” и за „покупка на кола”, през следващите дванадесет месеца - понижение съответно с 2.4 и 0.4 пункта (граф. 12).

¹ 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

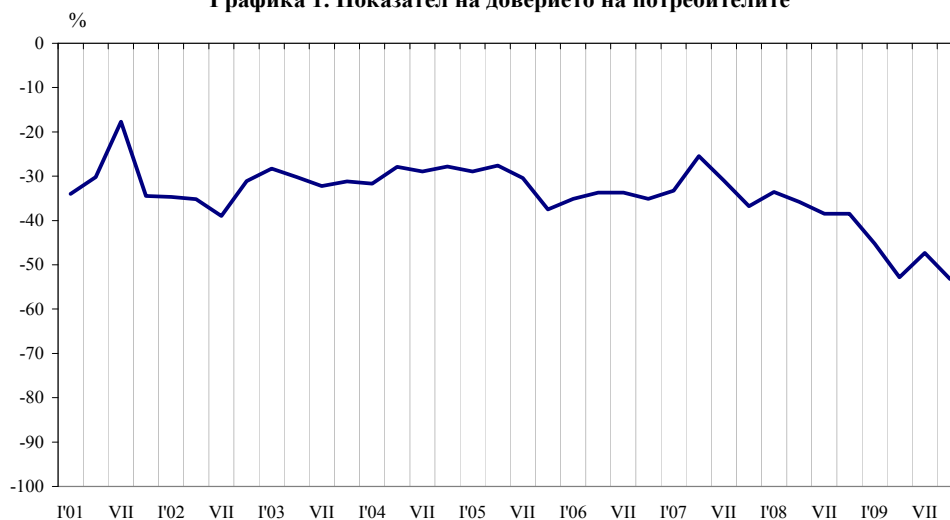
Изследването е част от хармонизираната програма на Европейския съюз за наблюдения на бизнес тенденциите и наблюдения на потребителите и е представително за населението на 16 и повече години.

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.

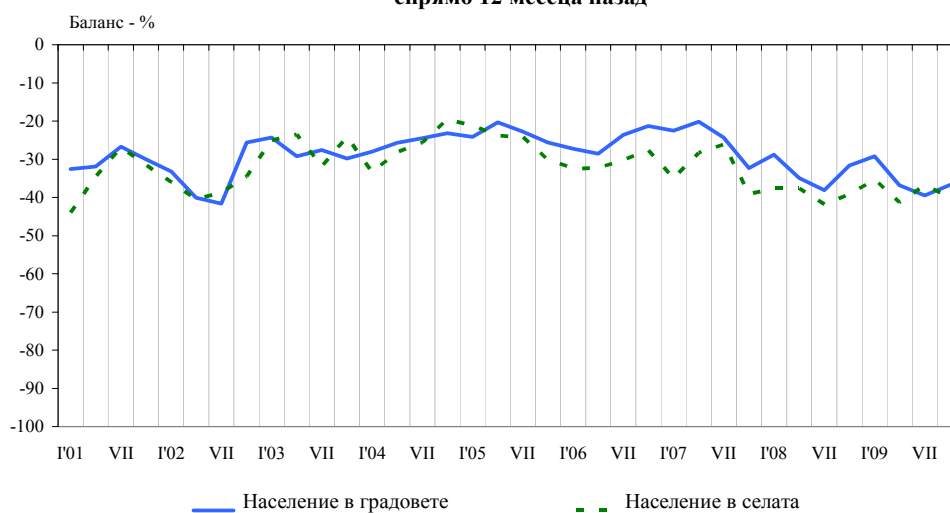
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в “нивото на доверие” на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

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.

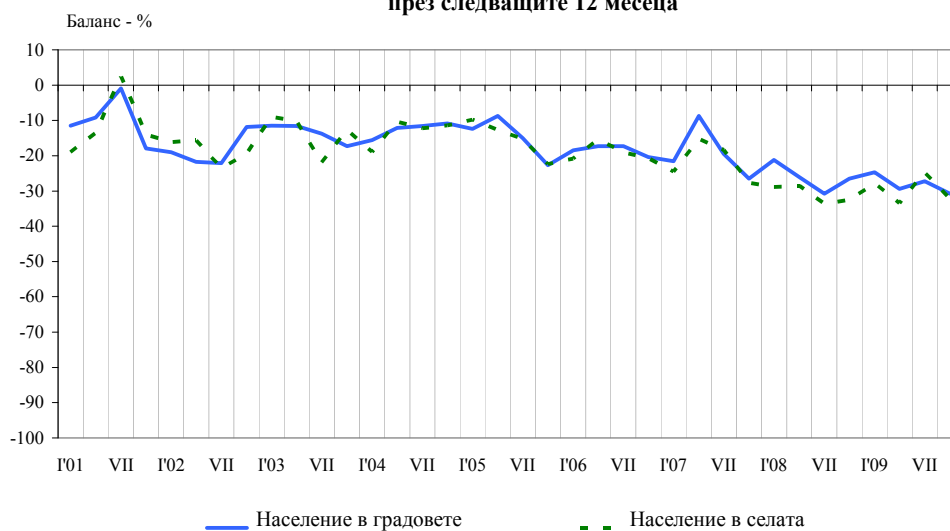
Графика 1. Показател на доверието на потребителите



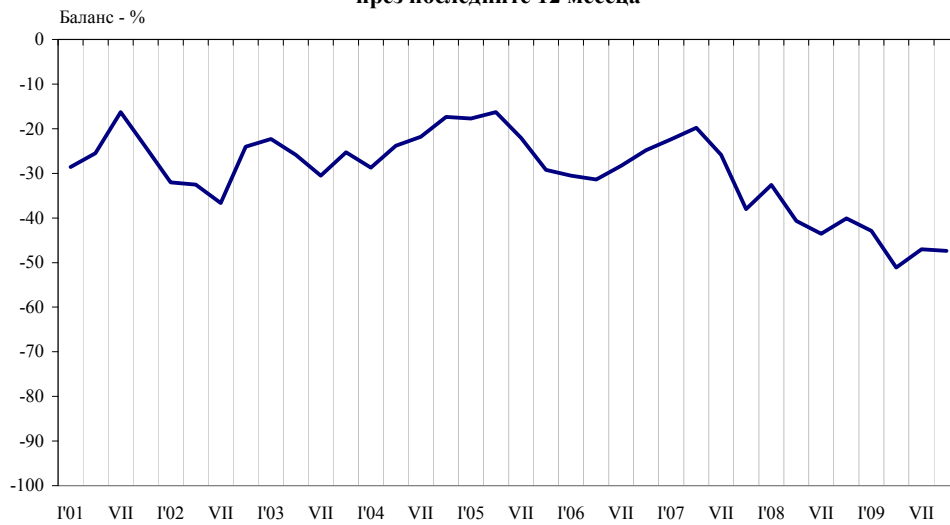
Графика 2. Оценка на финансовото състояние на домакинствата спрямо 12 месеца назад



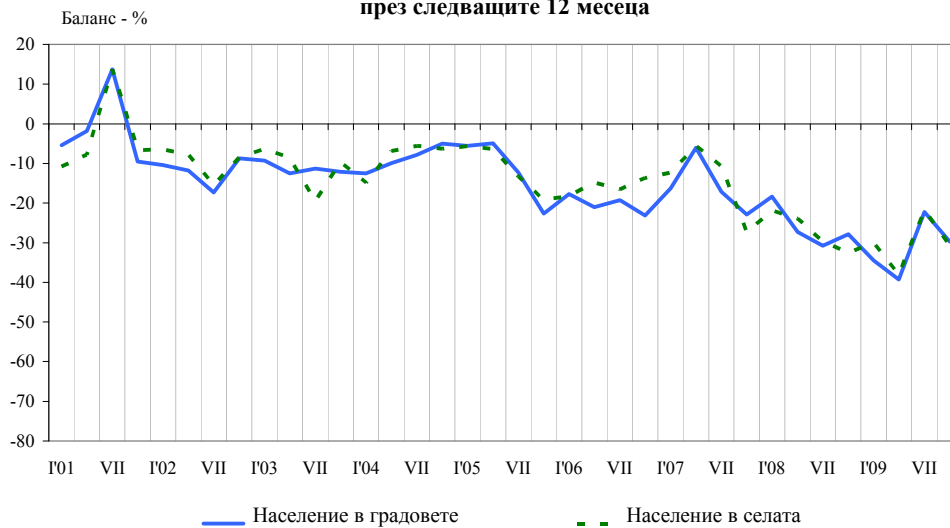
Графика 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



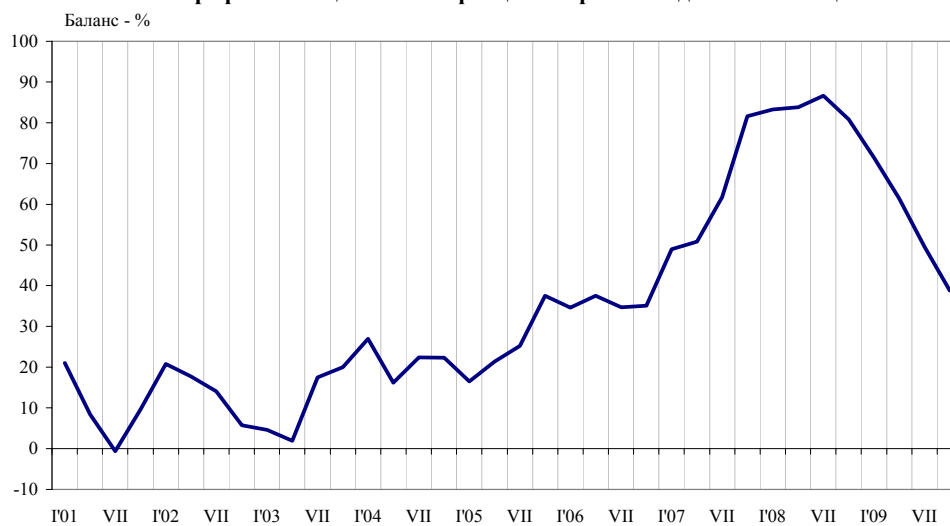
Графика 4. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца



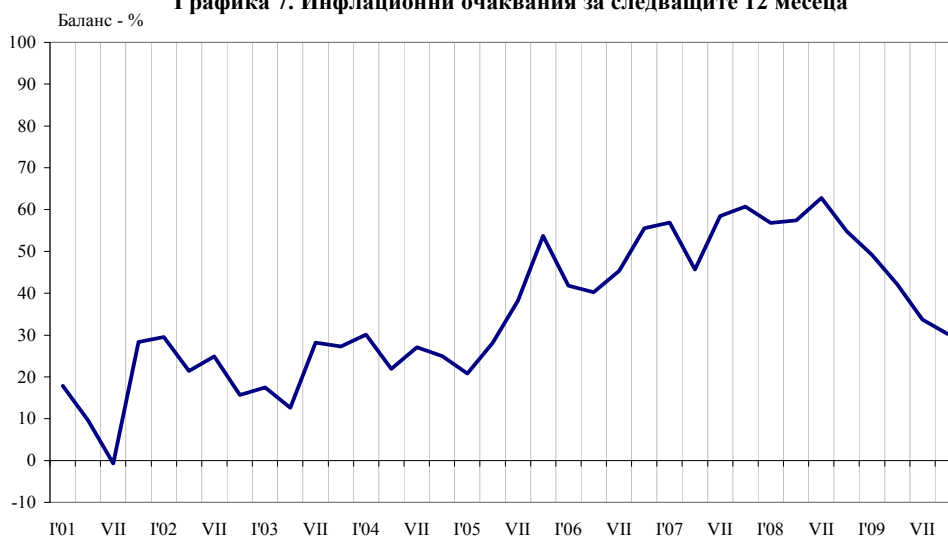
Графика 5. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца



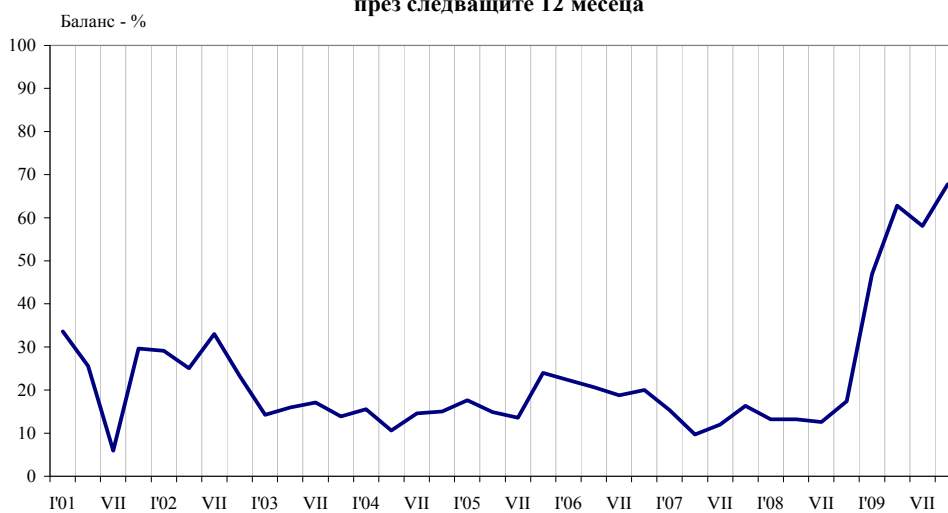
Графика 6. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца



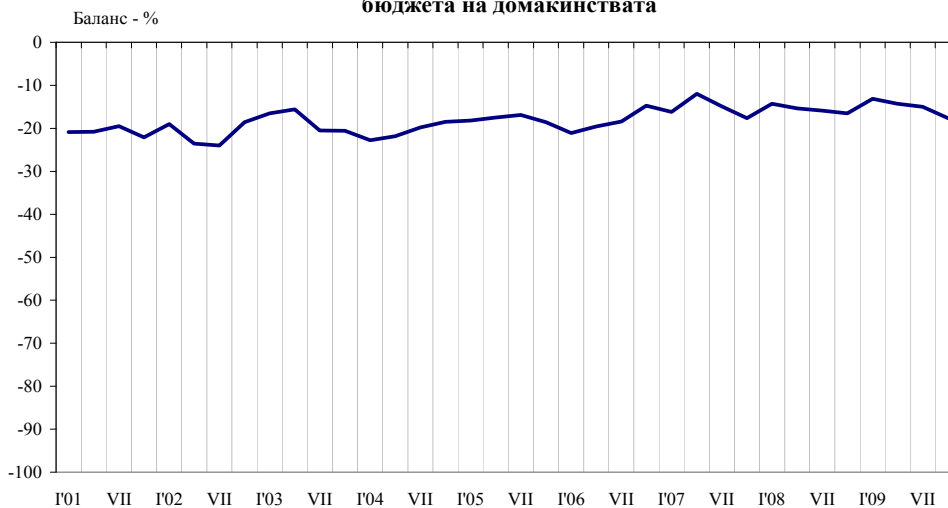
Графика 7. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



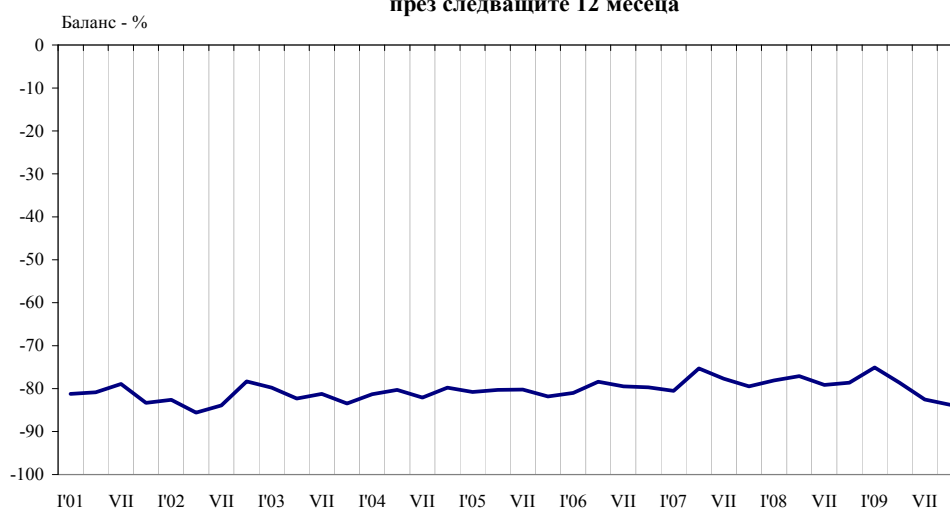
Графика 8. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



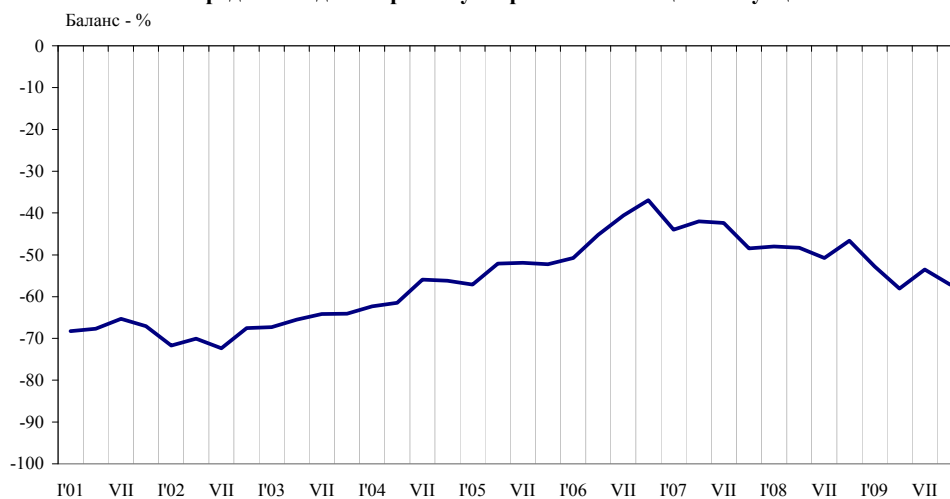
Графика 9. Оценка на настоящото състояние на бюджета на домакинствата



Графика 10. Очаквана тенденция в спестяванията през следващите 12 месеца



Графика 11. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация



Графика 12. Тенденция в разходите за подобрения в дома през следващите 12 месеца

