



КРАТКОСРОЧНО И ДЪЛГОСРОЧНО ПОТРЕБИТЕЛСКО ТЪРСЕНЕ НА НЯКОИ ГРУПИ ХРАНИТЕЛНИ СТОКИ В БЪЛГАРИЯ

Димитър Аркадиев*

РЕЗЮМЕ В статията се анализира краткосрочното и дългосрочното потребителско търсене на четири групи хранителни стоки (хляб, мляко, млечни продукти, месо) от домакинствата в България. Измерва се влиянието на три фактора върху потребителското търсене: собствена цена на стоката, паричен доход на домакинството и общо равнище на потребителските цени. Месечни данни за посочените фактори са взети от наблюдението на домакинските бюджети. Периодът на анализа е от декември 1992 до декември 2000 г. Приложен е модел с корекция на грешката в два варианта: с отчитане влиянието на общото изменение на потребителските цени и с елиминиране на това влияние. Този модел има добра адекватност при всички групи стоки. Големината и посоката на коефициентите на еластичност съвпадат с изискванията на икономическата теория. В условията на ниска инфлация получените конкретни модели се преобразуват за прогнозиране на потребителското търсене при очакван размер на повишаване на паричните доходи.

През последните десет години България изживява труден и мъчителен преход от централизирана към пазарно ориентирана икономика. Този преход е свързан с драстични промени в жизненото равнище на населението, в структурата и източниците на доходи и в приоритетите на разходите в домакинствата.

Целта на настоящото изследване е да се анализира потребителското търсене на няколко групи хранителни стоки с по-голяма важност за бюджета на домакинствата в зависимост от фактори като собствена цена на стоката, доход на домакинството, изменение в цените на останалите стоки.

* Д-р, доцент във Великотърновския университет "Св. св. Кирил и Методий", Стопански факултет; e-mail: arkadiev@abv.bg .