



Фиг. 8. Първи разлики за потребителско търсене на месо от домакинствата в България от декември 1992 до декември 2000 г. (логаритми)

да (разхода) на домакинството и цените на всички стоки. По този критерий подреждането на стоките по-нататък е: мляко, млечни продукти, месо. При всяка следваща стока се увеличава въздействието на посочените фактори.

Модел (4)

Върху потребителското търсене на стоките влияние оказва и инфлацията, която през анализирания период е съществена. Изменението на показателите след нейното отстраняване от данните се представя с модел (4). Обобщаващите показатели са представени в табл. 5, а оценките на параметрите по МНК и показателите за статистическата им значимост - в таблици 6 и 7.

Таблица 5

ОБОБЩАВАЩИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ТЪРСЕНЕ НА ГРУПИ ХРАНИТЕЛНИ СТОКИ ОТ ДОМАКИНСТВОТА В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПЕРИОДА ДЕКЕМВРИ 1992 - ДЕКЕМВРИ 2000 Г.

Групи стоки	Коефициент на корелация R	Коефициент на детерминация		Адекватност на модела F^* - критерий	Критерий на Дърбин-Уотсън DW^{**}
		общ - R^2	поправен - $R1^2$		
Хляб	0.868	0.754	0.704	15.106	2.290
Мляко	0.837	0.701	0.640	11.551	2.019
Млечни продукти	0.928	0.862	0.834	33.854	2.242
Месо	0.966	0.932	0.919	68.019	2.268

* Критична стойност - $F_t(0.05; 16.79) = 1.77$.

** Критична стойност $(0.05; 16.96) - d_L = 1.296$ и $d_U = 2.068$.