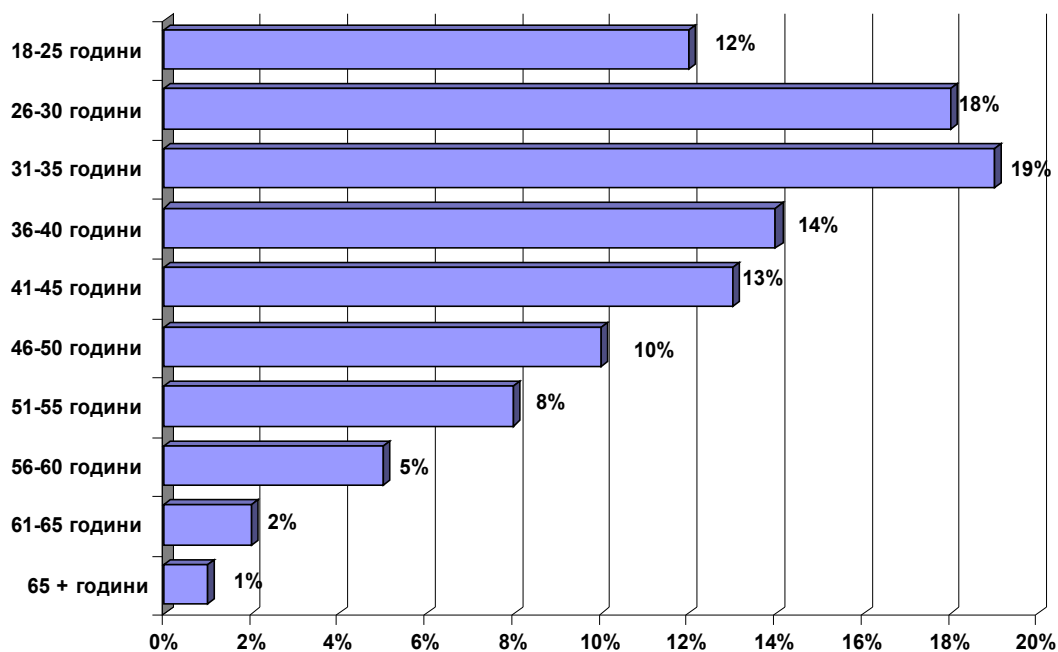
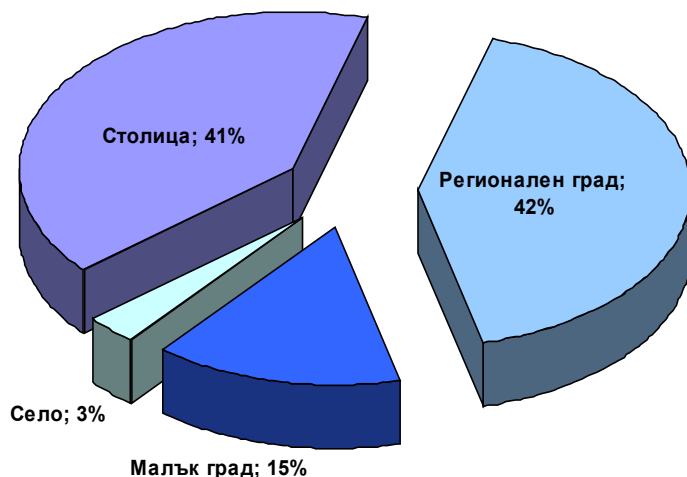


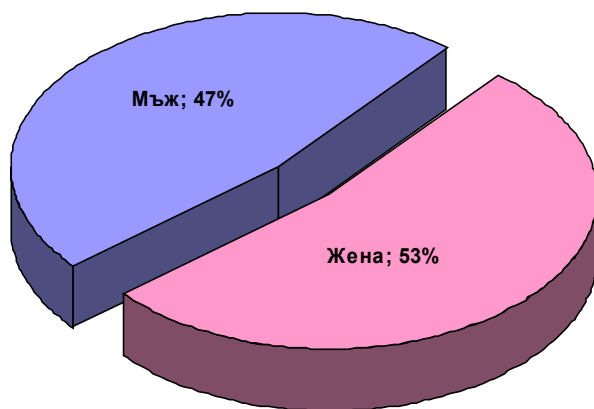
По поръчка на **Бизнес Каталог България – Маркетинг Салюшънс** проведе кратка **on line** анкета на тема „Икономическата криза в България през 2009”.

Постигнатата извадка е 2300 респонденти на възраст 18 – 65 години. Всички респонденти са интернет потребители на територията на цялата страна.

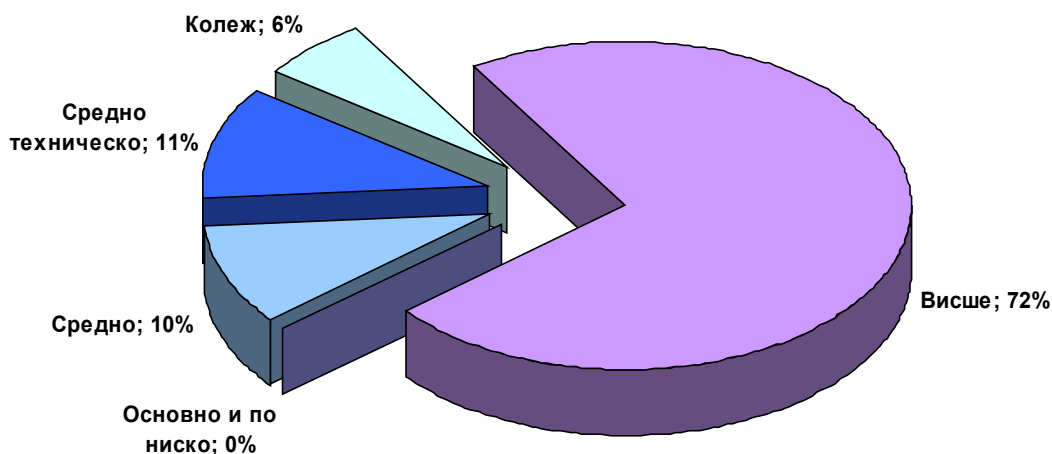


Периодът на проучване на общественото мнение по темата е от 5 до 13 Ноември 2009 година.

Структурата по пол на извадката е съвсем близка до данните на Националния Статистически Институт /НСИ/, за структурата на населението в България.

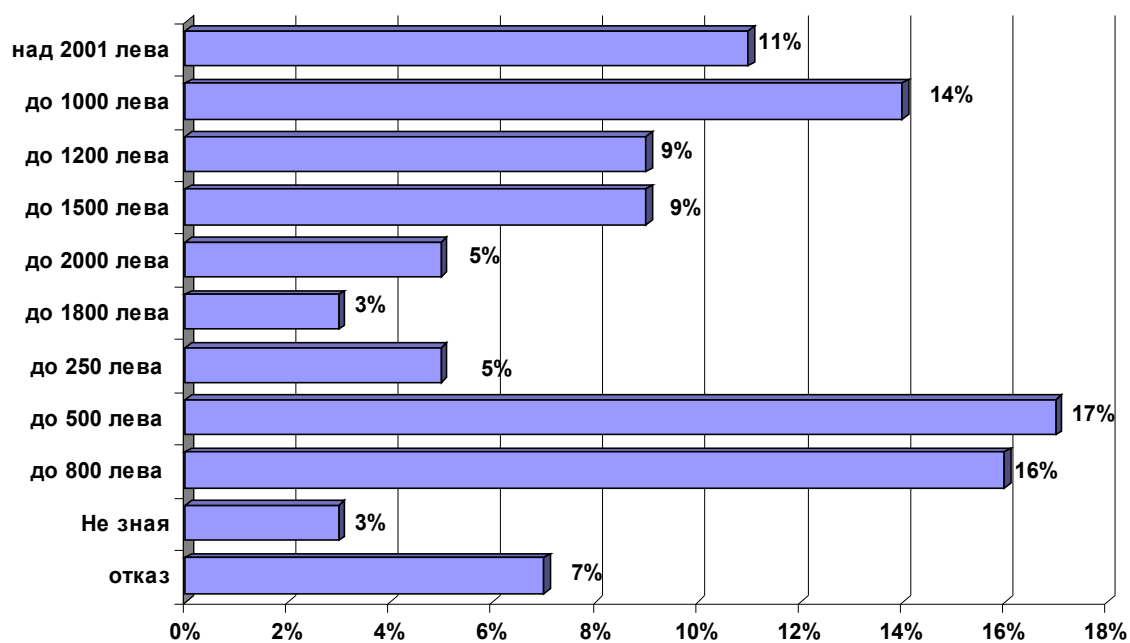


Основната част от респондентите са хора с Висше образование -72%. Останалите са с Полувисше - Колеж, Средно и Средно специално. Няма респонденти с основно и без образование. « **Какво е вашето завършено образование към момента?**»



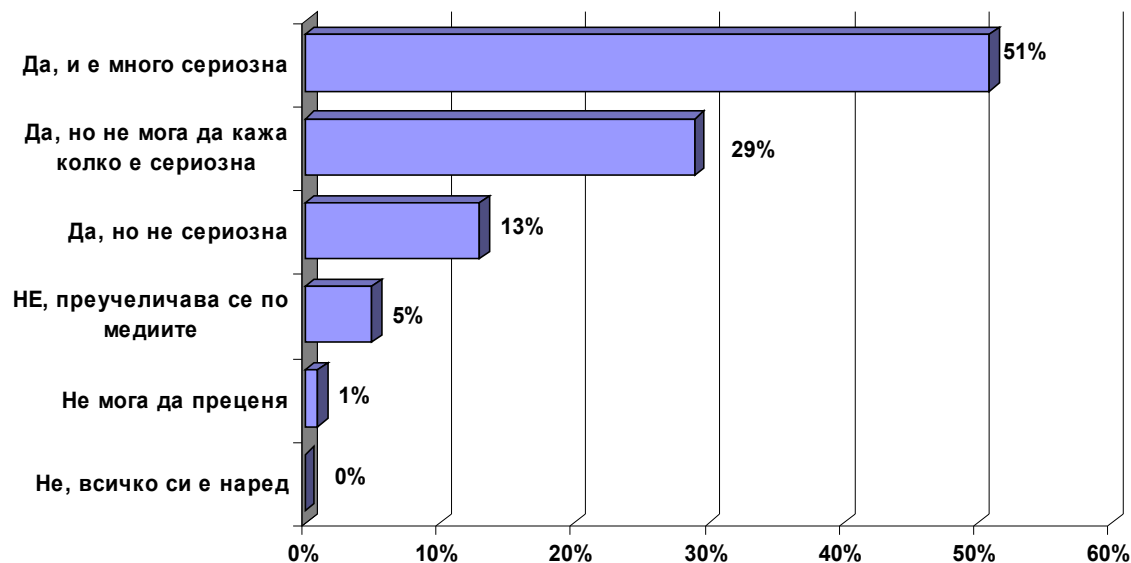
Почти половината от респондентите в извадката, с обем 2300 респондента, споделят, че нетният домакински доход е между 500 и 1000 лева. Това са **47%**.

«Какъв е общият чист домакински доход, след облагане с данъци? Нетен домакински доход.»



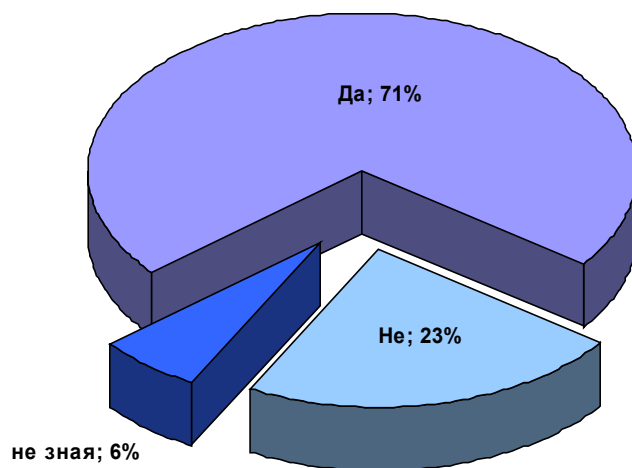
1/2 от респондентите считат, че икономическата криза в България през м. Ноември 2009 е много сериозна, а като цяло 93% от респондентите считат, че ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА в България - ИМА.

«Според вас има ли икономическа криза в България?»



Повече от 2/3 от респондентите отдават загубата на работа на близки познати като резултат от световната криза. 71% от респондентите имат близки и познати останали без работа.

«Имате ли близки и познати останали без работа заради кризата?»



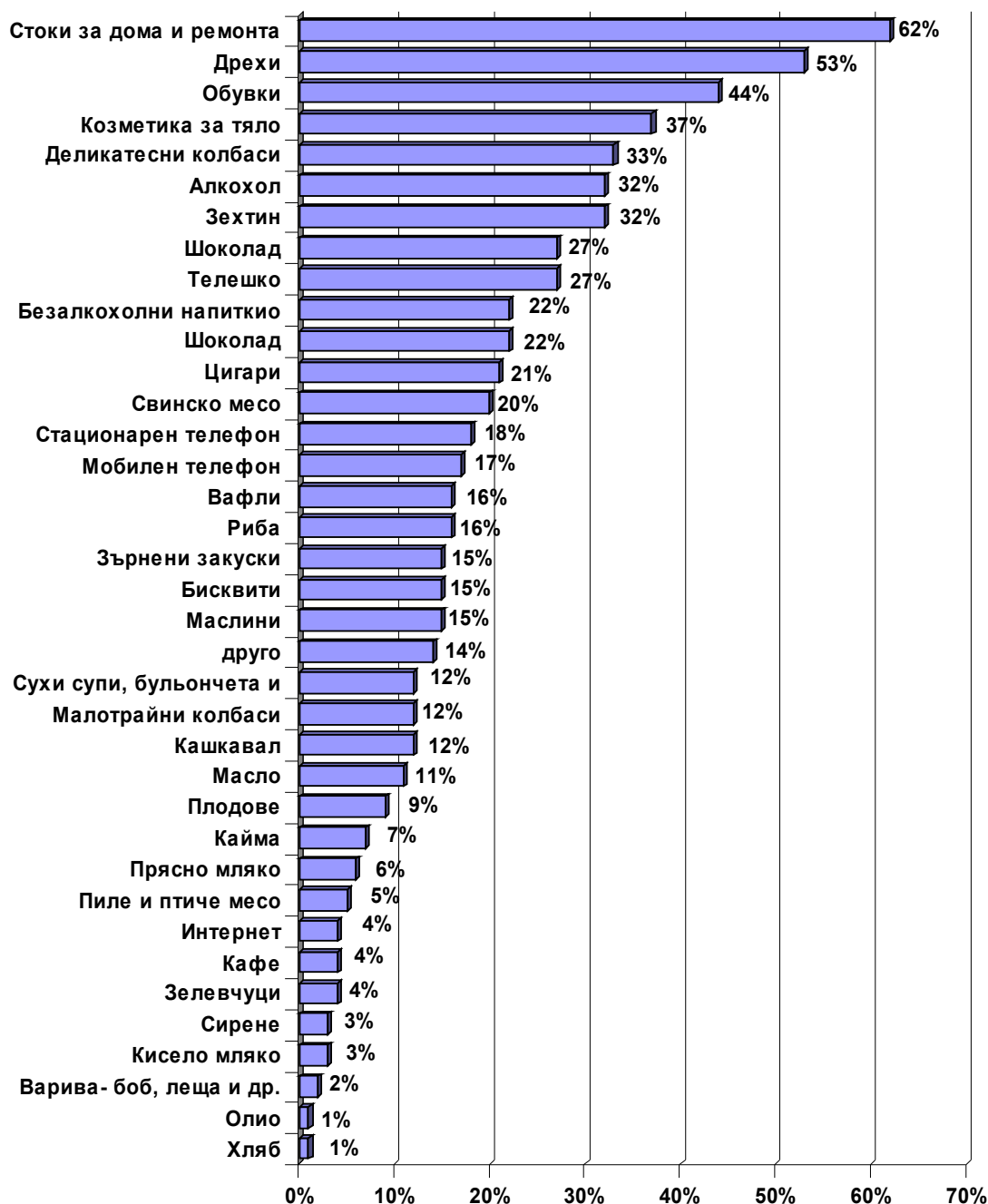
Като най-основна последица върху себе си от икономическата криза, респондентите отчитат намаляването на заплатите им - 37%. Останалите без работа в следствие на кризата са 22%. Само 9 % от респондентите казват, че са запазили работата и заплатата си непокътнати, но за сметка на намалено работно време. Няма респонденти които да казват, че НЕ СА ЗАСЕГНАТИ от кризата.

«Вие лично чувствате ли се засегнат от кризата?»

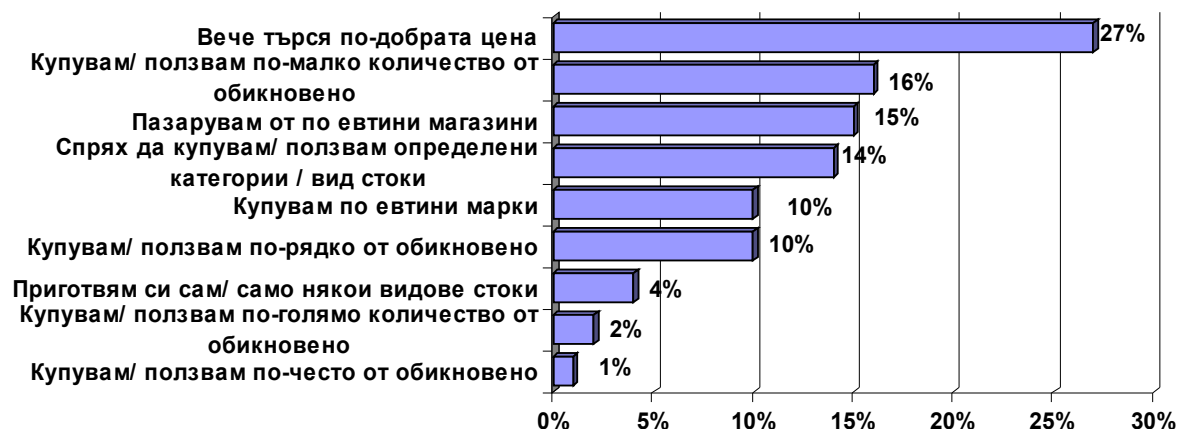


Навиците на покупка и употреба на стоки и услуги у Българина са значително променени. 100% от респондентите признават, че са променили навиците си на пазаруване и/или ползване на стоки и услуги. **Всеки е ограничил поне една стока или услуга** в следствие на ограничение в семейният бюджет. Най-сериозна е редуцията на разходи по отношение на Стоки за дома и дребните ремонти в дома. 62% са спряли да купуват и ползват тази категория. Силно намалена е покупката да дрехи с 53% и на обувки с 44%, както и на козметични продукти с 37%. При хранителните стоки най-силен спад има при деликатесните колбаси с 33%, зехтин с 32% и шоколад с 27%. От месото най-ограниченото е телешкото 37%, следвано от свинското месо с 20%.

«Има ли стоки или услуги, които сте спряли да купувате, поради ограничение в семейния бюджет през последните 2-3 месеца?»



Почти 1/3 от респондентите споделят, че в настоящата ситуация на Световна Икономическа криза вече търсят по-добра цена за стоките които купуват, пазаруват от по-евтини магазини и по-малко количество продукти. **«Кое от следните твърдения най-добре описва промяната по отношение на навиците Ви на пазаруване, през последните 2-3 месеца?»**



Цялостният извод от проведеното **on line** проучване е потвърждаване на общоизвестните факти, че **Световната Икономическа криза се отразява сериозно на Българската Икономика**. Оказва се, че цитираните данни от НСИ за ръст на доходите и умерен ръст на безработицата са не само „върха на айсберга”, а са меко казано абсурдни. За съжаление информацията, която споделят хората и резултатите са далеч по-фрапиращи. Ниво на безработицата от 22% сред работоспособното и образовано население на България, над 1/3 са с намалени доходи. По-скоро Икономическата ситуация като цяло се задълбочава. Прогнозите за още по-тежка икономическа ситуация през настъпващите зимни месеци, изглеждат плашещи на фона на получените данни.

Албена Тачева – Директор Продажби и Обслужване на Клиенти

Маркетинг Салюшънс ЕООД

www.viacall.info