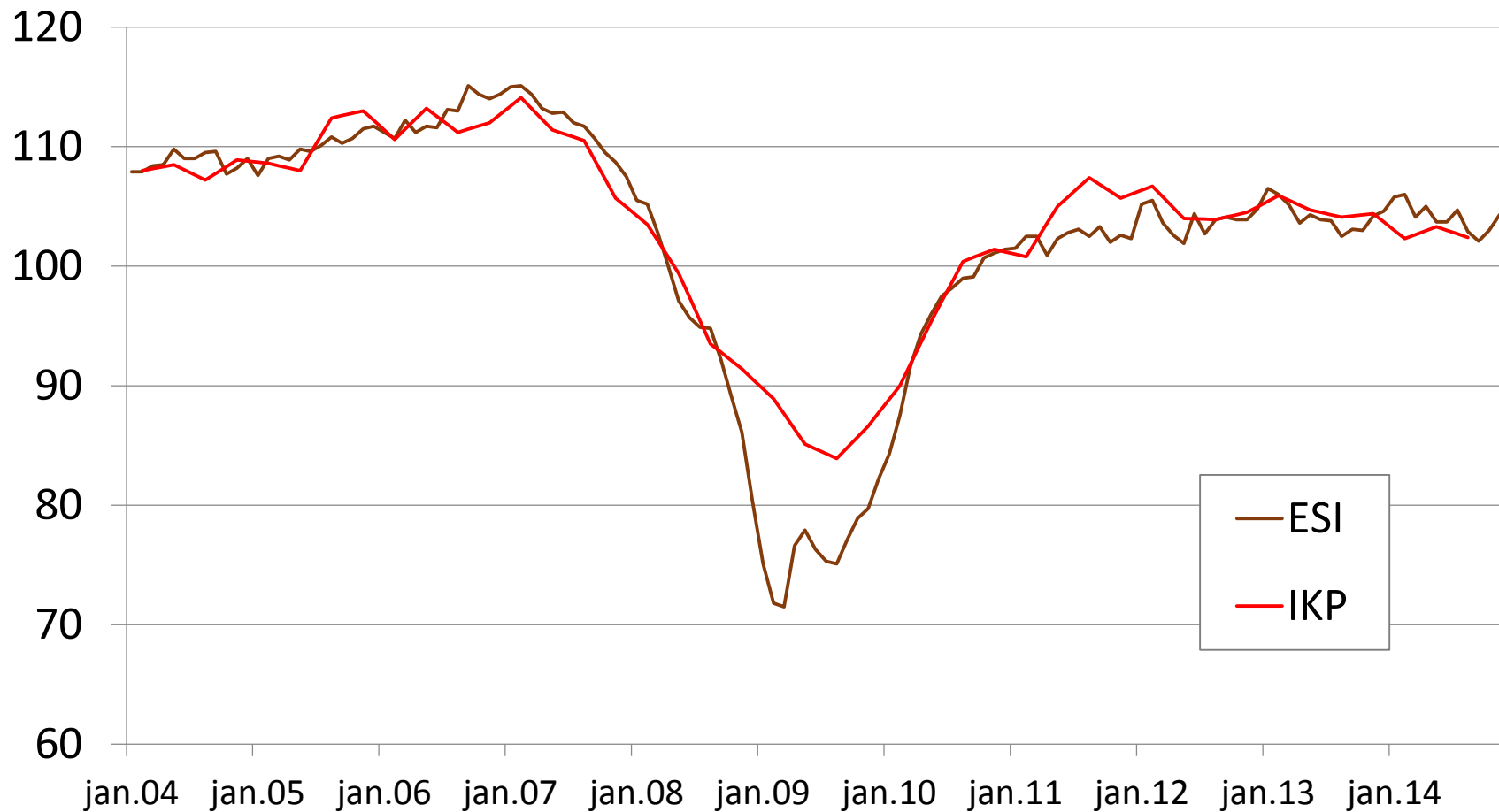


Patērētāju konfidences rādītājs (CCI)



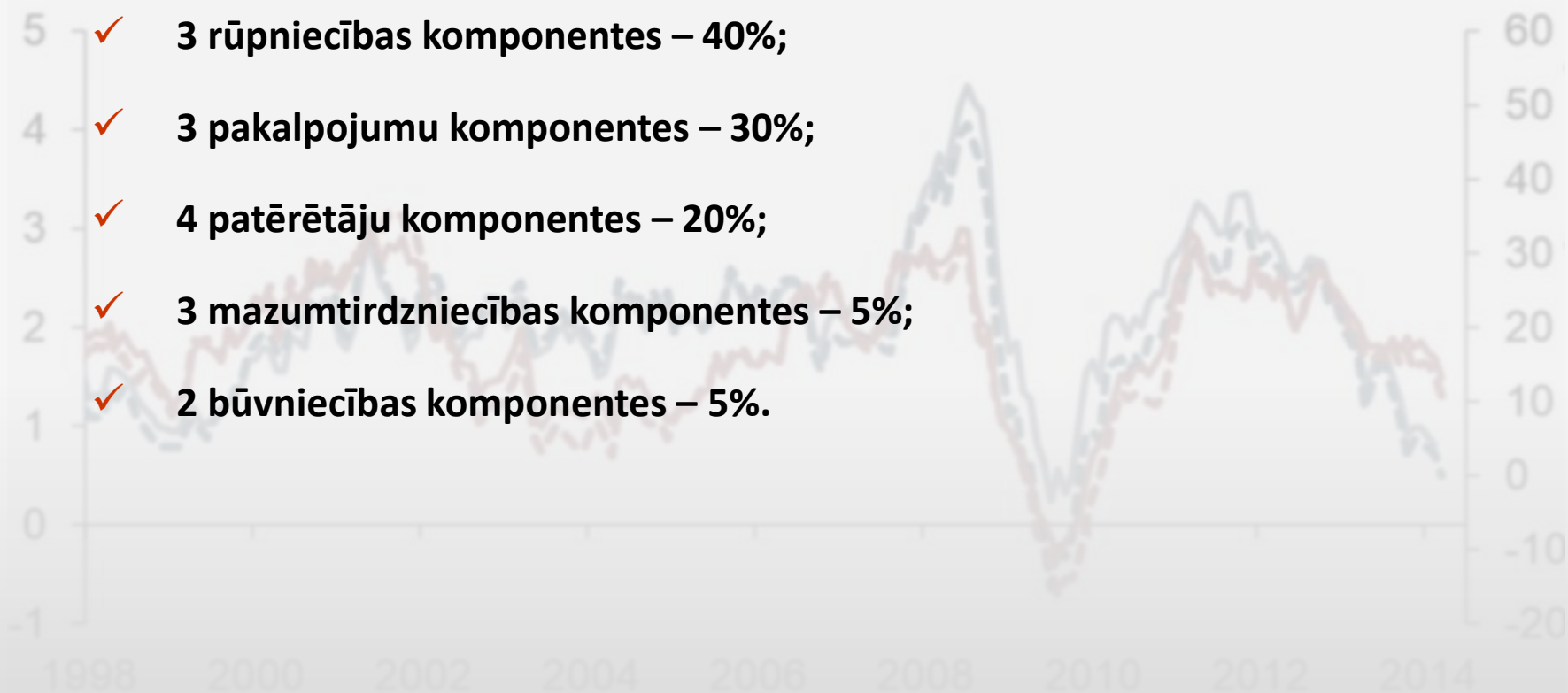
Autors: Oksana Kurcalte
Tirgu un sociālo pētījumu centrs
«Latvijas Fakti»

Ekonomikas sentimenta indekss (ESI)



Ekonomikas sentimenta indekss (ESI)

- ❖ Ekonomikas sentimenta rādītājs raksturo kopējo sociāli ekonomisko situāciju valstī un visām Eiropas Savienības dalībvalstīm tiek aprēķināts pēc vienotas metodoloģijas Eiropas Komisijas Ekonomikas un finanšu lietu ģenerāldirektorātā.
- ❖ Ekonomikas sentimenta indeksu aprēķina izmantojot 15 komponentes:



Metodoloģija

- ❖ Izlases apjoms: 1000 Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem.
- ❖ Aptaujas izlase aprēķināta balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem (izlase sastādīta proporcionāli sekojošām pazīmēm: dzimums; vecums; nacionalitāte; ģeogrāfiskā izkliede).
- ❖ Katra aptauja notiek kopumā 146 izlases punktos.
- ❖ Informācijas ieguves metode – tiešās intervijas respondentu dzīves vietās.
- ❖ Respondentu dzīves vietu atlasē izmantota nejaušā maršruta metode.
- ❖ Respondenta atlase mājsaimniecībā – pēdējās dzimšanas dienas princips.
- ❖ Aptaujas gaitā, izmantojot 15 jautājumus, respondentiem tiek lūgts novērtēt Latvijas un savas ģimenes ekonomiskās situācijas izmaiņas pēdējo 12 mēnešu laikā, kā arī prognozēt tās turpmāko 12 mēnešu laikā.

❖ Patērētāju konfidences rādītāja aprēķinā tiek izmantots atbilžu sadalījuma saldo pēc sekojošiem jautājumiem:

1. Vispārējā ekonomiskā situācija Latvijā

- ✓ *Kā, pēc Jūsu domām, mainīsies vispārējā ekonomiskā situācija Latvijā nākamo 12 mēnešu laikā?*
- ✓ *- ievērojami uzlabosies, nedaudz uzlabosies, paliks bez izmaiņām, nedaudz pasliktināsies, ievērojami pasliktināsies*

2. Bezdarba līmenis Latvijā

- ✓ *Kā, pēc Jūsu domām, mainīsies Jūsu ģimenes finansiālais stāvoklis nākamo 12 mēnešu laikā?*
- ✓ *- strauji pieaugs, nedaudz pieaugs, paliks bez izmaiņām, nedaudz samazināsies, strauji samazināsies*

3. Respondenta ģimenes finansiālais stāvoklis

- ✓ *Kā, pēc Jūsu domām, mainīsies bezdarba līmenis Latvijā nākamo 12 mēnešu laikā?*
- ✓ *- ievērojami uzlabosies, nedaudz uzlabosies, paliks bez izmaiņām, nedaudz pasliktināsies, ievērojami pasliktināsies*

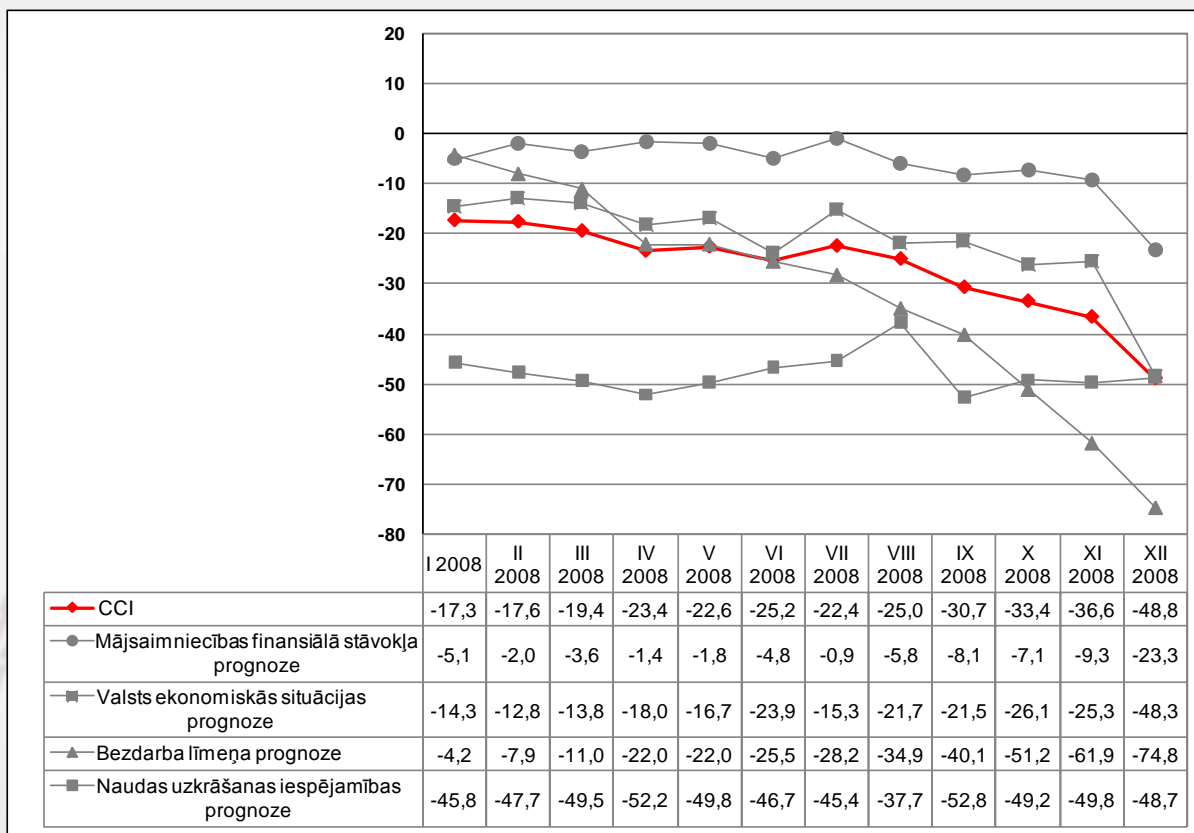
4. Iespēja, ka nākamo 12 mēnešu laikā respondents varēs iekrāt kaut cik naudas

- ✓ *Kā Jūs domājat, cik liela ir iespēja, ka nākamo 12 mēnešu laikā Jūs varēsiet iekrāt naudu?*
- ✓ *- ļoti iespējami, diezgan iespējami, drīzāk neiespējami, pilnīgi neiespējami*

Par katru apsekojuma jautājumu iegūst atbilžu sadalījumu pa variantiem, kas ir izteikts procentos. No šī sadalījuma aprēķina saldo kā starpību starp galējo atbilžu īpatsvaram:

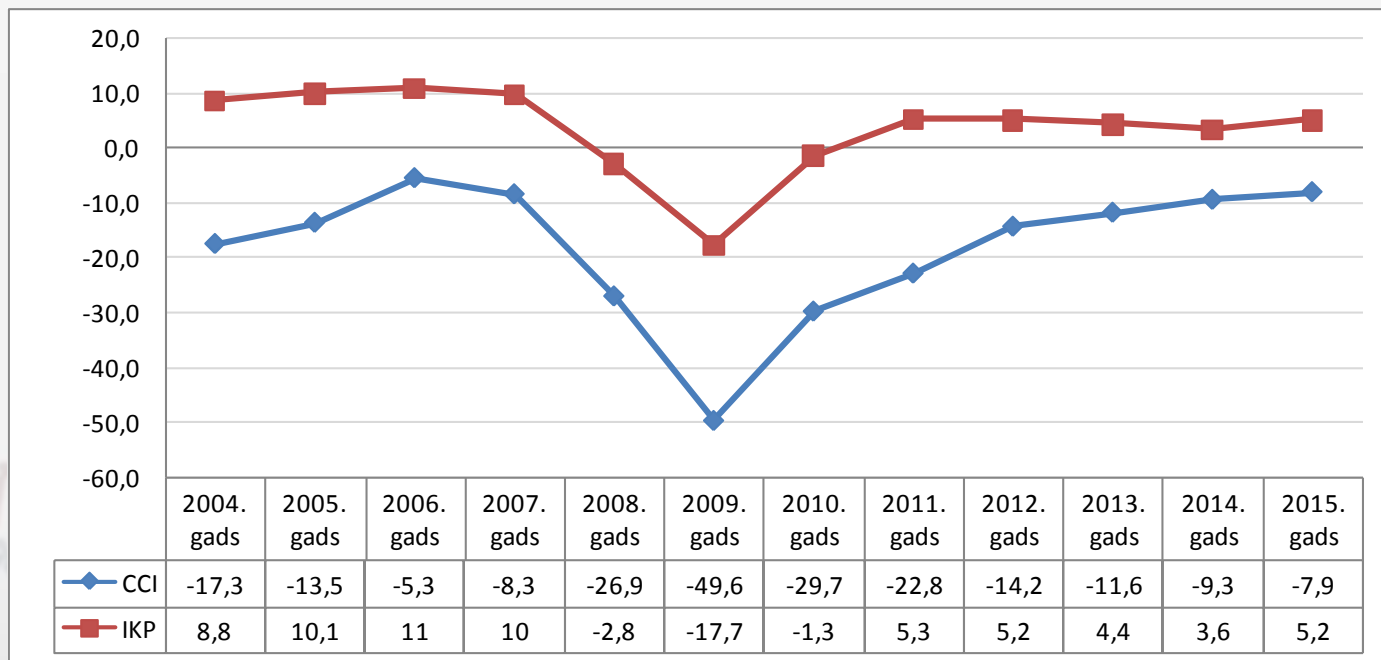
$S = („+”) - („-”)$, kur: („+”) – pozitīvo atbilžu („pieaudzis”) īpatsvars, procentos;
 („-”) – negatīvo atbilžu („samazinājies”) īpatsvars, procentos.

- **Patērētāju konfidences indeksa dinamika 2008. gadā Latvijā**



Patērētāju konfidences indeksa analīze Latvijas ekonomiskās attīstības kontekstā

Latvijas Patērētāju konfidences indeksa (gada vidējā vērtība) un Iekšzemes kopprodukta (pieaugums faktiskajās cenās procentos pret iepriekšējo gadu) dinamika laika periodā no 2004. – 2015. gadam



- **Latvijas iedzīvotāju attieksme pret valsts ekonomiskās situācijas izmaiņām nav saistīta tikai ar viņu ienākumu līmeni, bet arī citiem sociāli nozīmīgiem faktoriem, kas tiešā veidā nav saistīti ar ekonomiku, kā piemēram, vecums, izglītība, tautība dzīves vieta**

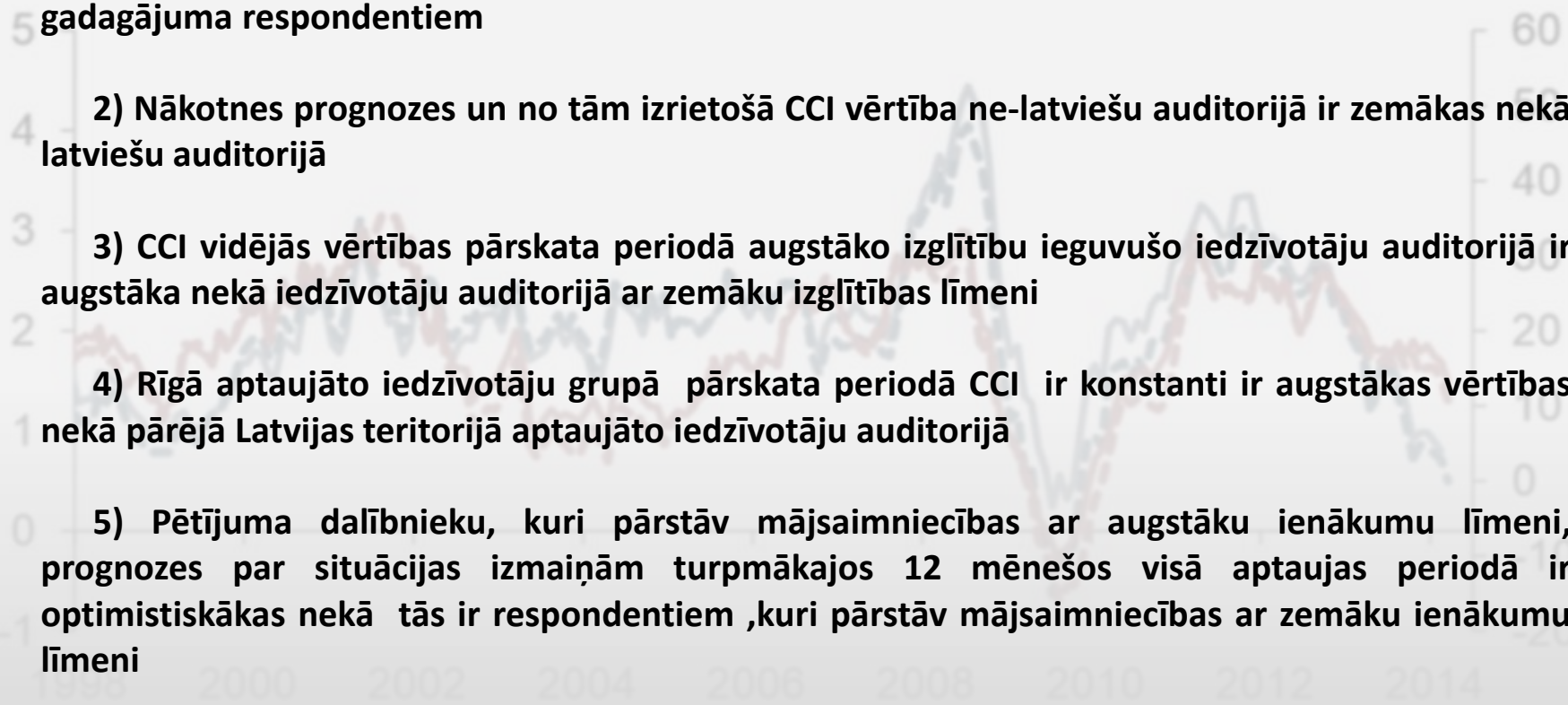
1) **Jaunāka gadagājuma iedzīvotāju prognozes par situācijas izmaiņām turpmākajos 12 mēnešos visā aptaujas periodā (ieskaitot krīzes periodu) ir optimistiskākas nekā vecāka gadagājuma respondentiem**

2) **Nākotnes prognozes un no tām izrietošā CCI vērtība ne-latviešu auditorijā ir zemākas nekā latviešu auditorijā**

3) **CCI vidējās vērtības pārskata periodā augstāko izglītību ieguvušo iedzīvotāju auditorijā ir augstāka nekā iedzīvotāju auditorijā ar zemāku izglītības līmeni**

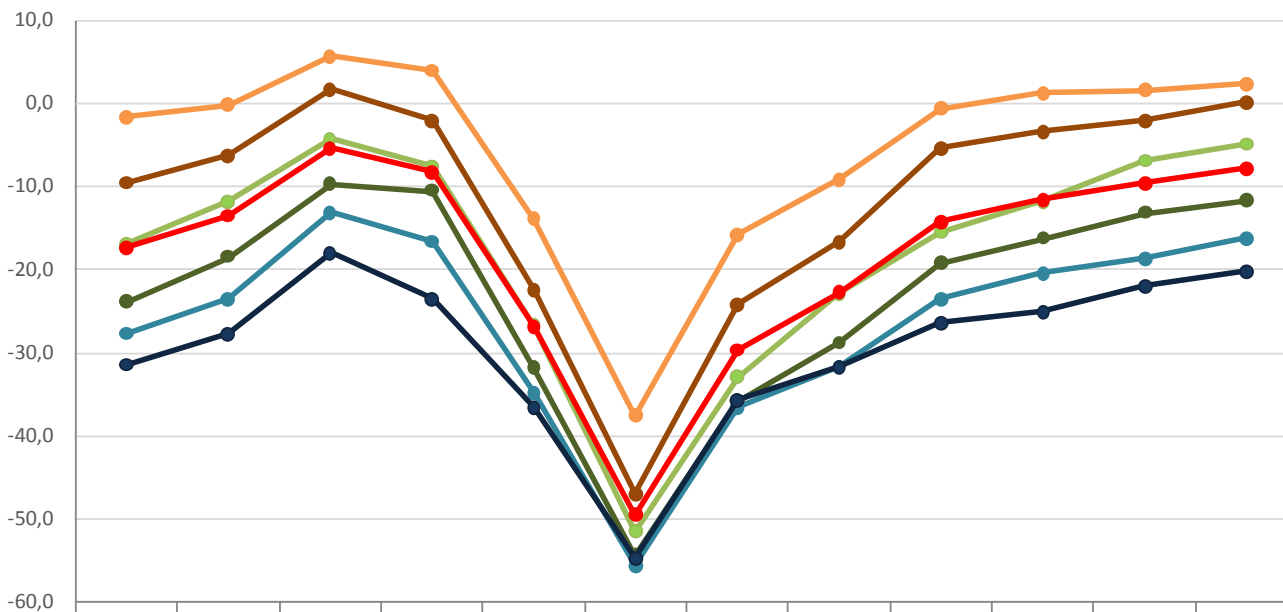
4) **Rīgā aptaujāto iedzīvotāju grupā pārskata periodā CCI ir konstanti ir augstākas vērtības nekā pārējā Latvijas teritorijā aptaujāto iedzīvotāju auditorijā**

5) **Pētījuma dalībnieku, kuri pārstāv māsaimniecības ar augstāku ienākumu līmeni, prognozes par situācijas izmaiņām turpmākajos 12 mēnešos visā aptaujas periodā ir optimistiskākas nekā tās ir respondentiem ,kuri pārstāv māsaimniecības ar zemāku ienākumu līmeni**



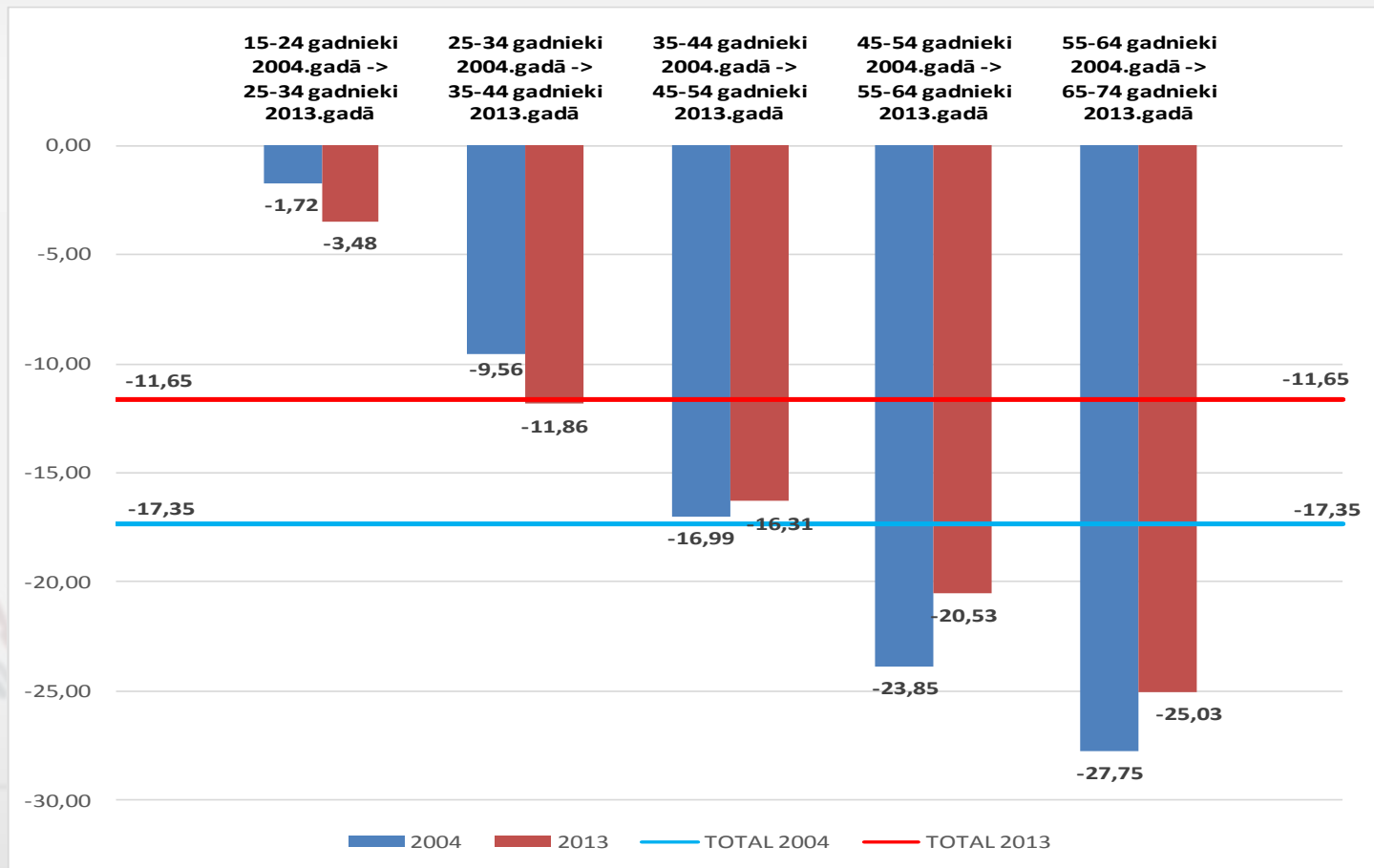
1) Jaunāka gadagājuma iedzīvotāju prognozes par situācijas izmaiņām turpmākajos 12 mēnešos visā aptaujas periodā (ieskaitot krīzes periodu) ir optimistiskākas nekā vecāka gadagājuma respondentiem;

Patērētāju konfidences indekss iedzīvotāju vecuma grupās
laika periodā no 2004. - 2015.gadam

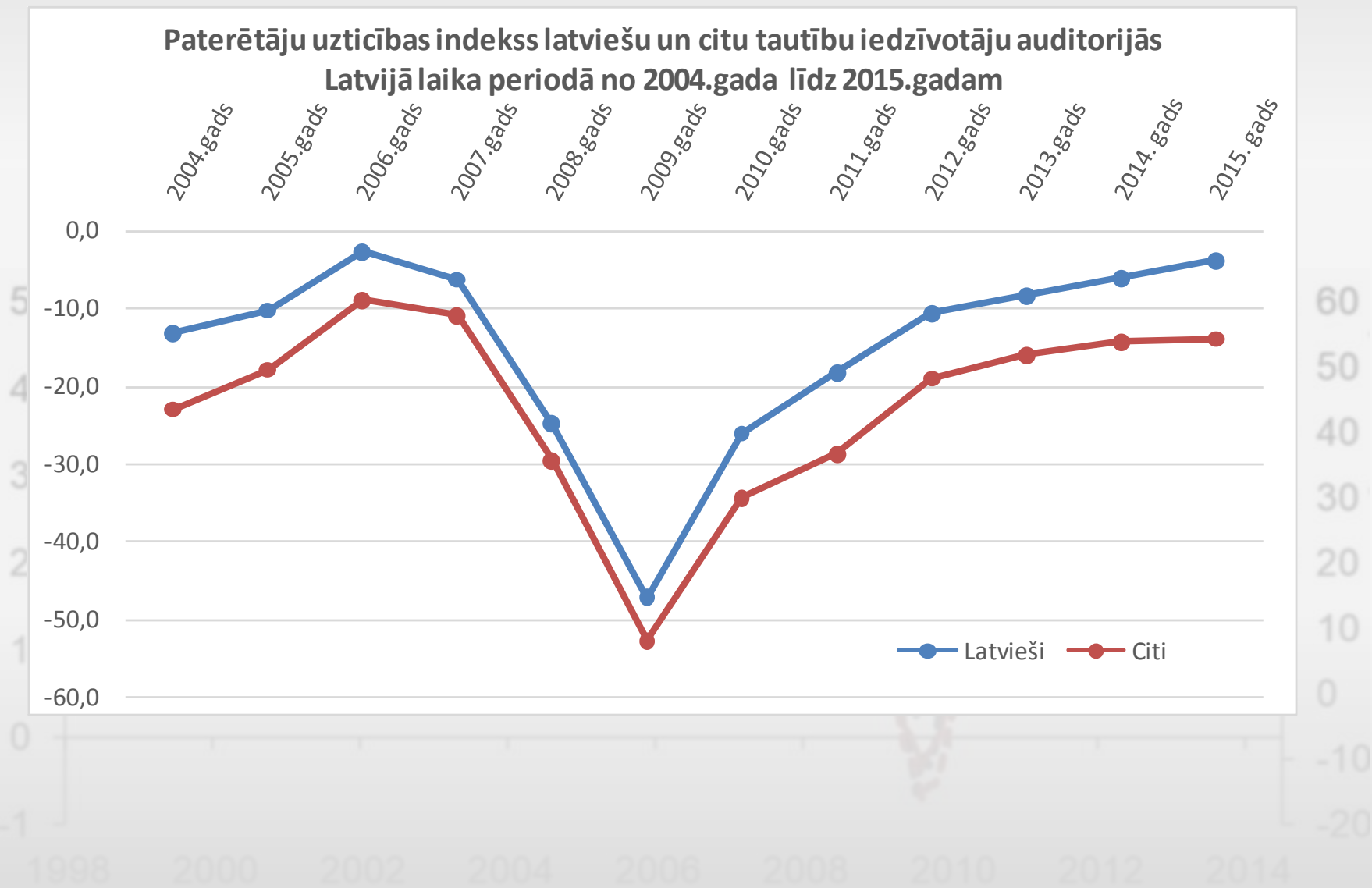


	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
15-24 gadi	-1,7	-0,2	5,6	4,0	-14,0	-37,7	-15,9	-9,2	-0,7	1,2	1,5	2,3
25-34 gadi	-9,6	-6,3	1,6	-2,2	-22,6	-47,1	-24,3	-16,7	-5,5	-3,5	-2,1	0,0
35-44 gadi	-17,0	-11,9	-4,3	-7,6	-26,8	-51,6	-33,0	-22,9	-15,6	-11,9	-6,9	-5,0
45-54 gadi	-23,8	-18,5	-9,7	-10,5	-31,9	-54,4	-35,8	-28,9	-19,3	-16,3	-13,2	-11,8
55-64 gadi	-27,7	-23,6	-13,2	-16,6	-34,9	-55,7	-36,7	-31,7	-23,6	-20,5	-18,7	-16,4
65-74 gadi	-31,4	-27,7	-18,0	-23,6	-36,6	-54,8	-35,8	-31,8	-26,5	-25,0	-21,9	-20,3
Total	-17,3	-13,5	-5,3	-8,3	-26,9	-49,6	-29,7	-22,8	-14,2	-11,6	-9,6	-7,8

Patērētāju uzticības indekss vienas un tās pašas iedzīvotāju vecuma grupas ietvaros ar 10 gadu sarplaiku (2004. un 2013.gadā)

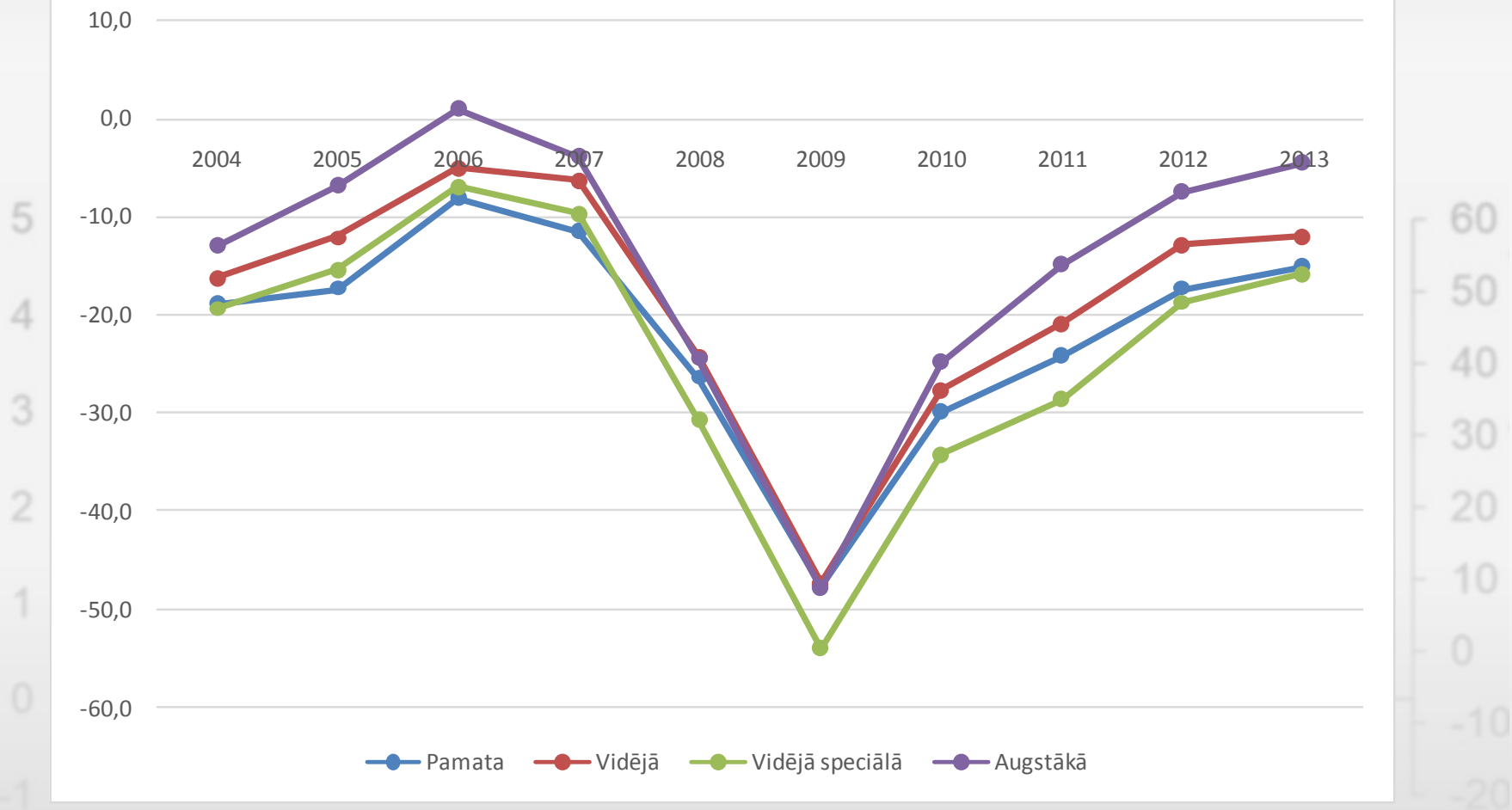


2) Nākotnes prognozes un no tām izrietošā CCI vērtība ne-latviešu auditorijā ir zemākas nekā latviešu auditorijā

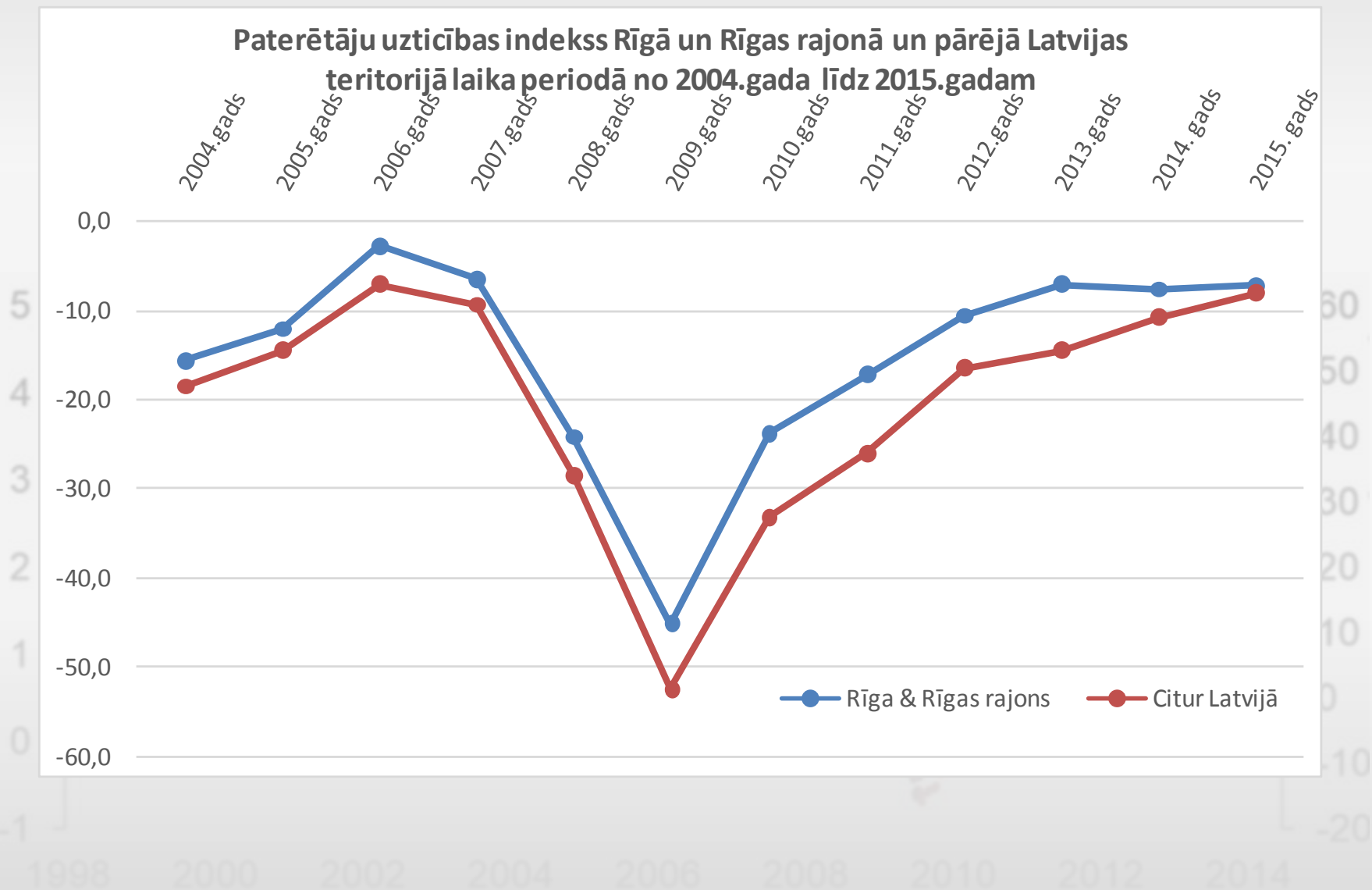


3) CCI vidējās vērtības pārskata periodā augstāko izglītību ieguvušo iedzīvotāju auditorijā ir augstāka nekā iedzīvotāju auditorijā ar zemāku izglītības līmeni

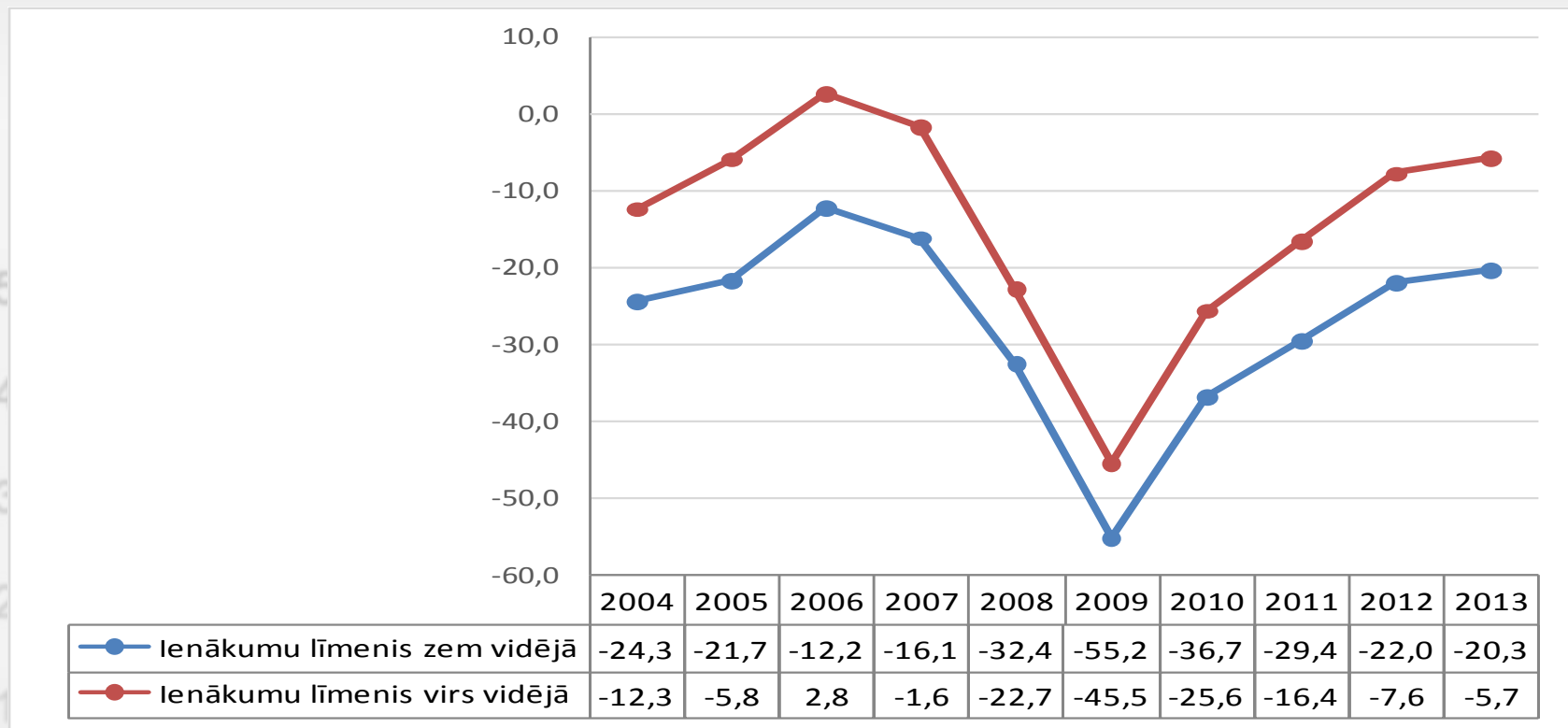
Paterētāju konfidences indekss laika periodā no 2004.gada līdz 2013.gadam
Latvijas iedzīvotāju grupās pēc izglītības līmeņa



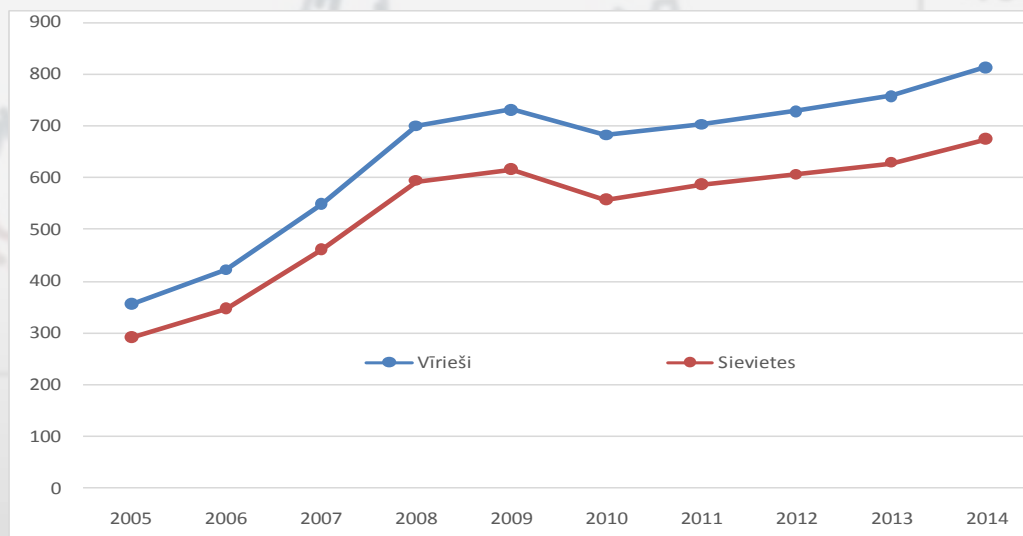
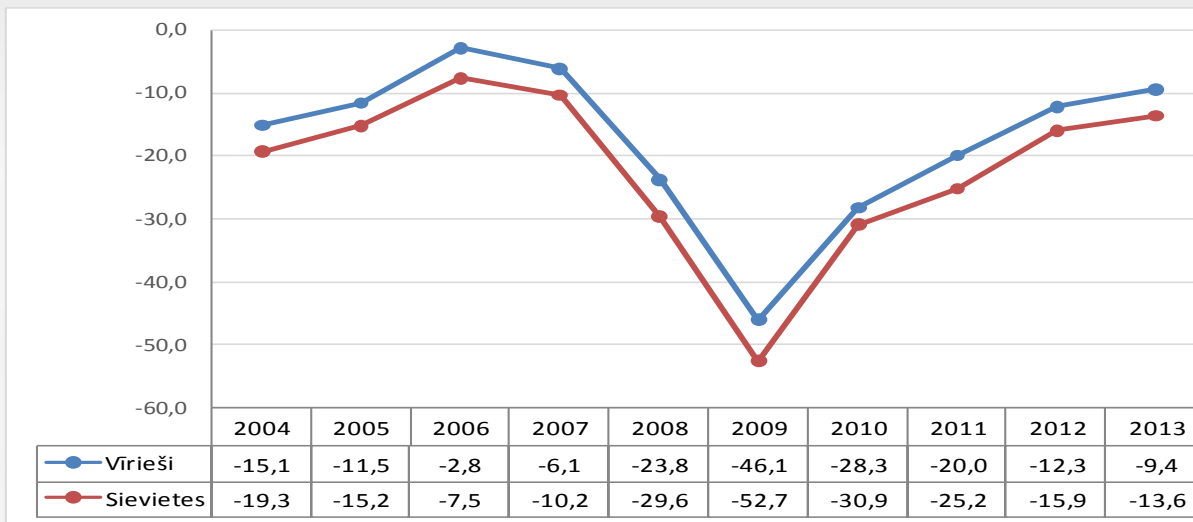
4) Rīgā aptaujāto iedzīvotāju grupā pārskata periodā CCI ir konstanti ir augstākas vērtības nekā pārējā Latvijas teritorijā aptaujāto iedzīvotāju auditorijā



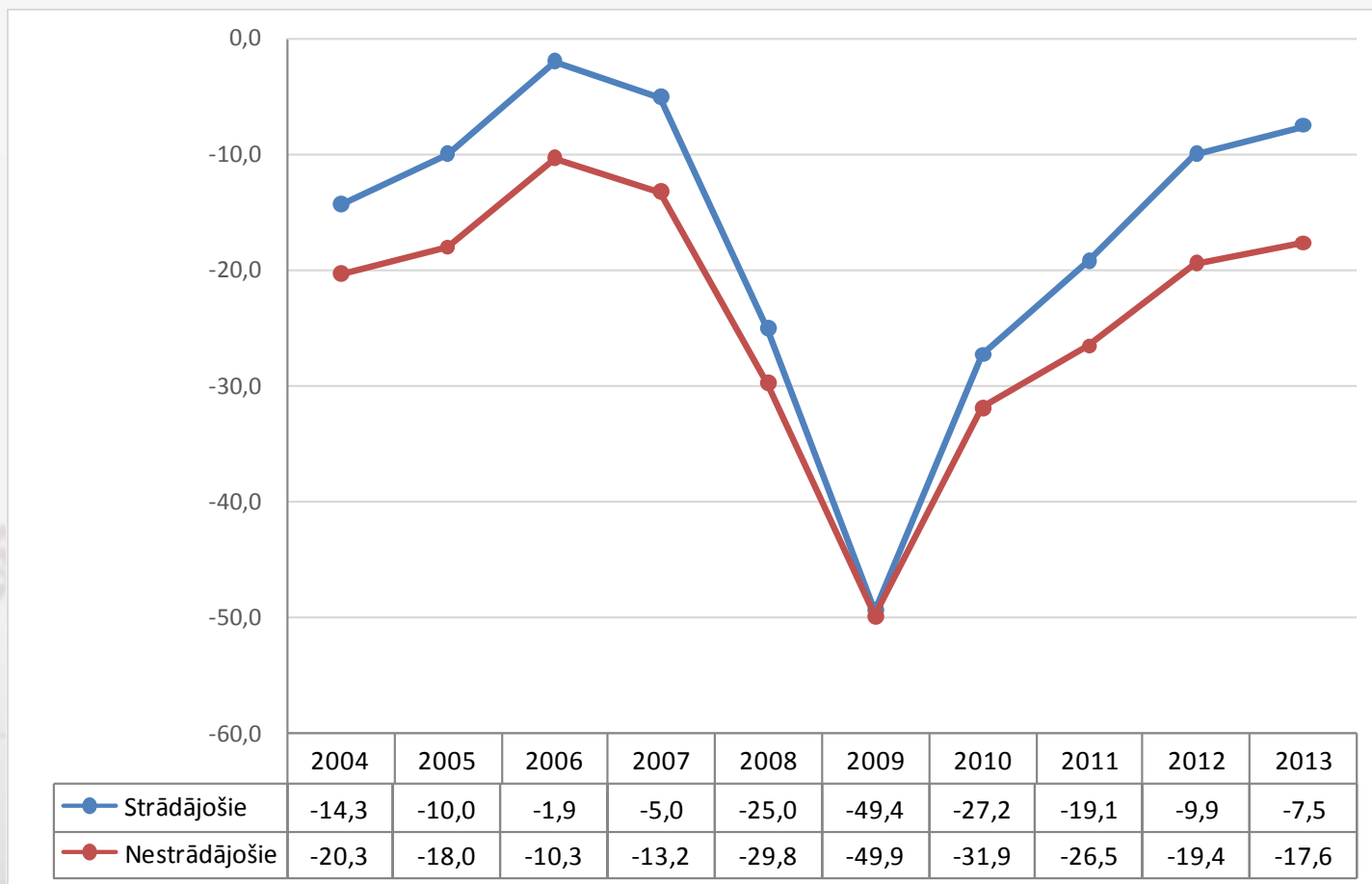
5) Pētījuma dalībnieku, kuri pārstāv mājsaimniecības ar augstāku ienākumu līmeni, prognozes par situācijas izmaiņām turpmākajos 12 mēnešos visā aptaujas periodā ir optimistiskākas nekā tās ir respondentiem, kuri pārstāv mājsaimniecības ar zemāku ienākumu līmeni



6) Pētījumu rezultātu dinamika liecina, ka patērētāju konfidences indekss nedaudz augstāks visā analīzes periodā ir bijis vīriešu auditorijā. Vīrieši optimistiskāk par sievietēm prognozēja, gan savas mājsaimniecības finansiālā stāvokļa izmaiņas, gan Latvijas ekonomiskās situācijas attīstību



7) Pētījumu rezultātu dinamika liecina, ka salīdzinot Patērētāju konfidences indeksa vērtības strādājošo un nestrādājošo respondentu grupās, strādājošo auditorijā tas visā analīzes periodā, bija augstāks nekā nestrādājošo respondentu auditorijā. Vienīgais izņēmums ir krīzes kulminācijas laiks (2009.g.), kad prognozējot gan savas mājsaimniecības, gan Latvijas ekonomiskās situācijas attīstību strādājošo un nestrādājošo grupās valdīja vienlīdz liels pesimisms



Paldies par uzmanību!

