Business Insight
International Research Group

İstehlakçı davranışları

ARAŞDIRMA HESABATI

Bakı / Fevral – 2019

ARAŞDIRMA HAQQINDA

Araşdırma Haqqında
Araşdırmanın Məqsədi və Kvotası

Məqsəd

Araşdırmanın məqsədi «istehlakçı davranışları» üzrə statistik məlumatlar istehsal etmək və il ərzində müqayisəli hesabat hazırlamaqdır

Metadologiya

Kəmiyyət araşdırmaları - Əvvəlcədən hazırlanmış anketə uyğun olaraq klassik telefon (CATI) sorğu metodu tətbiq edilmişdir

Kvota

Araşdırma ölkənin bütün coğrafi zonalarını əhatə etməklə Bakı şəhəri daxil olmaqla Azərbaycanın 9 iqtisadi rayonunda, 20-70 yaş arası 1401 respondentlə həyata keçirilmişdir
Tədqiqat təsadüfi seçilmiş ailələr arasında könüllülük prinsipi ilə aparılmışdır
Tədqiqat üçün seçmə hər coğrafi zona üzrə ayrıca olaraq «bütün əhali» kateqoriyası üzrə məlumatların reprezentativliyinin təmin olunması prinsipi üzrə aparılmışdır

Vaxt

Sorğu keçirilib:
01 Fevral 2019 - 15 Fevral 2019
Data Kontrol - Fevral 2019
Analiz və Hesabat - Fevral 2019

DEMOQRAFİYA

Demoqrafik xüsusiyyətlər

Business Insight
International Research Group

Araşdırma Haqqında
Araşdırmanın Məqsədi və Kvotası

Respondentlərin yaşı

ORTA YAŞ 40

Yaş	%
65-70 yaş	4.9%
50-64 yaş	25.1%
30-49 yaş	42.8%
20-29 yaş	27.3%

Respondentin təhsil səviyyəsi

Təhsil	%
Orta təhsil/məktəb	42.7%
Orta təhsil/texnikum	14.4%
Ali təhsil/universitet	42.9%

Respondentlərin cinsi

Kişi
52%

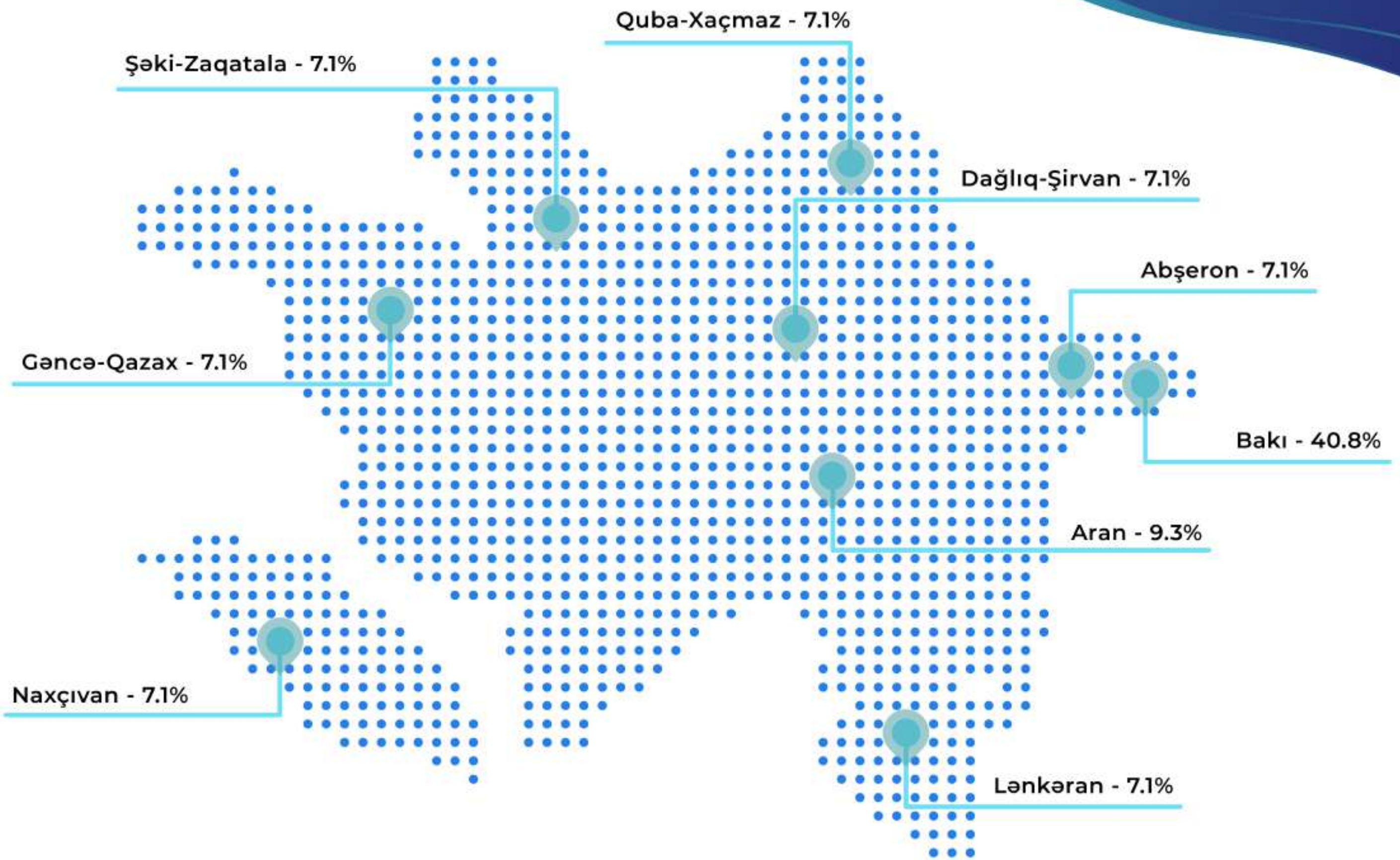
Qadın
48%

Ailənin (ev təsərrüfatının) aylıq gəliri üzrə (manatla)

Gəlir	%
1200-dən çox	8.6%
700-1200	20.3%
300-700	43.4%
300-ə qədər	19.3%
Cavab vermədi/bilmirəm	8.4%

Business Insight International Research Group

Demoqrafiya
Əhatə dairəsi



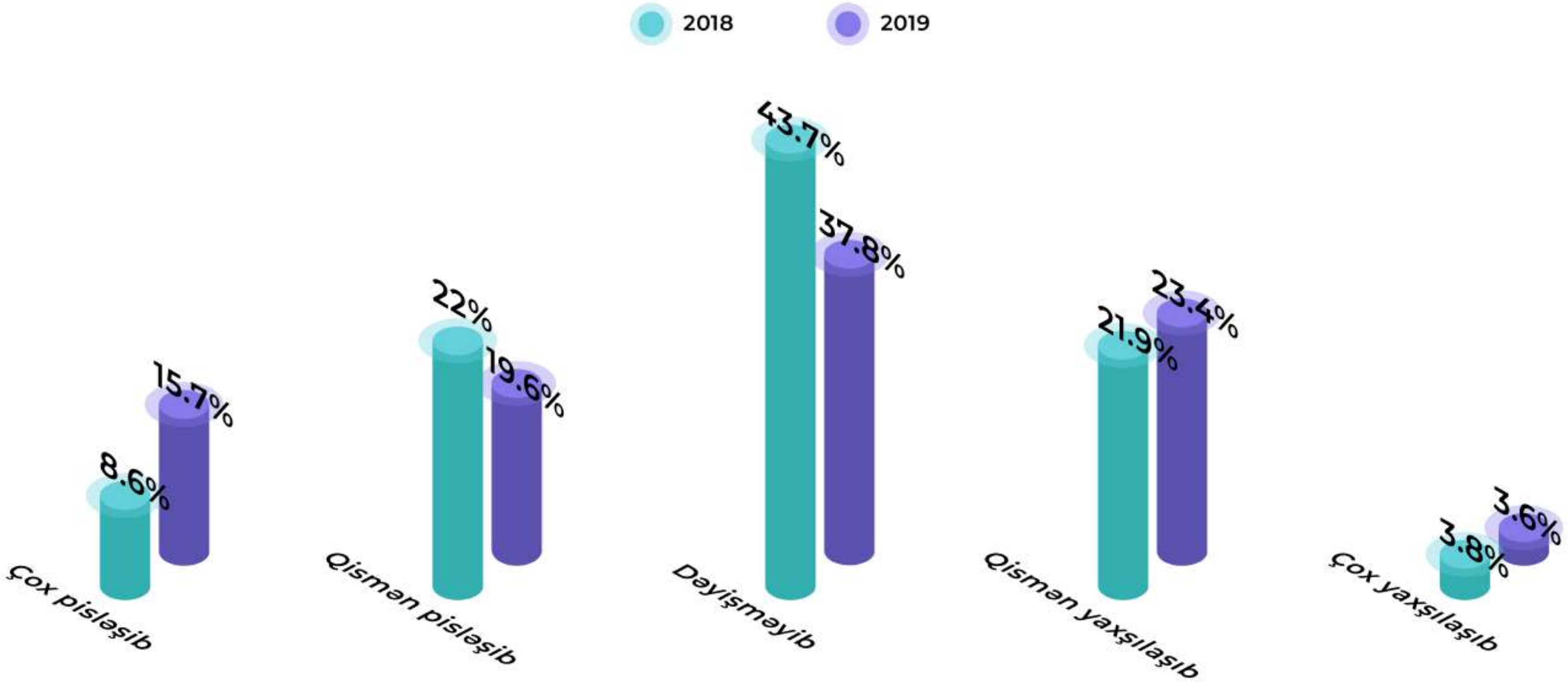
ARAŞDIRMA NƏTİCƏLƏRİ

Business Insight International Research Group

91.7

Sorğu nəticələrinə görə ötən 12 ay müddətində ailənin (ev təsərrüfatlarının) maliyyə vəziyyətini əks etdirən indeks hazırda 91.7-ə bərabər olmuşdur. Təhlillər göstərir ki, keçən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə bu indeks 3.4-ə qədər azalmışdır. Bu azalma keçən 12 ayda ailələrinin maddi vəziyyətinin pisləşdiyini deyənlərin saylarında artımın olmasından qaynaqlanır.

Ötən 12 ay müddətində ailənizin (ev təsərrüfatınızın) maliyyə vəziyyəti necə dəyişib?

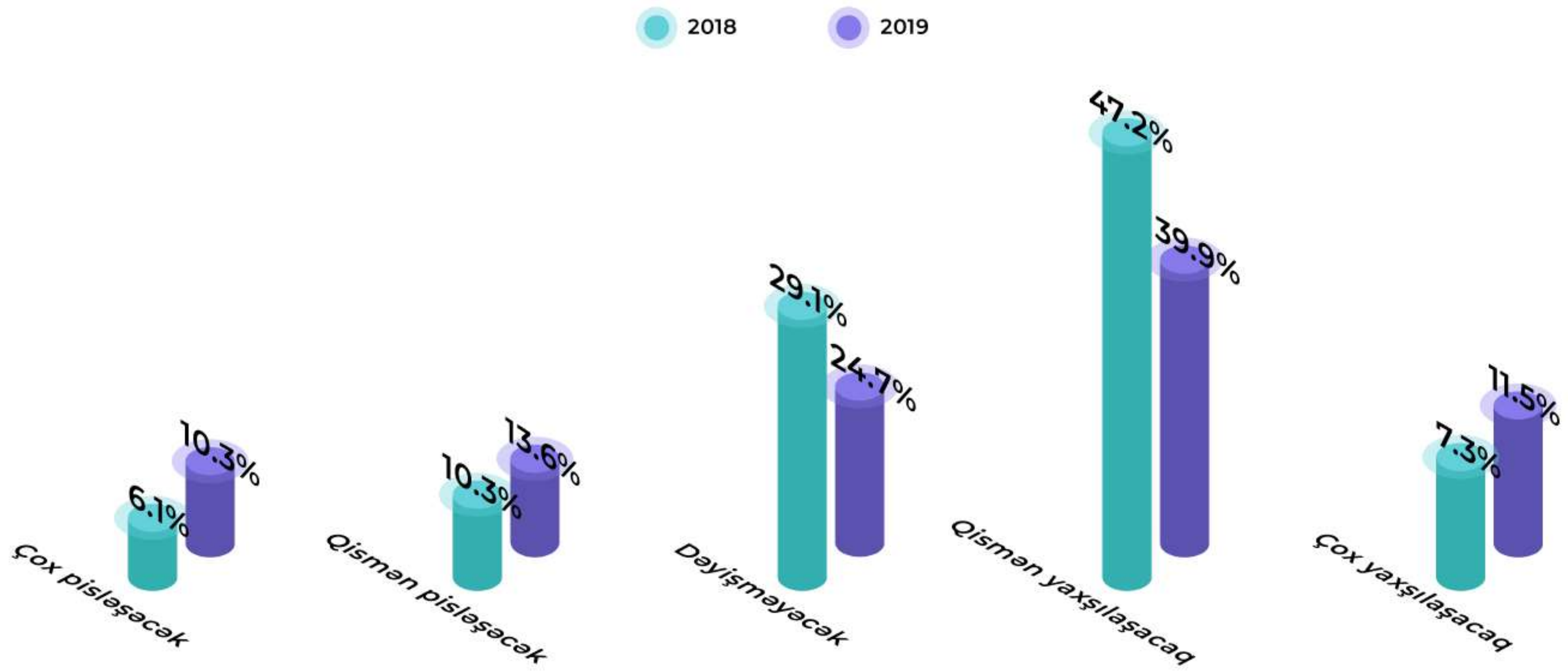


Business Insight International Research Group

127.4

Cari sorğu nəticələrinə görə ailənin maddi durum gözləntisi 127.4-ə bərəbər olub. Ailələrin maddi durum gözləntisi əvvəlki ilə nisbətən 10.6 indeks azalmışdır. Bu azalma önümüzdəki 12 ayda ailəsinin maddi gözləntisinin daha neqativ olacağını düşünənlərin sayının artması ilə müşahidə olunur. Lakin bu meyar üzrə İstehlakçı inam indeksi normadan 27.4 qədər çoxdur, yəni pozitivdir. Bu isə o deməkdir ki, ailələrin cari maliyyə vəziyyəti gələcək 12 ayda da ölkə üzrə mal və xidmətlərin alışına stimul verməkdə davam edəcəkdir.

Gələcək 12 ay müddətində ailənizin (ev təsərrüfatınızın) maliyyə vəziyyətinin dəyişəcəyini necə qiymətləndirərdiniz?

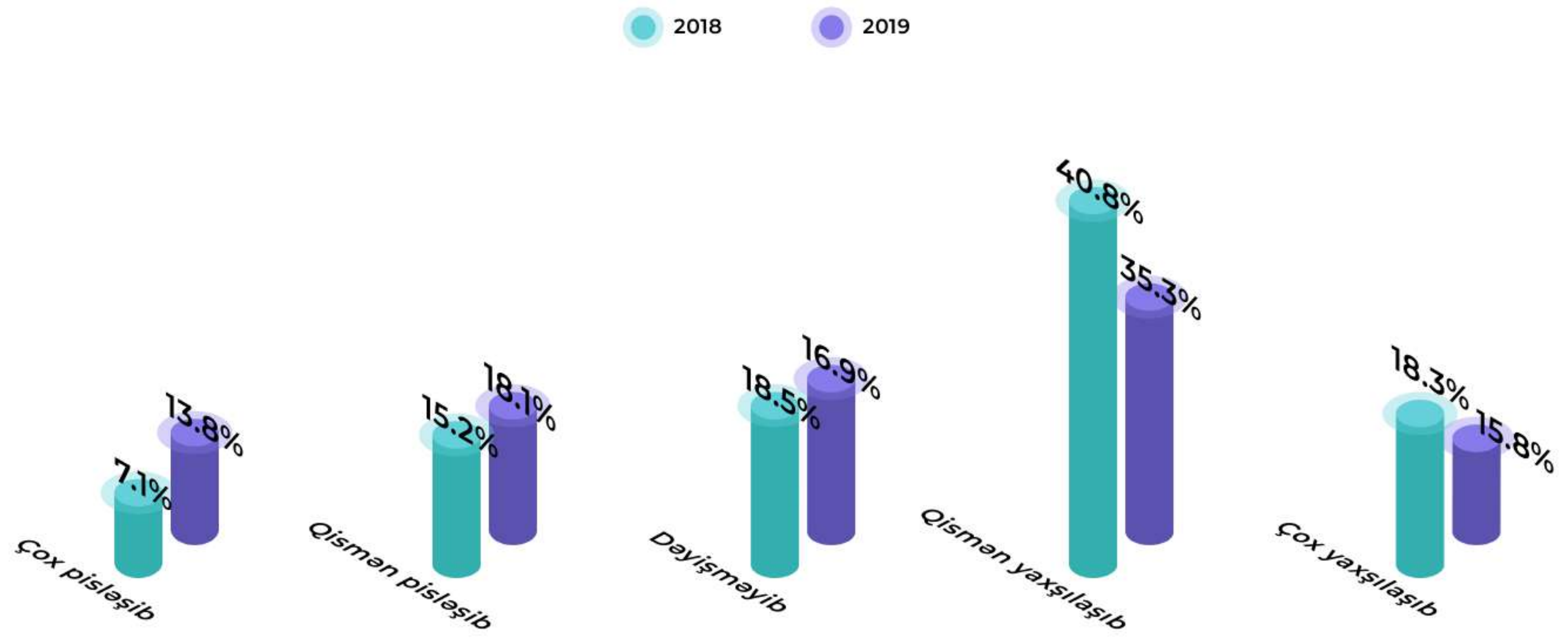


Business Insight
International Research Group

119.2

Ötən 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişməsi indeksi 119.2-ə bərabər olub. Keçən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə bu il ümumi iqtisadiyyatın dəyişməsini əks etdirən indeks 17.6 qədər azalmışdır.
Bu azalma ötən 12 ayda ümumi iqtisadi vəziyyətin daha da pis olduğunu düşünənlərin sayında artımın olmasından qaynaqlanıb.
Bu artımda regionlara nisbətdə xüsusən paytaxt sakinlərinin payı daha çoxdur.

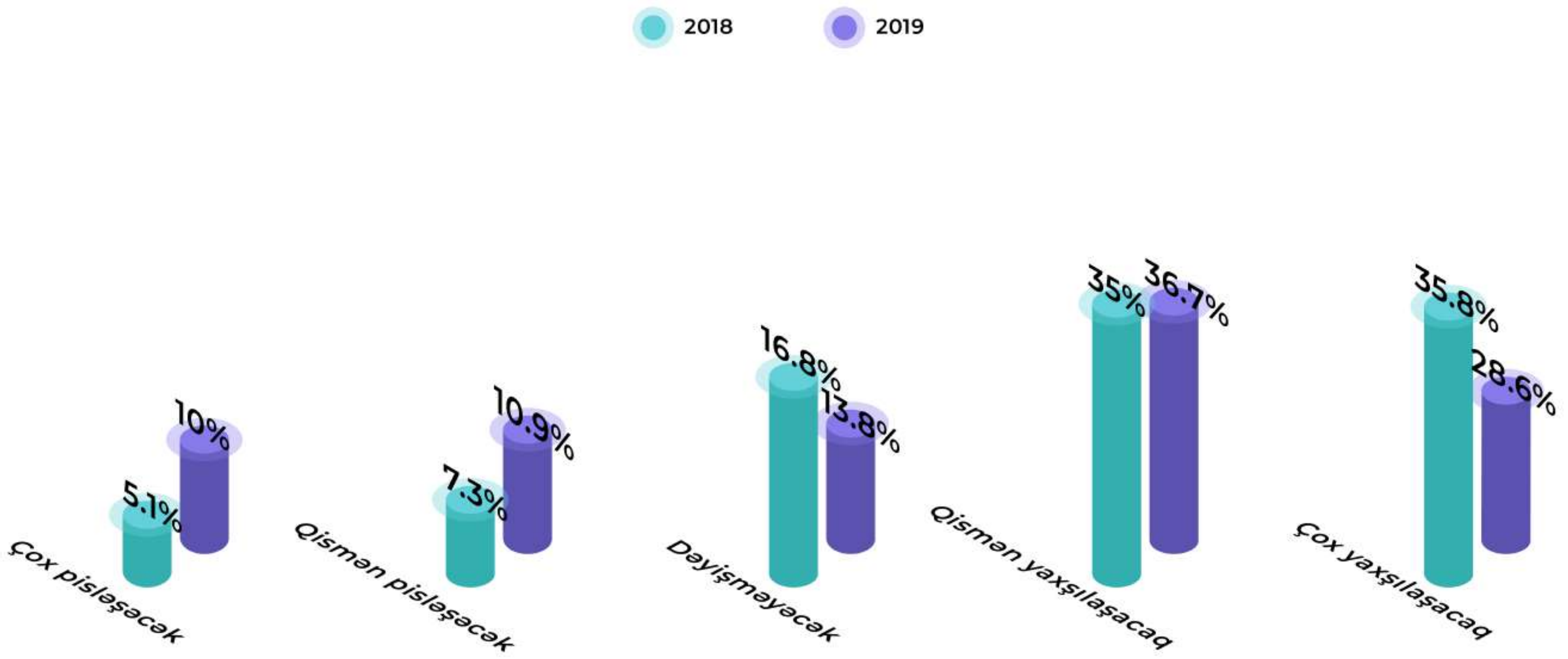
Ötən 12 ay müddətində ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişməsini necə qiymətləndirərdiniz?



144.4

Ümumi iqtisadi durum gözləntisi 144.4-ə bərabər olub.
Gələcək 12 ayda ölkənin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişəcəyini əks etdirən indeks ötən illə müqayisədə bu il 13.6-a qədər geriləyib. Hər bir halda hazırki indeksin 100-dən çox olması (indeks norması 100-dür) onu göstərir ki, aparılan iqtisadi islahatlar ciddi cəhdlə davam etdirilməlidir. Nəticələr onu deməyə əsas verir ki, islahatlar gələcəkdə ölkə iqtisadiyyatı üçün öz müsbət tövhəsini verəcəkdir. Paytaxt sakinlərinə nisbətdə region əhalisinin əksəriyyəti bu dəyişikliyə daha çox ümidlidir.

Gələcək 12 ay müddətində ölkəmizin ümumi iqtisadi vəziyyətinin dəyişəcəyini necə qiymətləndirərdiniz?

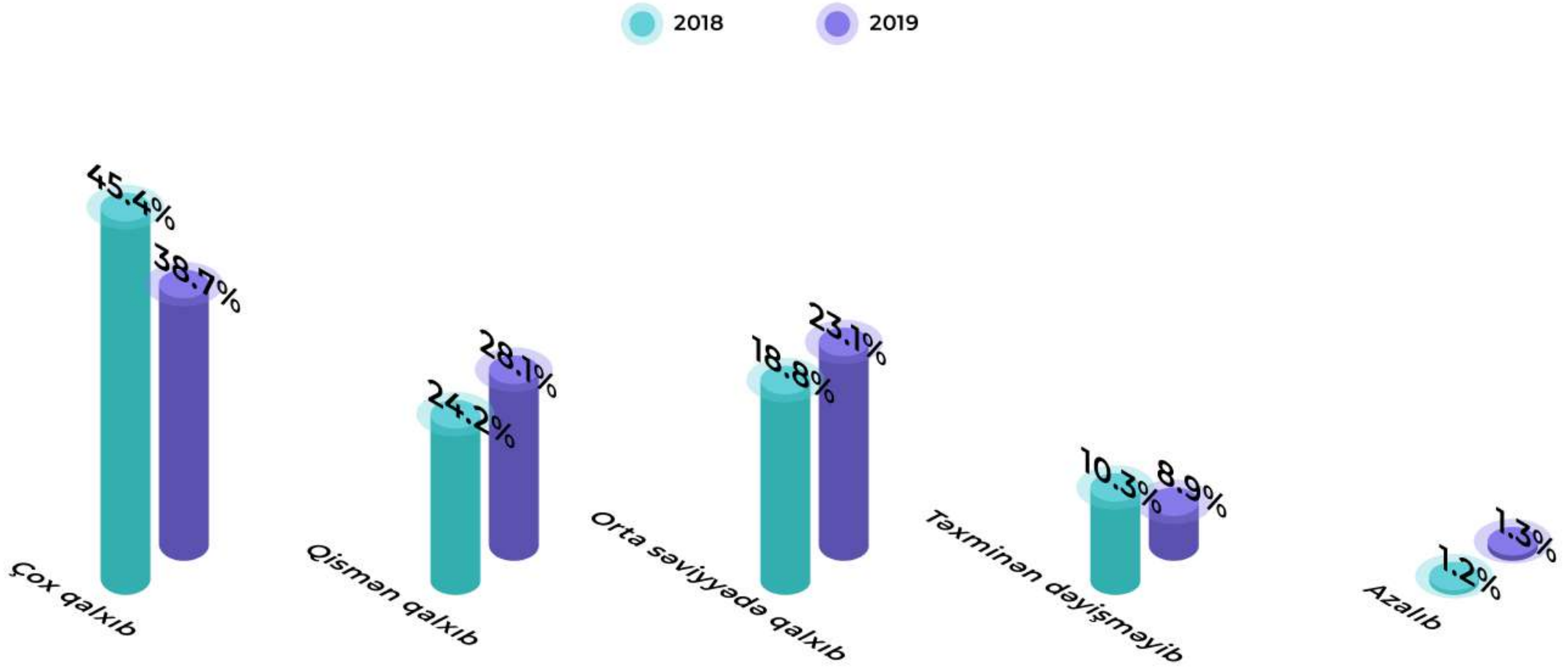


Business Insight International Research Group

11.4

Bazarlarda müşahidə olunan bahalaşma narahatlıq doğurur.
Sorğu nəticələrinə görə ötən 12 ay müddətində istehlak qiymətlərinin dəyişməsini əks etdirən indeks hazırda cəmi 11.4-ə bərabərdir. Təhlillər göstərir ki, keçən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə bu indeks iki dəfəyə qədər, yəni, 20.2 indeks azalıb. Bu indeks ümumi normadan kifayət qədər kənarlaşma deməkdir. Azalma keçən 12 ayda istehlak qiymətlərinin kəskin şəkildə artdığını vurğulayanların saylarının artmasından qaynaqlanır.

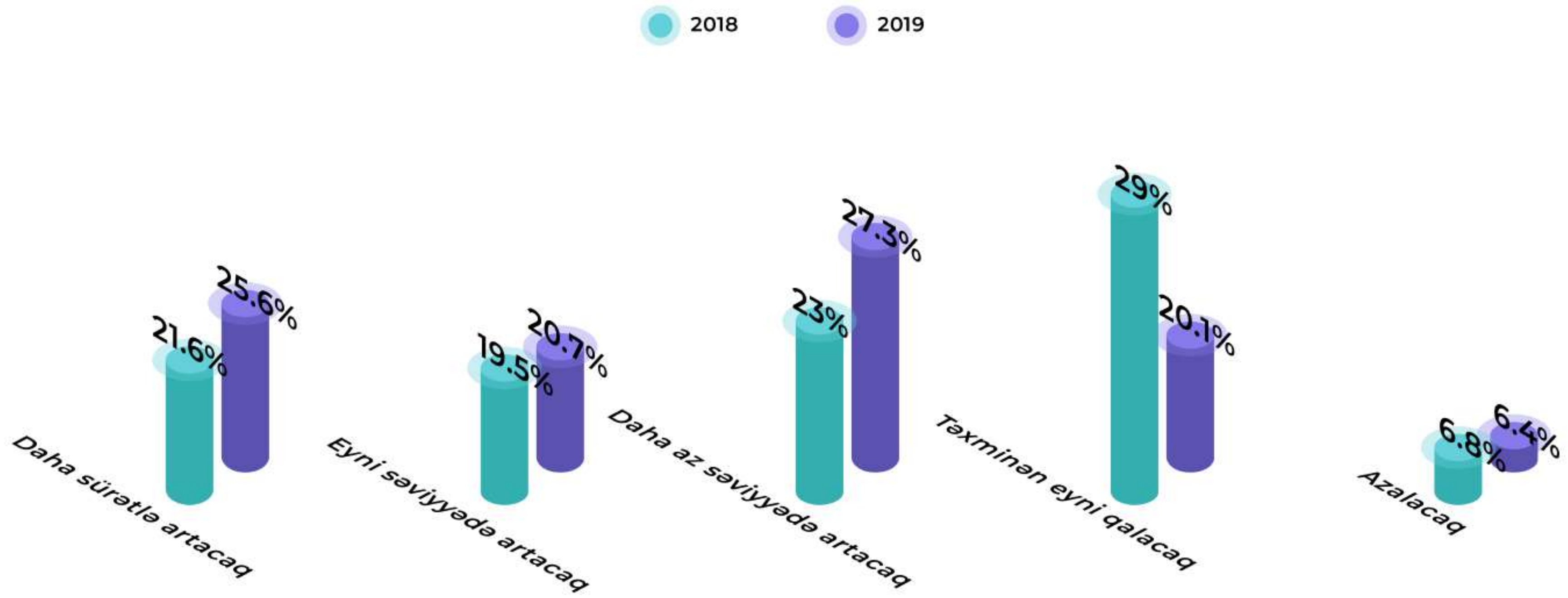
Ötən 12 ay müddətində istehlak qiymətlərinin dəyişməsini necə qiymətləndirərdiniz?



32.9

İstehlak qiymətlərindən gözlənti indeksi 32.9-a bərabər olub. Gələcək 12 ayda İstehlak qiymətlərinin dəyişəcəyini əks etdirən indeks ötən illə müqayisədə bu il 9.9-a qədər geriləyib. Bu geriləmə gələcək 12 ayda İstehlak qiymətlərinin daha da qalxacağını düşünənlərin sayında artımın olmasından qaynaqlanıb. Yekun nəticələr onu deməyə əsas verir ki, istehlak qiymətlərinin tez-tez dəyişməsi əhalinin həyat səviyyəsinin nisbətən çətinləşəcəyinə inamını artırır və psixoloji faktor kimi istehlak xərclərinin azaldılmasında maraqlı olduqlarını göstərir. İstehlak qiymətlərinin gələcək bir ildə yenə də qalxacağını vurğulayanlar həm paytaxtda, həm də bölgələrdə respondentlərin mütləq əksəriyyətini təşkil edir.

Ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda istehlak qiymətlərinin dəyişəcəyini necə qiymətləndirərdiniz?

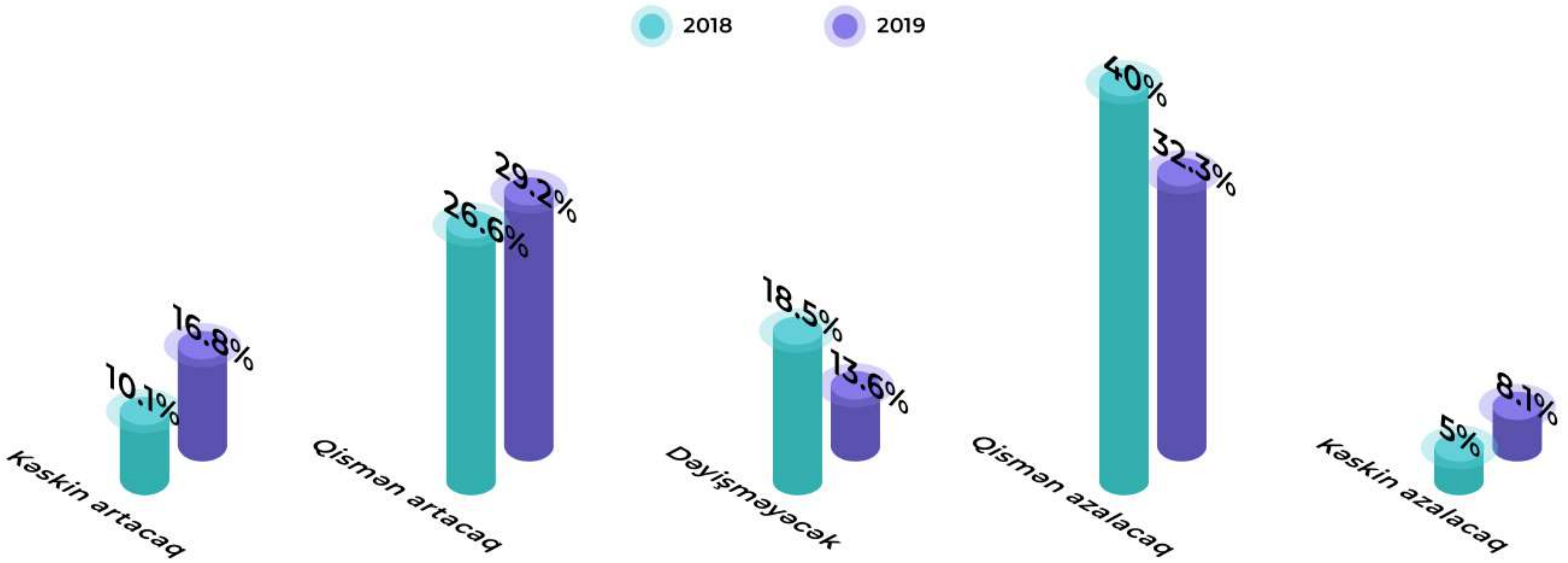


Business Insight International Research Group

94.5

Gələcək 12 ayda işsiz əhalinin sayının dəyişəcəyini göstərən indeks keçən ilə nəzərən 13.8 qədər düşüşlə 94.5-də qərarlaşmışdır. Ötən ildə işsizliyin səviyyəsinin azalacağına inam qənaətbəxş olduğu halda bu il bu pozitivlik itirilmiş kimi görünür. Bu azalma gələcək 12 ay müddətində işsizlərin ayının artacağını düşünən respondentlərin çoxalmasından qaynaqlanır. Onu da nəzərə almaq lazımıdır ki, gələcək 12 ayda işsiz əhalinin sayının artacağı qavrayışı ev təsərrüfatlarının öz xərclərinə etdikləri qənaətin də mütənasib olaraq artması deməkdir ki, bu da alıcılıq qabiliyyətinin düşməsinə gətirib çıxara bilər. Ümid edək ki, yeni yaradılan Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin fəaliyyəti kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsinə və nəticədə həm ümumi iqtisadi vəziyyətin yaxşılaşmasına həm də yeni iş yerlərinin yaradılmasına gətirib çıxaracqdır.

Gələcək 12 ayda işsiz əhalinin sayının dəyişəcəyini necə qiymətləndirərdiniz?

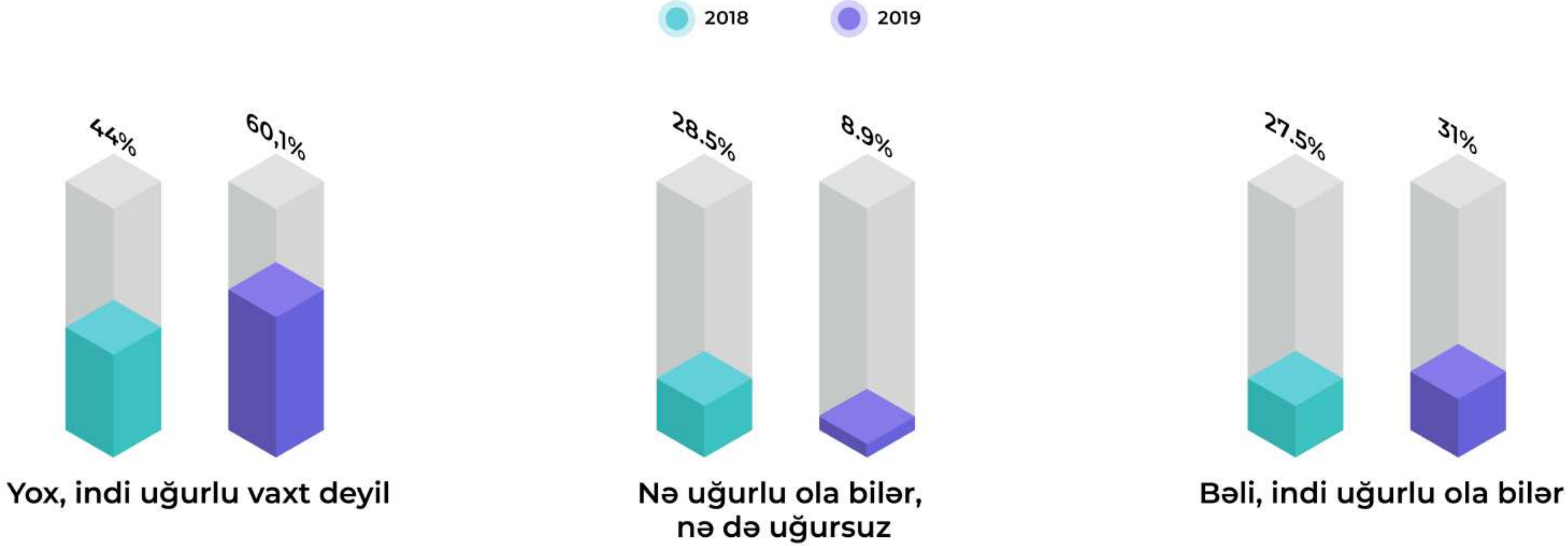


Business Insight International Research Group

70.9

Vətəndaşların uzunmüddətli istifadə əşyaların alışlarını həyata keçirmək üçün uğurlu vaxtı seçmələrini əks etdirən indeks keçən illə müqayisədə bu ilin ilk ayında 12.6 qədər geriləmişdir. Yəni, 2019-cu ilin ilk ayı üzrə bu indeks 70.9 olmuşdur. Nisbətən bahalı mallar bazarında bu il də alışların həcminin azalacağı gözləntilər sırasındadır. Paytaxt və bölgələrdə əhalinin əksəriyyəti hazırkı bazar qiymətlərini və maliyyə vəziyyətini dəyərləndirərək alış etmək üçün uğurlu vaxt olmadığını vurğulayıb. Bu isə onu göstərir ki, maliyyə bazarlarındakı son çalxanlanmalar səbəbindən əhali hələki psixoloji həddi keçə bilməyib.

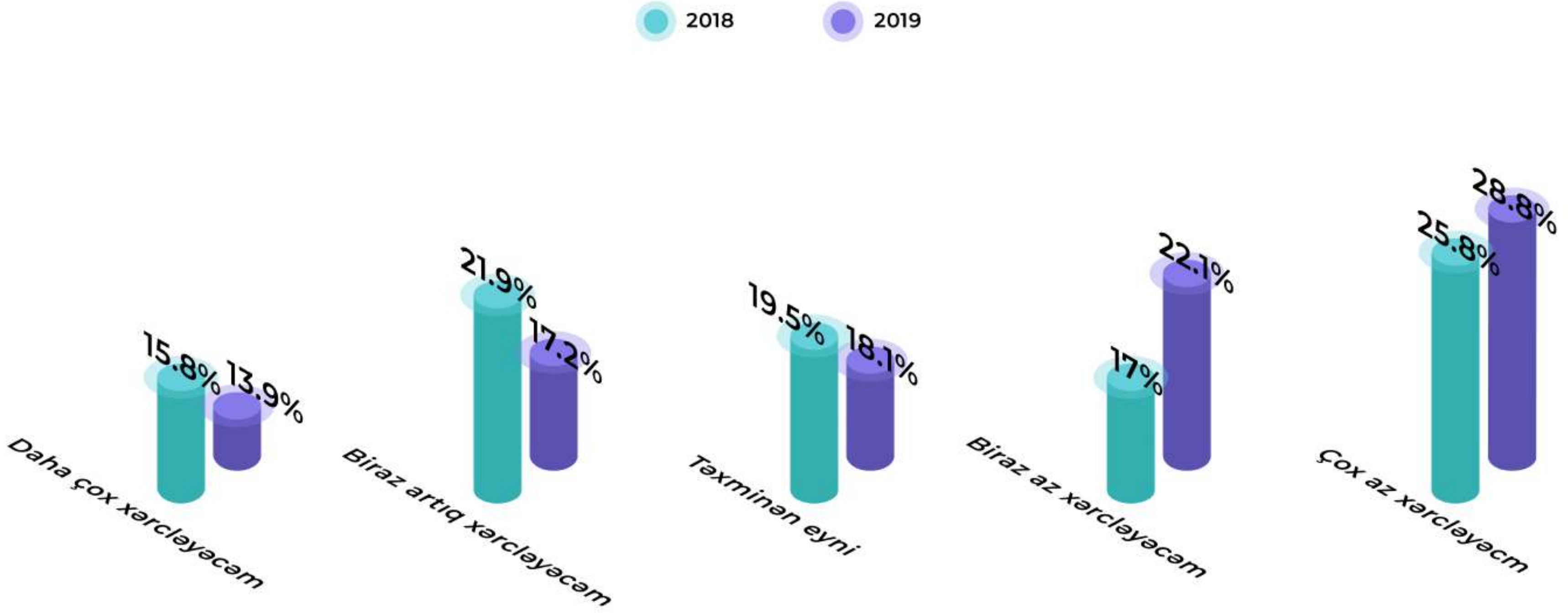
Ümumi iqtisadi vəziyyətə əsasən, Siz hal-hazırda uzunmüddətli istifadə əşyaların alışlarını (mebel, elektrik məişət cihazları/avadanlıqları və s.) həyata keçirmək üçün uğurlu vaxt hesab edirsinizmi?



80.3

Gələcəkdə uzunmüddətli alışlara əhalinin əksəriyyəti ehtiyatla yanaşacağını nümayiş etdirib.
Ölkə əhalisinin uzunmüddətli alışlardan gözlənti indeksi 80.3-ə bərabər olub. Ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda uzunmüddətli alışlara xərclənəcək pulun miqdarını özündə əks etdirən indeks keçən ilə nisbətdə cari ilin ilk ayında 14.6 azalmışdır.

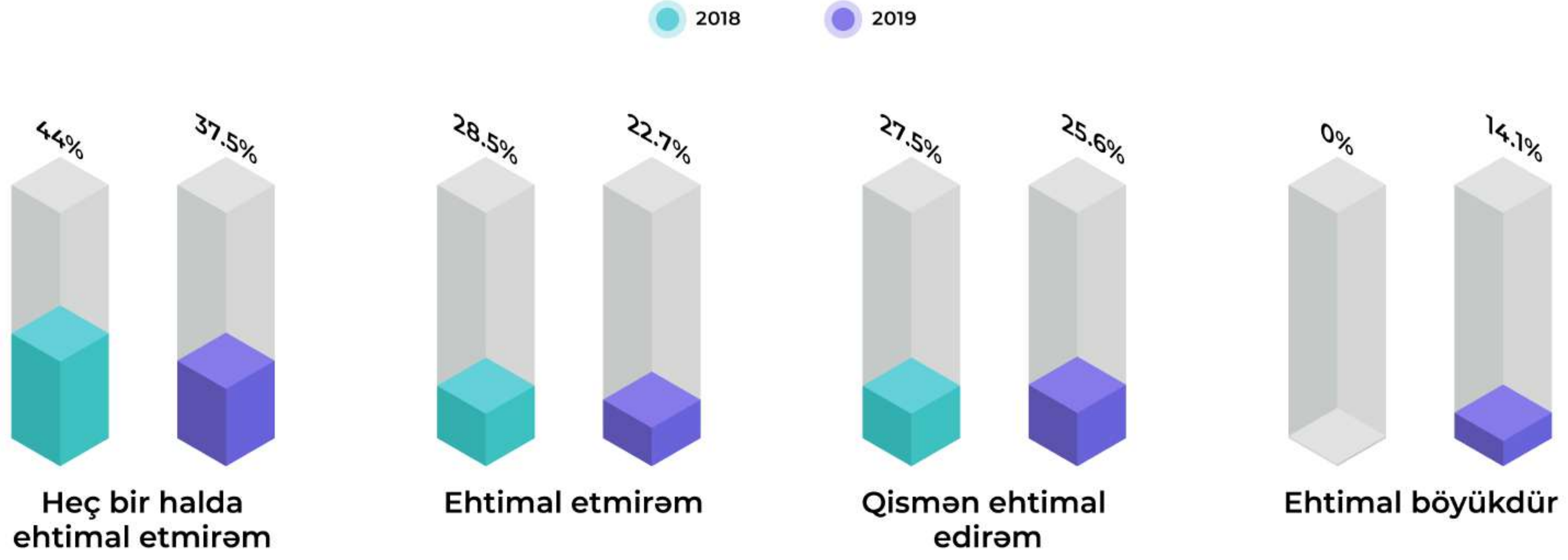
Ötən 12 ayla müqayisədə gələcək 12 ayda uzunmüddətli alışlarınıza (mebel, elektrik avadanlıqları və s.) xərcləyəcəyiniz pulun miqdarını necə qiymətləndirərdiniz?



79.5

Sorğu nəticəsində məlum olub ki, əhalinin pul yığmasını özündə ehtiva edən faktorlar, ən azından onların qavrayışına görə, kifayət qədər çoxdur və bu qavrayış əhalini xərcləmələrində ehtiyatlı davranmağa və nəticədə pul yığımağa sövq edir. Elə bu səbəbdən də vətəndaşların gələcək 12 ayda pul yığımını özündə əks etdirən indeks ötən illə müqayisədə bu il 10.6 qədər artaraq 79.5-ə çatmışdır. Bu isə o deməkdir ki, keçən ilin analoji dövrü ilə müqayisədə dövriyyədə olan nağd pulun fiziki həcmi azalmağa doğru davam edəcək. Mənfi məqam isə ondan ibarətdir ki, pul kütləsi bilavasitə əhalinin əlində cəmləşir, yəni heç bir hesaba və ya biznesə yatırılmış olmur, nəticədə «deflyasiyanın» yaranmasına nisbətən də olsa şərait yaratmış olur.

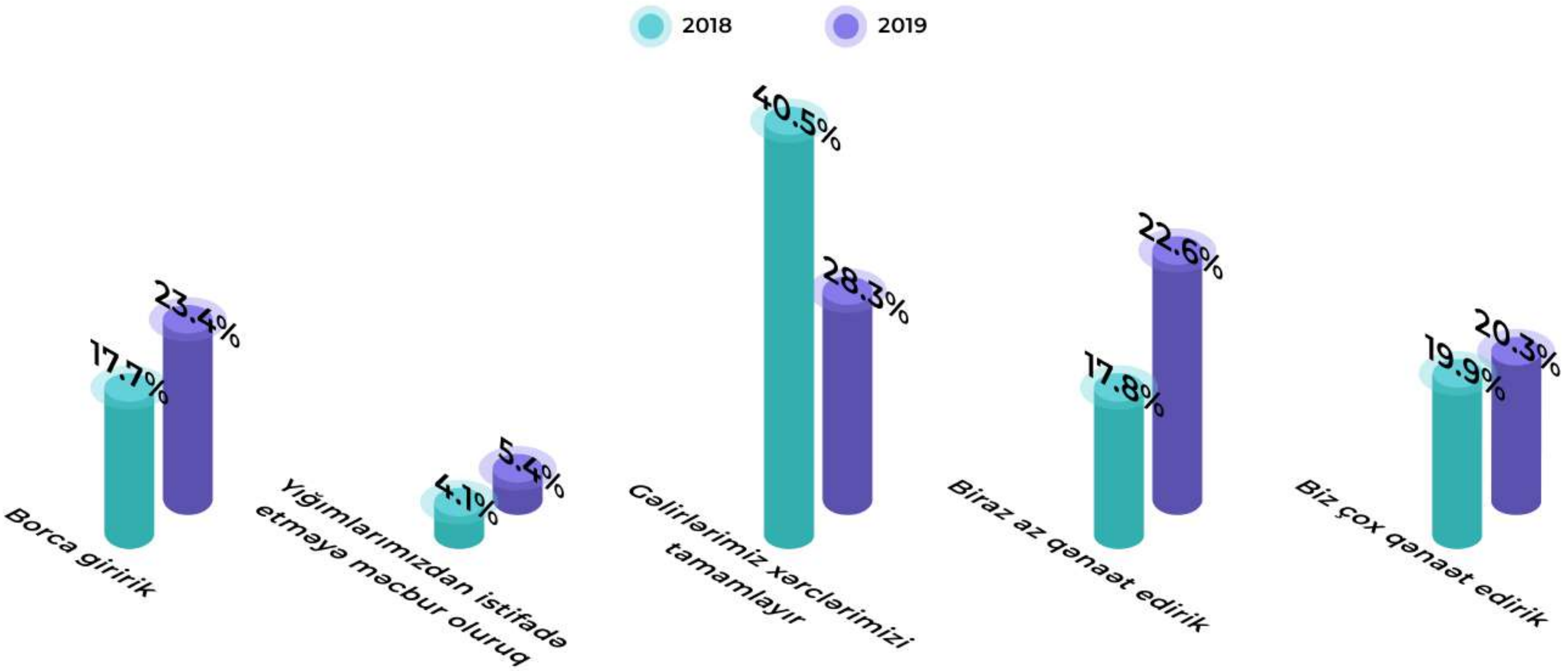
Gələcək 12 ayda pul yığmaq ehtimalınız varmı?



114.1

Əhalinin qənaət etmə indeksi 114.1-ə bərabərdir. Ailənin cari maliyyə vəziyyətini əks etdirən indeks keçən ilə nisbətdə 2019-cu ilin ilk ayında cəmi 1.8 qədər azalmışdır. Əhalinin daha çox sıxlaşdığı paytaxtda cari maliyyə vəziyyətini təsvir edən sakinlərin 33%-i, daha az xərclərin və aşağı yaşayış minumumunun olduğu regionlarda isə respondentlərin 26%-i yığımlarından istifadə etməyə məcbur olduğunu və ya borca girməli olduqlarını qeyd ediblər.

Ailənizin (ev təsərrüfatınızın) cari maliyyə vəziyyətini aşağıdakılardan hansı daha yaxşı təsvir edir?

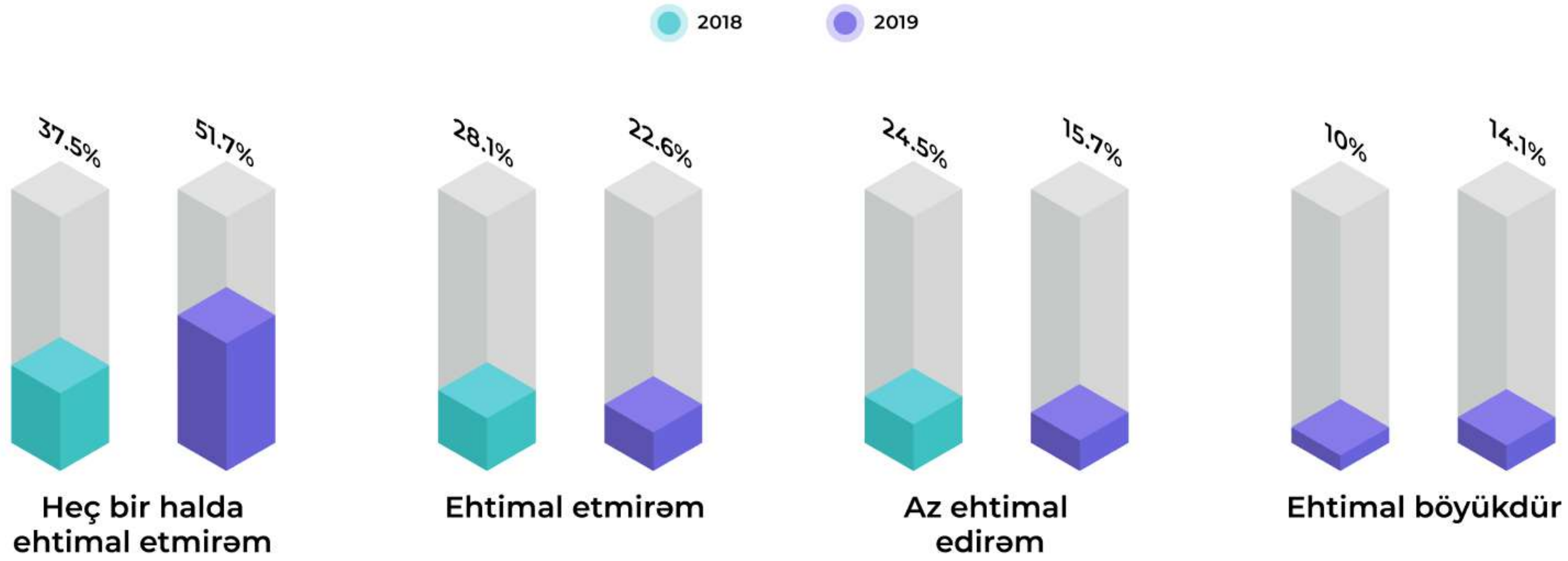


Business Insight International Research Group

51.5

Paytaxt küçələrində tıxacların sayının artması davam edəcək hətta daha da çoxalacaq. Çünki sorğu nəticələrinə görə gələcək 12 ayda avtomobil bazarında kiçik həcmdə də olsa canlanmanın olması gözlənilir. Yaxın 12 ay müddətində avtomobil almağı planlaşdıranların indeksi 11.2-ə qədər artaraq 51.5 olmuşdur. Bu indeks həm region həm də paytaxt üzrə artmışdır və artış göstərən indekslər sırasında ilk yerdə qərarlaşıb.

Gələcək 12 ayda avtomobil almağı ehtimal edirsinizmi?

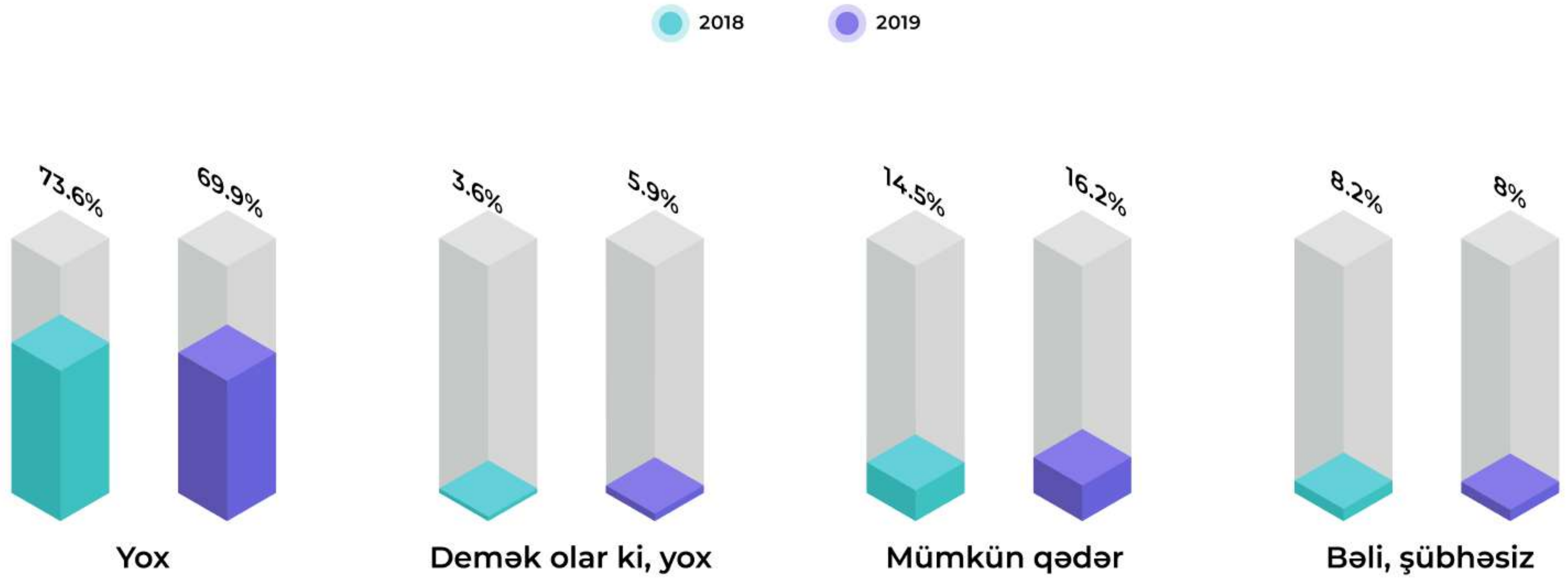


Business Insight International Research Group

48.4

Paytaxtın əmlak bazarında durğunluğun hələ bir müddət davam edəcəyi ehtimalı yüksəkdir.
Gələcək 12 ayda yeni ev almağı və ya tikməyi planlaşdıranların indeksi 2.8 qədər irəliləyərək bu il 48.4-ə çatmışdır.
Bu artım gələcək 12 ayda ev almağı və ya tikməyi planlaşdıranların sayının artmasından qaynaqlanır.
Təhlillər göstərir ki, artım əsasən regionda yaşayanların ev tikmək istəyindən irəli gəlib.

Gələcək 12 ayda yeni ev almağı və ya tikməyi planlaşdırırsınız? (özünüz üçün, ailə üzvünüz üçün, istirahət üçün və s)?



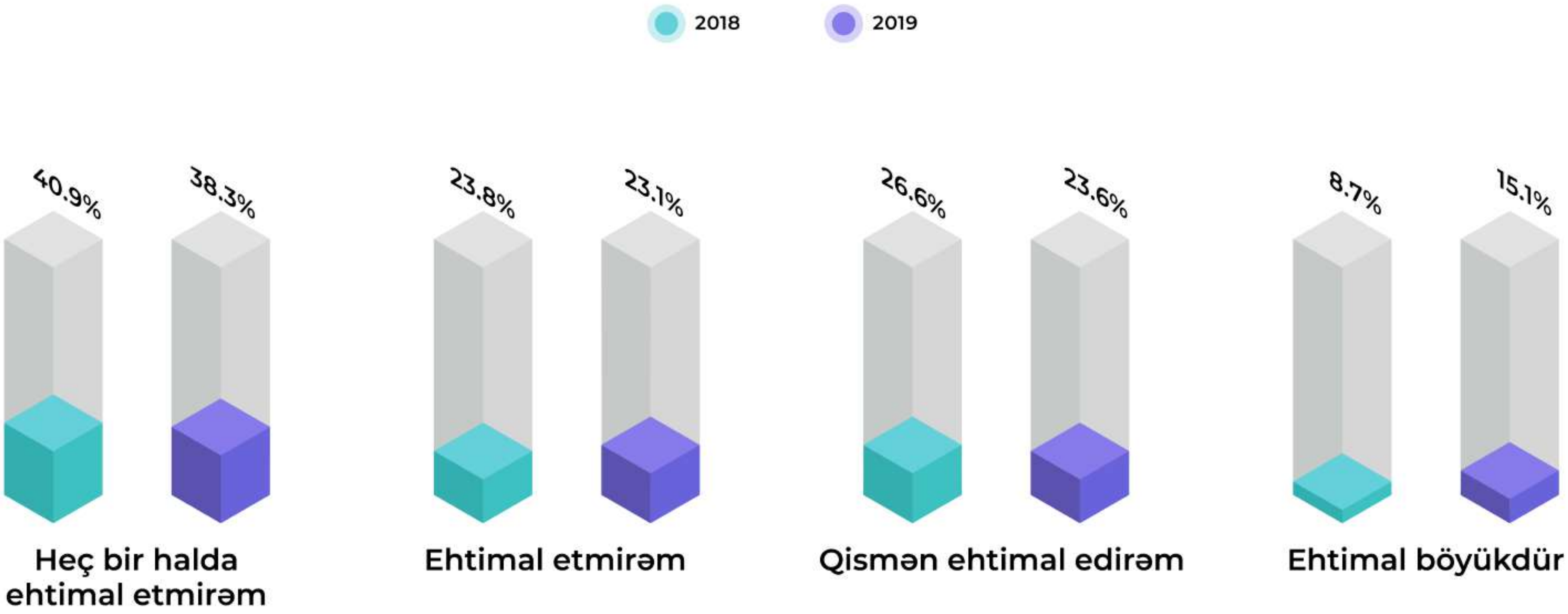
Business Insight

International Research Group

77.2

Tikinti materialları bazarında alış-verişə stimul müşahidə olunur.
Gələcək 12 ayda evinin təmirinə və ya yenidən qurulmasına pulunun böyük məbləğini xərcləməyi ehtimal edənlərin indeksi bu il 6.47 qədər artaraq 77.2-ə çatmışdır. Ev təmirinə və yenidən qurulmasına ayrılacaq büdcə həcminin artacağına ehtimal çoxalır.

Gələcək 12 ayda evinizin təmirinə və ya yenidən qurulmasına pulunuzun böyük məbləğini xərcləməyi ehtimal edirsinizmi?



Business Insight International Research Group

81.6

İstehlakçı İnam İndeksi - Yekun Xülasə

İstehlakçının həssaslığı və bu həssaslığın iqtisdai fəaliyyətlərə olan təsiri investorlar və iqtisadçılar tərəfindən son illərdə araşdırılan ən vacib məsələlərdən biridir. İstehlakçıların həssaslığını isə istehlakçının inam indeksi ilə ölçmək mümkündür. İstehlakçının inam indeksi (Consumer confidence index, CCI) – əhalinin gələcəklə bağlı gözləntilərini, iqtisadiyyatın vəziyyətini göstərən və istehlakçılarla keçirilən anket sorğularına əsaslanan iqtisadi indikatordur.
İndeks aşağıdakı məqsədlər üçün hesablanır:

- Yaxın zamanda biznes mühitində, şəxsi maliyyə mühitində və xərcləmlərdə istehlakçıların fikirlərini və dəyərləndirmələrini öyrənmək;
- Milli iqtisadiyyatda vəziyyətinin necə qavranıldığını və dəyişiklikləri proqnoz etmək;
- İstehlakçıların iqtisadi gözləntilərini və mümkün xərcləmə davranışlarını qiymətləndirmək;
- İstehlakçıların optimizm və pessimizm səviyyəsini qiymətləndirmək;

Bu dəfə istehlakçının inam indeksini hesablamaq üçün 1401 ailə təsərrüfatı ilə (respondentdlə) keçirilmiş sorğuda onlardan 14 müxtəlif təyinatlı - ölkənin iqtisadi vəziyyətini və həmçinin ev təsərrüfatlarnın iqtisadi vəziyyətini əks etdirən meyarlar üzrə suallar soruşulmuşdur. Bu suallar ötən 12 ay müddətində iqtisadi dəyişiklikləri, hazırkı iqtisadi vəziyyəti və gələcək 12 ay müddətində baş verməsi gözlənilən dəyişiklikləri özündə ehtiva edir. Respondentlərə ünvanlanan sualların 3-ü keçmiş iqtisadi dəyişiklikləri, 9-u gələcək, qalan 2 sual isə cari iqtisadi vəziyyəti dəyərləndirmək məqsədi ilə cavablandırılmışdır.
Ümumilikdə götürsək sualları dəyərləndirmək üçün cavablar beş ballıq şkala üzrə müəyyənləşdirilmişdir. Beləki, böyükdən kiçiyə doğru sıraladıqda 5 və 4-cü hədd ümümu vəziyyətin pozitiv yönümlü olduğunu, 3-cü hədd heç bir dəyişikliyin olmayacağını, 1 və 2-ci hədd isə vəziyyətin neqativə doğru yönələcəyini əks etdirir. İstehlakçıların inam indeksi dünya təcrübəsinə əsaslanaraq balans metodu ilə hesablanmışdır.

Business Insight International Research Group

İstehlakçı İnam İndeksi - Yekun Xülasə

Bu sorğu sayəsində əhalinin gələcəyə, gəlirlərinin stabilliyinə nə dərəcədə əmin olduqları, alış-veriş üçün xərclərə hazır olub-olmadıqları təyin edilib. Belə hesab edilir ki, iqtisadiyyat nə qədər yaxşı inkişaf edərsə, istehlakçı indeksi də bir o qədər yüksək olmalıdır. Və əksinə, vəziyyət nə qədər pis olarsa, əhali də bir o qədər puluna qənaət edər və az xərcləyər. **Aparılmış tədqiqat nəticəsində ölkə üzrə inam indeksinin cari göstəricisi 81.6 müəyyən edilmişdir ki, bu da qayadalara əsasən aşağı göstərici hesab olunur. Təhlillər göstərir ki, ölkə üzrə inam indeksi keçən ilin eyni dövri ilə müqayisədə 5.6 bal azalmışdır**. İndeksin 100-dən az olması, istehlakçı inamı baxımından pozitiv fikirdə olanların neqativ fikirdə olanlardan nisbətən az olduğunu göstərir. İnvestorlar, istehsalçılar, topdansatış müəssisələri, banklar və dövlət agentlikləri gələcək davranışlarını planlamaq üçün istehlakçı inam indeksindən isitifadə edirlər. İstehlakçı inamında olan başlıca dəyişiklikləri qabaqcadan təxmin etmək imkanı biznes sahiblərinə imkan verir ki, alıcıların gələcək alışları ilə bağlı dəyərləndirmələr aparsınlar. Nəticə etibarı ilə, şirkətlər öz əməliyyatlarını tənzimləyə bilər və dövlət isə vergi daxilolmalari ilə bağlı baş verəcək dəyişikliklərə hazır ola bilər. Əgər istehlakçının əminliyi aşağı düşərsə və qənaət etmək istəyi artarsa müvafiq olaraq da əksər istehsalçılar öz istehsal həcmlərini azaltmağa yönələcəklər. Kiçik bir misal, əgər istehsalçılar əvvəlcədən anlasalar ki, istehlakçılar (alıcılar) pərakəndə satışdan olan alışları azaldacaqlar, xüsusən də bahalı və davamlı məhsullar üzrə, o zaman istehsalçılar əvvəlcədən öz ehtiyatlarını (gələcək satış üçün nəzərdə tutulan istehsal olunmuş məhsul) azaldacaq, hətta yeni layihə və obyektlərə investisiya qoyuluşunu gecikdirəcəklər.
Oxşar olaraq, əgər banklar müşahidə etsələr ki, alıcılar gələcək xərcləmələrini azaldacaqlar bu zaman onlar ipoteka və ya kredit kartı kimi borc aktivlərinin (kredit həcmi) həcmində baş verəcək azalamalara da hazırlıqlı olacaqlar. Tikinti müəssisələri tikintilərin həcmində olacaq azalmaları planlaya biləcəklər. Dövlət gələcək vergi daxil olmalarının həcmində olacaq azalamalara hazır olacaq. Başqa bir tərəfdə isə, əgər istehlakçı inam indeksi artarsa, insanların daha çox alış etməsi gözlənilir ki, bu da yuxarıda adları sadalanan proseslərin əks istiqamətdə cərəyan etməsi deməkdir.

Business Insight International Research Group

Şirkət Haqqında

- Business Insight International Research GROUP Azərbaycanda "PROCON GfK" adı altında xarici sərmayə hesabına 1998-ci ildə təsis edilmiş və struktur dəyişikliklərinə gedərək 2004-cü ildən Azərbaycanda yerli özəl şirkət olaraq fəaliyyətinə davam etməkdədir.
- Business Insight yerli və xarici şirkətləri, təşkilatları marketinq, sosial araşdırmalar və promo kampaniyalar sahəsində yüksək keyfiyyətli xidmətlərlə təmin etməkdədir.
- Azərbaycanın 46 müxtəlif şəhər və rayonunda daimi fəaliyyət
- 2730 İntervüer
- 810 B2B İntervüer
- 3520 Gizli Müştəri
- 49 Regional Nümayəndə

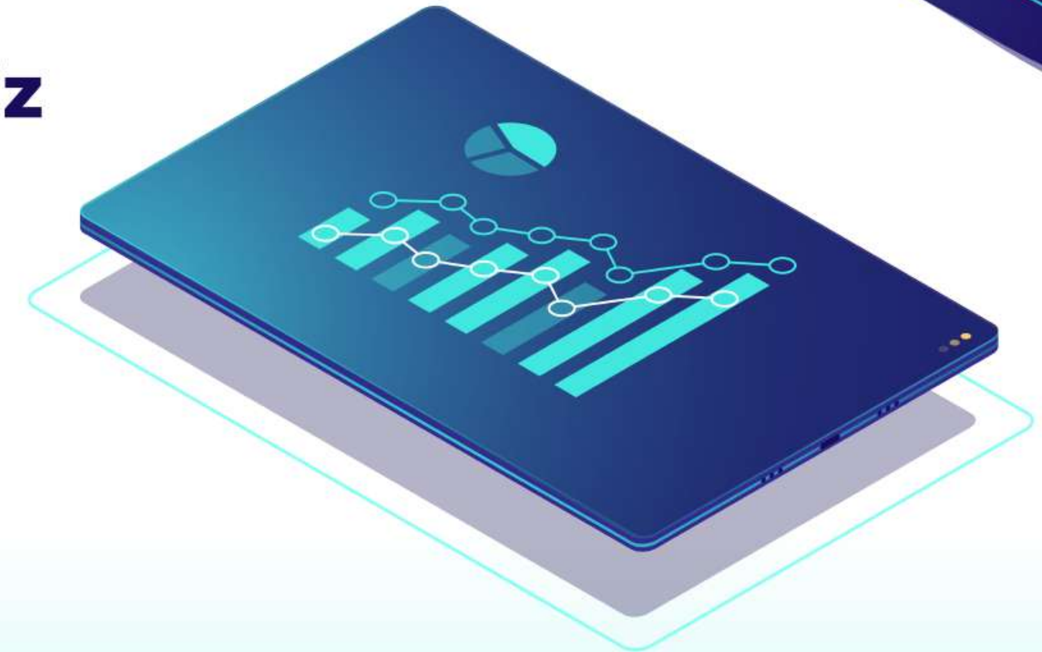
Nə üçün Business Insight

- 21 illik beynəlxalq təcrübə
- Müxtəlif araşdırma sektorları üzrə geniş biliklər
- Yüksək qabiliyyətli personal
- Azərbaycan və dünya miqyasında layihələr keçirmək imkanı
- Bütün layihələrin sahə işinin peşəkar və nöqsansız təşkili
- Müasir metodlardan və avadanlıqlardan istifadə
- Müasir texnologiyalar, təkmilləşmələr tətbiq edilməsində liderlik
- Business Insight üçün etibarlılıq və operativlik ən önəmli amildir.
- Layihələrin bütün mərhələlərinin şirkət tərəfindən həyata keçirilməsi

Business Insight International Research Group

Araşdırmalara verdiyiniz dəyərə görə sizə

TƏŞƏKKÜR EDİRİK!



(+994 12) 430 30 42 / 430 00 70

office@businessinsight.az

(+994 12) 430 17 77

www.businessinsight.az

fb.com/BusinessInsightIRG