



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



Перцепции и ставови на граѓаните и домаќинствата за инфлацијата во Северна Македонија

Компаративен извештај од две анкетни истражувања,
март 2023 и октомври 2023



Издава::

Асоцијација за демократски иницијативи (АДИ)

Автор на анализата:

Проф. Др. Ристо Карајков

Дизајн и обработка:

Центар за развој на медиумите на заедниците МЕДИУМ



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



Проектот „Придонес кон јавната дебата и мерките за ублажување на последиците од екомоската криза“ е поддржан од Владата на Швајцарија преку Цивика мобилитас.

Содржината на овој извештај е единствена одговорност на Асоцијацијата за демократски иницијативи (АДИ) и на партнерите, Решенија за Развој (ДеСо) и Пулсот на демократијатаи и на ниту еден начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Владата на Швајцарија, Цивика мобилитас и организациите што ја спроведуваат.

Содржина

1. Вовед и методологија	1
2. Кои покачувања на цените најмногу го погодија вашето домаќинство?	5
3. Кои покачувања на прехранбени производи најмногу го погодија вашето домаќинство?	16
4. На што вашето домаќинство најмногу гледа да заштеди во периодот?	27
5. Кој е виновен за инфлацијата?	37
6. Дали сте согласни со замрзнувањето/намалувањето на цените?	48
7. Дали вашето домаќинство мора да се задолжува заради инфлацијата?	50
8. Дали некој во вашето домаќинство мораше да почне да работи повеќе заради инфлацијата?	56
9. Дали мислите дека следната година ќе биде потешка од тековната?	58
10. Дали ви е страв дека заради економската криза би можеле да ја изгубите работата?	65
11. Анекс 1. Дополнителни резултати од 2ра анкета, октомври 2023	70
12. Анекс 2. Извештај од 1ва анкета	120

Вовед и методологија

Извештајот ги претставува резултатите од две анкетни истражувања направени во 2023 во Северна Македонија.

Првата анкета беше спроведена на репрезентативен примерок од 1.853 полнолетни испитаници, на стратифициран примерок со пропорционална веројатност по случаен избор. Првото ниво на стратификација се 8те плански региони. Второто ниво на стратификација се општините. Основната маргина на грешка е +/- 2% при ниво на доверба од 95%. Анкетата беше спроведена во периодот 12-25 март 2023. Анкетата беше спроведена делумно телефонски и делумно на терен. Теренското анкетирање беше спроведено пред се во ромските заедници, со оглед на тоа што не беше возможно нивно прецизно опфаќање преку телефонска анкета.

Втората анкета беше спроведена во периодот 20 септември – 6 октомври 2023 на репрезентативен примерок од 1.836 полнолетни испитаници.

Примерокот, прашалникот, процесот на собирање на податоци, и воопшто севкупната методологија за втората анкета, беа идентични со првата анкета. Испитаниците од првата и втората анкета беа различни. Ова е стандарден пристап во т.н. повторен крос-секциски модел (repeated cross-sectional model) кој е типичен за т.н тренд студии.

Учеството на ромската заедница во примерокот беше зголемено значително над учеството на таа заедница во вкупното население. Вкупното учество на Ромите во основниот примерок во првата анкета беше 13.2%, а во втората анкета 13.4%, што е значително над процентот на ромското население во вкупното население во Северна Македонија кое според пописот од 2021 изнесува 2.53%.

Примерокот потоа беше пондеризиран за да се спушти учеството на Ромите на нивото кое е пропорционално на нивното учество во вкупното население (2.53%). За дел од анализите се користи пондеризираниот примерок. За дел од анализите кои имаат посебен фокус на состојбата на ромското население, се користи непондеризиранот примерок на ромското население.

Притоа важно е да се наведе и следното. Пондерирањето на примерокот е направено по основ на пол и етничка припадност. Пондерирањето по етничка припадност е направено врз основа на податоците од пописот од 2021 година за вкупното резидентно население во Северна Македонија. Пописот од 2021 ја претставува етничката структура на населението врз основа на попишаните граѓани. Како што е

добро познато, одреден број на граѓани одби да учествува во пописот. Заради тоа збирот на учеството на етничките заедници, според пописот, е нешто под 92%, со други зборови, структурата не е еднаква на 100% што е стандарден принцип во прикажување на структура. За останатите околу 8% од резидентното население нема податок за етничката припадност.¹ Тоа создава методолошки проблем при пондерирањето на примерокот кај оваа анкета. Од таа причина граѓаните за кои нема податок за етничката припадност во пописот се вклучени во категоријата „друга“ етничка припадност, заедно со другите помали етнички заедници, како што се Србите, Власите, Бошњациите, итн. На тој начин пондерираниот примерок е пропорционален на етничката структура на населението што се однесува до клучните етнички заедници за кои се врши споредба, Македонците, Албанците и Ромите. Турската етничка заедница е исто вклучена во поголем дел од табелите и графиконите, меѓутоа нивото на статистичка значајност за нив е помало со оглед на малото учество во примерокот. Заради тоа, не се врши одвоена анализа за турската заедница, на начин на кој се анализираат македонската, албанската и ромската. Ромската заедница е предмет на посебен интерес заради нејзината социјална исклученост и сиромаштија.

Се врши анализа на влијанието на неколку основни независни варијабли (предиктори) вклучително пол, возраст, етничка припадност, место на живеење (град/село), приход, итн. По потреба, одредени зависни (излезни) варијабли се вкрстуваат со други предиктори, како на пример, работен статус, итн.

Статистичката анализа на податоците опфаќа проверка на статистичка значајност (significance level) и/или проверка на силина на врска или асоцијација (measure of association) помеѓу независните (предиктори) и зависните (излезни) варијабли. Во извештајот се вклучени табели и графикони за соодносите кои се утврдени како статистички значајни. Останатите споредби понекогаш се спомнати како незначајни, а понекогаш не се воопшто коментирани. Тие споредби не се прикажани во форма на табели и графикони. Притоа анализата ги опфаќа како минимум следните статистички методи: За споредба на поврзаноста на излезните варијабли со предикторите пол, возраст, етничка припадност, населено место, вршени се тестови за ниво на статистичка значајност (level of significance) и за степен на поврзаност (measure of association).

¹Може да се погледне следното соопштение на Државниот завод за статистика (ДЗС) од каде што се превземени податоците за етничката структура <https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstение.aspx?rbtxt=146>

Во зависност од типот на варијаблите, спроведувани се следните тестови:

Вид на тест	Варијабла	Мерка
Статистичка значајност	влијание на пол, возраст, етничка припадност, степен на образование, вид на населено место	χ^2 (Chi Square), p-value се означува со (p)
Мера на поврзаност	сооднос: пол со резултат во форма на Ликертова скала	Cramer's V
	сооднос: етничка припадност со резултат во форма на Ликертова скала	Cramer's V
	сооднос: место на живеење со резултат во форма на Ликертова скала	Cramer's V
	сооднос: возраст со резултат во форма на Ликертова скала	Spearman's rho (и по потреба и Kendall's tau-b)
	сооднос: пол, етничка припадност, вид на населено место со резултат во биномиална форма	Cramer's V

Понатаму, за дел од анализите кои користат просечни оценки, се употребува анализа на просек, стандардна девијација и по потреба се прави Т-тест за анализа на два просека (т.н Independent Samples T-Test) и/или Mann-Whitney U тест (во случај да не е исполнета претпоставката за нормална дистрибуција на зависната варијабла за сите нивоа на независната варијабла).

Техничките податоци за одредени анализи се прикажуваат во загради кон главниот текст, со цел главниот текст да биде попристапен за читателот кој не е запознаен со овие статистички концепти. За дел од споредбите техничките податоци воопшто не се споменуваат.

Познавање на овие статистички концепти **не е потребно** за да се прегледа анализата. Текстот ги користи термините: резултатот е (или не е) статистички значаен (што значи дека има докази за поврзаност помеѓу две варијабли) и постои слаба, умерена или силна поврзаност помеѓу две варијабли или пак не постои поврзаност.

Chi Square помал од 0.05 значи дека резултатот е статистички значаен, односно дека има докази за корелација помеѓу независната и зависната варијабла. Притоа се напоменува дека корелацијата не значи воедно каузална поврзаност. Со намалување на Chi Square, на пр. помал од 0.01 или помал од 0.001, се зголемува нивото на докази за корелацијата. Chi Square од 0.01 значи дека има само 1% шанса резултатот да е случаен итн.

Cramer's V, Spearman's rho и Kendall's tau-b ја означуваат силната на корелацијата (врската) помеѓу независната и зависната варијабла. Коефициент помал од 0.2 генерално означува слаба поврзаност; помеѓу 0.2 и 0.3 означува средна јачина на врската; над 0.3 означува силна поврзаност. Анализата пред се' се концентрира на тие корелации кои се барем умерени. Корелациите кои се слаби не се секогаш дискутирани.

Битен дел од анализите во главниот текст користат споредба на просечни оценки, кај варијаблите кои се во форма на Ликертова скала, при што основен метод е T-тестот на независни примероци или Mann Withney U.

Текстот е наменет за општата јавност и заради тоа нивото на технички термини е минимизирано. Аналитичките постапки се споменуваат и по потреба се илустрираат, но не се секогаш детално опишани со цел текстот да е разбирлив за читател кој нема познавање од статистичките концепти.

Генерално, најголемиот број од резултатите е прикажан и во формат на графикон. Изборот дали податоците ќе бидат прикажани само во табела или само во графикон е генерално мотивиран од просторни и визуелни причини. Некои табели се преголеми за A4 формат. Исто така, некои графикони (пр. просечни оценки за 7-8 зависни варијабли, споредени по 2-4 независни варијабли) се премногу заситени со податоци (и бои) за да овозможат квалитетен преглед. Од таа причина некои од споредбите се прикажани само во формат на табела или само во формат на графикон. Меѓутоа извештајот следи единствена низа на нумерирање, независно од тоа дали одреден приказ содржи и табела и графикон (Таб/Граф), или само табела (Таб), или само графикон (Граф). Пристапот овозможува полесно следење на редоследот на приказите во текстот.

Кои покачувања на цените најмногу го погодија вашето домаќинство?

Ставовите на граѓаните во однос на теретот од покачувањата на главните видови на производи и услуги (Граф. 1а и 1б, Таб. 1а и 1б) останаа во голема мера стабилни во периодот од март до октомври 2023. Граѓаните се чувствуваат најмногу погодени од растот на цените на храната, при што просечната оценка останува буквално непроменета (4.47).

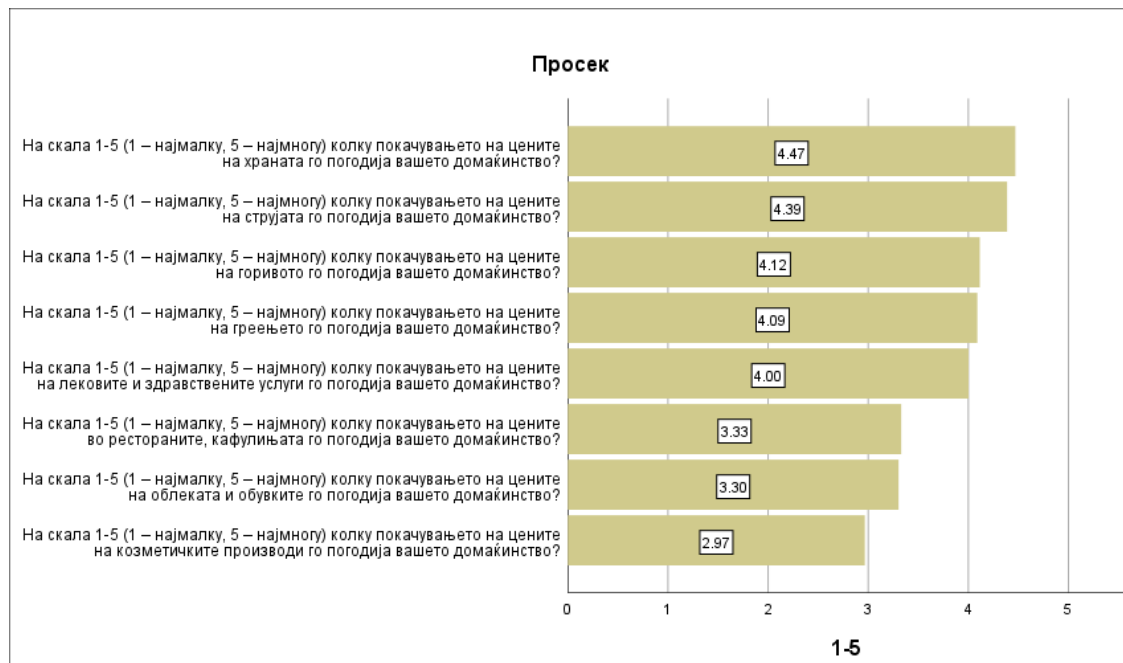
Загриженоста околу цената на струјата благо опаѓа од март (4.39) до октомври (4.27) и разликата е статистички значајна ($p < 0.001$, едно-примерочен Т-тест). Загриженоста околу цените на горивото останува скоро иста (4.12 во март и 4.16 во октомври), со тоа што минималната разлика не е статистички значајна. Истото се однесува и на цените на греењето (4.09 во март, 4.06 во октомври), и на лековите и здравствените услуги (4.00 во март, 4.06 во октомври).

Тоа што е приметливо е раст на загриженоста околу цените на производи и услуги кои се помалку критични: облека и обувки, ресторани и кафулиња и козметички производи). Во однос на облека и обувки оценката расте од 3.30 во март на 3.54 во октомври (статистички значајна разлика, $p < 0.001$); за рестораните и кафулињата од 3.33 на 3.61 (статистички значајна разлика, $p < 0.001$), и за козметичките производи од 2.97 на 3.47 (статистички значајна разлика, $p < 0.001$).

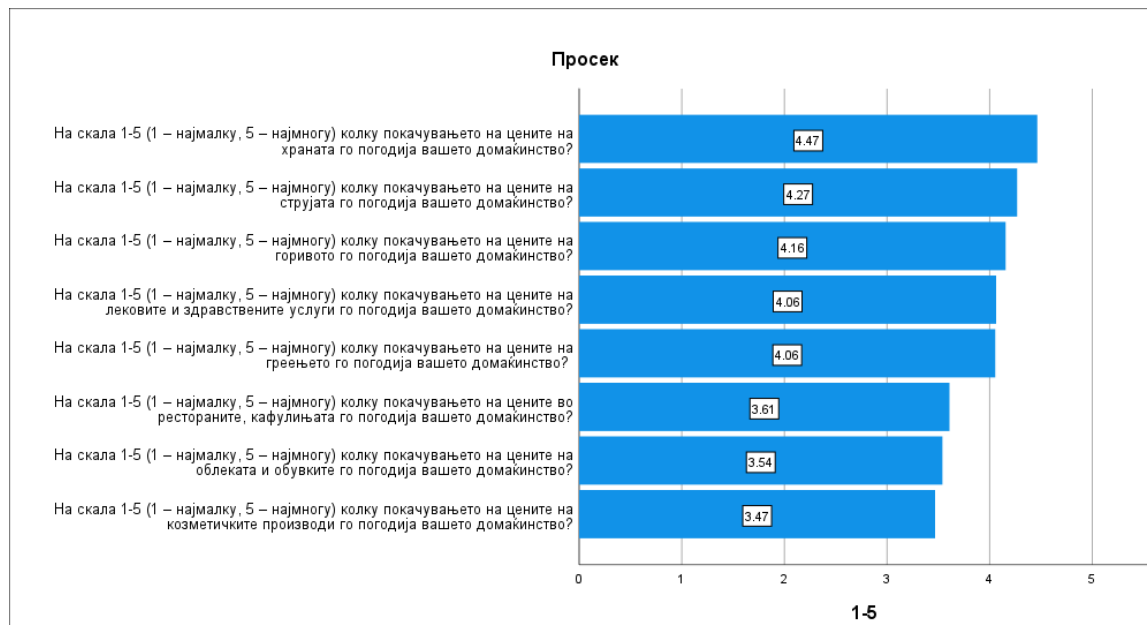
Заклучокот е дека додека загриженоста на домаќинствата во однос на цените на основните производи и услуги (храна, струја, греење, гориво) останува непроменета од март, дополнително расте загриженоста околу растот на цените на овие други производи и услуги.

Воедно, исто како и во март 2023, согласноста на граѓаните е најсилна во однос на клучните производи и услуги (најмали стандардни девијации), додека е помала во однос на другите (облека и обувки, разонода, и козметички производи) каде што има поголема разлика во ставовите помеѓу разни сегменти од населението. Разликите кои беа воочени во март 2023 се конзистентно приметени и во октомври 2023 (Анекс 1 и 2).

Граф. 1а: март 2023



Граф 16: октомври 2023



Таб. 1а: март 2023

	Просек	Медијана	Ст.де в.*
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4,47	5	,86
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4,39	5	1,00
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4,12	5	1,16
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	4,09	5	1,13
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	4,00	5	1,26
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3,33	3	1,37
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3,30	3	1,24
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	2,97	3	1,33

*стандардна девијација

Таб. 1б: октомври 2023

	Просек	Медијана	Ст.д ев.
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4.47	5	.91
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4.27	5	1.04
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4.16	5	1.21
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	4.06	5	1.22
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	4.06	5	1.16
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3.61	4	1.39
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3.54	3	1.24
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	3.47	3	1.30

Графиконите 2-9 во продолжение ги претставуваат резултатите според проценти на граѓани кои дале одредена оценка. Овој начин на претставување на резултатите дава дополнителни информации за ставовите на граѓаните. Дополнително разложените податоци од анкетата спроведена во октомври 2023 (според пол, етничка припадност, возраст, приход, итн.) се приложени во Анекс 1, додека разложените податоци од анкетата во март се приложени во Анекс 2.

Во март 2023 огромно мнозинство од 84.2% од граѓаните оцениле дека нивното домаќинство е многу погодено од покачувањето на цените на храната: 66.6% (оценка 5) + 17.6 % (оценка 4). Во октомври, процентот на граѓаните останува скоро непроменет и изнесува 84.1% (испитаници кои дале оценка 4 + оценка 5). Заклучокот е недвосмислен.

Во однос на цените на струјата има благо намалување од март до септември што беше потврдено и преку прегледот на просечните оценки. Во март 81.4% од домаќинствата рекле дека се многу погодени (оценка 4+5) додека во октомври процентот е 77.4%.

Сосема мал пад бележи загриженоста во однос на цените на греењето, од 71.3% во март (оценка 4+5) на 67.7% од домаќинствата во октомври. Притоа важно е да се забележи дека анкетата во октомври е спроведена во период кога домаќинствата сè уште не греат.

Во однос на горивото, оценката е сосема малку променета. Разликата е незначителна. Во март 73.1% од домаќинствата рекле дека се многу погодени, во октомври процентот е 74.5%. Споредбата на просечните оценки (погоре) утврди дека оваа разлика не е значајна.

Загриженоста за цената на лековите и здравствениите услуги останува скоро непроменета. Во март 68.7% од домаќинствата изразиле силна загриженост (оценка 4+5), додека во октомври тој процент е 70.5%. Разликата очигледно е минимална и не е значајна.

Нешто позначителна разлика има во оценките на понесуштествените категории на производи и услуги: ресторани и кафулиња од 45.9% во март на 55.2% во октомври; облека и обувки од 41.3% во март на 48.4% во октомври, и козметика од 32.7% во март на 48% во октомври.

Овој преглед на ставовите на домаќинствата за тоа колку се погодени од растот на цените, го дополнува претходниот преглед на просечните оценки. Клучниот заклучок е дека домаќинствата се во континуитет многу

загрижени за растот на цените на основните производи и услуги: 84.1%/84.2% (март/октомври) се многу загрижени за храната, 81.4%/77.4% за струјата, 71.3%/67.7% за греењето, 73.1%/74.5% за горивото, 68.7%/70.5% за лековите и здравствените услуги. Притоа треба да се имаат предвид и сезонските разлики од првата (во март) и втората (во октомври) анкета.

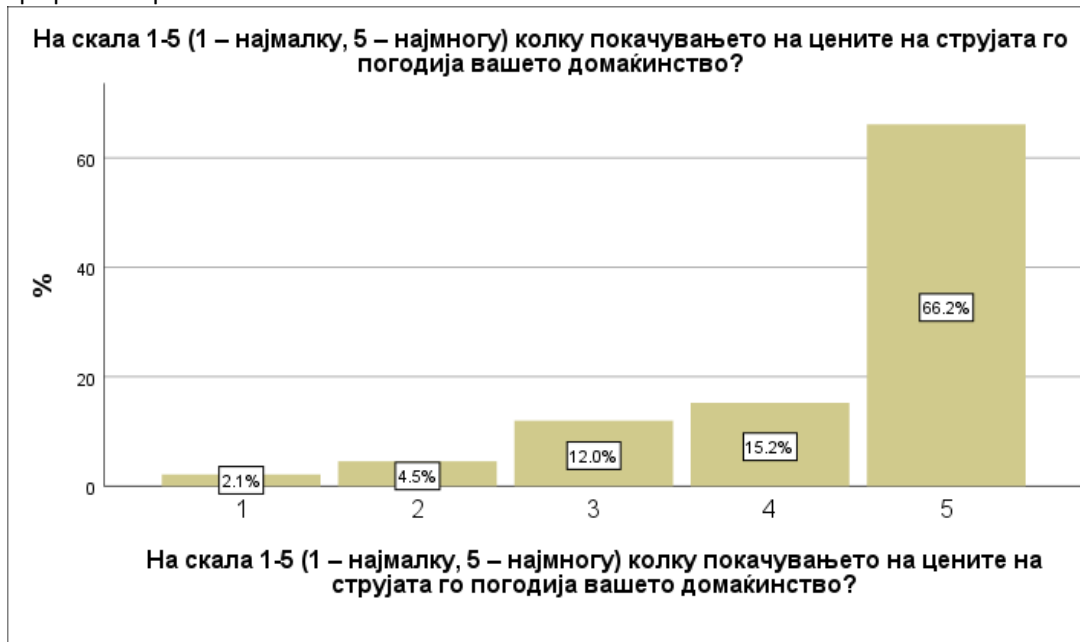
Граф. 2а: март 2023



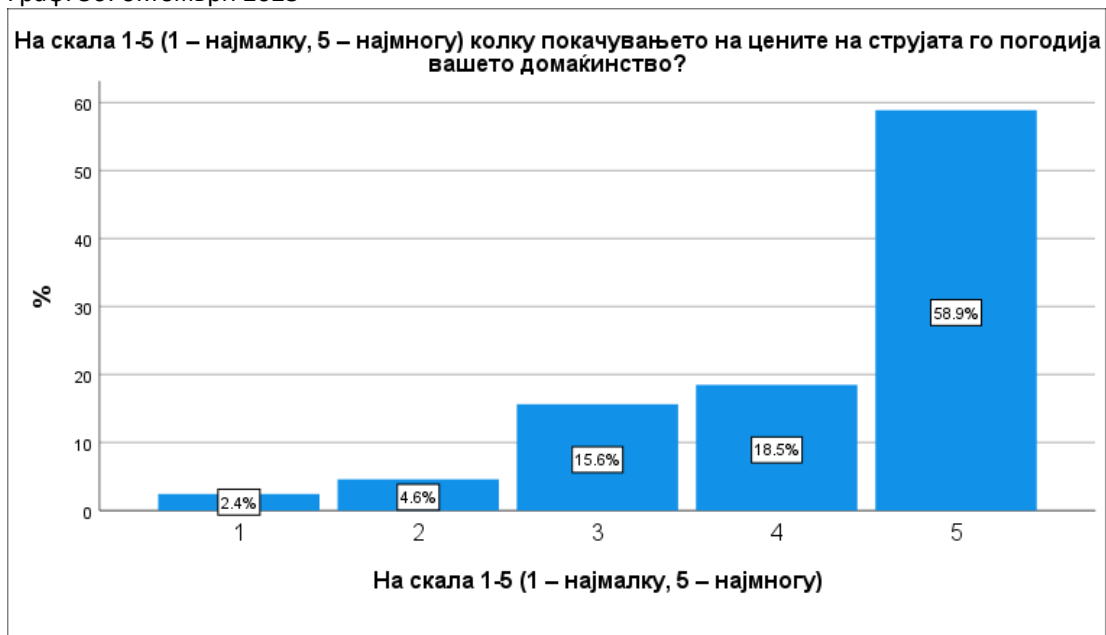
Граф. 2б: октомври 2023



Граф. 3а: март 2023



Граф. 3б: октомври 2023



Граф. 4а: март 2023



Граф. 4б: октомври 2023



Граф. 5а: март 2023



Граф. 5б: октомври 2023



Граф. ба: март 2023



Граф. бб: октомври 2023



Граф. 7а: март 2023



Граф. 7б: октомври 2023



Граф. 8а: март 2023



Граф. 8б: октомври 2023



Граф. 9а: март 2023



Граф. 9б: октомври 2023



Кои покачувања на прехранбени производи најмногу го погодија вашето домаќинство?

Со оглед на нивното особено значење, следниот дел од извештајот се фокусира на ставовите на домаќинствата во однос на цените на неколку клучни прехранбени производи: лебот, млекото и млечните производи, месото и месните производи, овошјето и зеленчукот и маслото за јадење.

Изборот на овие производи секако не е случаен и методологијата за овој избор е детално објаснет во извештајот од анкетата спроведена во март 2023 (Анекс 2).

Втората анкета ги вклучува истите варијабли како и првата анкета од март 2023, што е типично за овој модел на истражувања (тренд студија, повторен крос-секциски пристап). Накратко, овие производи беа посочени од граѓаните како особено важни во квалитативното истражување (интервјуа) што и претходеше на првата анкета.

Како што може да се види (Граф. 10а и 10б, Таб. 10а и 10б), ставовите на граѓаните се генерално стабилни во периодот од март до октомври 2023.

Во март 2023 домаќинствата ја оцениле нивната погоденост од растот на цените на млечните производи со 4.45 (на скала 1-5) додека во октомври ја оцениле со 4.42. Оваа разлика не е статистички значајна ($p=0.164$). Со други зборови, разликата е премногу мала, односно, степенот на загриженост од март до октомври е непроменет.

Во однос на месото и месните производи, во март 2023 домаќинствата ја оцениле нивната загриженост со 4.42 додека во октомври со 4.46. Разликата е статистички значајна ($p=0.034$) меѓутоа очигледно е дека промената е минимална. Степенот на загриженост останува извонредно висок.

Нешто поголема е промената во ставовите на граѓаните околу маслото за јадење. Во март оценката од домаќинствата била 4.20 додека во октомври таа паѓа на 3.90. Разликата е статистички значајна ($p<0.001$) и реална (0.30). Очигледно дека загриженоста околу растот на цената на маслото за јадење е нешто опадната во периодот од март до октомври 2023.

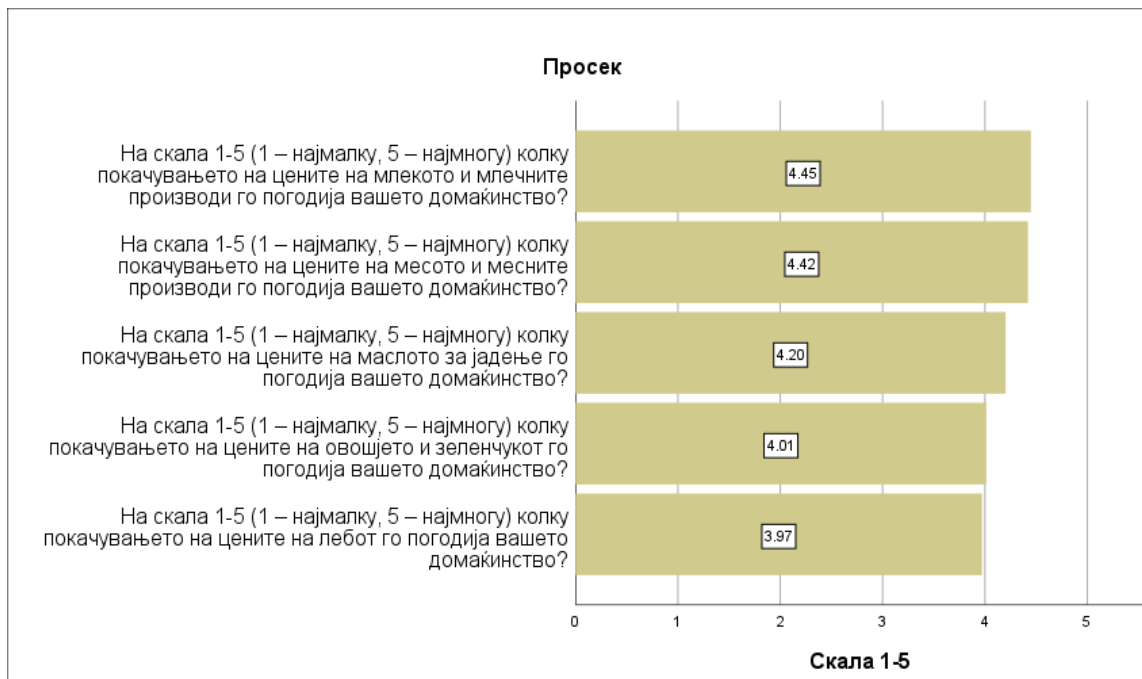
Во спротивна насока, загриженоста на домаќинствата се зголемила во однос на цените на овошјето и зеленчукот. Во март оценката била 4.01 додека во октомври 4.19. Разликата е статистички значајна ($p<0.001$) и воедно е забележлива (0.18). Промената на оценката треба да се гледа и во контекст на сезоната. Втората

анкета беше спроведена во сезоната кога интензивно се конзумира овошје и зеленчук. Со промената на оценката зелечукот и овошјето се поставуваат како 3то рангирани на оваа скала од 5 производи, превземајќи го местото на маслото за јадење кое во октомври паѓа на 4та позиција.

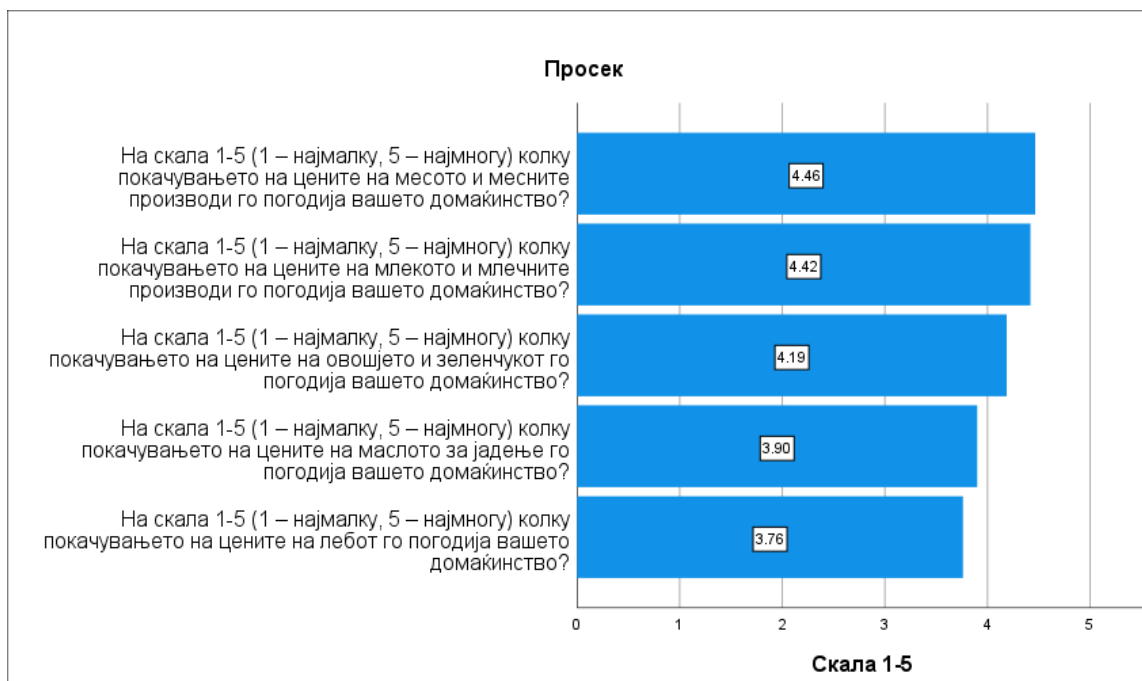
Домаќинствата се најмалку загрижени за цената на лебот, во споредба со другите наведени прехранбени производи. Во март тие дале оценка од 3.97 која во октомври се намалила на 3.76. Разликата е статистички значајна ($p < 0.001$), и умерена (0.21). Логиката е дека лебот учествува релативно помалку, во споредба со другите групи на производи, во вкупната потрошувачка на храна.

Вкупниот заклучок повторно е дека ставовите и загриженоста на домаќинствата околу цените на овие пет категории на прехранбени производи остануваат релативно стабилни во периодот од март до октомври. На врвот на листата се млекото и млечните производи, и месото и месните производи, помеѓу кои разликата е минимална. Следат овошјето и зелечукот и маслото за јадење, и на последно место е лебот.

Граф. 10а: март 2023



Граф. 10б: октомври 2023



Таб. 10а: март 2023

	Просек	Медијана	Ст.дев.
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4,45	5	,92
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4,42	5	,93
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	4,20	5	1,03
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	4,01	4	1,08
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3,97	4	1,17

Таб. 10б: октомври 2023

	Просек	Медијана	Ст.д.ев.*
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4.46	5	.90
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4.42	5	.93
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	4.19	5	1.06
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	3.90	4	1.11
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3.76	4	1.23

Графиконите 11-15 даваат дополнителни информации за уделот (%) на граѓаните кои дале одредена оценка. Дополнителни разложени податоци (по пол, етничка припадност, возраст, итн.) се вклучени во Анекс 1 и Анекс 2.

Овој приказ ја дополнува анализата на просечните оценки спроведена во претходниот чекор. Конкретно, покажува колку (во %) домаќинствата навеле дека се многу погодени од растот на одредени цени. Во март 2023, скоро 2/3, односно 63.4% од домаќинствата рекле дека се многу погодени од растот на цената на лебот (дале оценка 4 или 5); во октомври тој процент опаднал на 58.3%.

Процентот на домаќинствата кои рекле дека се многу погодени од растот на цените на млекото и млечните производи е значително поголем. Во март 84.5% рекле дека се многу погодени (оценка 4 или 5), додека во октомври тој процент благо опаднал на 83.2%.

Сосема е јасно дека минималната разлика од околу 1% е во маргината на грешка која за примерок од оваа големина изнесува околу +/- 2%, при ниво на доверба од 95%. Во суштина тоа значи дека нема реална промена во нивото на загриженост на домаќинствата околу цената на млекото и млечните производи. Истото важи и за загриженоста околу цените на месото и месните производи. Во март 83.4% од домаќинствата рекле дека се многу погодени (оценка 4 или 5); во октомври тој процент е минимално повисок и изнесува 85.5%. Со едноставни зборови, од 100 домаќинства во Северна Македонија, 84-85 се сметаат за многу погодени од растот на цените на млекото и млечните производи и месото и месните производи.

Како што беше индицирано и во претходниот чекор, загриженоста на домаќинствата околу цените на зеленчукот и овошјето, е зголемена од март до октомври. Во март 68.2% од домаќинствата рекле дека се многу погодени; во октомври тој процент пораснал на 73.3%. Во истиот период опаднала загриженоста на домаќинствата околу цената на маслото за јадење. Во март 73.5% рекле дека се многу загрижени (оценка 4 или 5), додека во октомври тој процент опаднал на 62.8%.

Заклучокот е дека домаќинствата се најмногу загрижени и се чувствуваат најпогодени од цените на месото и месните производи и млекото и млечните производи.

Таа загриженост е константна во периодот од март до октомври 2023.

Следи загриженоста за цените на овошјето и зеленчукот, која пораснала во изминатиот период, и за маслото за јадење која опаднала во изминатиот период.

Во споредба со овие 4 други групи на производи, домаќинствата се чувствуваат најмалку погодени од растот на цените на лебот.

Граф. 11а: март 2023



Граф. 11б: октомври 2023



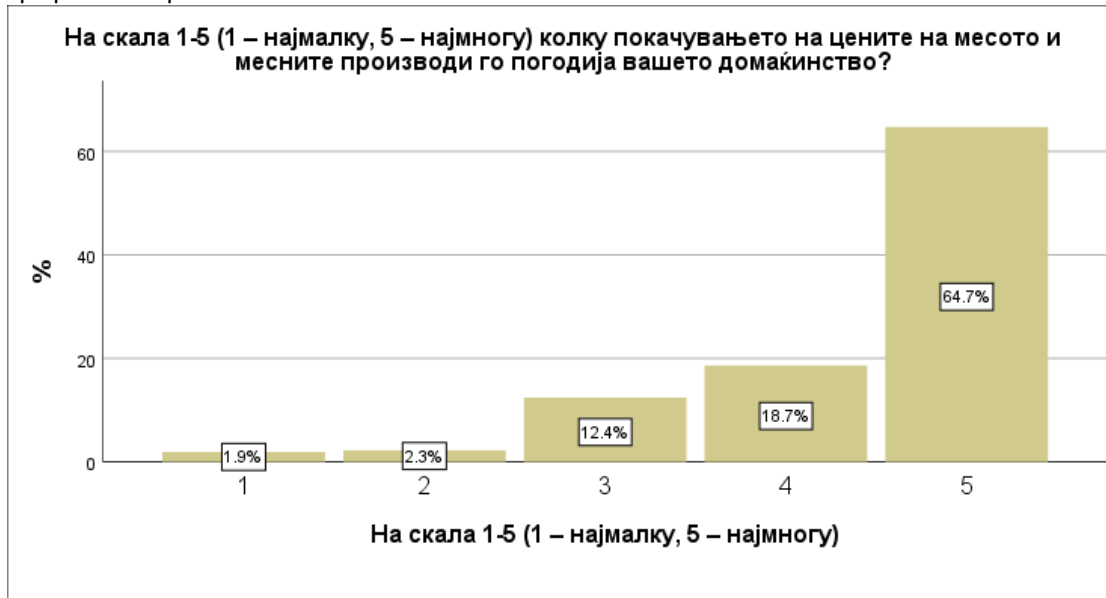
Граф. 12а: март 2023



Граф. 12б: октомври 2023



Граф. 13а: март 2023



Граф. 13б: октомври 2023



Граф. 14а: март 2023



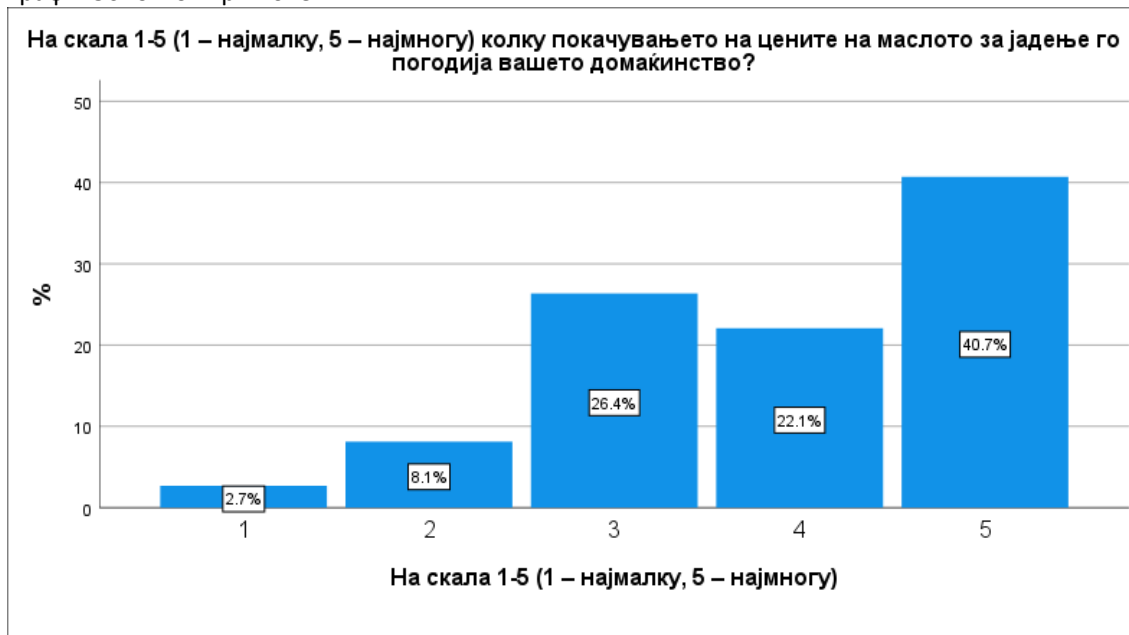
Граф. 14б: октомври 2023



Граф. 15а: март 2023



Граф. 15б: октомври 2023



На што вашето домаќинство најмногу гледа да заштеди во периодот?

Домаќинствата најмногу се обидуваат да штедат на струја (Граф. 16а и 16б). Во март 2023 над половина од домаќинствата (52.4%) рекле дека најмногу гледаат да заштедат на струјата. Во октомври 2023 тој процент опаднал на 44.3% од домаќинствата. На ова прашање од испитаниците се бара да посочат само еден производ или услуга на кој најмногу се обидуваат да штедат. Не се дозволени повеќе одговори. За најголемиот дел од домаќинствата тоа е струјата.

Падот во загриженоста според оваа варијабла (штедење) е конзистентен со падот на загриженоста на домаќинствата (прашањето кои цени најмногу ги поаѓаат) околу цените на струјата, кој беше статистички значаен. Толкувањето е дека ова делумно се должи на сезонски варијации – помалку струја се троши на лето, особено во домаќинствата кои греат на струја – и делумно на стабилизацијата на цената со владините субвенции. Во секој случај, има мал пад на загриженоста околу цената на струјата.

По струјата, домаќинствата најмногу се обидуваат да штедат на храната. Во март 13.4% од домаќинствата рекле дека најмногу се обидуваат да штедат на храна; во октомври тој процент бил 12.4%, односно скоро непроменет.

Ако се изостави категоријата „друго“ која е трета, по струјата и храната (ќе биде објаснето подолу), следно на што домаќинствата се обидуваат најмногу да штедат се ресторани и кафулиња, или со други зборови, разонода. Во март 7% од домаќинствата го издвоиле ова како категорија на која најмногу гледат да штедат; во октомври процентот бил 9.2%, што значи дека е стабилен во изминатиот период. Значи, околу 7-9% од домаќинствата ја посочиле оваа категорија на трошоци пред струјата и храната. Треба да се има предвид дека и покрај тоа што анкетата се однесува на домаќинствата, испитаникот внесува и лични ставови во одговорите. Така, помладите испитаници се повеќе склони да го посочат овој трошок како нешто на што најмногу се обидуваат да штедат. Фактот дека испитаникот е помлад може да значи и дека возрасните членови во домаќинството се помлади, но и дека испитаникот внесува личен став во одговорот. Резултатот е статистички значаен но, поврзаноста помеѓу возраста како независна варијабла и штедењето на одредена категорија на трошоци (како исход, зависна варијабла) е извонредно мала (Spearman's $\rho=0.065$, октомври 2023). Така што, заклучокот е дека влијанието на возраста е незначително.

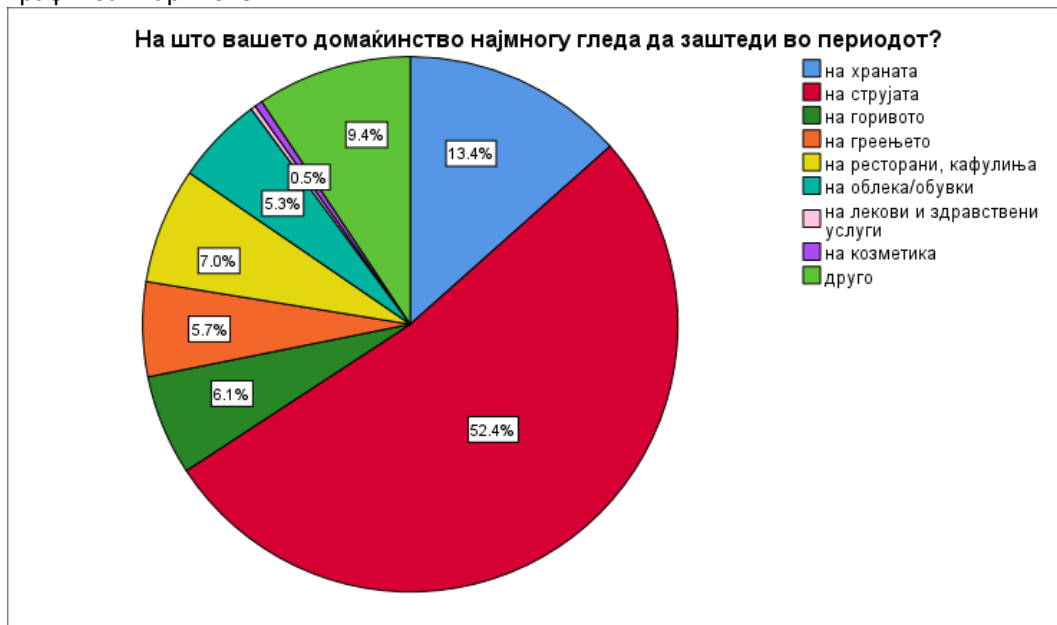
Притоа, важно е да се објасни категоријата „друго“. Во март 9.4% од домаќинствата рекле дека најмногу се обидуваат да штедат на нешто друго, додека во октомври процентот е 15.2%. Меѓутоа не станува збор за друга

категорија на трошоци. Домаќинствата кои се одлучуваат за овој одговор вообичаено велат дека „штедат на се“ или „не можат да заштедат на ништо“. Во суштина, тоа се испитаници кои не можат да се одлучат за една категорија на производи или услуги, затоа што, баш како што велат, се принудени да „штедат на се“. Во главниот текст подолу се вклучени и графиконите кои ги прикажуваат овие податоци разложени по вид на населено место (село и град) и по етничка припадност (Граф. 17-18).

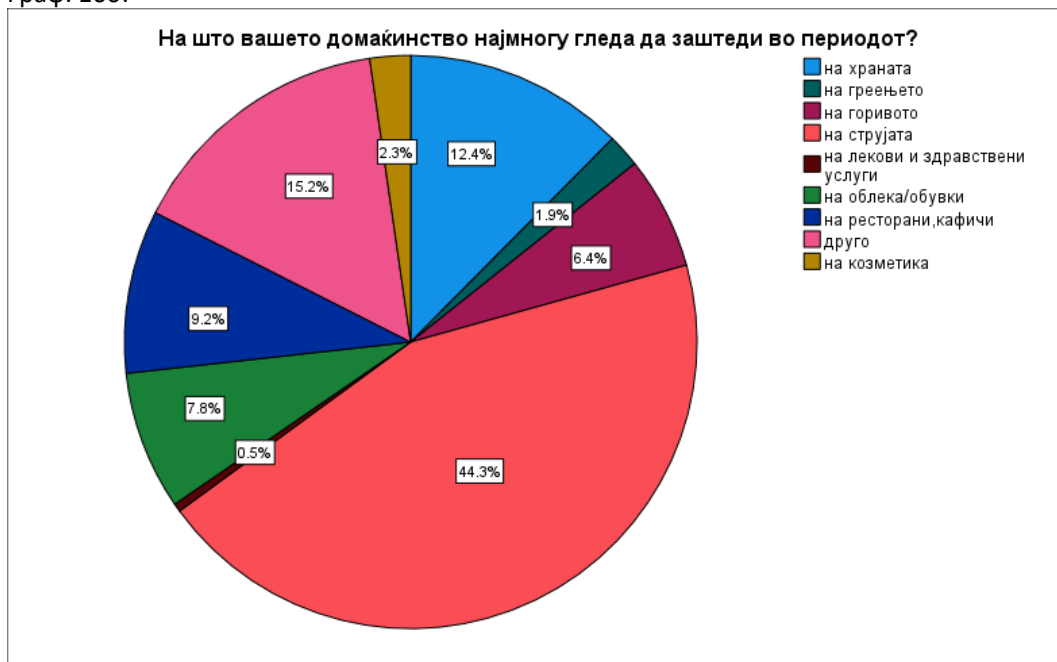
Најголемата разлика помеѓу селските и градските домаќинства се однесува на струјата. Во март 2023, 58.9% од селските домаќинства наспроти 49.3 од градските домаќинства, рекле дека најмногу се обидуваат да штедат на струјата; во октомври 2023 разликата е намалена и изнесува 47.5% наспроти 42.9%. Дополнителната анализа на статистичка значајност и степен на поврзаност покажува дека во март 2023 разликата била статистика значајна ($p=0.012$), но, дека поврзаноста е многу мала (Cramer's $V=0.104$). Во октомври резултатот веќе не е статистички значаен, заради помалата разлика помеѓу градските и селските домаќинства ($p=0.091$). Заклучокот е дека селските домаќинства се многу позагрижени за цената на струјата во зимскиот период.

Графиконите 18а и 18б подолу ги прикажуваат резултатите разложени по етничка припадност. Во однос на струјата, која е најбитната категорија, има очигледна разлика по основ на етничка припадност. Во март, 47.5% од македонските домаќинства рекле дека најмногу се обидуваат да штедат на струја наспроти 66% од албанските домаќинства и 59.4% од ромските домаќинства. Во октомври, процентите се 43.5% (македонски), 50.1% (албански) и 64.7% (ромски). Дополнителната анализа покажува дека резултатите се статистички значајни, но, дека поврзаноста е мала (во март 2023, $p<0.001$, Cramer's $V=0.121$; во октомври 2023, $p<0.001$, Cramer's $V=0.160$). Очигледно е дека кај Македонците и Албанците загриженоста опаднала од март до октомври, додека кај Ромите пораснала.

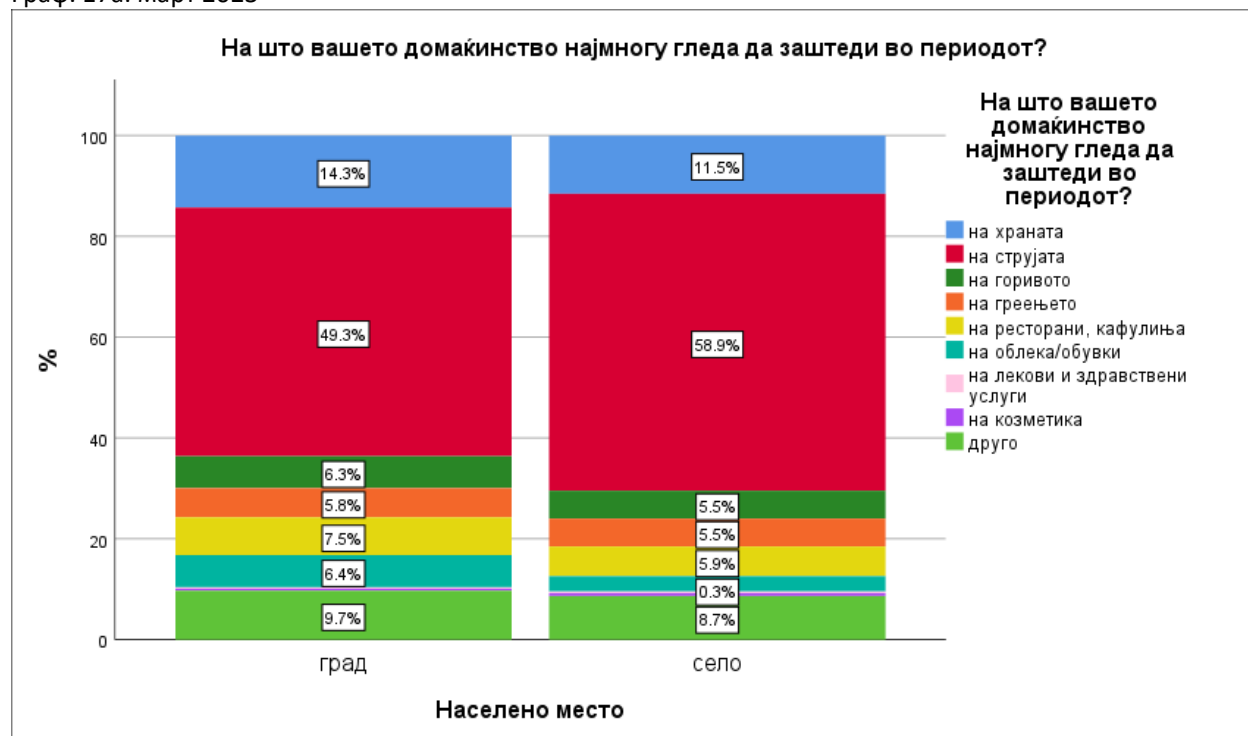
Граф. 16а: март 2023



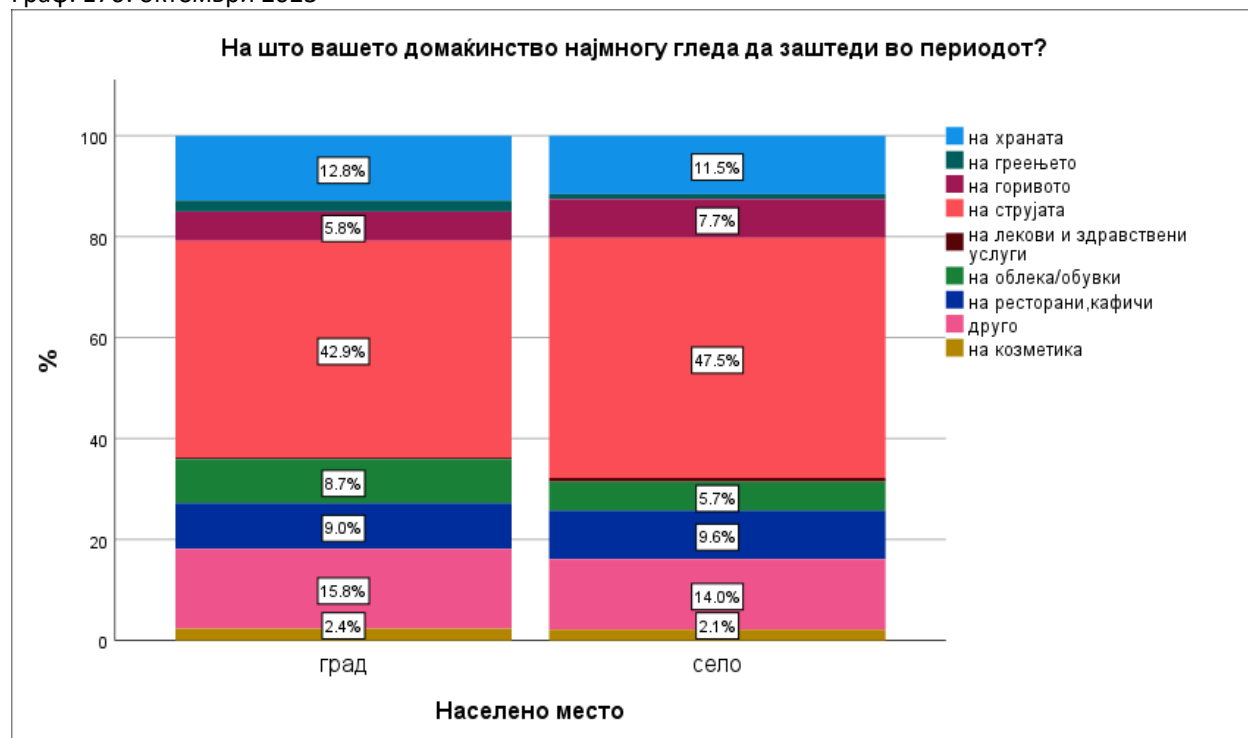
Граф. 16б:



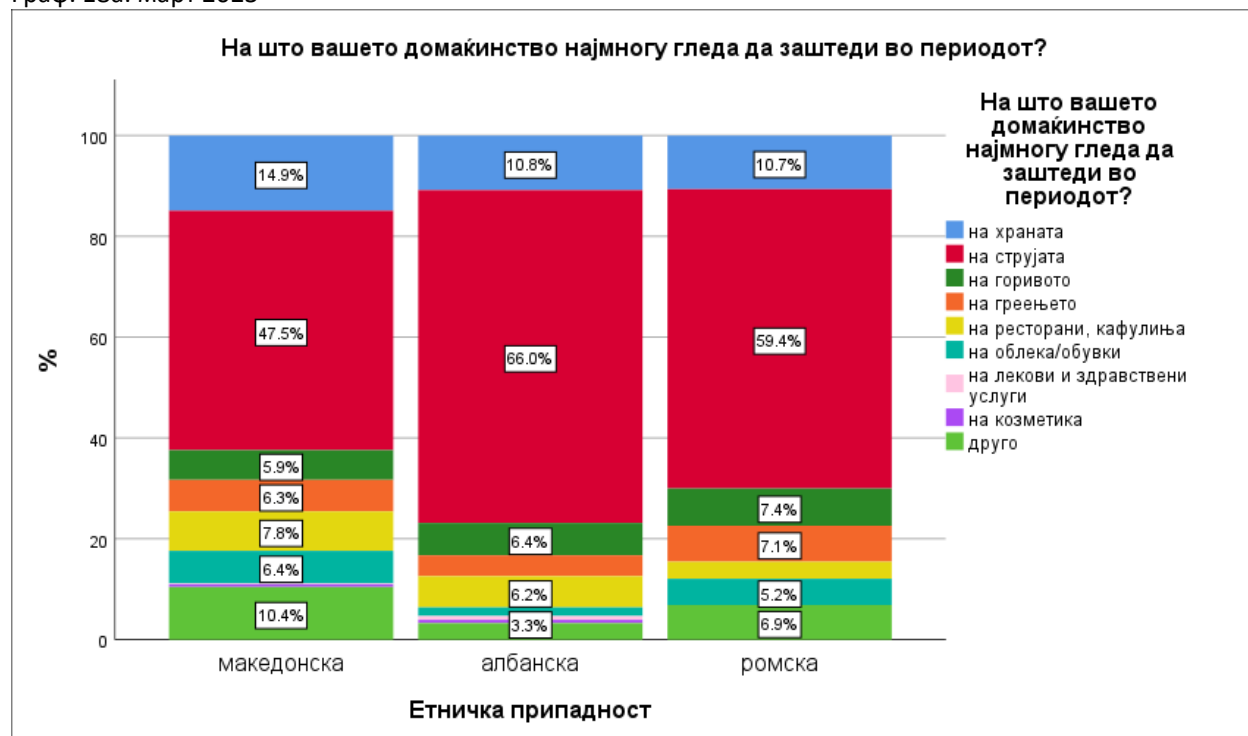
Граф. 17а: март 2023



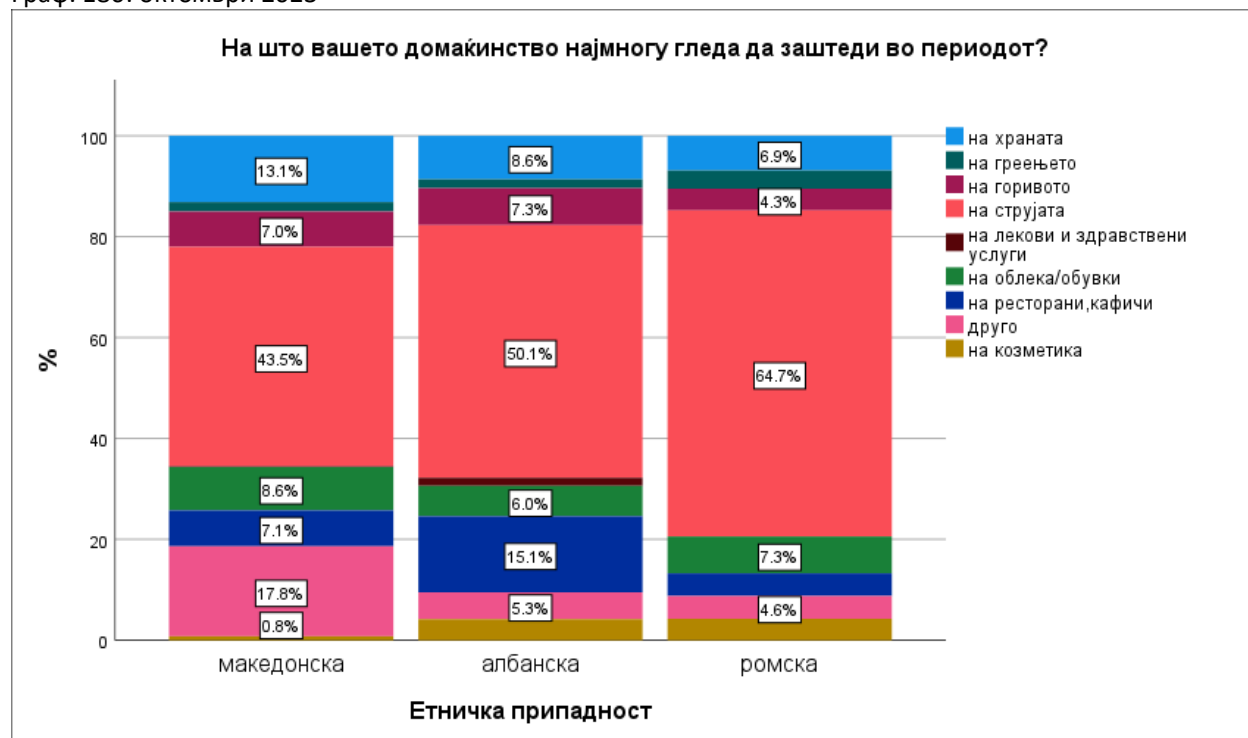
Граф. 17б: октомври 2023



Граф. 18а: март 2023



Граф. 18б: октомври 2023



Анализата на стратегиите за штедење на домаќинствата, како основен одговор на инфлацијата, дополнително се фокусира на прашањето „на што домаќинствата не можат никако да заштедат“. Ова прашање е во тесна поврзаност со претходното и дополнително ги елаборира ставовите на домаќинствата.

Додека најголемиот број од домаќинствата велат дека најмногу се обидуваат да штедат на струја, кај ова прашање најголемиот дел велат дека трошоците на кои никако не можат да заштедат се трошоците за храна. Во март 60.4% од домаќинствата го потврдиле ова, додека процентот во октомври е 68.2%. Разликата не е голема и всушност потврдува дека ова треба да се земе како стабилен став на домаќинствата, меѓутоа факт е дека има мал раст на загриженоста околу неможноста да се штеди на храна од март до октомври.

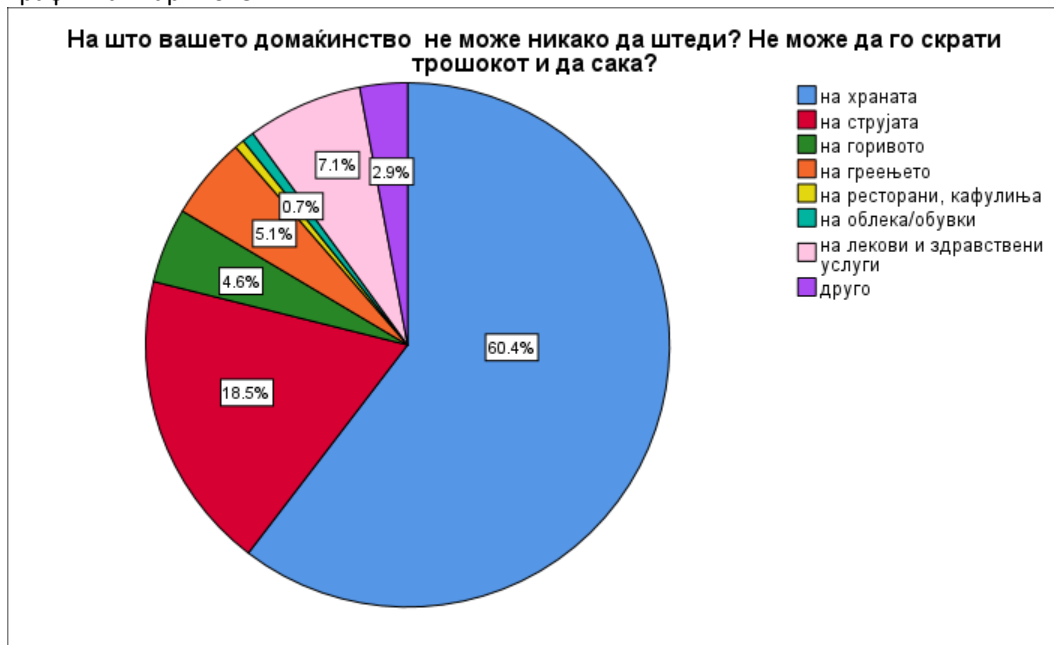
После храната, вториот најчест одговор е струјата; во март посочена од 18.5% , во октомври од 15.2% од домаќинствата.

Очигледно е дека храната и струјата се клучните трошоци кои се најбитни за домаќинствата. Над 80% од домаќинствата го посочуваат едното или другото, во ситуација кога треба да се одлучат за само еден одговор. Останатите категории на производи и услуги се споменуваат во многу помала мера.

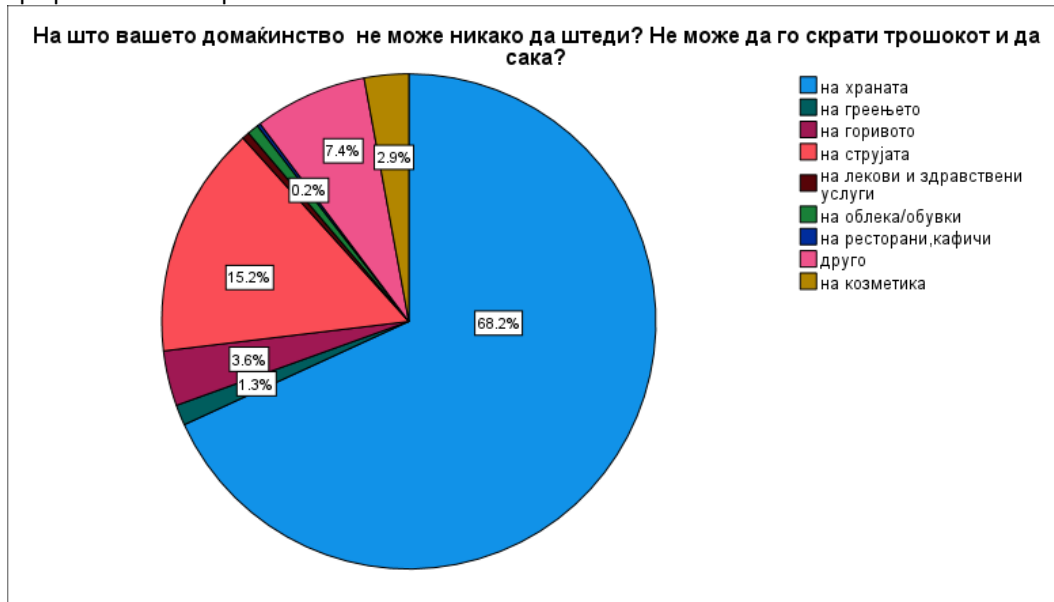
Податоците се дополнително разложени според населено место (село/град) и етничка припадност (Граф. 18 и 19). Како што може да се види, во март 2023 разликата помеѓу селските и градските домаќинства е скоро непостоечка, и во секој случај незначителна. Разликата е нешто поголема во октомври 2023, при што најочигледна е разликата во загриженоста за храната во градовите (од 61.3% во март до 70.3% во октомври). Сепак, врската е незначителна.

По основ на етничка припадност (Граф. 19а и 19б), повторно најзначителни се промените кај ромската заедница која покажува најголем раст на загриженоста.

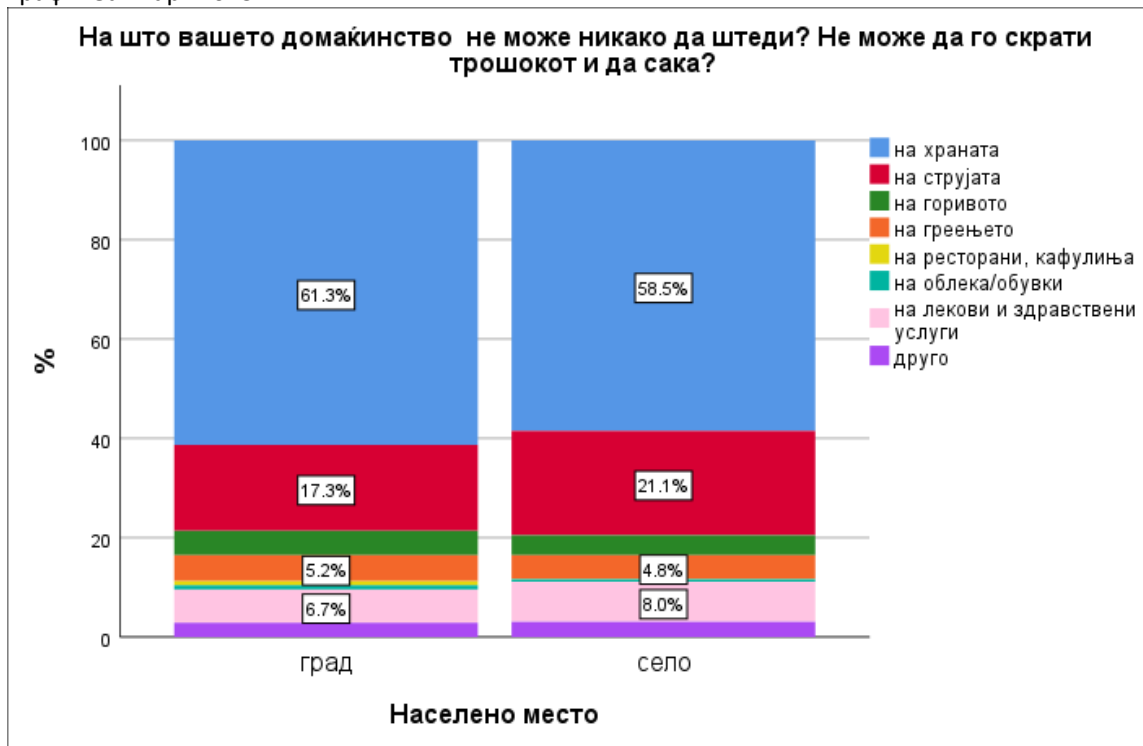
Граф. 17а: март 2023



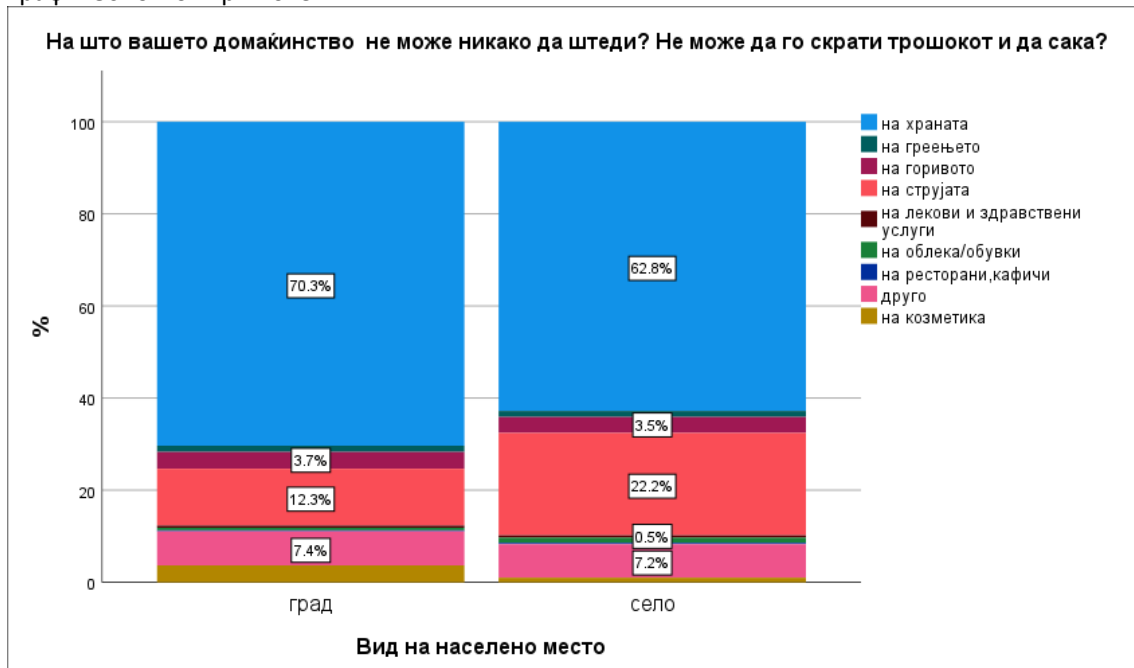
Граф. 17б: октомври 2023



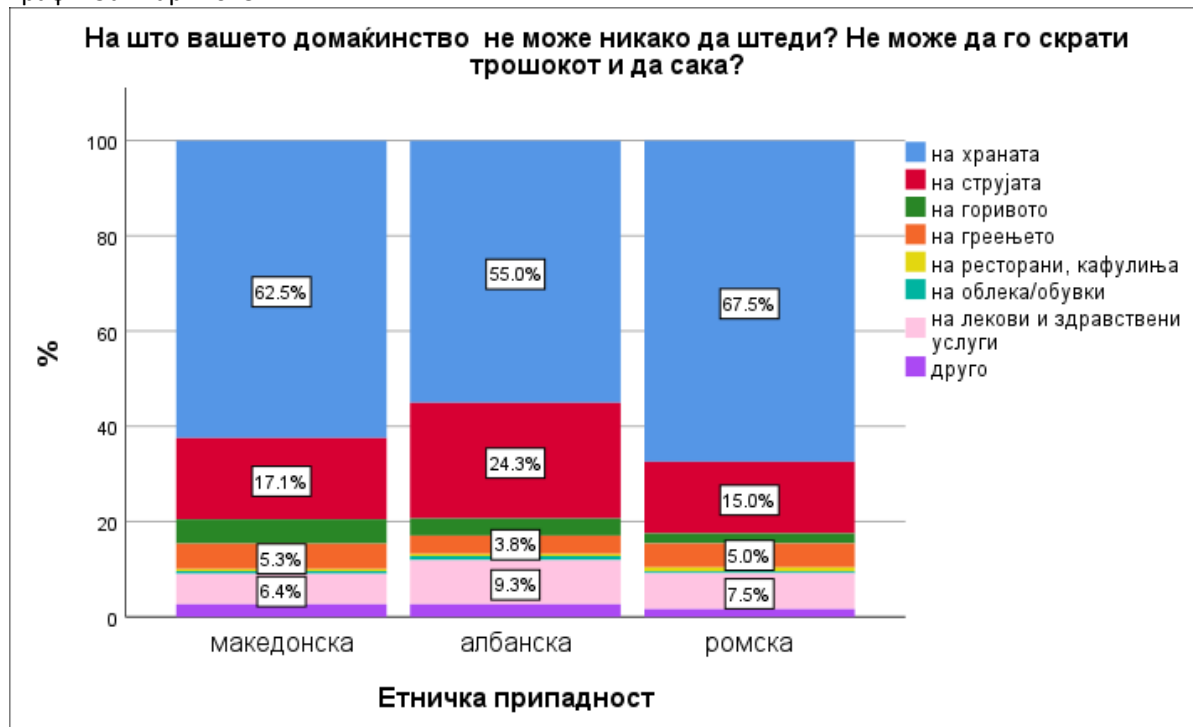
Граф. 18а: март 2023



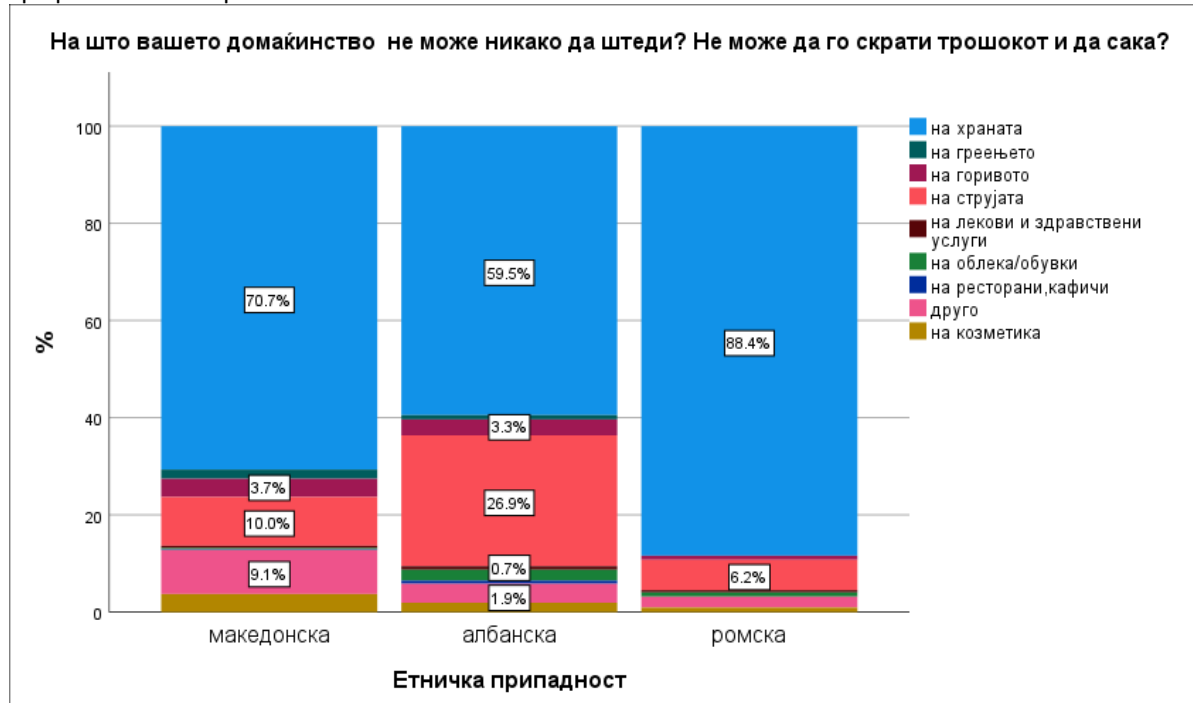
Граф. 18б: октомври 2023



Граф. 19а: март 2023

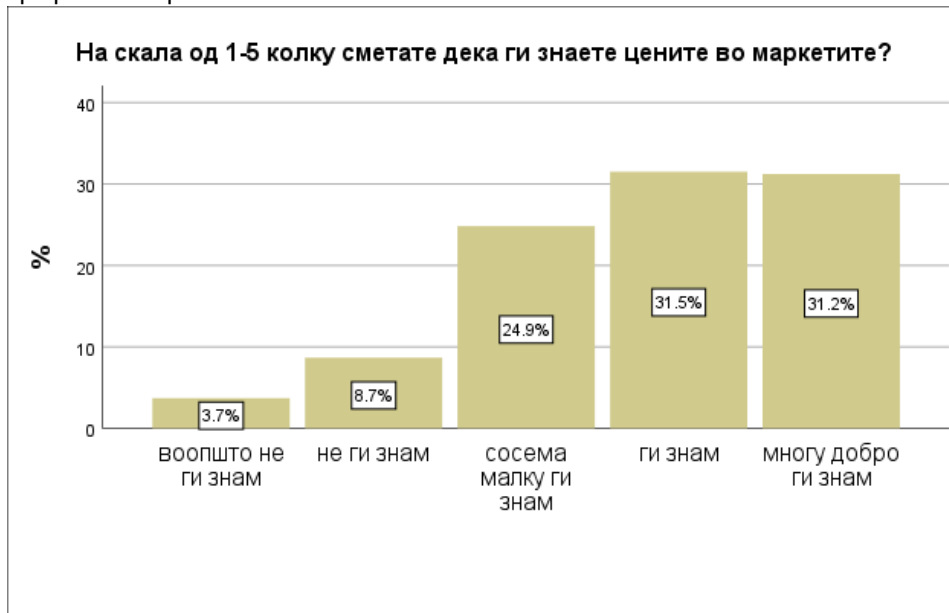


Граф. 19б: октомври 2023

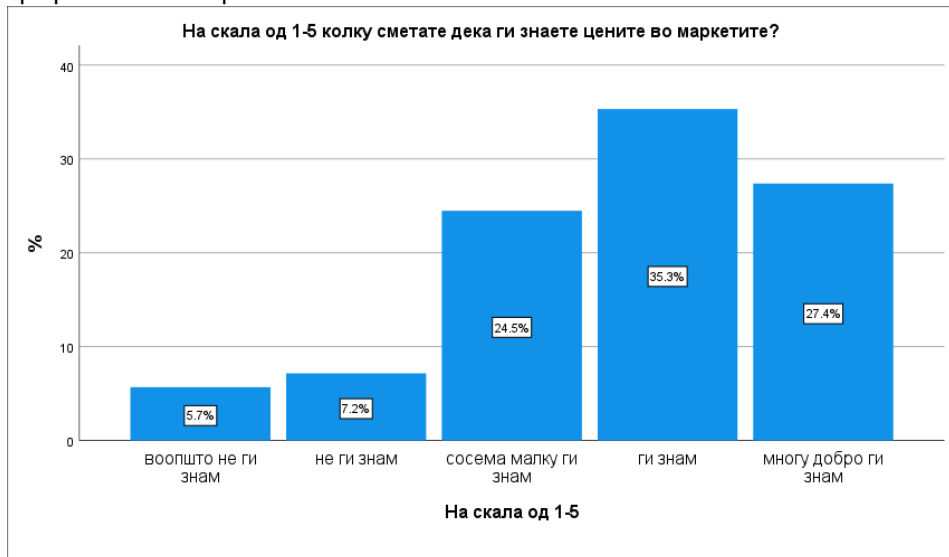


Анализата на стратегиите на домаќинствата за справување со инфлацијата се фокусира и на прашањето „колку домаќинствата ги знаат цените“. Споредба на резултатите од март и октомври покажува конзистентен став на домаќинствата. Скоро 2/3 (односно 62.63%) од домаќинствата потврдуваат дека ги знаат или многу добро ги знаат цените во маркетите. Јасно е дека внимавањето на цените е составен дел од стратегијата на домаќинствата за справување со инфлацијата.

Граф. 20а: март 2023



Граф. 20б: октомври 2023



Кој е виновен за инфлацијата?

Следната серија на прашања (Граф. 21-29) ги истражува ставовите на граѓаните околу виновниците за инфлацијата. Првите два графикони ги прикажуваат просечните оценки, на скала 1-5, на која граѓаните ја оценуваат вината за инфлацијата. И во март и во октомври, според граѓаните, најголем виновен е владата со просечна оценка од 4.44 во март и 4.58 во октомври. Разликата е статистички значајна ($p < 0.001$). Заклучокот е дека јавното мислење е поприлично стабилно по ова прашање, и дека перцепцијата за владата како виновна дополнително се засилила во изминатите месеци.

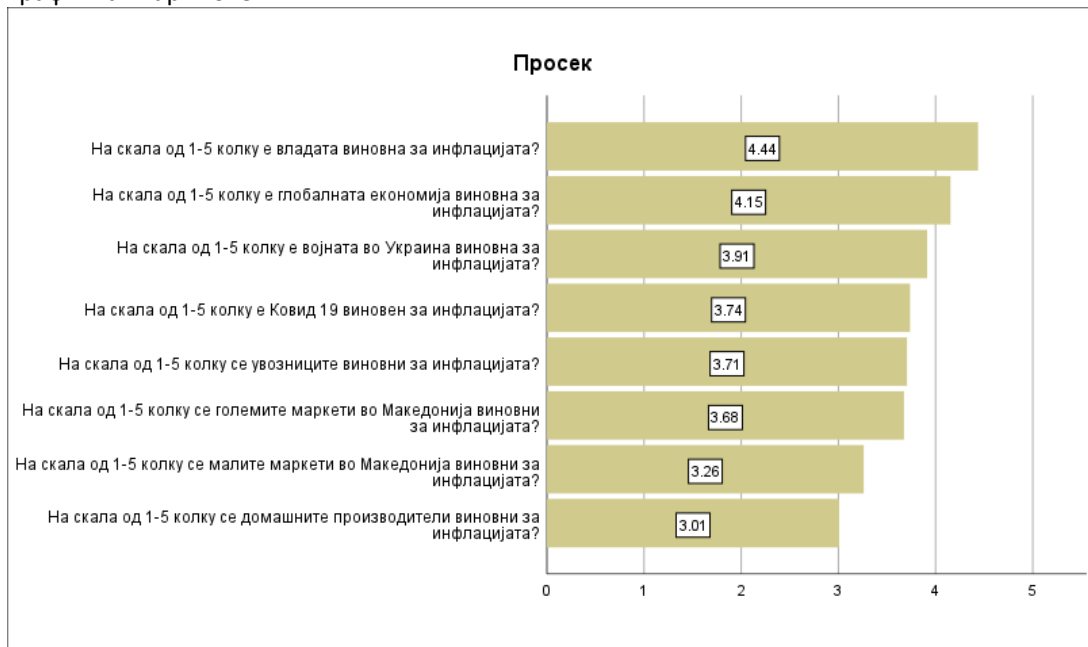
И во март и во октомври, второ рангирана на листата на „виновници“ е глобалната економија. Во март оценката од граѓаните била 4.15 додека во октомври 4.08. Разликата е повторно статистички значајна ($p = 0.015$), но, далеку помалку отколку кај претходното прашање. Заклучокот е дека граѓаните се економски доволно информирани да проценат дека инфлацијата е во голема мера резултат на глобалните случувања, и покрај тоа што бараат дежурен виновен во владата.

Во март граѓаните ја оцениле вината на војната во Украина со 3.91 (3то рангирана), а на Ковид-19 со 3.74 (4то рангиран); во октомври војната со Украина е оценета со 3.75, а Ковид-19 со 3.75, меѓутоа над нив како 3то рангиран се искачуваат увозниците со 3.79.

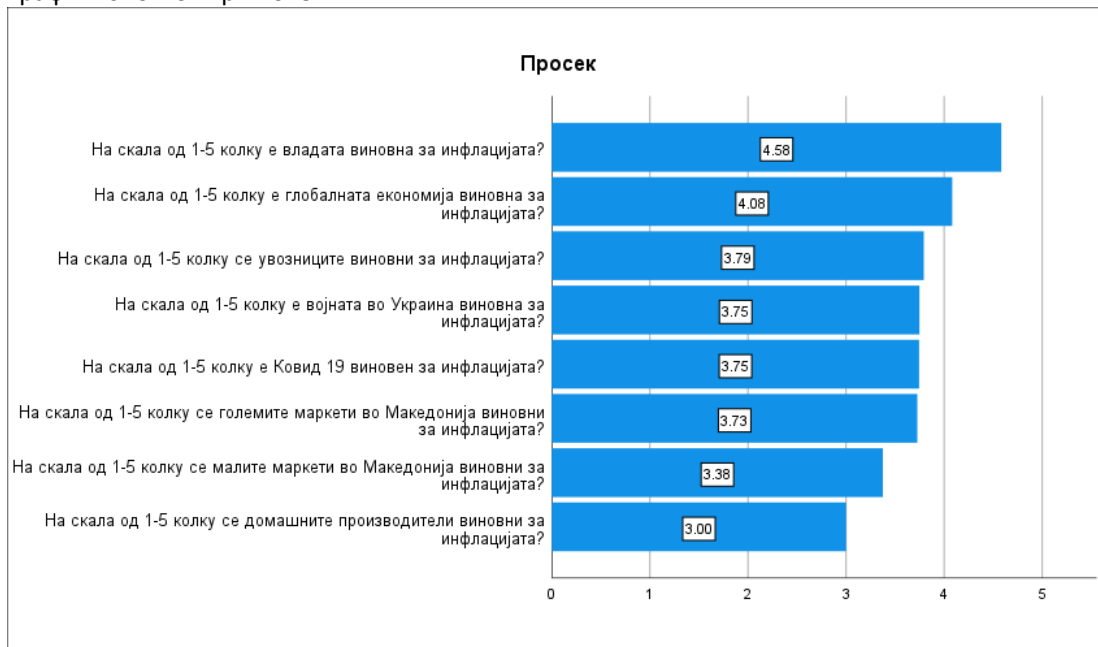
Големите маркети во март се оценети со 3.68 додека во октомври со 3.73; и во двата случаи се 6то рангирани. И во март и во октомври малите маркети и домашните производители се на дното на скалата. Повеќето разлики во оценките, како во иста категорија од март до октомври, како и меѓу разните категории (пр. од 3то до 4то рангиран), се статистички значајни. Притоа очигледно е и дека јавното мислење е стабилно.

Треба да се напомене дека просечната оценка вообичаено ги крие разликите во индивидуалните оценки од граѓаните. Од таа причина корисно е да се погледне и стандардната девијација. Може да се види дека степенот на согласност помеѓу граѓаните е најголем кога станува збор за оценувањето на вината на владата, и дека таа согласност дополнително се зголемила од март (ст. дев. од 1.04) до октомври (ст. дев. од 0.89). Најмала е согласноста за вината на домашните производители (ст. дев. од 1.47) при што медијаната (средната оценка) е 3. Меѓутоа воочливо е дека ставовите во однос на вината на војната во Украина (ст. дев. од 1.30 во март и 1.45 во октомври) како и Ковид-19 (ст. дев. од 1.30 во март и 1.44 во октомври) се разликуваат. Владата и глобалната економија и во март и во октомври се единствените „виновници“ каде што медијаната е 5.

Граф. 21а: март 2023



Граф. 21б: октомври 2023



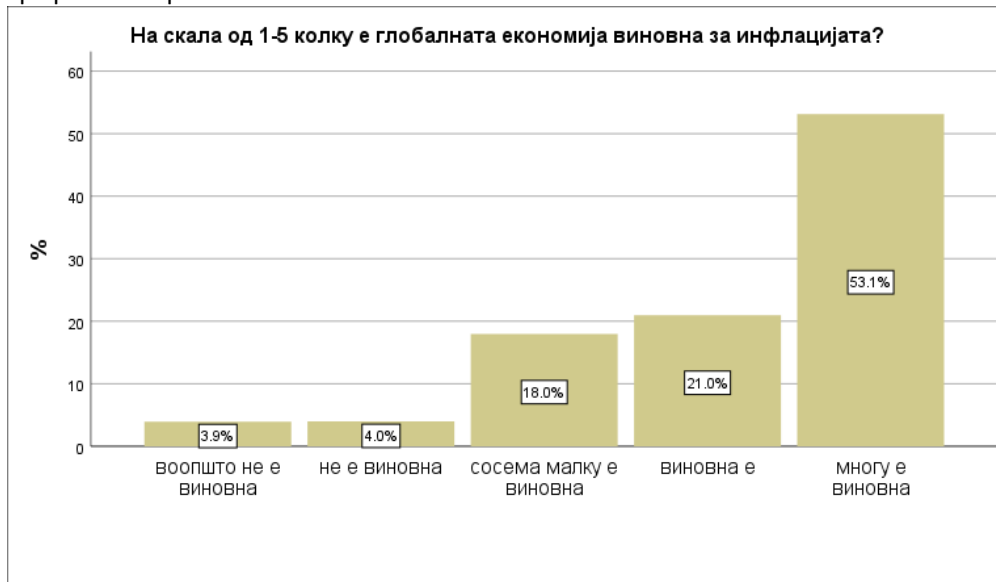
Таб. 21а: март 2023

	Просек	Медијана	Ст.дев.
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4,44	5	1,04
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4,15	5	1,10
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3,91	4	1,30
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3,74	4	1,30
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3,71	4	1,17
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3,68	4	1,18
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3,26	3	1,28
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	3,01	3	1,35

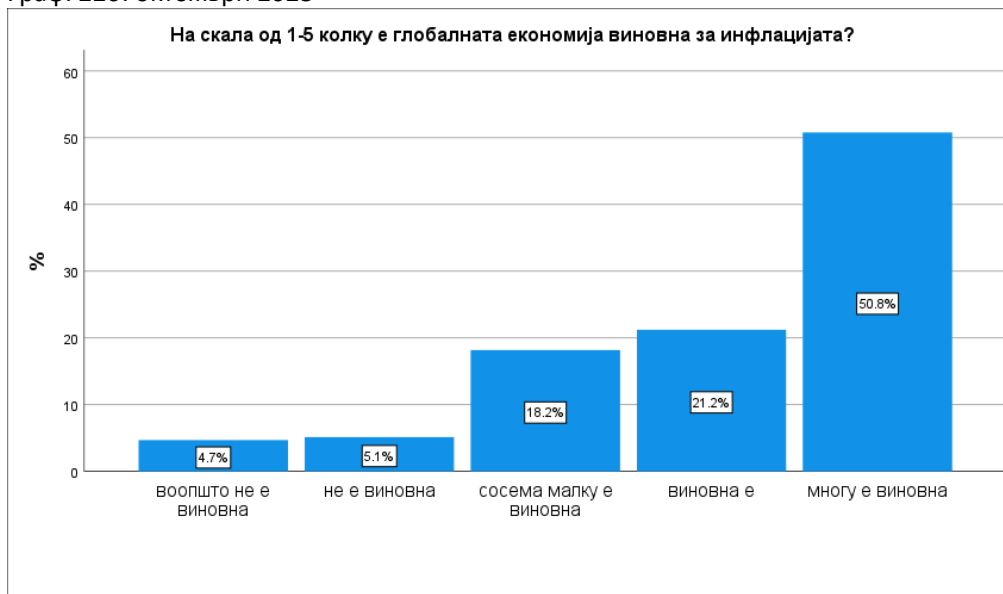
Таб. 21б: октомври 2023

	Просек	Медијана	Ст.дев.
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.58	5	.89
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4.08	5	1.14
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3.79	4	1.27
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.75	4	1.45
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3.75	4	1.44
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.73	4	1.24
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.38	3	1.37
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	3.00	3	1.47

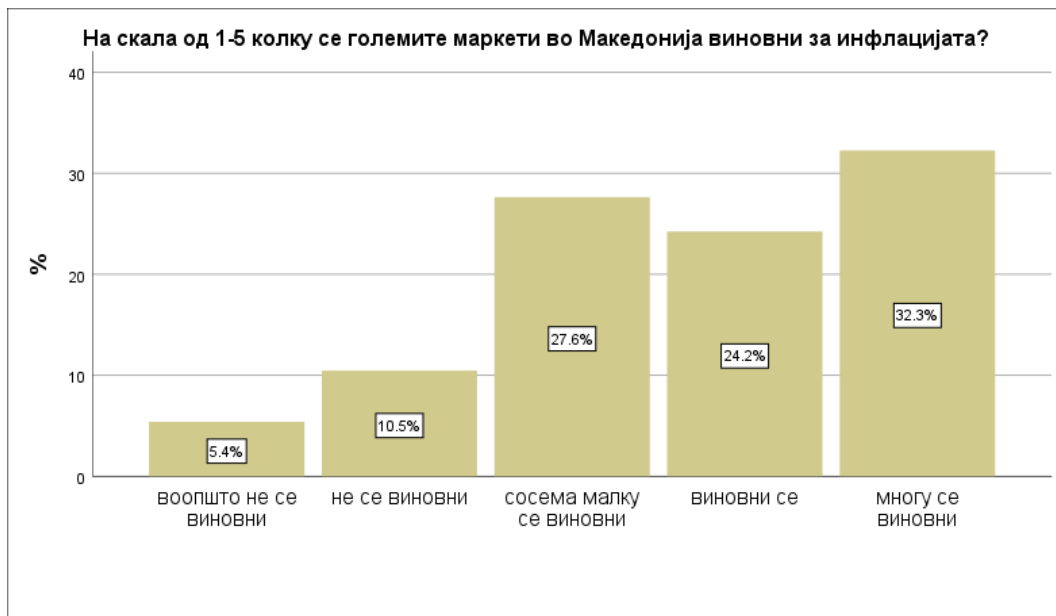
Граф. 22а: март 2023



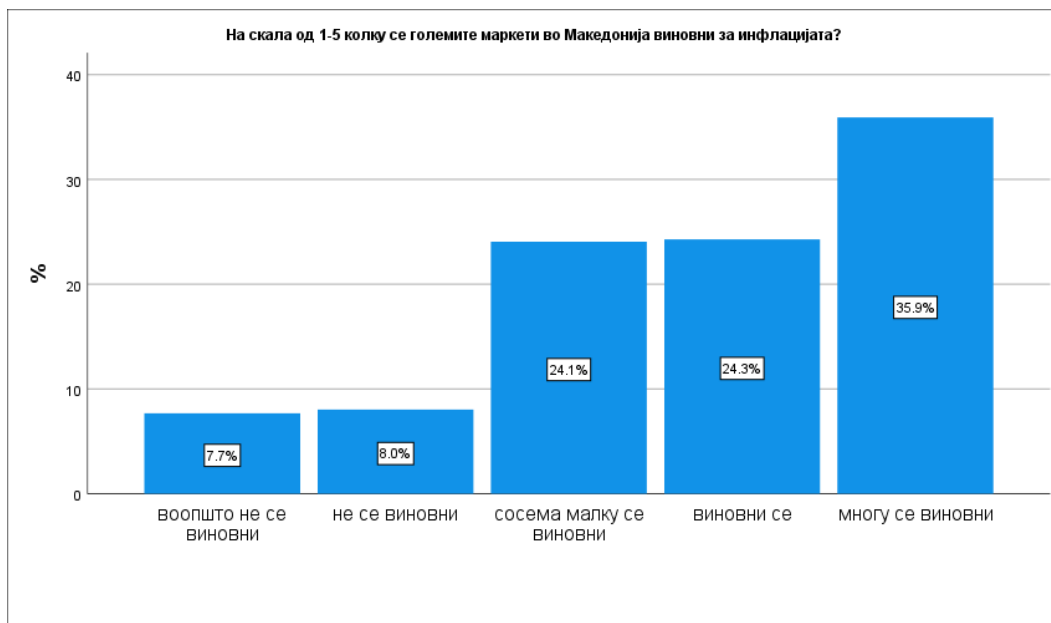
Граф. 22б: октомври 2023



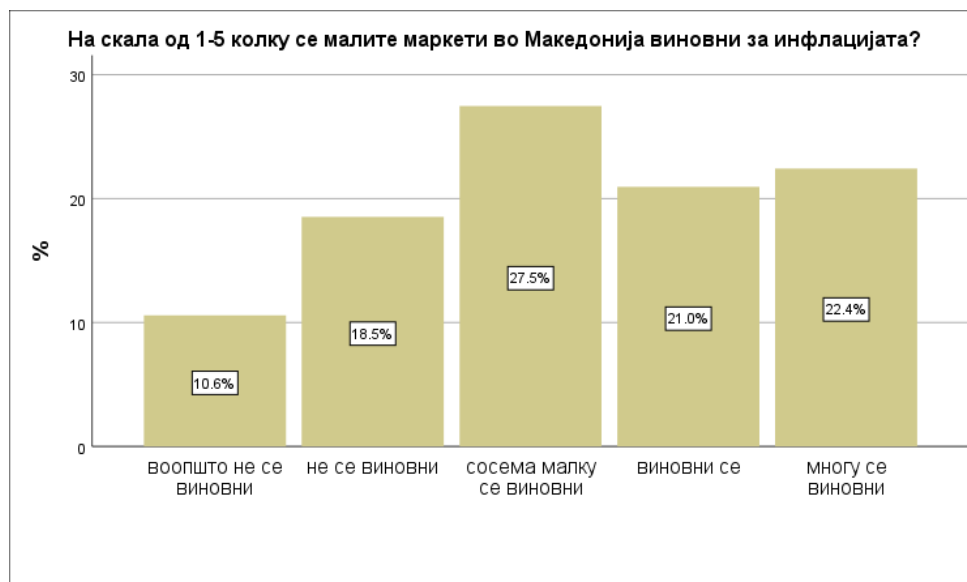
Граф. 23а: март 2023



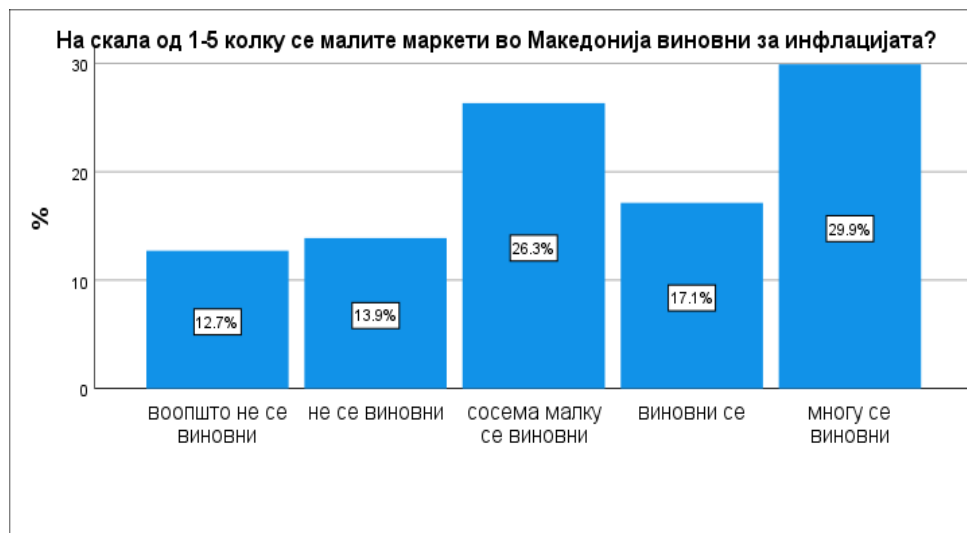
Граф. 23б: октомври 2023



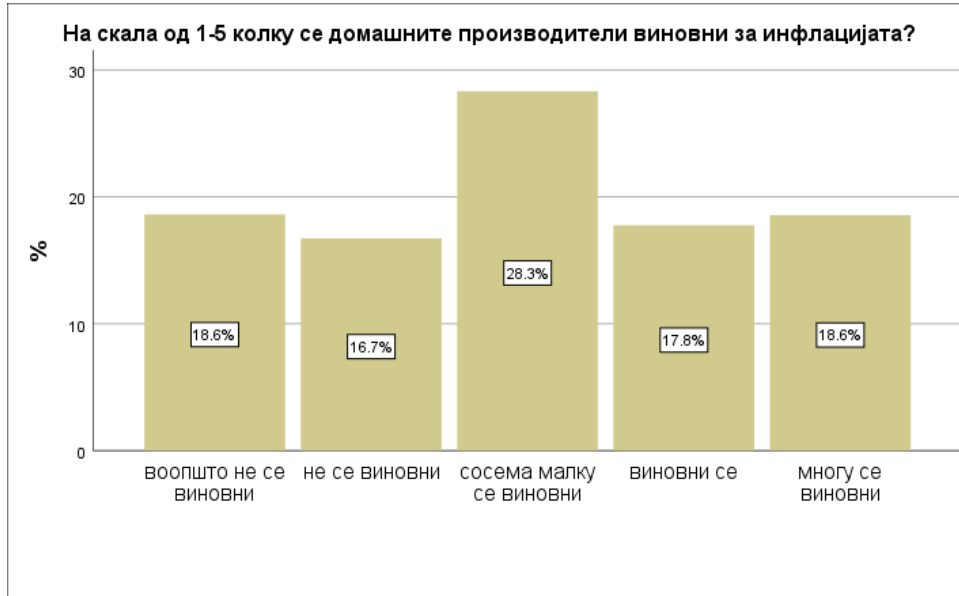
Граф. 24а: март 2023



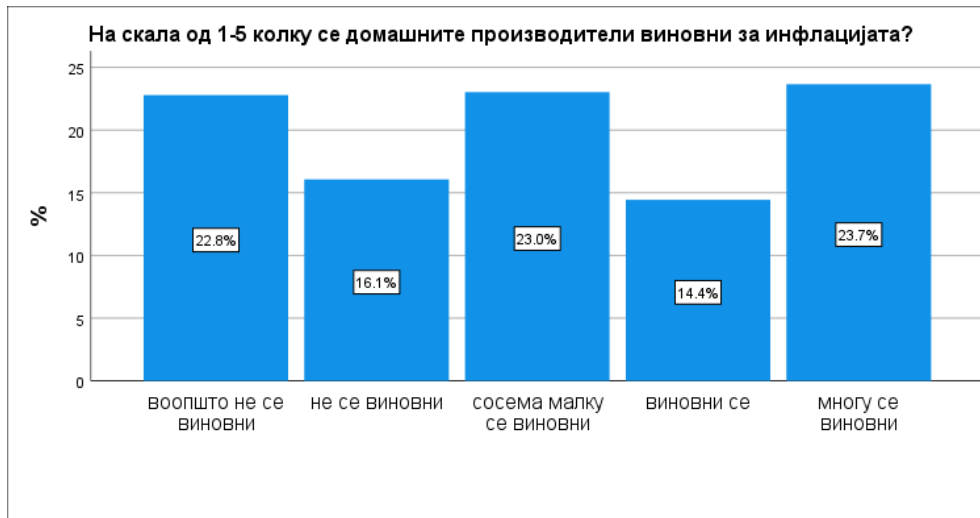
Граф. 24б: октомври 2023



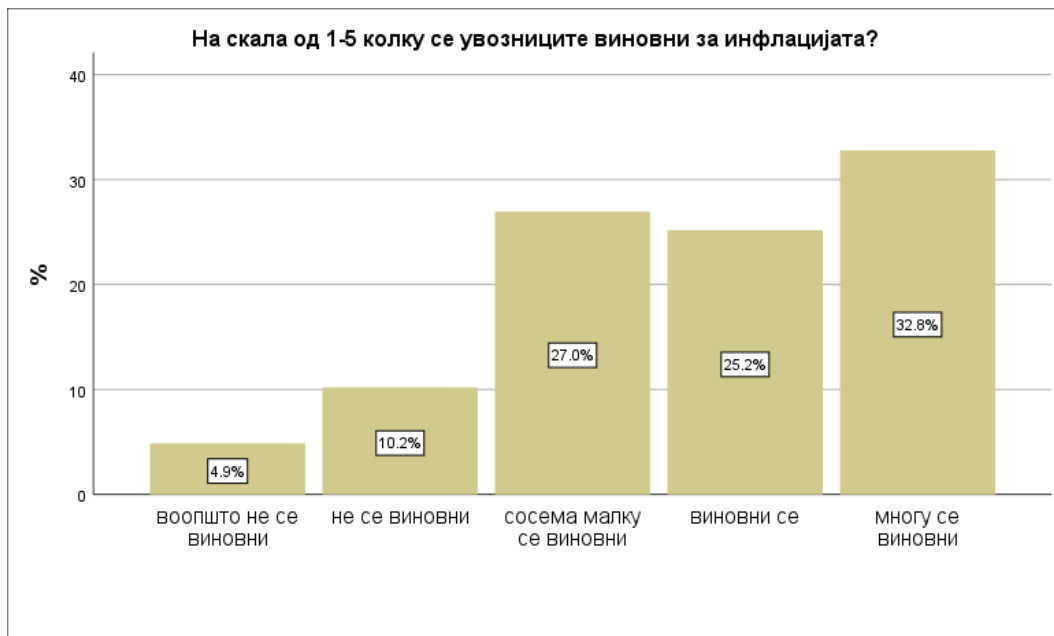
Граф. 25а: март 2023



Граф. 25б: октомври 2023



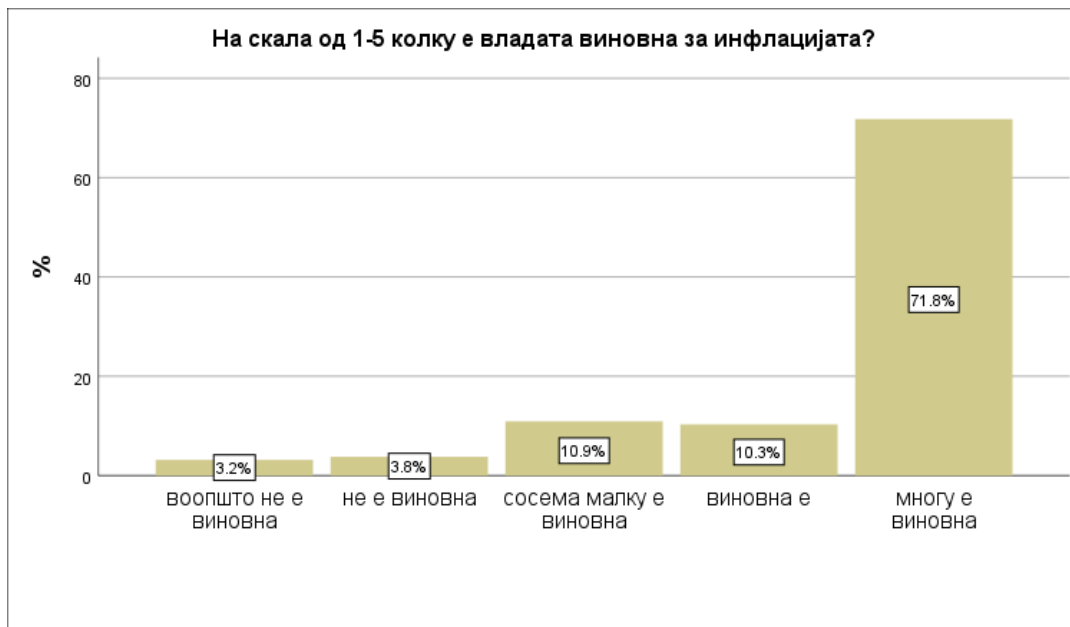
Граф. 26а: март 2023



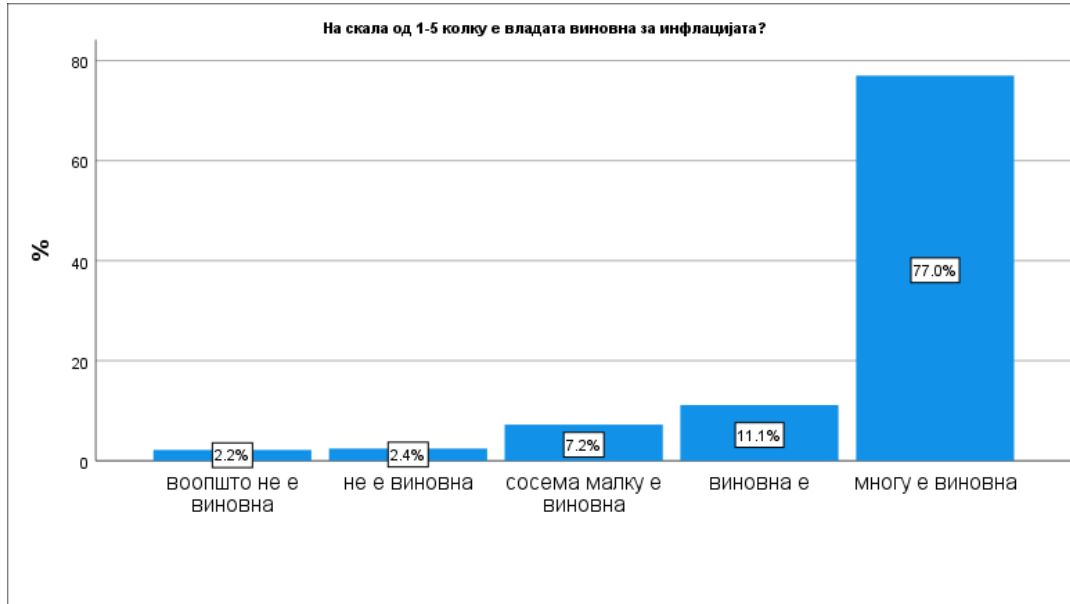
Граф. 26б: октомври 2023



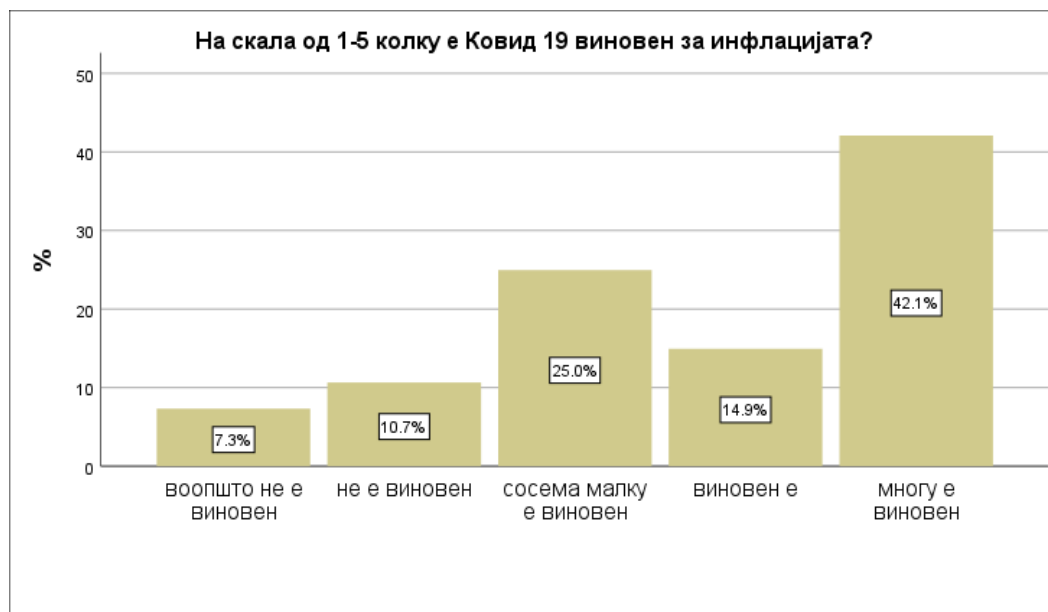
Граф. 27а: март 2023



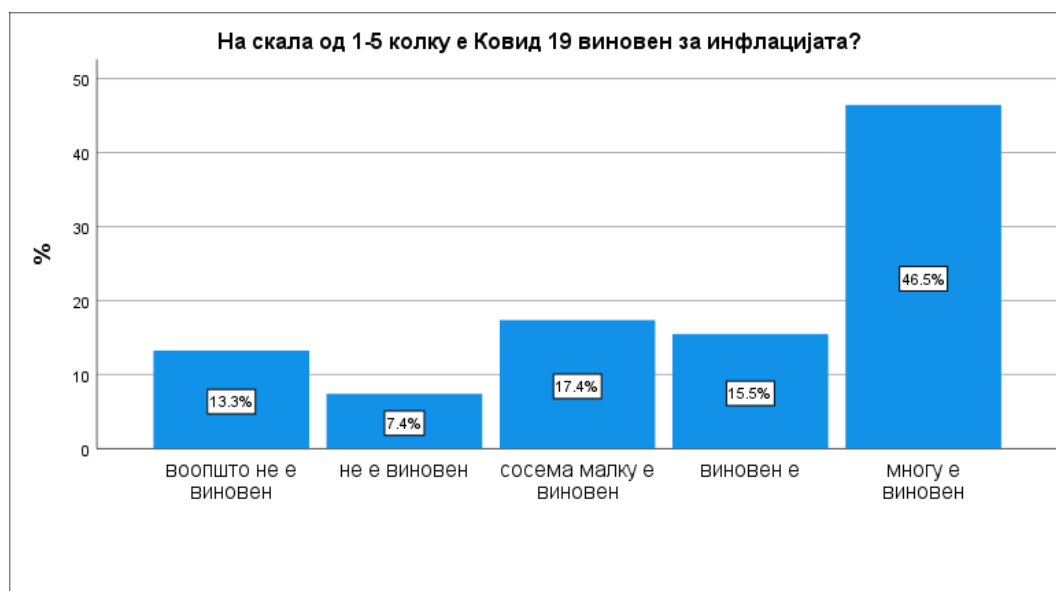
Граф. 27б: октомври 2023



Граф. 28а: март 2023



Граф. 28б: октомври 2023



Граф. 29а: март 2023



Граф. 29б: октомври 2023



Дали сте согласни со замрзнувањето/намалувањето на цените?

Огромното мнозинство од граѓаните се согласни со замрзнувањето односно намалувањето на цените (Граф. 30а и 30б). Во март 79.1% од испитаниците рекле дека се согласни; процентот на согласност е 75.9% во октомври. Разликата е минимална.

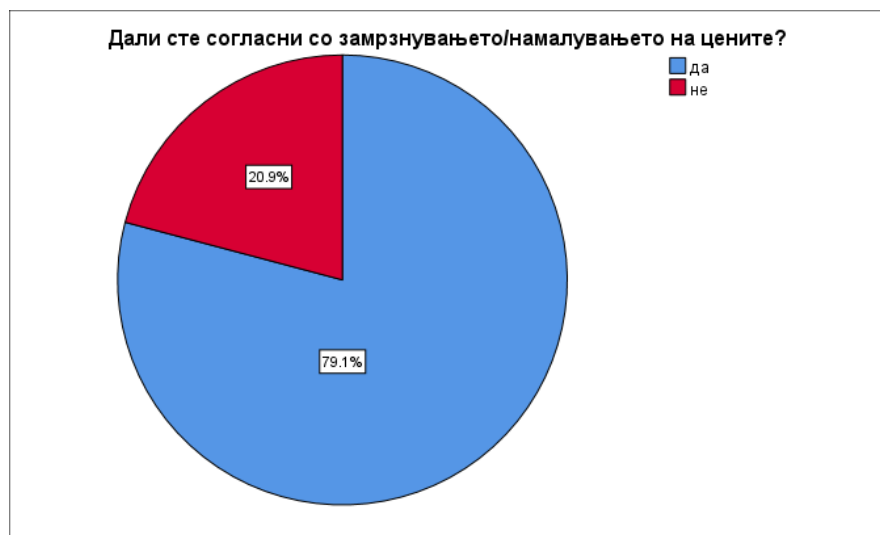
Меѓутоа вистинската согласност со и поддршка за замрзнување и намалување на цените е всушност поголема. Тие 20.9% (во март) и 24.1% (во октомври) кои рекле дека не се согласуваат, не мислат дека цените треба да се остават слободно да се формираат од пазарот.

Напротив, тие сметаат дека замрзнувањето на цените на тековните нивоа е премалку и дека владата треба да направи повеќе. Тоа е јасно од дополнителните отворени коментари на тоа прашање.

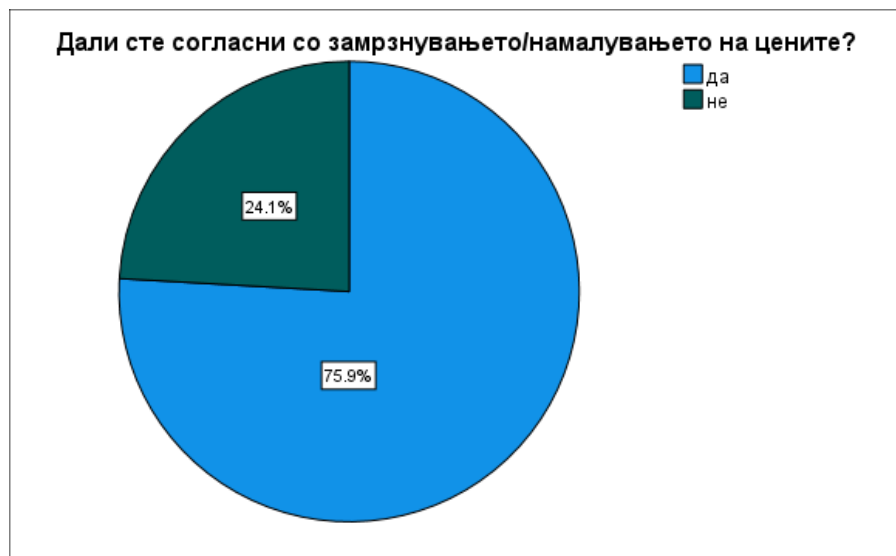
Логиката на тие испитаници е дека цените треба прво да се вратат на нивото од пред почетокот на инфлација и да се замрзнат на тоа ниво.

Така што, може да се смета дека согласноста со замрзнувањето/намалувањето на цените е скоро целосна во јавноста. Притоа очигледно е дека овој став е стабилен во периодот од март до октомври.

Граф. 30а: март 2023



Граф. 30б: октомври 2023



Дали вашето домаќинство мора да се задолжува заради инфлацијата?

Околу 1/3 од домаќинствата мораат да се задолжуваат за да се справат со инфлацијата. Во март 33.7% од домаќинствата рекле дека мораат да се задолжуваат, во октомври бројката е 32.4% односно е скоро непроменета (Граф. 31а и 31б). Задолжувањето е една од основните стратегии за „истуркување“ на месецот.

Одговорите се дополнително разложени по неколку основи (предиктори, независни варијабли) со цел да се провери нивното можно влијание: населено место (село/град), етничка припадност, како и вкупен приход на домаќинството (Граф. 32-34).

Во март 2023 процентот на градски домаќинства кои рекле дека мораат да се задолжуваат е 35.2%, додека во октомври е 31.3%; што се однесува до селските домаќинства, во март бројката е 30.5% додека во октомври е 35%.

Во март разликата меѓу градски и селски домаќинства е статистички значајна ($p=0.050$) меѓутоа не постои поврзаност. Во октомври разликата не е статистички значајна ($p=0.122$).

Заклучокот е дека нема разлика помеѓу градски и селски домаќинства во однос на задолжувањето. Со други зборови, подеднакво се задолжуваат.

Граф. 33а и 33б ги прикажуваат резултатите разложени по етничка припадност. Од графиконите се гледа дека има разлики помеѓу македонските, албанските и ромските домаќинства. Притоа има и разлики од март до октомври.

Во март, 34.6% од македонските домаќинства рекле дека мораат да се задолжуваат, во октомври бројката паднала на 28.8%.

Во март, 28.6% од албанските домаќинства рекле дека мораат да се задолжуваат, во октомври бројката била 38.5%, значително поголема. Најмногу се задолжуваат ромските домаќинства.

Во март процентот бил 52.5%, а во октомври 53.4. Кога се анализираат овие бројки треба да се земе во обзир маргината на грешка, која изнесува +/- 2% при ниво на доверба од 95%.

И покрај тоа што графиконите укажуваат на поврзаност помеѓу етничката припадност и процентот на задолжување, дополнителната биваријантна анализа индицира дека поврзаноста не е голема. Резултатите од

март имаат цврста статистичка значајност ($p < 0.001$), но, степенот на поврзаност е слаб (и покрај тоа што е помеѓу посилените утврдени во оваа анализа); Cramer's V изнесува 0.146 (на непондериран примерок што го вклучува зголемениот примерок на Роми).

Во резултатите од октомври, статистичката значајност повторно е извонредно силна ($p < 0.001$), и коефициентот на асоцијација е уште посилен (Cramer's V=0.181) што индицира слаба – накај умерена поврзаност.

Конечно, резултатите разложени по приход на домаќинството укажуваат на мали разлики, меѓутоа не постои релевантна поврзаност.

Важно е да се напомене дека податоците за приход на домаќинството треба да се земаат со резерва, затоа што се сензитивни, и можноста за давање пристрасен одговор (bias) од страна на испитаникот е поголема.

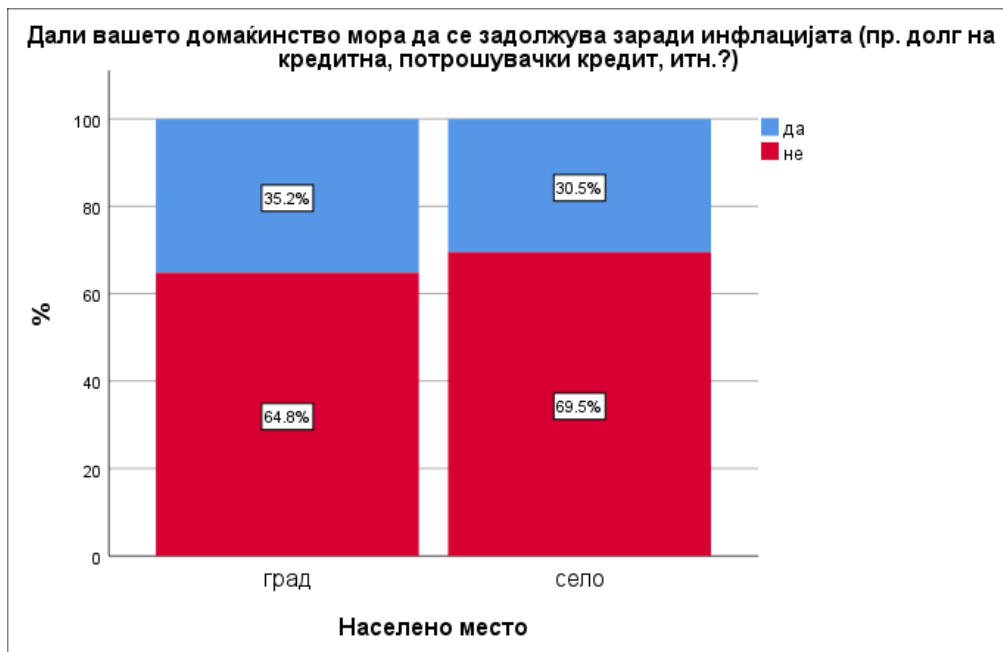
Граф. 31а: март 2023



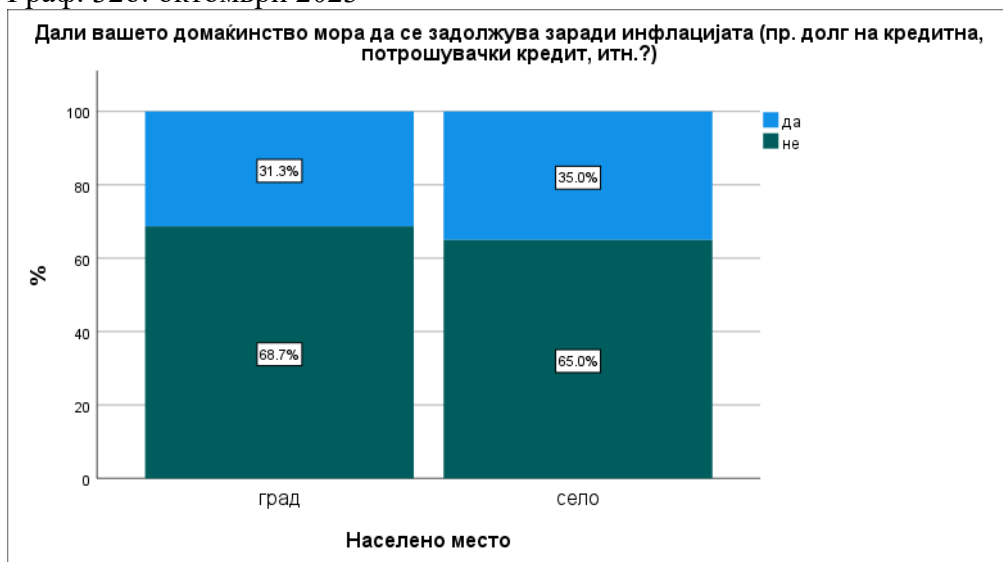
Граф. 31б: октомври 2023



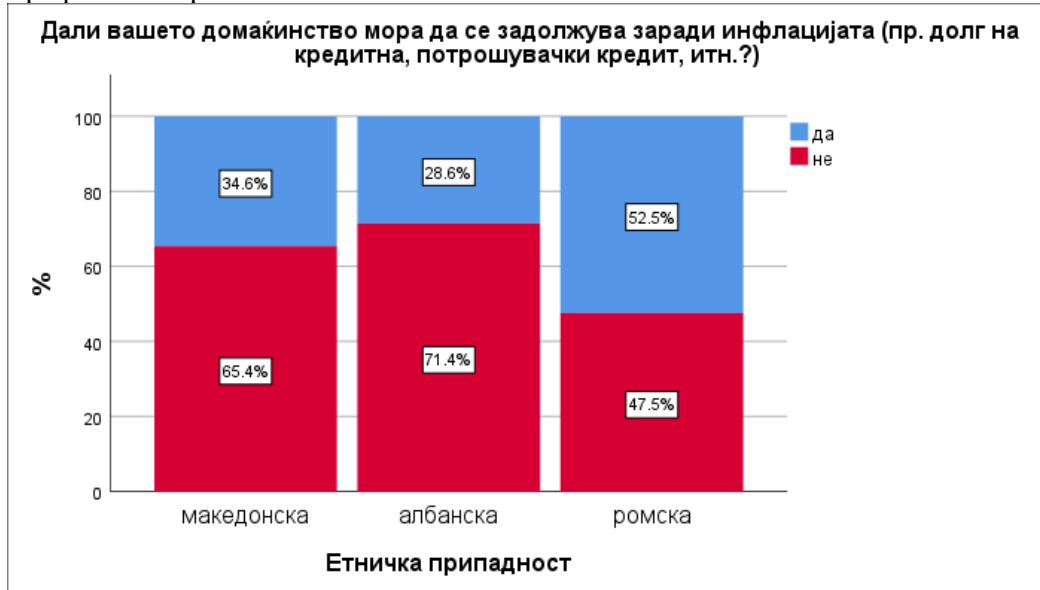
Граф. 32а: март 2023



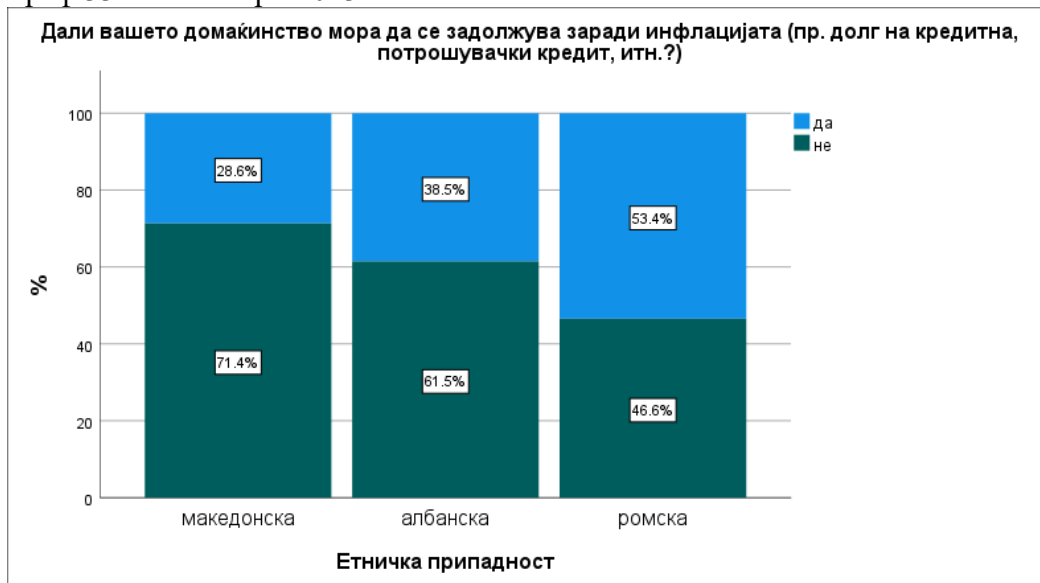
Граф. 32б: октомври 2023



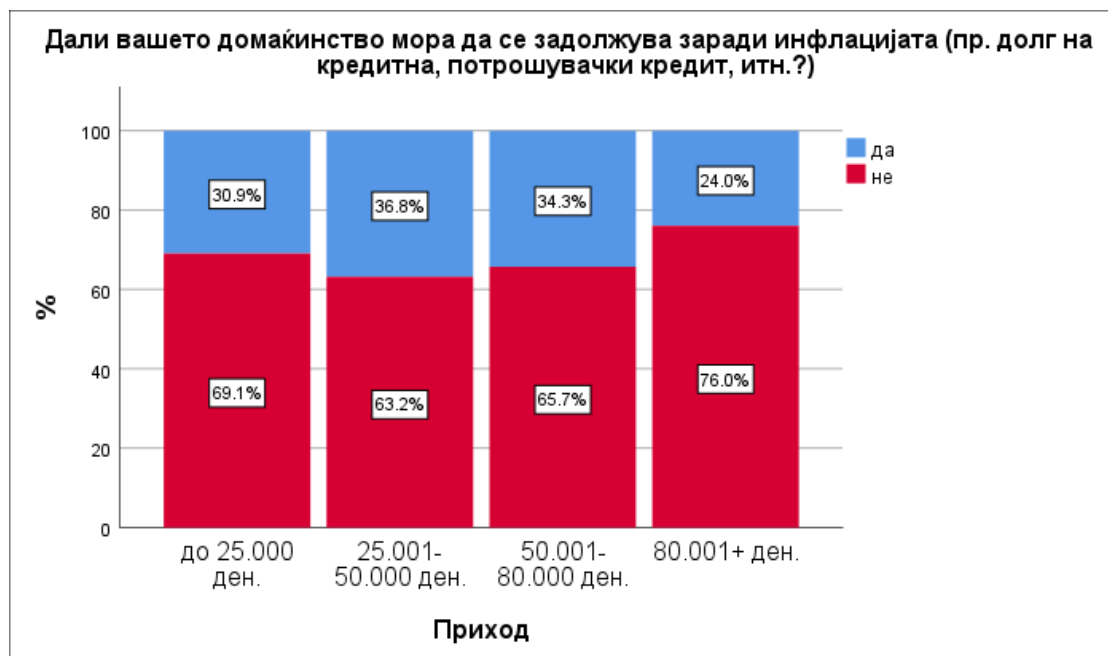
Граф. 33а: март 2023



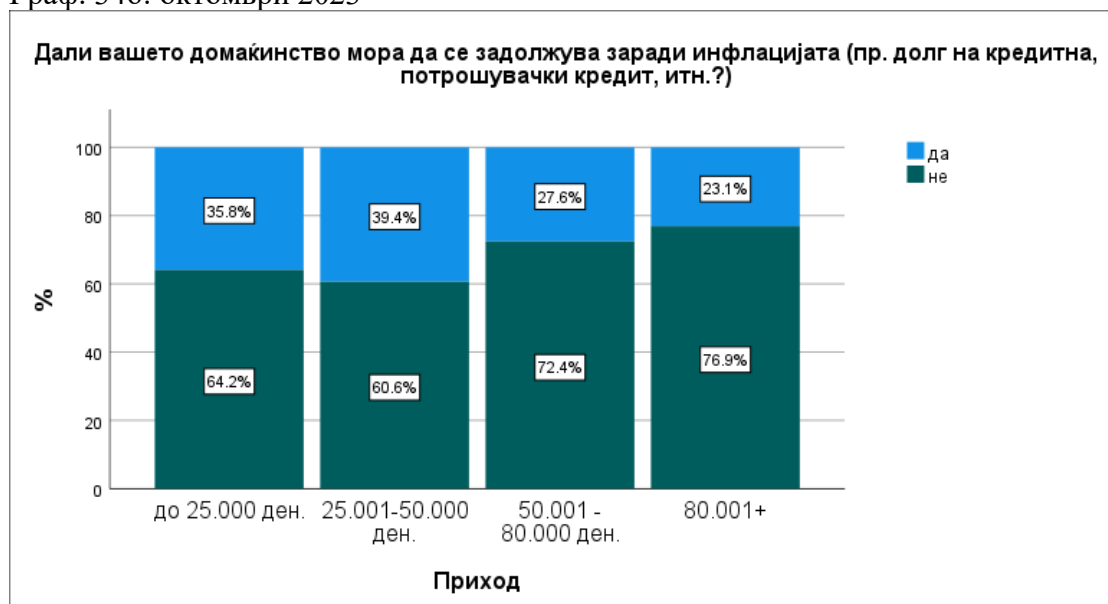
Граф 33б: октомври 2023



Граф. 34а: март 2023



Граф. 34б: октомври 2023



Дали некој во вашето домаќинство мораше да почне да работи повеќе заради инфлацијата?

Квалитативното истражување спроведено пред првата анкета во март 2023, укажа дека една од основните стратегии на домаќинствата за справување со инфлацијата е – повеќе работа.

Некои членови на домаќинствата (кои се во можност) почнуваат повеќе да работат, пр. повеќе часови, дополнителна работа, итн.

Тој заклучок потоа беше тестиран квантитативно и резултатите се прикажани во Граф. 35а и 35б.

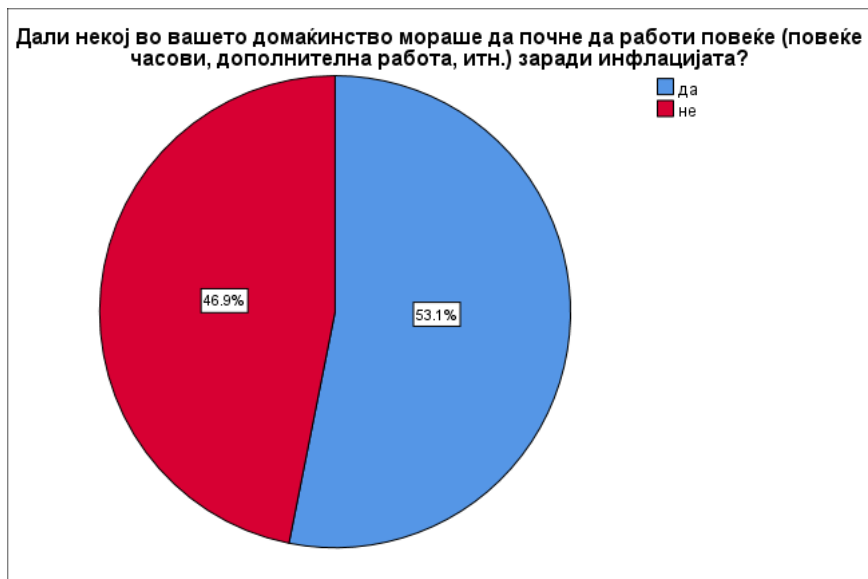
Како што може да се види во околу $\frac{1}{2}$ од домаќинствата некој почнал да работи повеќе како начин за справување со инфлацијата.

Во март 53.1% од домаќинствата одговориле потврдно, додека во октомври процентот бил 50%.

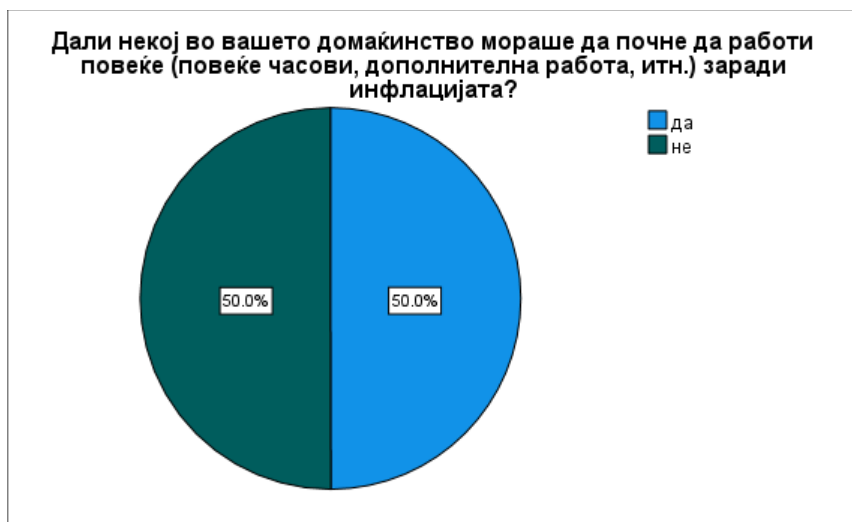
Јасно е дека е кај ова прашање е поверојатна пристрасност на испитаниците (пр. комбинација на self-serving bias, social-desirability bias, affirmatory bias), меѓутоа фактот што и двете анкети укажуваат на ист резултат е дополнителна потврда за ова однесување на домаќинствата.

Заклучокот е недвосмислен дека зголемениот работен ангажман на членови од домаќинството е една од основните стратегии за справување со инфлацијата, заедно со штедењето и задолжувањето.

Граф. 35а: март 2023



Граф. 35б: октомври 2023



Дали мислите дека следната година ќе биде потешка од тековната?

Огромното мнозинство од граѓаните смета дека иднината ќе биде потешка од тековниот период. Во март 81.7% од испитаниците рекоа дека 2023 ќе биде потешка од претходната 2022. Во октомври 85.9% од граѓаните рекоа дека следната 2024 ќе биде потешка од тековната 2023. Разликата е мала, и лесно може да отпадне на примерочна грешка, така што заклучокот е дека јавното мислење е стабилно и дека огромното мнозинство од граѓаните има песимистичко очекување за иднината.

Резултатите се дополнително разложени по пол, возраст, етничка припадност и работен статус. Од разложувањето по пол (Граф. 37а и 37б) може да се види дека во март жените биле нешто малку опесимисти од мажите, но дека во октомври се буквално изедначени. Заклучокот е дека не постои разлика по пол. Ижените и мажите подеднакво сметаат дека иднината ќе биде потешка.

Разложувањето на резултатите по возраст (Граф. 38а и 38б) води до истиот заклучок. Не постои некоја разлика по возрастни групи. Заклучокот е дека и младите и постарите се подеднакво песимистички настроени кон иднината.

Разложувањето според етничка припадност (Граф. 39а и 39б) покажува некои разлики во однос на ставот за иднината, меѓутоа тие се мали. Очигледно е дека најзагрижени се Ромите, што е очекувано со оглед на нивната неповолно социо-економска состојба.

Меѓутоа, огромното мнозинство на граѓаните од сите три етнички заедници, Македонците (79.9% во март, 85.1% во октомври), Албанците (86.4% во март, 85.5% во октомври), и Ромите (91.9% во март, 95.3% во октомври) сметаат дека следната година ќе биде потешка од тековната.

Дополнителната биваријантна анализа покажува дека резултатите се цврсто значајни (непондериран примерок, со зголемено учество на Роми) ($p < 0.001$ во март, и $p = 0.002$ во октомври). Меѓутоа поврзаноста е од слаб интензитет и во март и во октомври (Cramer's $V = 0.105$ во март и во октомври). Заклучокот е дека ставот за иднината е поврзан со етничката припадност, но таа поврзаност е слаба.

Последната оска на разложување на оваа варијабла е според работен статус (Граф. 40а и 40б). Како што може да се види од графиконите одредени разлики постојат, но се мали.

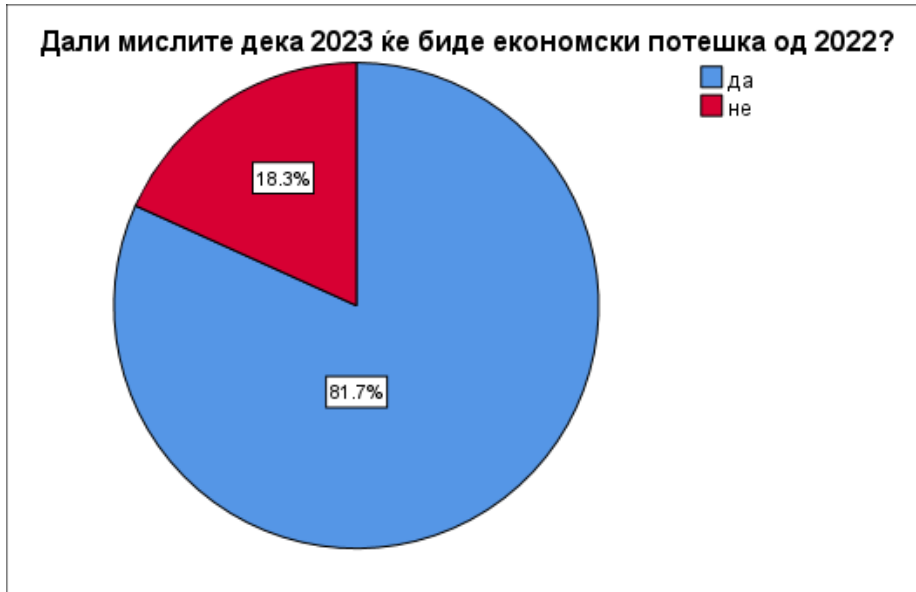
Притоа се забележува и стабилност на некои од резултатите, пр. кај вработените на државно со полно работно време, кои и во март и во октомври се најсклони да сметаат дека следната година нема да биде потешка од тековната.

Меѓутоа, од друга страна, се приметува голема разлика кај само-вработените; во март 26.2% од нив сметале дека следната година ќе биде подобра; во октомври тој процент е паднат на 11.2%.

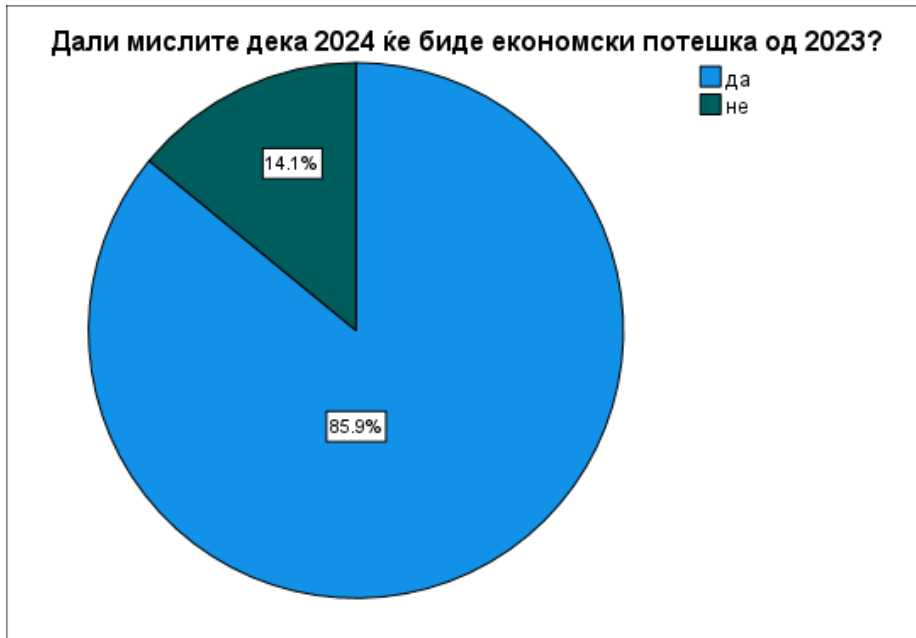
Од друга страна само 9% од студентите во март сметале дека следната година ќе биде подобра, додека во октомври цели 22.9% од нив имале оптимистичен став.

Меѓутоа битно е да се напомене дека и студентите и само-вработените се мал дел од вкупниот примерок и дека резултатите за овие две категории се помалку робустни во споредба со другите (пр. вработени во приватен сектор) на кои отпаѓа значителен дел од примерокот (повеќе податоци за примерокот во Анекс 1.)

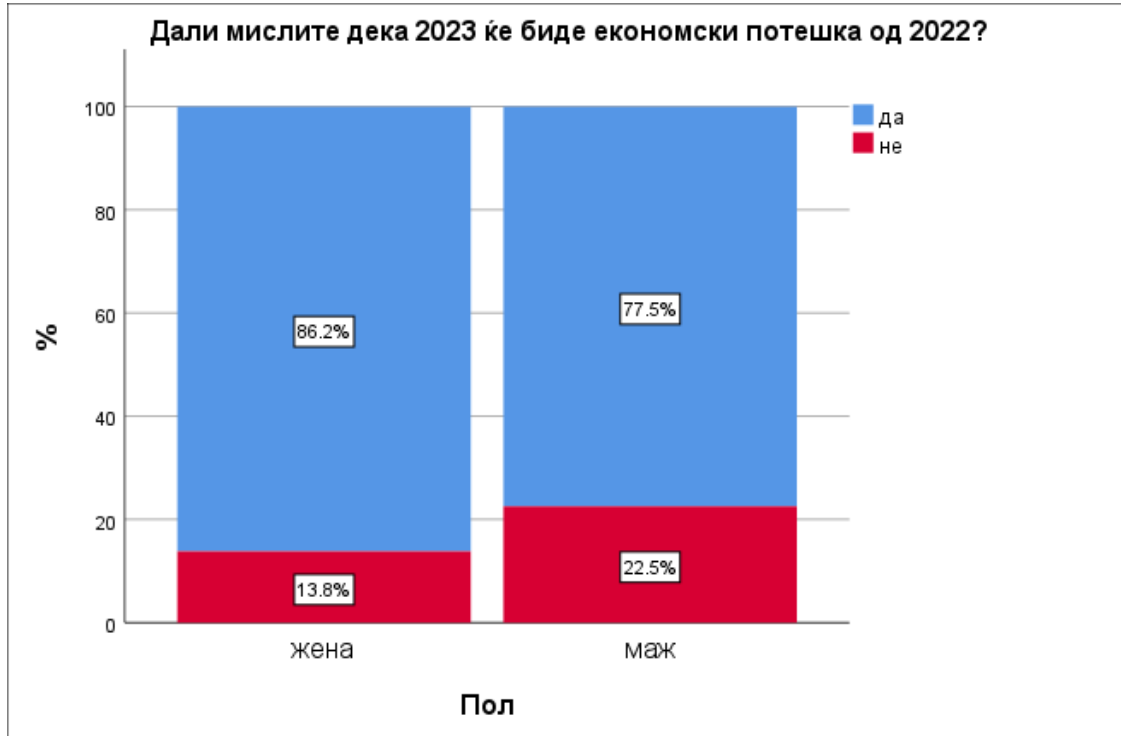
Граф. 36а: март 2023



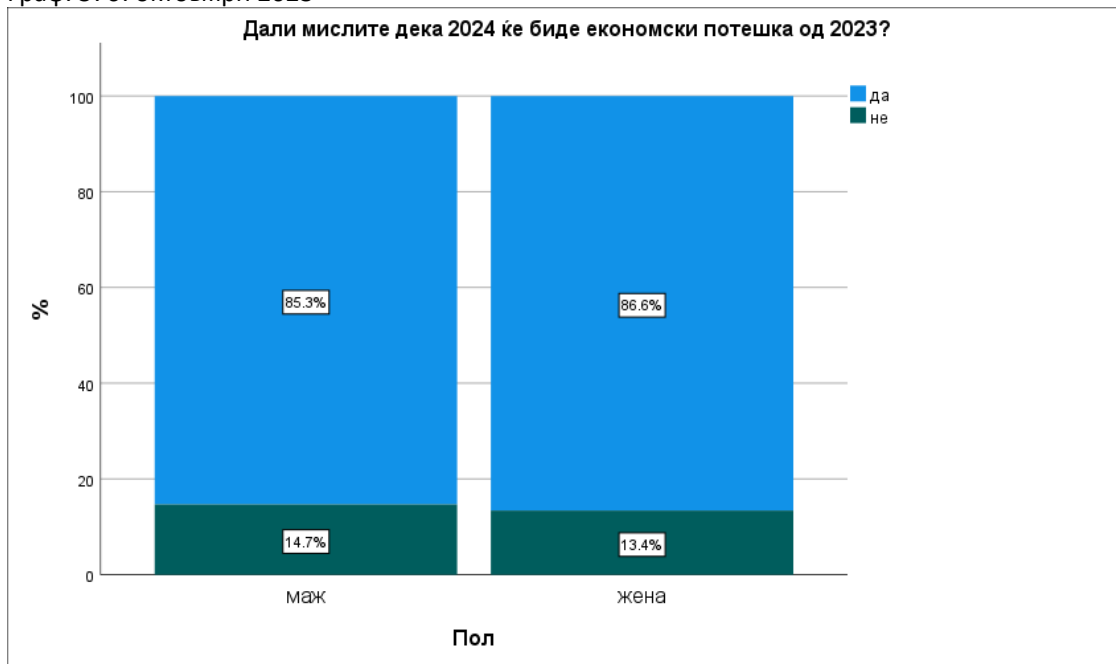
Граф. 36б: октомври 2023



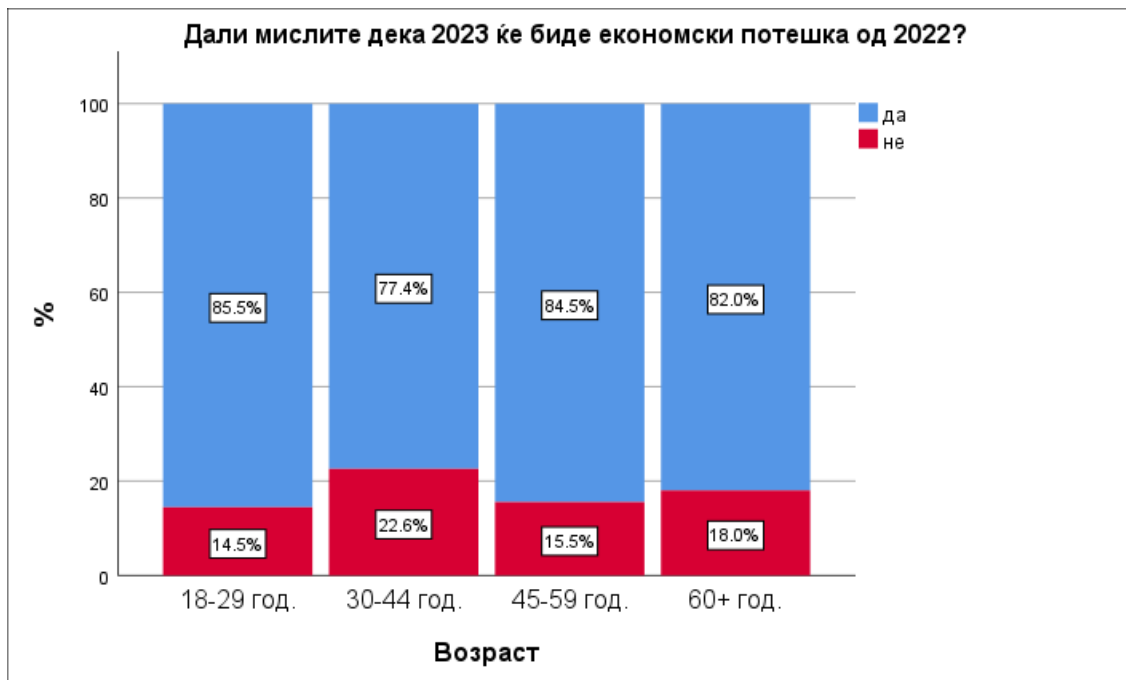
Граф. 37а: март 2023



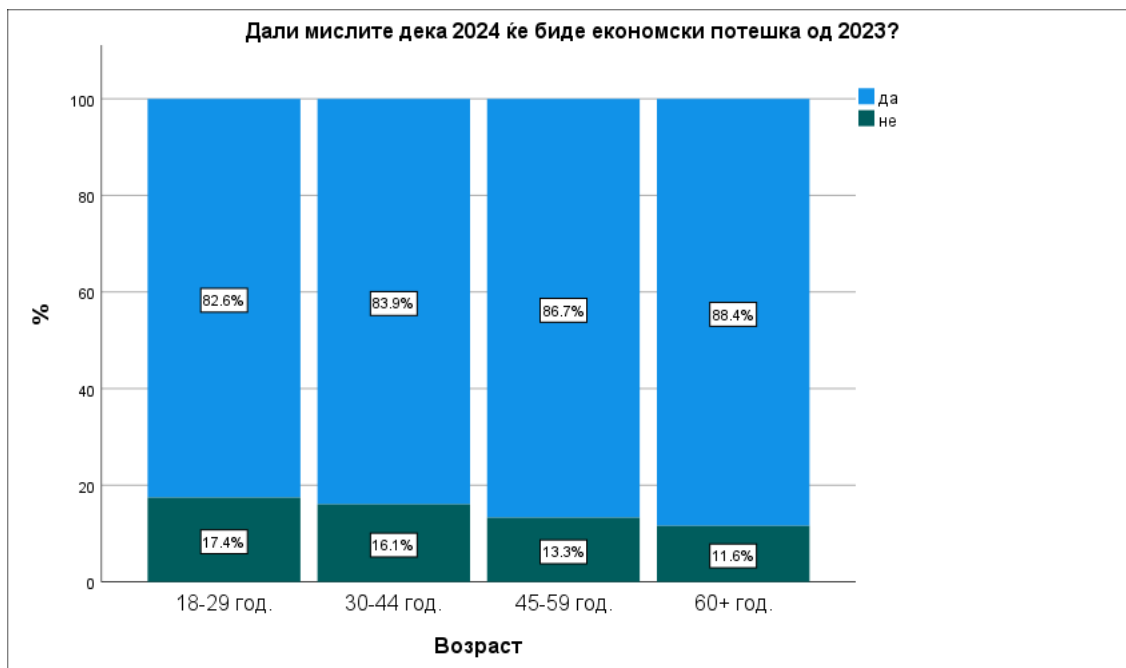
Граф. 37б: октомври 2023



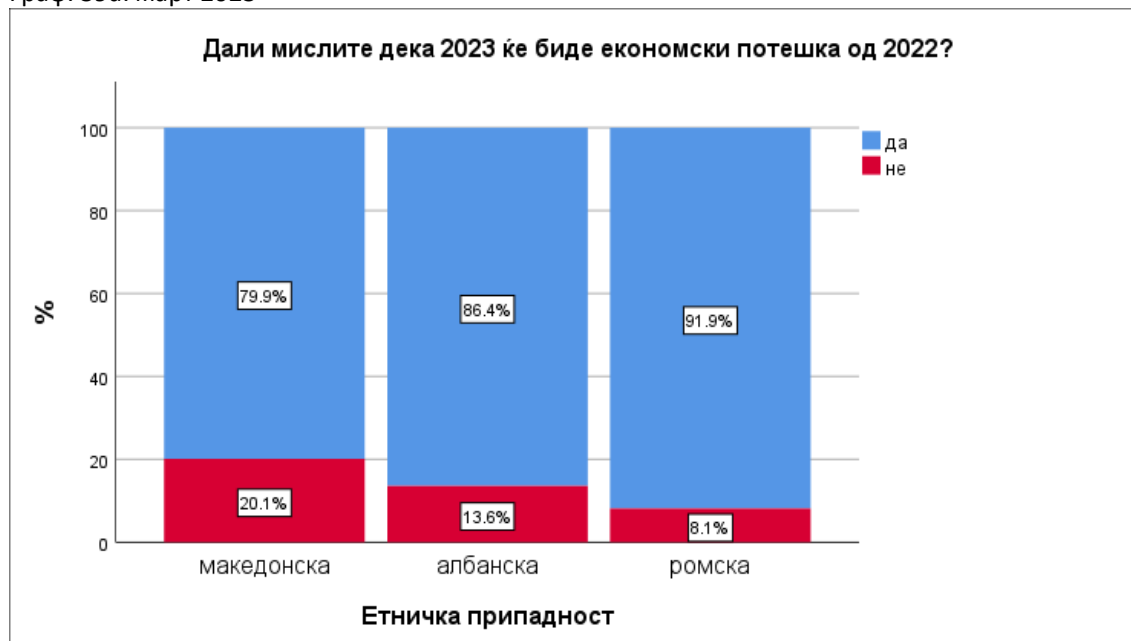
Граф. 38а: март 2023



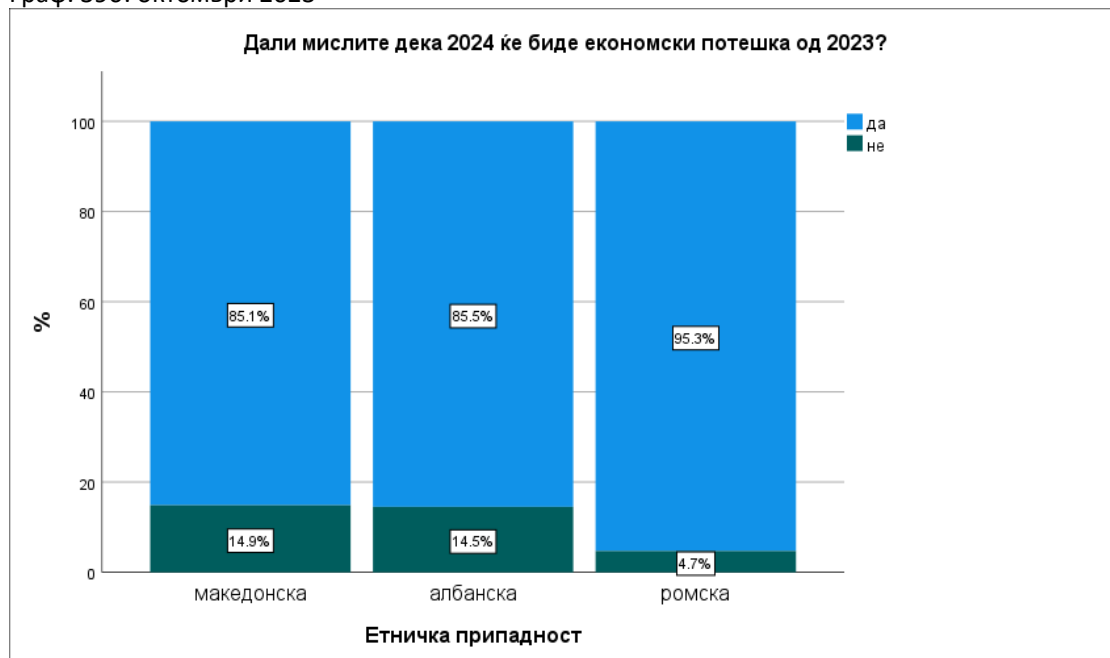
Граф. 38б: октомври 2023



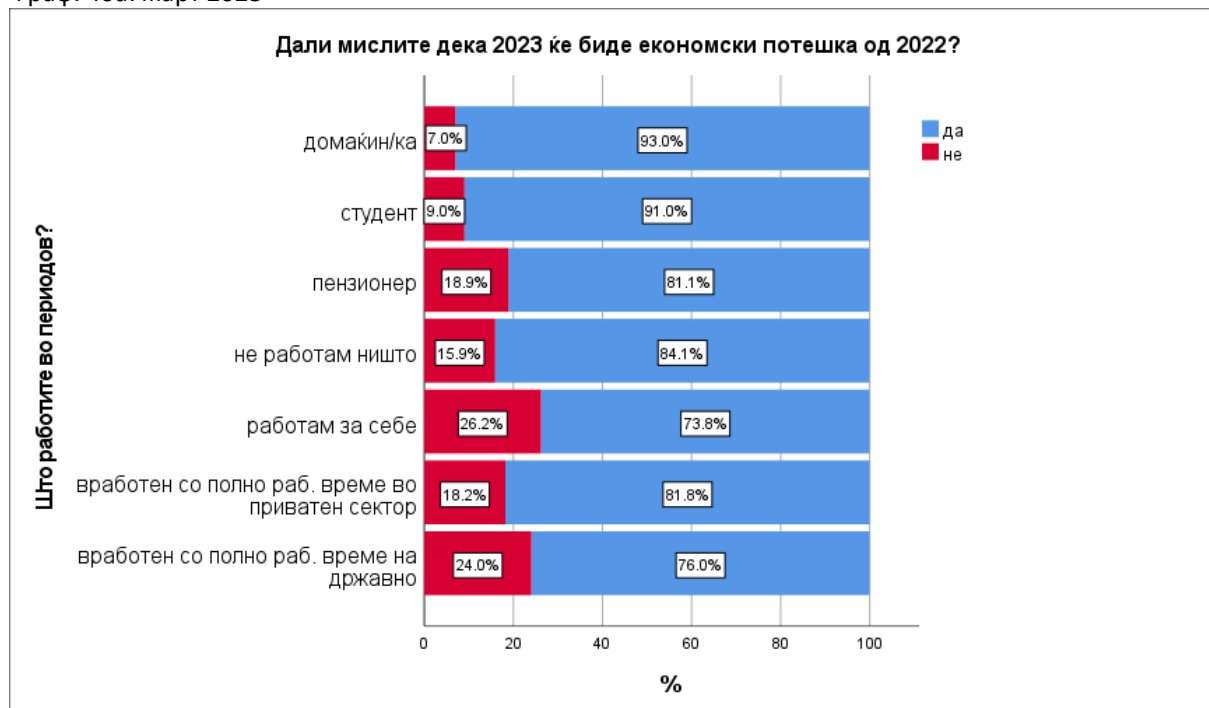
Граф. 39а: март 2023



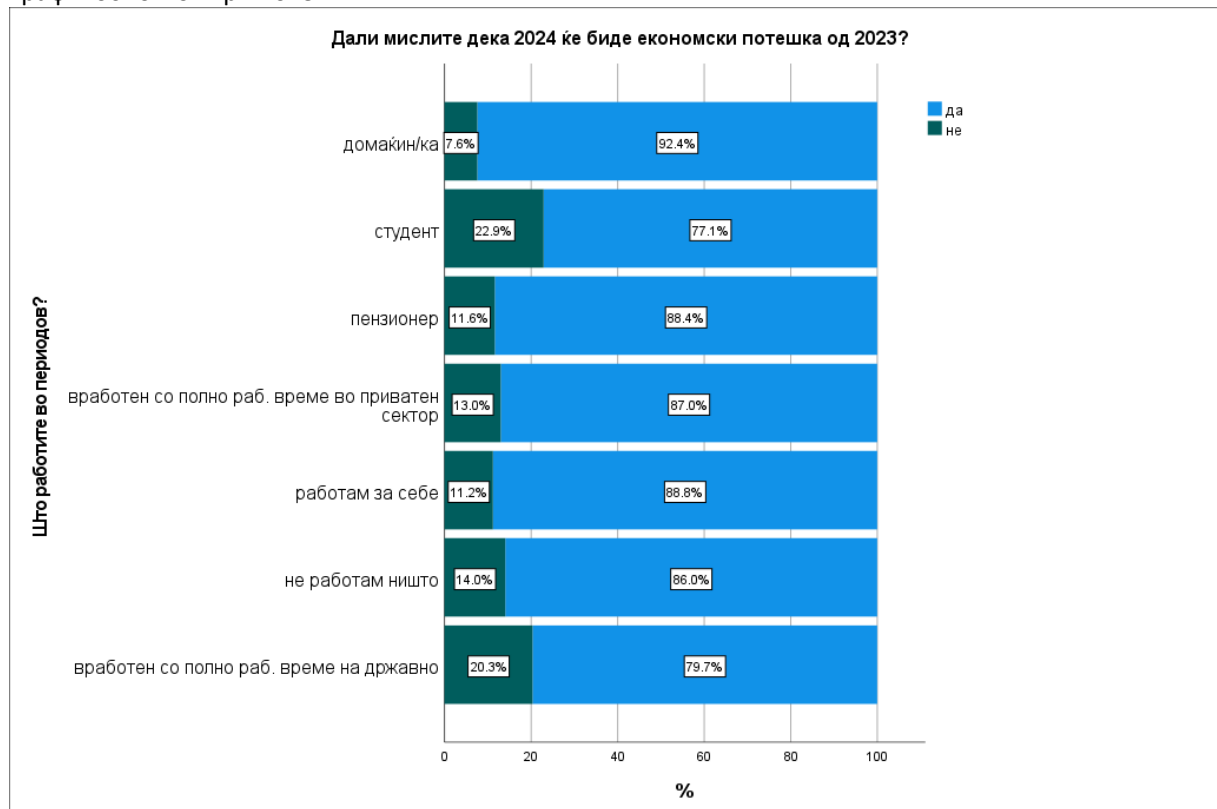
Граф. 39б: октомври 2023



Граф. 40а: март 2023



Граф. 40б: октомври 2023



Дали ви е страв дека заради економската криза би можеле да ја изгубите работата?

Последната варијабла во истражувањето за однесува на стравот на граѓаните дека би можеле да изгубат работа заради инфлацијата. Прашањето се однесува само на тие испитаници кои одговориле дека работат во периодот. Не ги опфаќа студентите, пензионерите, домаќинките, како и тие што одговориле дека не работат. Во март годинава 41.2% од испитаниците рекле дека се плашат дека би можеле да изгубат работа заради инфлацијата. Тој процент е намален до октомври и изнесува 32%. Толкувањето е дека трендот е диктиран од постепено навикнување на новата економска реалност, како и на постепено намалување на инфлацијата, како глобално, така и во државата.

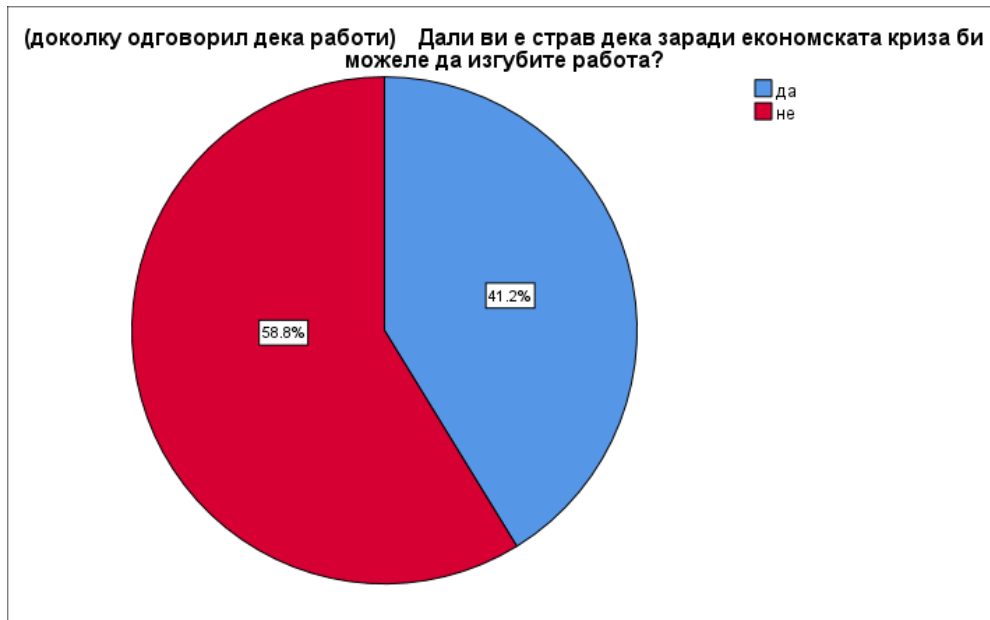
Разложувањето на податоците според возраст не нуди никакви посебни заклучоци (Граф. 42а и 42б). Не постои значајна врска помеѓу возраста на испитаникот и овој став и покрај тоа што резултатите се статистички значајни и во март и во октомври.

Ако се погледнат резултатите по возрасните групи, очигледно е дека има намалување на загриженоста во секоја од возрасните групи. Така во возрасната група 18-29 години процентот опаѓа од 40.7% во март на 25% во октомври; во групата 30-44 процентот опаѓа од 43.8% во март на 30.3% во октомври; во групата 45-59 процентот опаѓа од 40.5% во март на 38% во октомври; во групата 60+ процентот опаѓа од 31.5% во март на 25.8% во октомври.

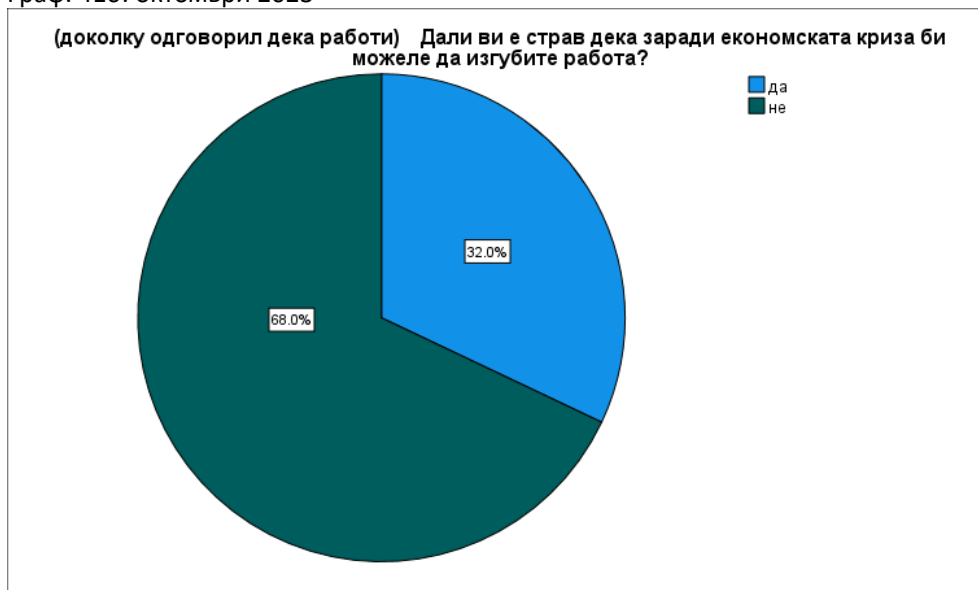
Разложени по етничка припадност, резултатите покажуваат дека стравот од губење на работа е најголем кај Ромите, со 67.3% во март кој во октомври опаѓа на 50.3%. Потоа доаѓаат Македонците со 43% во март и 33.1% во октомври. И стравот од губење на работа, како и падот се најмали кај Албанците, 27.4% во март и 24.7% во октомври. Резултатите статистички значајни и во март ($p < 0.001$; Cramer's $V = 0.218$) при што силината на врската беше умерена. Резултатите се статистички значајни и во октомври ($p < 0.001$; Cramer's $V = 0.162$).

Последниот основ на разложување е работниот статус (Граф. 43а и 43б). Стравот од губење на работа е најмал кај вработените со полно работно време на државно (33% во март, намален на 23.7% во октомври). Стравот е намален и кај вработените со полно работно време во приватниот сектор (46.6% во март, 32.8% во октомври). Меѓутоа стравот од губење на работа е очигледно зголемен кај само-вработените, од 24.9% во март на 47.9% во октомври. Резултатите се статистички значајни ($p = 0.001$), но интензитетот на врската е мал (Cramer's $V = 0.143$). Сепак заклучокот е дека стравот од губење на работа е во корелација со видот на работата на испитаникот.

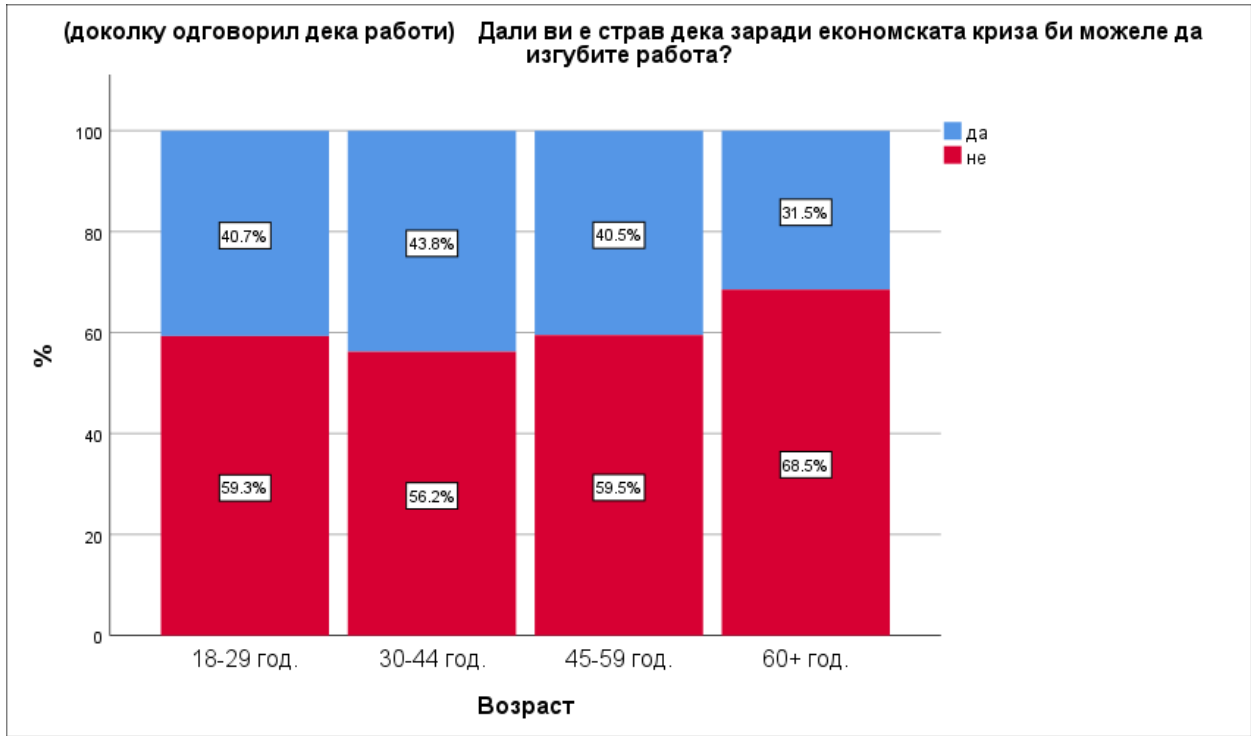
Граф. 41а: март 2023



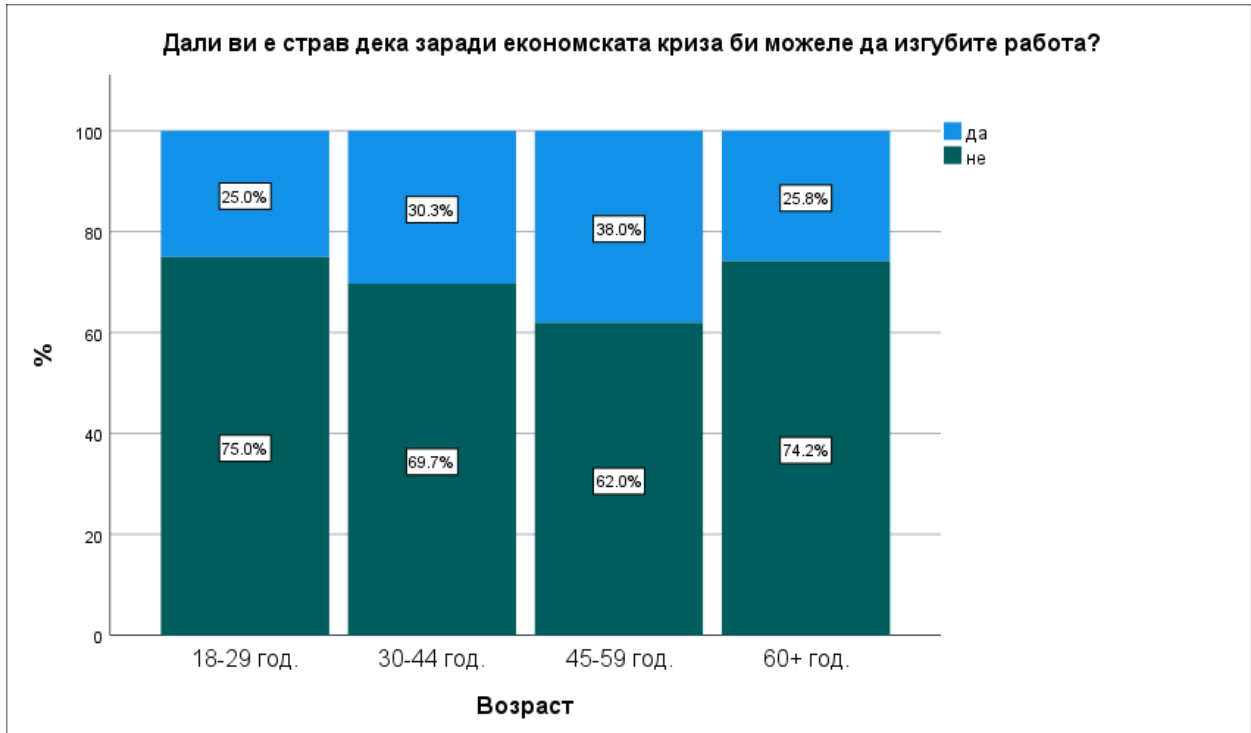
Граф. 41б: октомври 2023



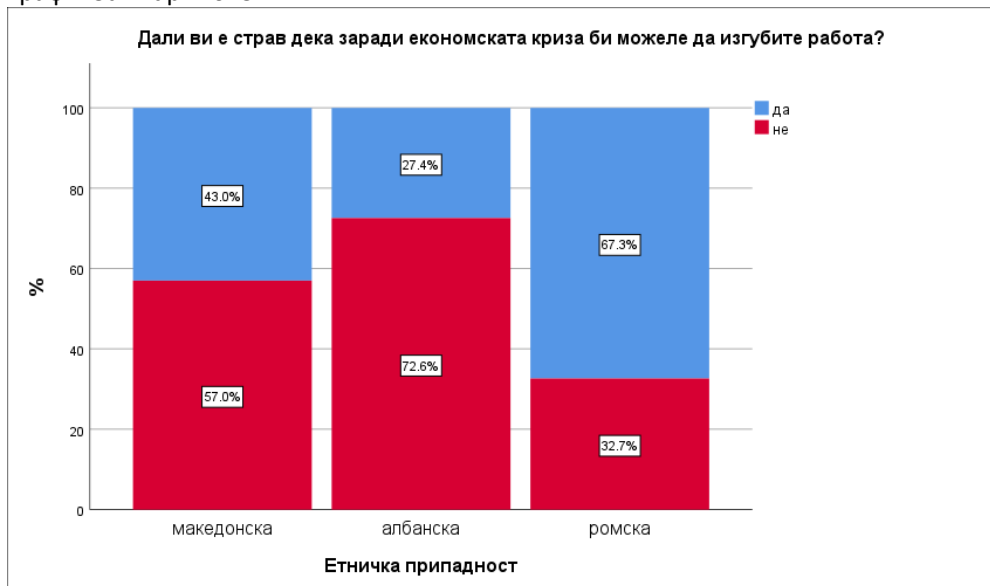
Граф. 42а: март 2023



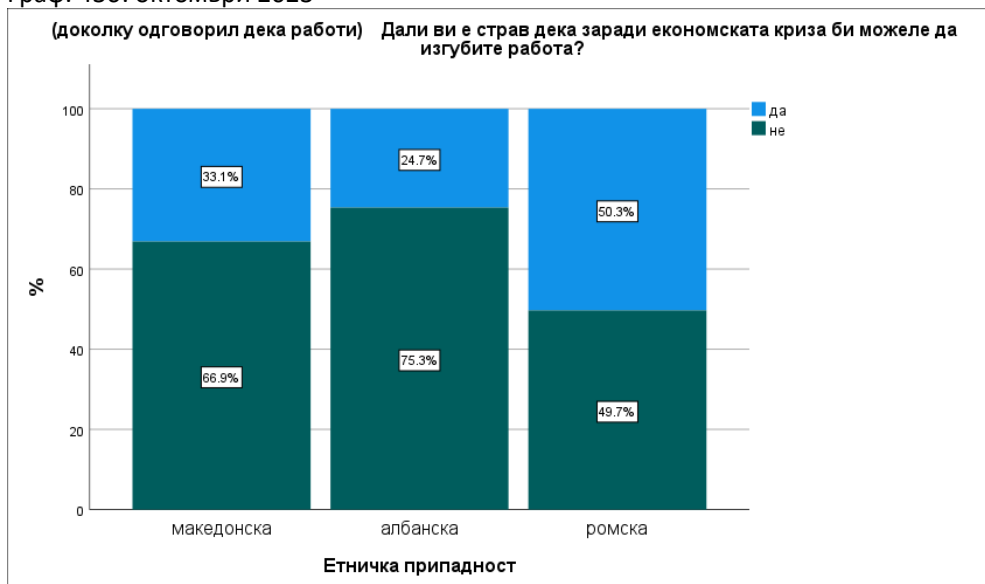
Граф. 42б: октомври 2023



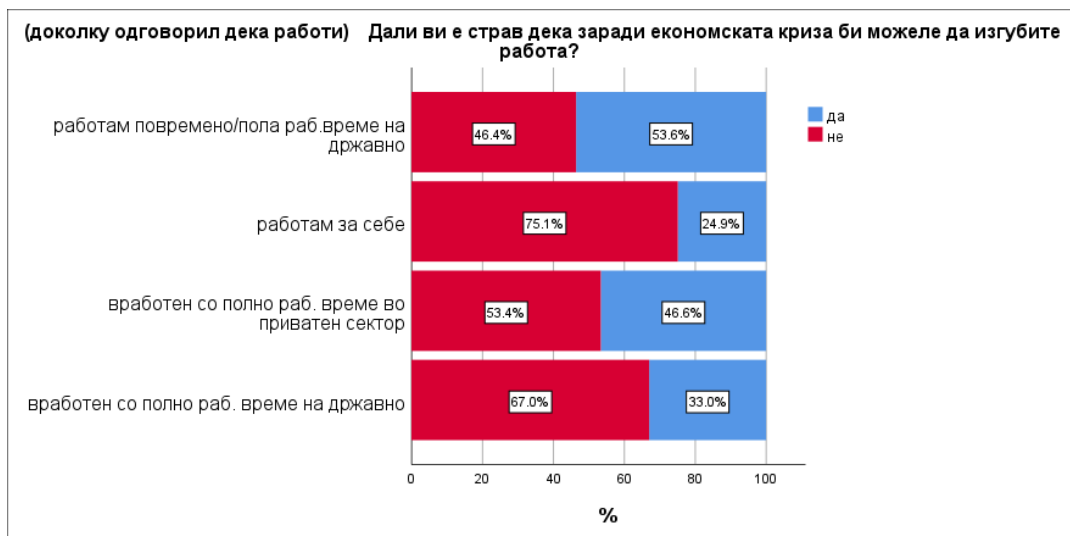
Граф. 43а: март 2023



Граф. 43б: октомври 2023



Граф. 44а: март 2023



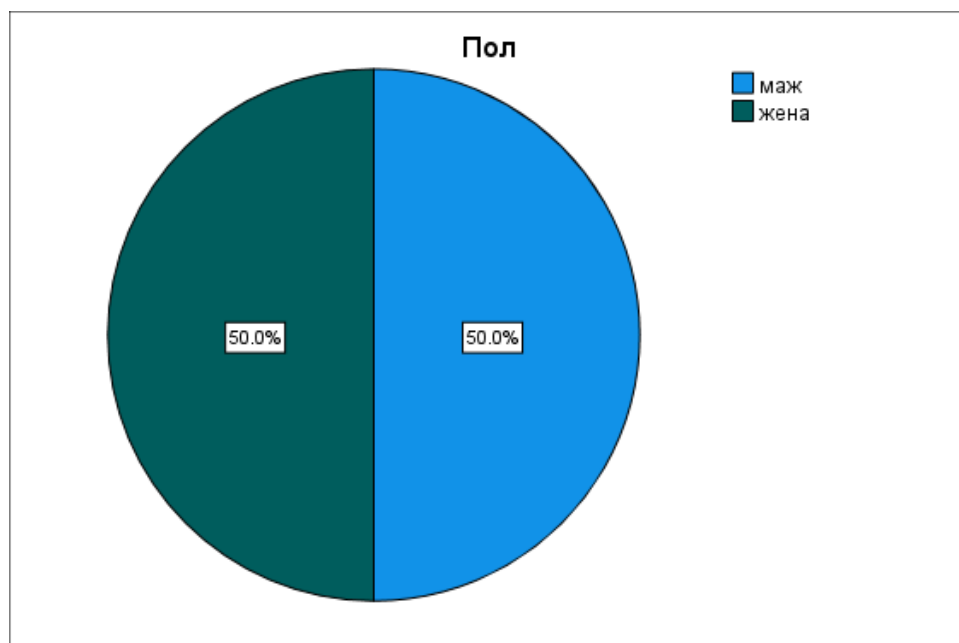
Граф. 44б: октомври 2023



Анекс 1. Дополнителни резултати од 2ра анкета, октомври 2023

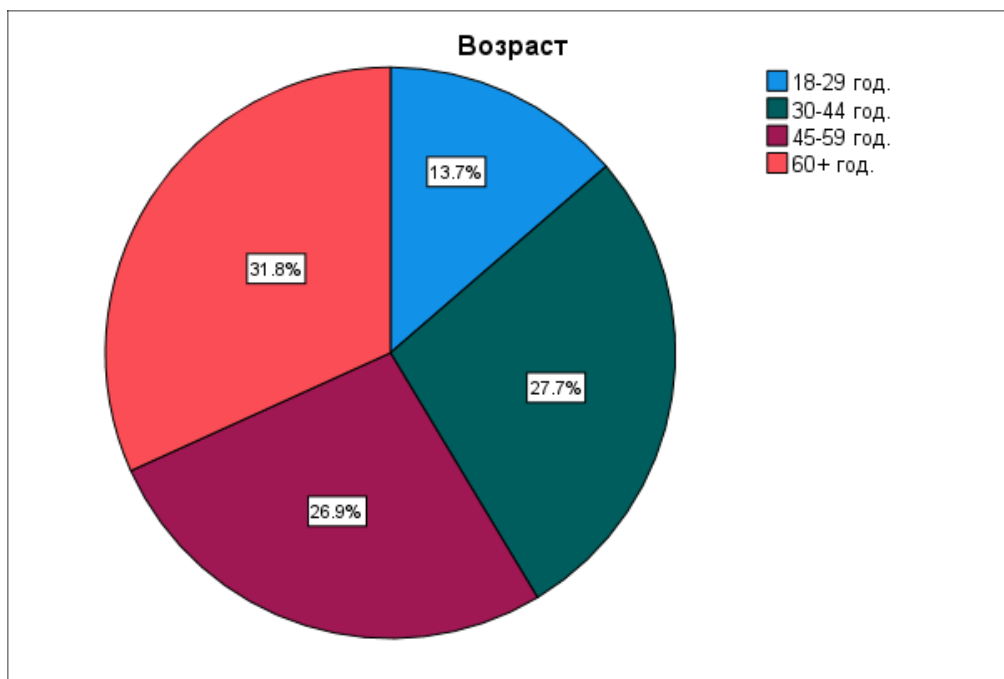
Таб/Граф. А1

	Пол		Валиден Процент	Кумулативен Процент
	Број	Процент		
маж	918	50.0	50.0	50.0
жена	918	50.0	50.0	100.0
Вкупно	1836	100.0	100.0	



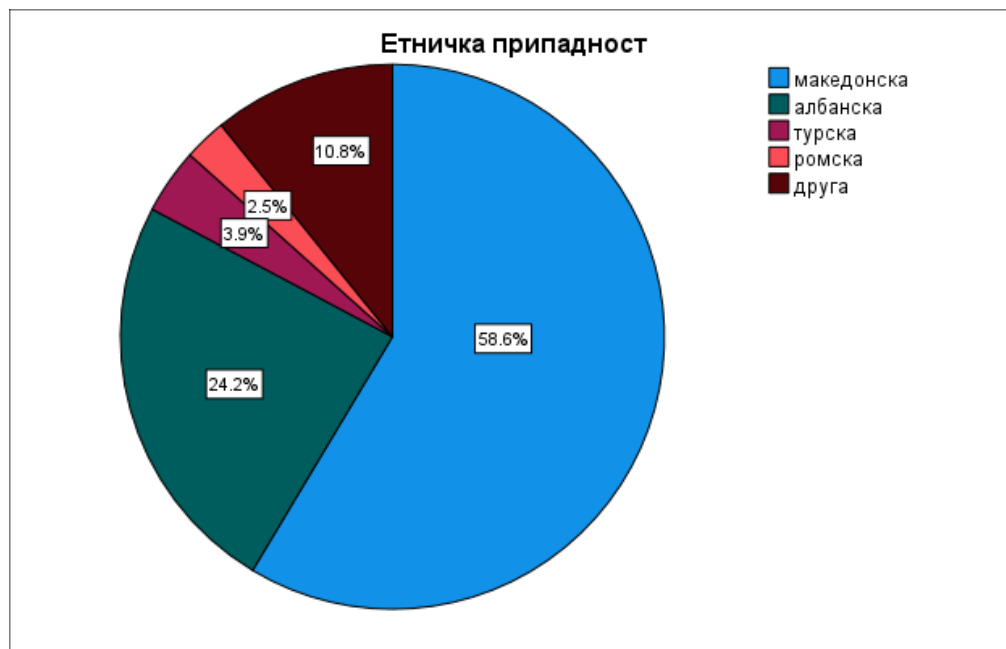
Таб/Граф. А2

	Возраст		Валиден Процент	Кумулативен Процент
	Број	Процент		
18-29 год.	251	13.7	13.7	13.7
30-44 год.	508	27.7	27.7	41.4
45-59 год.	493	26.9	26.9	68.2
60+ год.	583	31.8	31.8	100.0
Вкупно	1836	100.0	100.0	



Таб/Граф. А3

Етничка припадност				
	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
македонска	1076	58.6	58.6	58.6
албанска	443	24.2	24.2	82.8
турска	71	3.9	3.9	86.6
ромска	46	2.5	2.5	89.2
друга	199	10.8	10.8	100.0
Вкупно	1836	100.0	100.0	



Таб/Граф. А4

		Образование		Валиден	Кумулативен
		Број	Процент	Процент	Процент
	основно или помалку	319	17.4	17.4	17.4
	средно	896	48.8	48.9	66.4
	факултет	536	29.2	29.3	95.6
	студира во моментот	80	4.3	4.4	100.0
	Вкупно	1831	99.8	100.0	
/	н/о	4	.2		
	Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А5

Колкав е отприлика месечниот приход на вашето домаќинство?				
	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
до 25.000 ден.	356	19.4	22.6	22.6
25.001-50.000 ден.	661	36.0	41.9	64.5
50.001 - 80.000 ден.	365	19.9	23.1	87.7
80.001+	194	10.6	12.3	100.0
Вкупно	1576	85.9	100.0	
/	н/о	260	14.1	
Вкупно	1836	100.0		

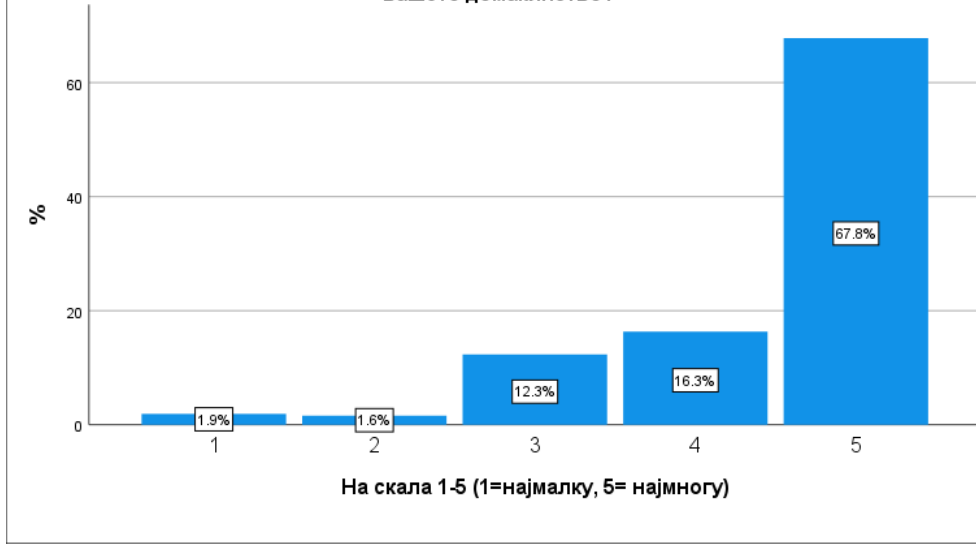


Таб/Граф. А6

Статистики		
Н		1816
	/	20
Просек		4.47
Медијана		5.00
Ст. Девијација		.906

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процен т	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	1	35	1.9	1.9	1.9
	2	29	1.6	1.6	3.5
	3	224	12.2	12.3	15.9
	4	297	16.2	16.3	32.2
	5	1231	67.1	67.8	100.0
	Вкуп но	1816	98.9	100.0	
/	н/о	20	1.1		
Вкупно		1836	100.0		

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?



Таб/Граф. А7

Статистики	
Н	1803
/	33
Просек	4.27
Медијана	5.00
Ст. Девијација	1.037

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	1	44	2.4	2.4	2.4
	2	83	4.5	4.6	7.0
	3	282	15.3	15.6	22.6
	4	333	18.2	18.5	41.1
	5	1061	57.8	58.9	100.0
	Вкупно	1803	98.2	100.0	
/	н/о	33	1.8		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А8

Статистики	
Н	1734
/	101
Просек	4.16
Медијана	5.00
Ст. Девиијација	1.206

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
			т		
	1	103	5.6	6.0	6.0
	2	94	5.1	5.4	11.4
	3	245	13.4	14.1	25.5
	4	280	15.2	16.1	41.6
	5	1012	55.1	58.4	100.0
	Вкупно	1734	94.5	100.0	
/	н/о	101	5.5		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А9

Статистики	
N	1782
/	54
Просек	4.06
Медијана	5.00
Ст. Девијација	1.158

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?				
	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
1	65	3.5	3.6	3.6
2	125	6.8	7.0	10.6
3	385	20.9	21.6	32.2
4	281	15.3	15.7	48.0
5	927	50.5	52.0	100.0
Вкупно	1782	97.1	100.0	
/	н/о	54	2.9	
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А10

Статистики	
N	1494
/	341
Просек	3.61
Медијана	4.00
Ст. Девијација	1.386

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	1	166	9.0	11.1	11.1
	2	171	9.3	11.4	22.5
	3	334	18.2	22.3	44.9
	4	236	12.8	15.8	60.6
	5	588	32.0	39.4	100.0
	Вкупно	1494	81.4	100.0	
/	н/о	341	18.6		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А11

Статистики	
Н	1641
/	195
Просек	3.54
Медијана	3.00
Ст. Девиијација	1.236

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?

	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
		т		
1	100	5.5	6.1	6.1
2	227	12.4	13.9	20.0
3	520	28.3	31.7	51.7
4	272	14.8	16.6	68.2
5	521	28.4	31.8	100.0
Вкупно	1641	89.4	100.0	
/	н/о	195	10.6	
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А12

Статистики	
Н	1705
/	131
Просек	4.06
Медијана	5.00
Ст. Девијација	1.216

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?

	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
		т		
1	87	4.8	5.1	5.1
2	135	7.3	7.9	13.0
3	281	15.3	16.5	29.5
4	281	15.3	16.5	46.0
5	920	50.1	54.0	100.0
Вкупно	1705	92.9	100.0	
/	н/о	131	7.1	
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А13

Статистики	
N	1512
/	323
Просек	3.47
Медијана	3.00
Ст. Девијација	1.303

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
			т		
	1	133	7.2	8.8	8.8
	2	225	12.3	14.9	23.6
	3	428	23.3	28.3	51.9
	4	255	13.9	16.8	68.8
	5	473	25.7	31.2	100.0
	Вкупно	1512	82.4	100.0	
/	н/о	323	17.6		
Вкупно		1836	100.0		



Таб. А14

Пол	маж	жена
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4.38	4.55
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4.16	4.38
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4.24	4.07
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	3.93	4.18
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3.55	3.67
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3.36	3.71
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	3.90	4.22
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	3.20	3.70

Таб. А15

Етничка припадност	мак едо нска	алба нска	турск а	ромс ка
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4.42	4.54	4.47	4.60
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4.14	4.54	4.38	4.61
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4.12	4.40	3.87	3.56
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	4.05	3.95	4.31	4.27
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3.57	3.77	3.94	3.52
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3.46	3.79	3.70	3.64
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	4.03	4.25	4.08	3.88
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	3.46	3.57	3.33	3.20

Таб. А16

	Возраст			
	18-29 год.	30- 44 год.	45-59 год.	60+ год.
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4.05	4.4 9	4.53	4.57
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4.01	4.3 2	4.27	4.33
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4.01	4.2 1	4.24	4.09
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	3.61	4.0 9	4.11	4.17
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3.37	3.9 7	3.72	3.19
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3.29	3.7 2	3.65	3.37
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	3.42	3.8 1	4.12	4.49
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	3.09	3.6 0	3.59	3.42

Таб. А17

	Вид на населено место	
	град	село
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на храната го погодија вашето домаќинство?	4.45	4.50
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на струјата го погодија вашето домаќинство?	4.22	4.40
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на горивото го погодија вашето домаќинство?	4.08	4.33
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на греењето го погодија вашето домаќинство?	4.07	4.03
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените во рестораните, кафулињата го погодија вашето домаќинство?	3.62	3.59
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на облеката и обувките го погодија вашето домаќинство?	3.50	3.65
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лековите и здравствените услуги го погодија вашето домаќинство?	3.99	4.25
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на козметичките производи го погодија вашето домаќинство?	3.46	3.51

Таб/Граф. А18

Статистики		
Н		1792
	/	44
Просек		3.76
Медијана		4.00
Ст. Девијација		1.229

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	1	109	5.9	6.1	6.1
	2	162	8.8	9.1	15.1
	3	476	25.9	26.6	41.7
	4	344	18.8	19.2	60.9
	5	700	38.2	39.1	100.0
	Вкупно	1792	97.6	100.0	
/	н/о	44	2.4		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А19

Статистики		
Н		1798
	/	37
Просек		4.42
Медијана		5.00
Ст. Девиијација		.927

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
			т		
	1	28	1.5	1.6	1.6
	2	54	3.0	3.0	4.6
	3	220	12.0	12.3	16.9
	4	327	17.8	18.2	35.0
	5	1169	63.7	65.0	100.0
	Вкупно	1798	98.0	100.0	
/	н/о	37	2.0		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А20

Статистики	
Н	1793
/	42
Просек	4.46
Медијана	5.00
Ст. Девијација	.897

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?

	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
1	31	1.7	1.7	1.7
2	42	2.3	2.4	4.1
3	186	10.1	10.3	14.4
4	337	18.4	18.8	33.3
5	1197	65.2	66.7	100.0
Вкупно	1793	97.7	100.0	
/	н/о	42	2.3	
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А21

Статистики	
Н	1781
/	54
Просек	4.19
Медијана	5.00
Ст. Девијација	1.061

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?

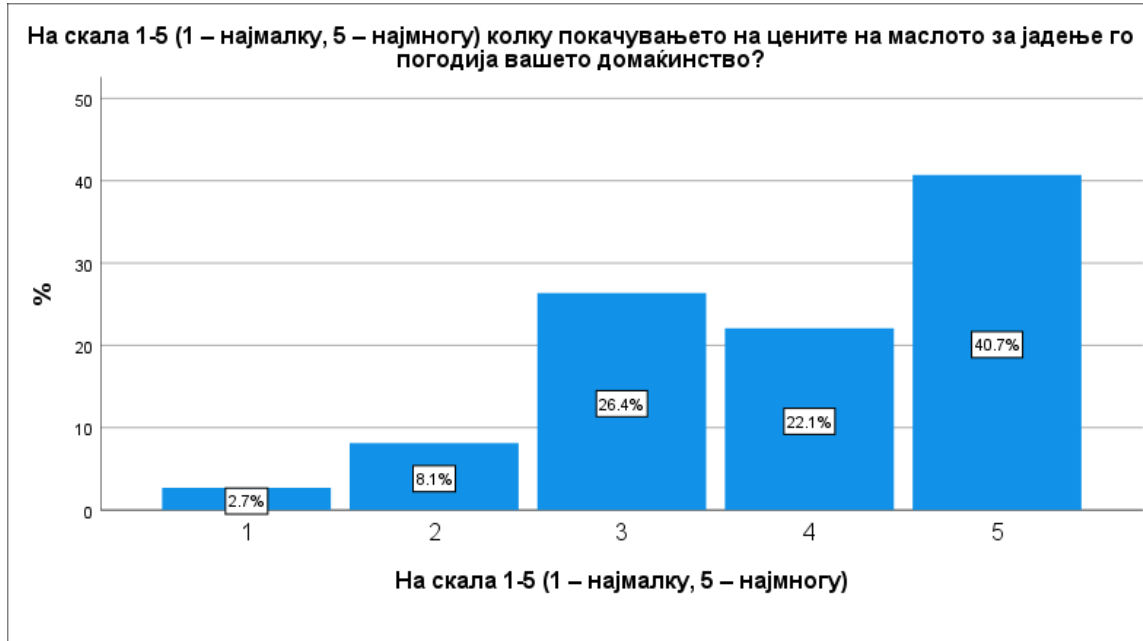
	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
1	39	2.1	2.2	2.2
2	97	5.3	5.5	7.7
3	338	18.4	19.0	26.6
4	323	17.6	18.1	44.8
5	984	53.6	55.2	100.0
Вкупно	1781	97.0	100.0	
/	н/о	3.0		
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А22

Статистики		
Н		1765
	/	70
Просек		3.90
Медијана		4.00
Ст. Девијација		1.109

На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?					
		Број	Процент	Процент	Кумулативен Процент
	1	47	2.6	2.7	2.7
	2	144	7.8	8.1	10.8
	3	466	25.4	26.4	37.2
	4	390	21.2	22.1	59.3
	5	719	39.2	40.7	100.0
	Вкупно	1765	96.2	100.0	
/	н/о	70	3.8		
Вкупно		1836	100.0		



Таб. А23

	Пол	
	маж	жена
	Просек	Просек
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3.61	3.91
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4.33	4.51
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4.42	4.51
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	4.09	4.28
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	3.77	4.03

Таб. А24

Етничка припадност	македо	алб	турск	ромс
	нска	анск	а	ка
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3.64	3.95	3.99	Просек
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4.39	4.37	4.43	4.76
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4.45	4.40	4.44	4.70
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	4.25	3.90	4.11	4.06
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	3.80	4.09	3.95	4.41

Таб. А25

	Возраст			
	18-29 год.	30-44 год.	45-59 год.	60+ год.
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3.64	3.89	3.74	3.72
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4.10	4.41	4.51	4.49
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4.11	4.45	4.59	4.53
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	3.66	4.20	4.36	4.25
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	3.92	4.02	3.87	3.81

Таб. А26

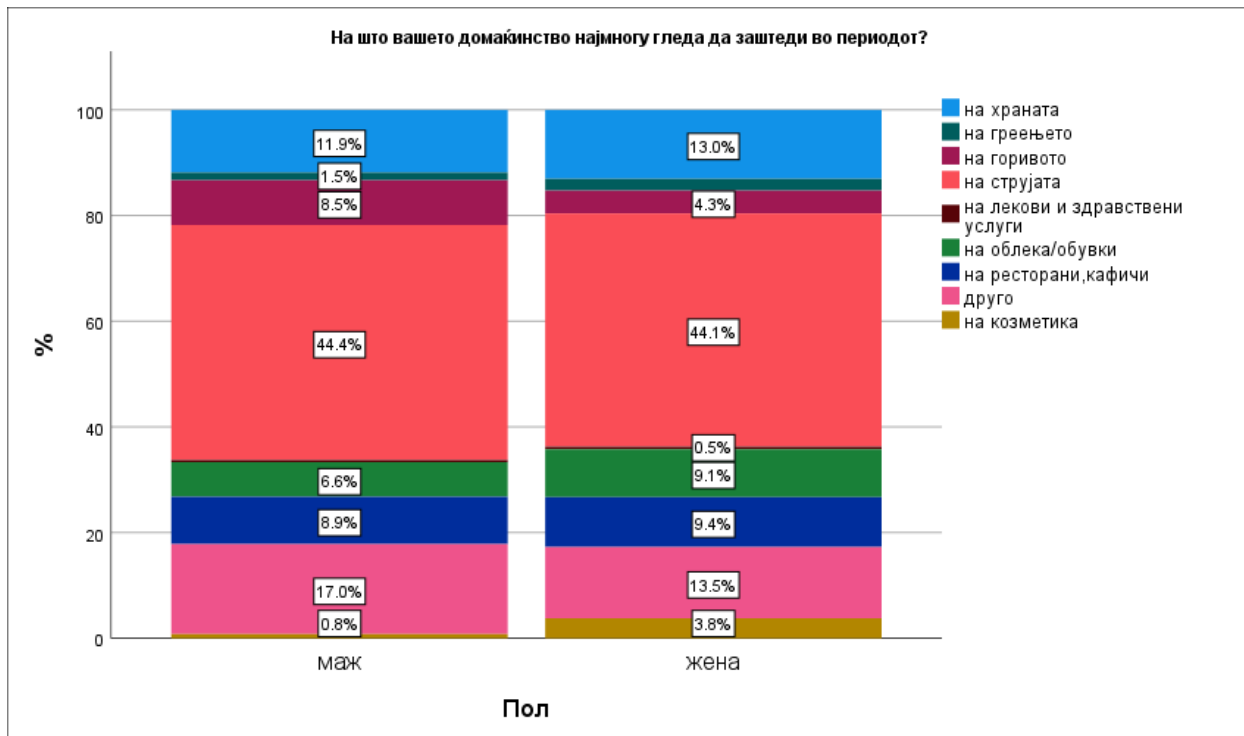
	Вид на населено место	
	град	село
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на лебот го погодија вашето домаќинство?	3.72	3.87
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на млекото и млечните производи го погодија вашето домаќинство?	4.41	4.43
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на месото и месните производи го погодија вашето домаќинство?	4.43	4.55
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на овошјето и зеленчукот го погодија вашето домаќинство?	4.26	4.00
На скала 1-5 (1 – најмалку, 5 – најмногу) колку покачувањето на цените на маслото за јадење го погодија вашето домаќинство?	3.87	3.98

Таб. А27

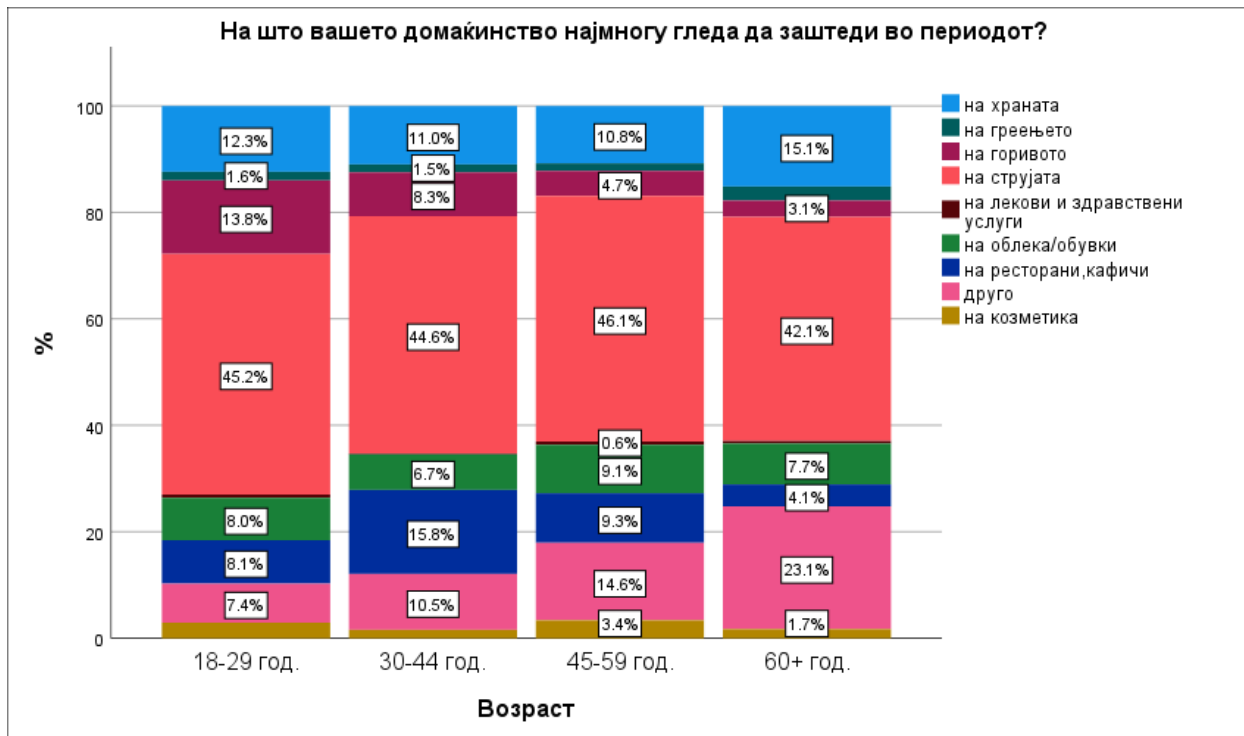
Статистики		
Н		1677
	/	158

На што вашето домаќинство најмногу гледа да заштеди во периодот?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	на храната	209	11.4	12.4	12.4
	на греењето	31	1.7	1.9	14.3
	на горивото	107	5.8	6.4	20.7
	на струјата	743	40.5	44.3	65.0
	на лекови и здравствени услуги	8	.4	.5	65.4
	на облека/обувки	131	7.2	7.8	73.3
	на ресторани, кафичи	154	8.4	9.2	82.5
	друго	256	13.9	15.2	97.7
	на козметика	38	2.1	2.3	100.0
	Вкупно	1677	91.4	100.0	
/	не знам	84	4.6		
	н/о	75	4.1		
	Вкупно	158	8.6		
Вкупно		1836	100.0		

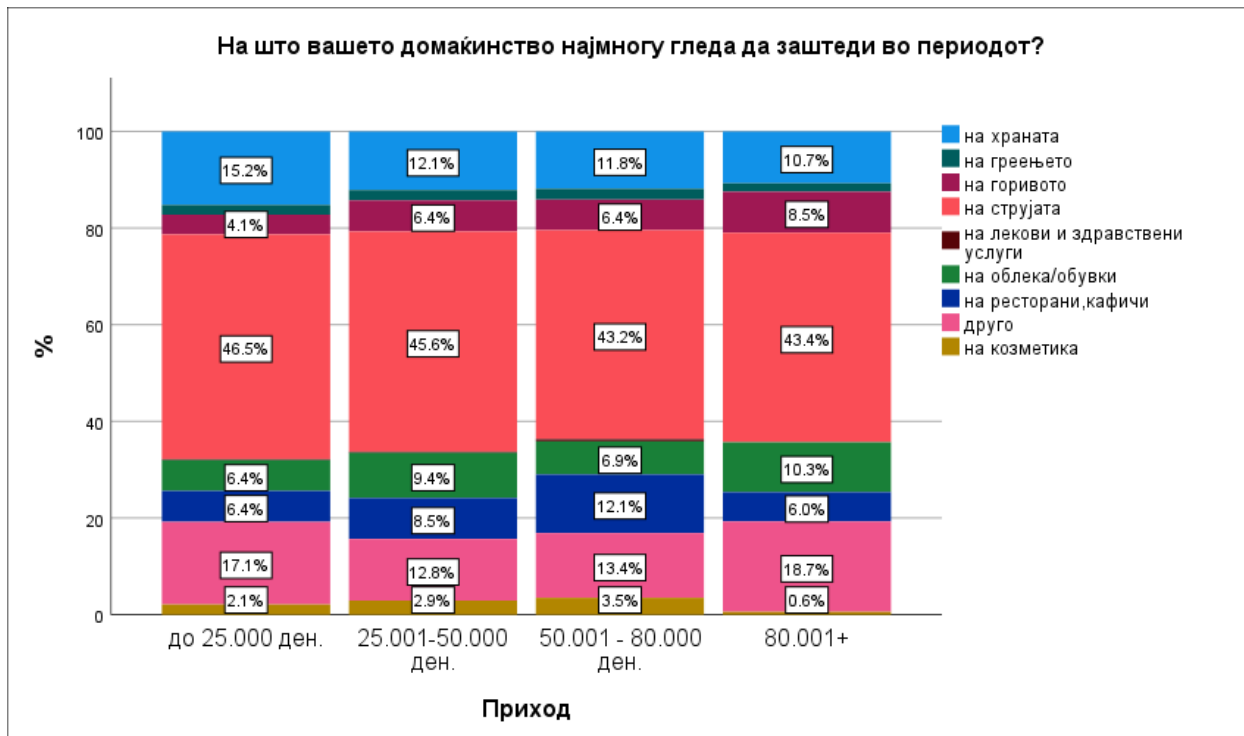
Граф. A28



Граф. A29



Граф. А30

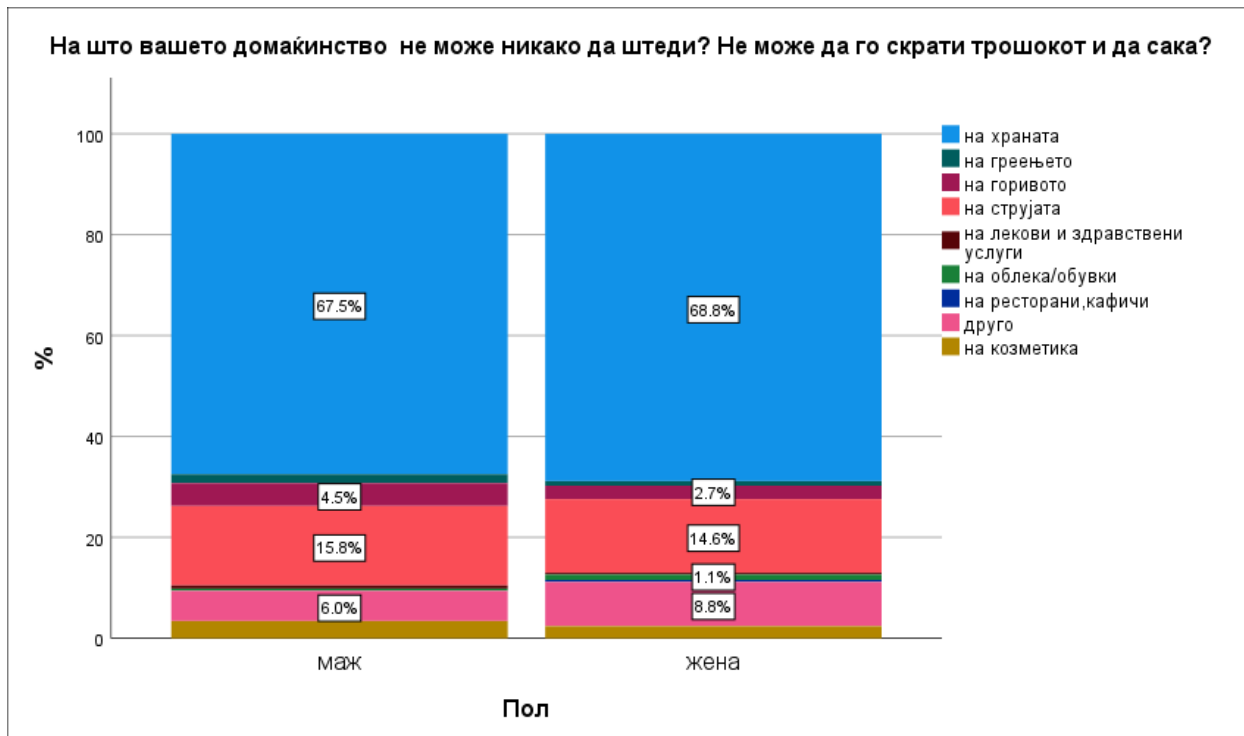


Таб/Граф. А31

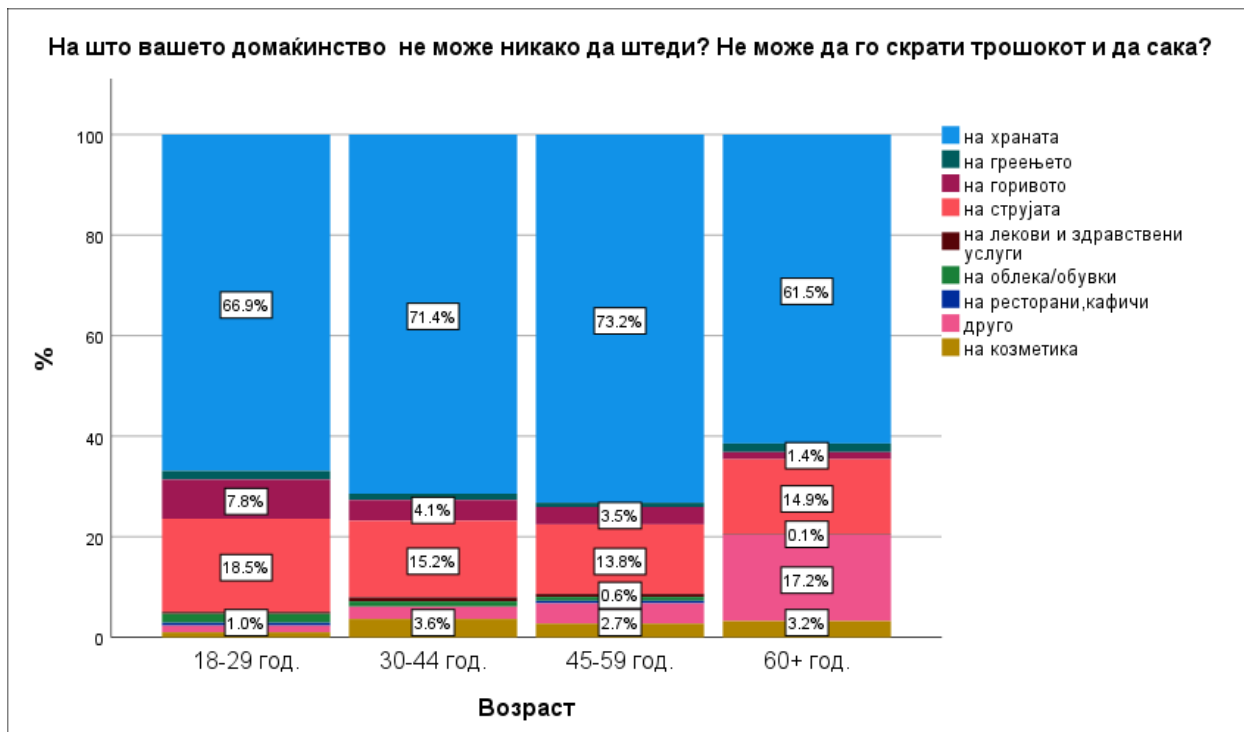
Статистики		
Н		1745
	/	90
Просек		2.36
Медијана		1.00
Ст. Девиијација		2.344

На што вашето домаќинство не може никако да штеди? Не може да го скрати трошокот и да сака?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	на храната	1190	64.8	68.2	68.2
	на греењето	23	1.3	1.3	69.5
	на горивото	63	3.4	3.6	73.1
	на струјата	265	14.4	15.2	88.3
	на лекови и здравствени услуги	8	.5	.5	88.8
	на облека/обувки	13	.7	.7	89.5
	на ресторани,кафичи	4	.2	.2	89.7
	друго	129	7.0	7.4	97.1
	на козметика	51	2.8	2.9	100.0
	Вкупно	1745	95.1	100.0	
/	не знам	51	2.8		
	н/о	39	2.1		
	Вкупно	90	4.9		
Вкупно		1836	100.0		

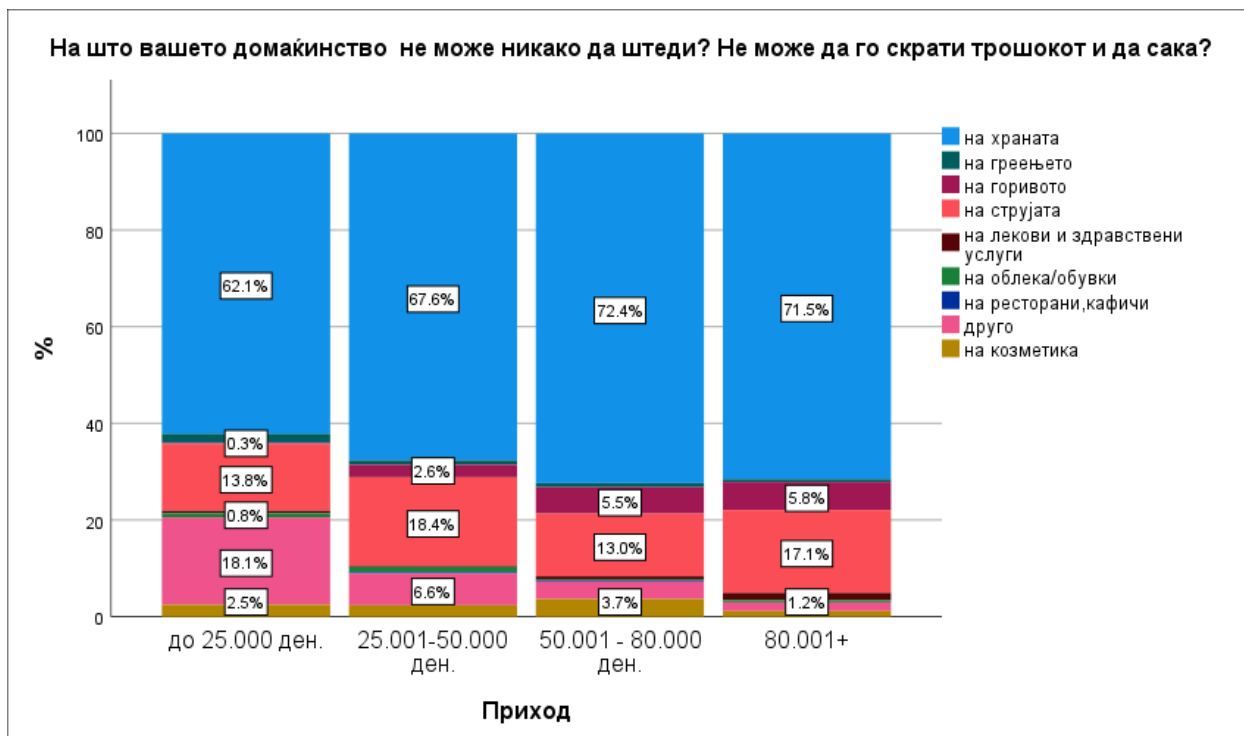
Граф. А32



Граф. А33



Граф. А34



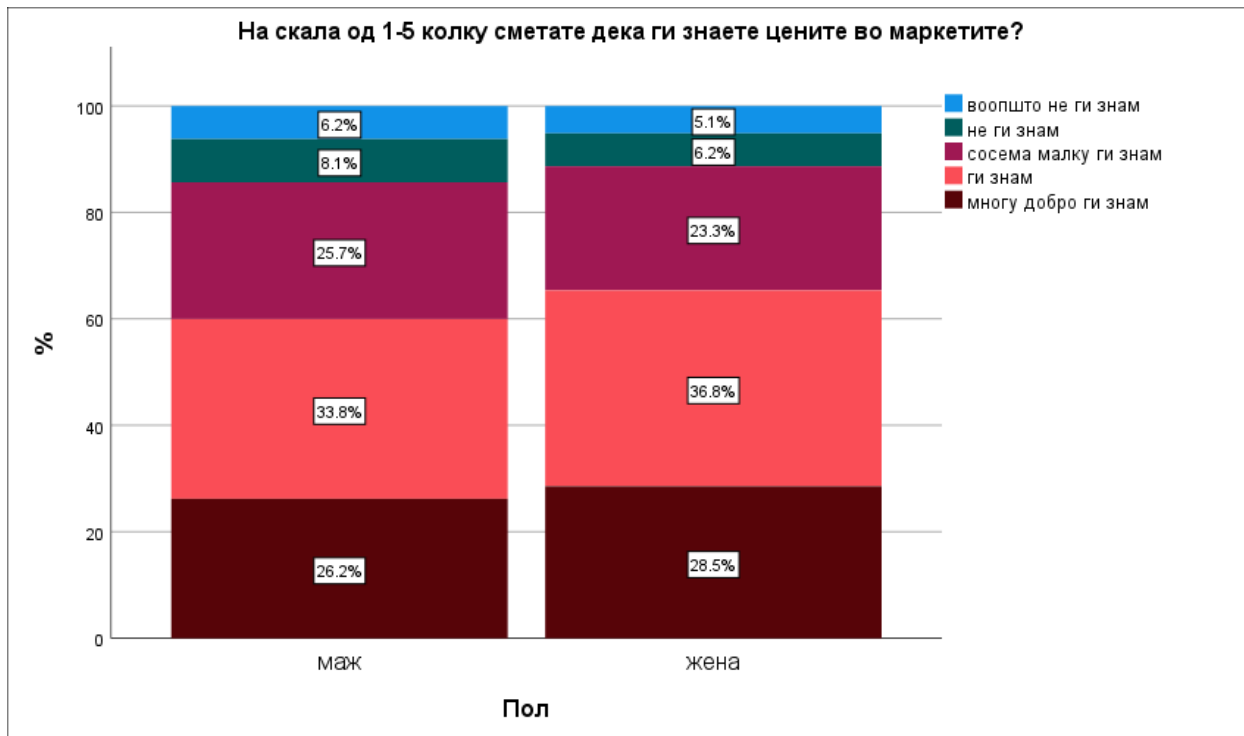
Таб. А35

Статистики	
Н	1799
/	36
Просек	3.72
Медијана	4.00
Ст. Девијација	1.112

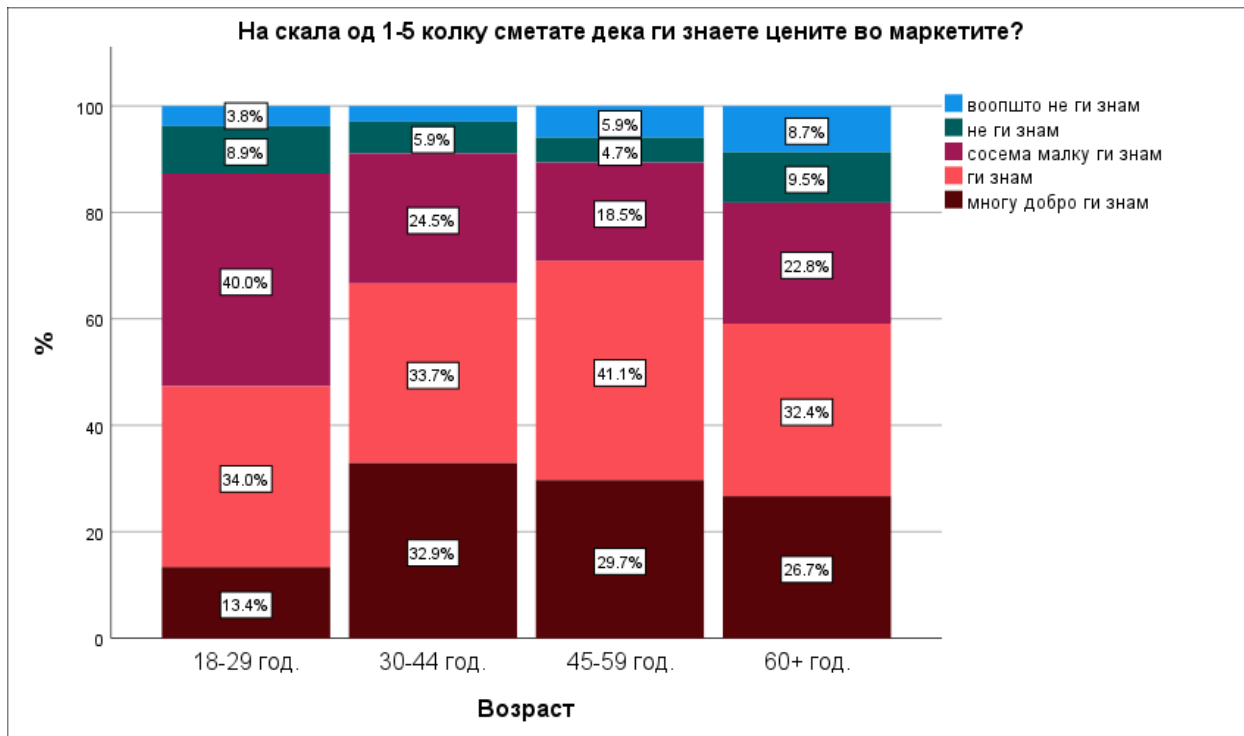
На скала од 1-5 колку сметате дека ги знаете цените во маркетите?

	Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
воопшто не ги знам	102	5.6	5.7	5.7
не ги знам	129	7.0	7.2	12.8
сосема малку ги знам	440	24.0	24.5	37.3
ги знам	635	34.6	35.3	72.6
многу добро ги знам	493	26.8	27.4	100.0
Вкупно	1799	98.0	100.0	
/	н/о	36	2.0	
Вкупно	1836	100.0		

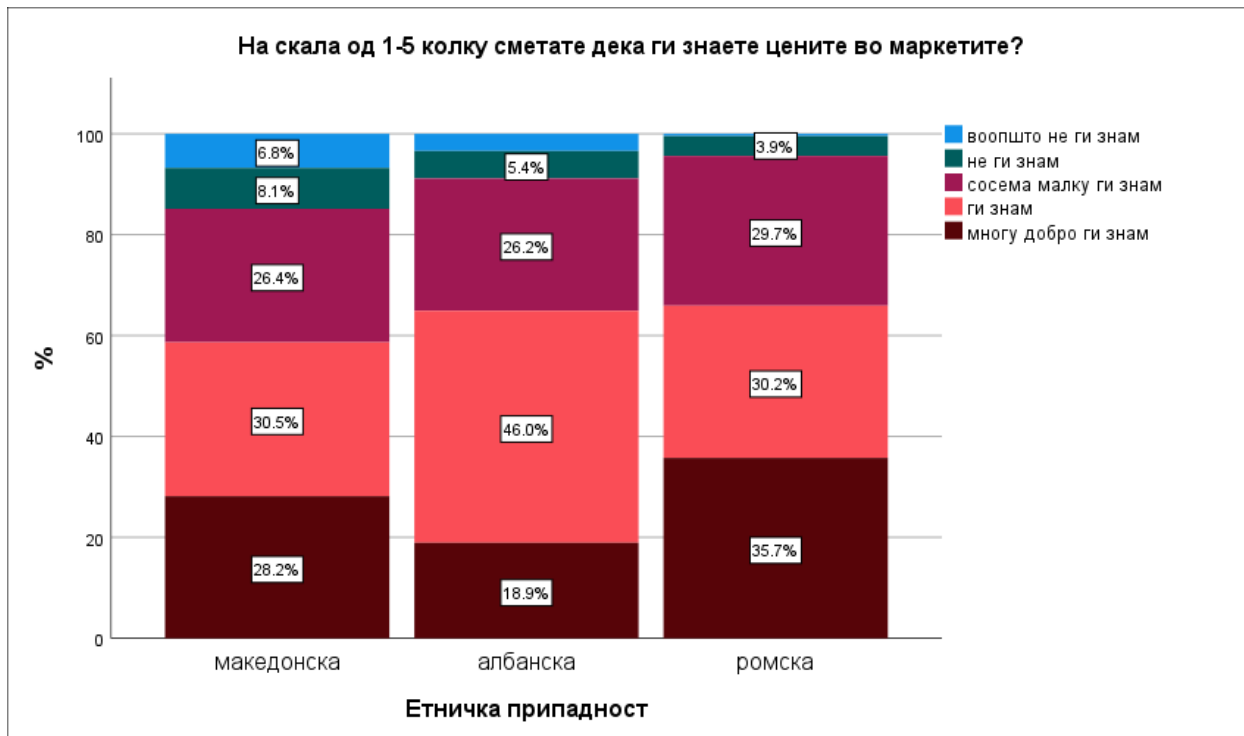
Граф. А36



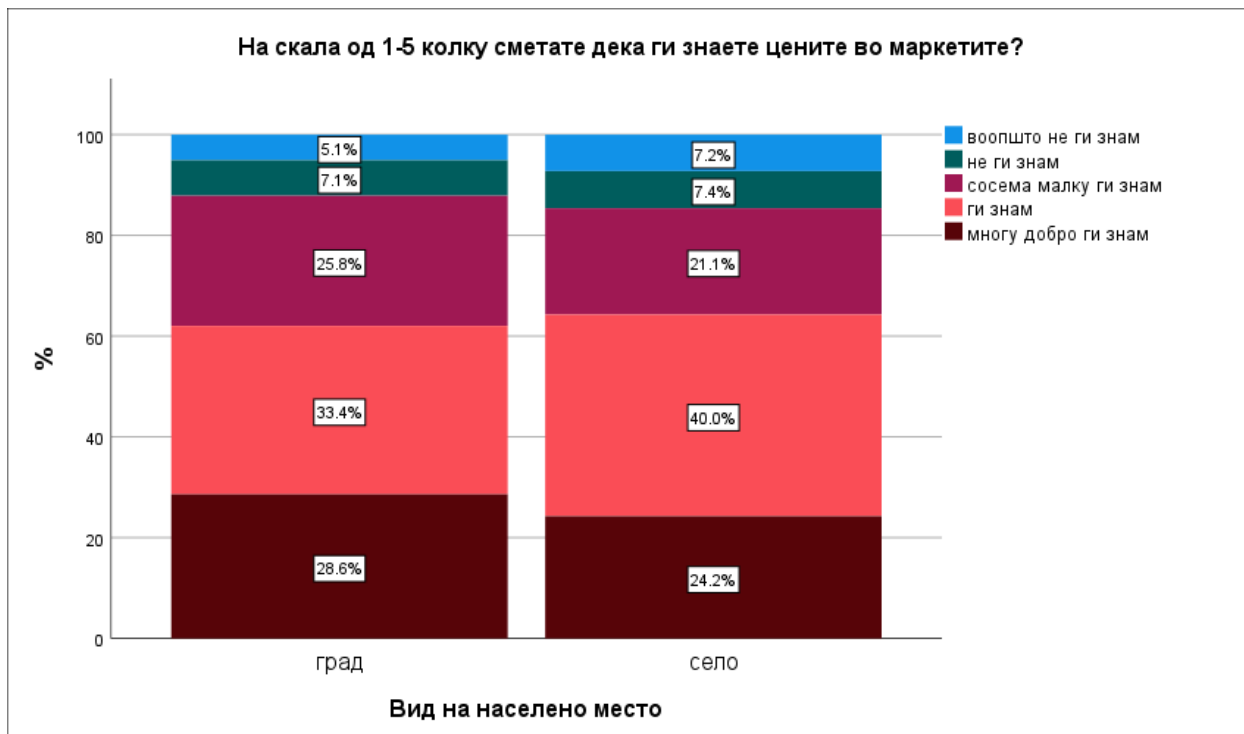
Граф. А37



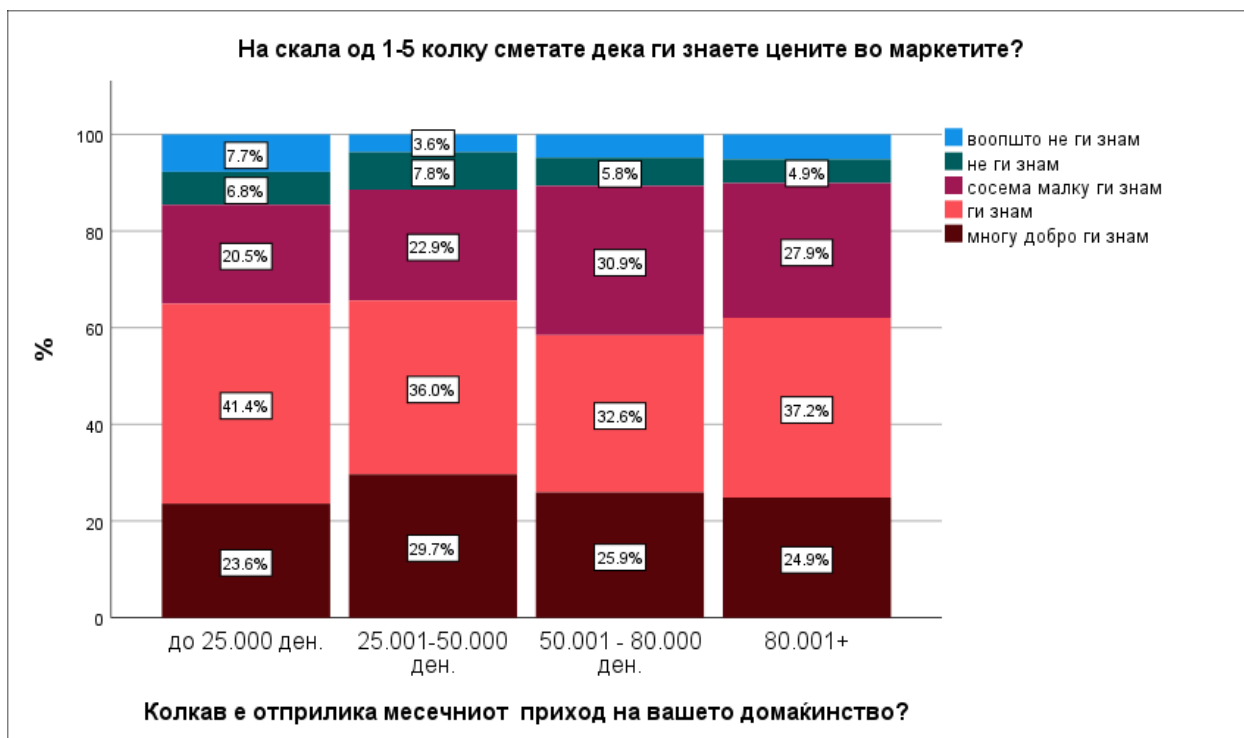
Граф. А38



Граф. А39



Граф. А40



Таб. А41

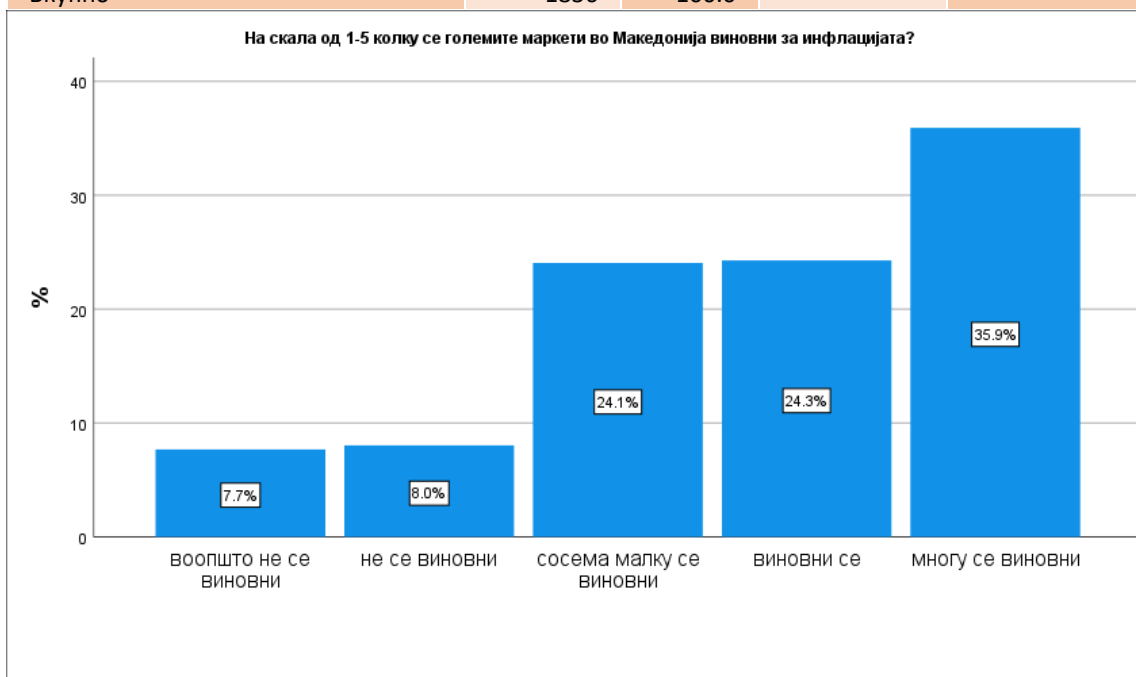
Статистики	
Н	1731
/	105
Просек	4.08
Медијана	5.00
Ст. Девијација	1.145

На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не е виновна	81	4.4	4.7	4.7
	не е виновна	89	4.8	5.1	9.8
	сосема малку е виновна	315	17.1	18.2	28.0
	виновна е	367	20.0	21.2	49.2
	многу е виновна	879	47.9	50.8	100.0
	Вкупно	1731	94.3	100.0	
/	н/о	105	5.7		
Вкупно		1836	100.0		

Граф. А42

Статистики		
Н		1733
	/	102
Просек		3.73
Медијана		4.00
Ст. Девијација		1.241

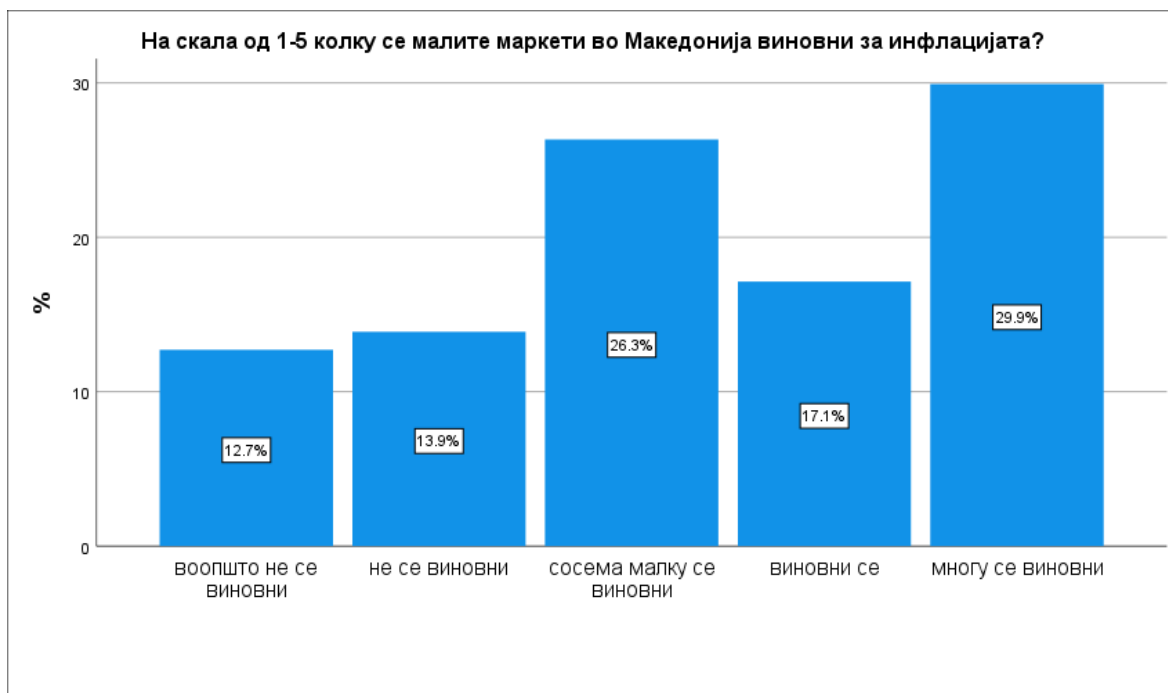
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не се виновни	133	7.3	7.7	7.7
	не се виновни	139	7.6	8.0	15.7
	сосема малку се виновни	417	22.7	24.1	39.8
	виновни се	421	22.9	24.3	64.1
	многу се виновни	623	33.9	35.9	100.0
	Вкупно	1733	94.4	100.0	
	/	н/о	102	5.6	
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А43

Статистики		
Н		1730
	/	105
Просек		3.38
Медијана		3.00
Ст. Девијација		1.369

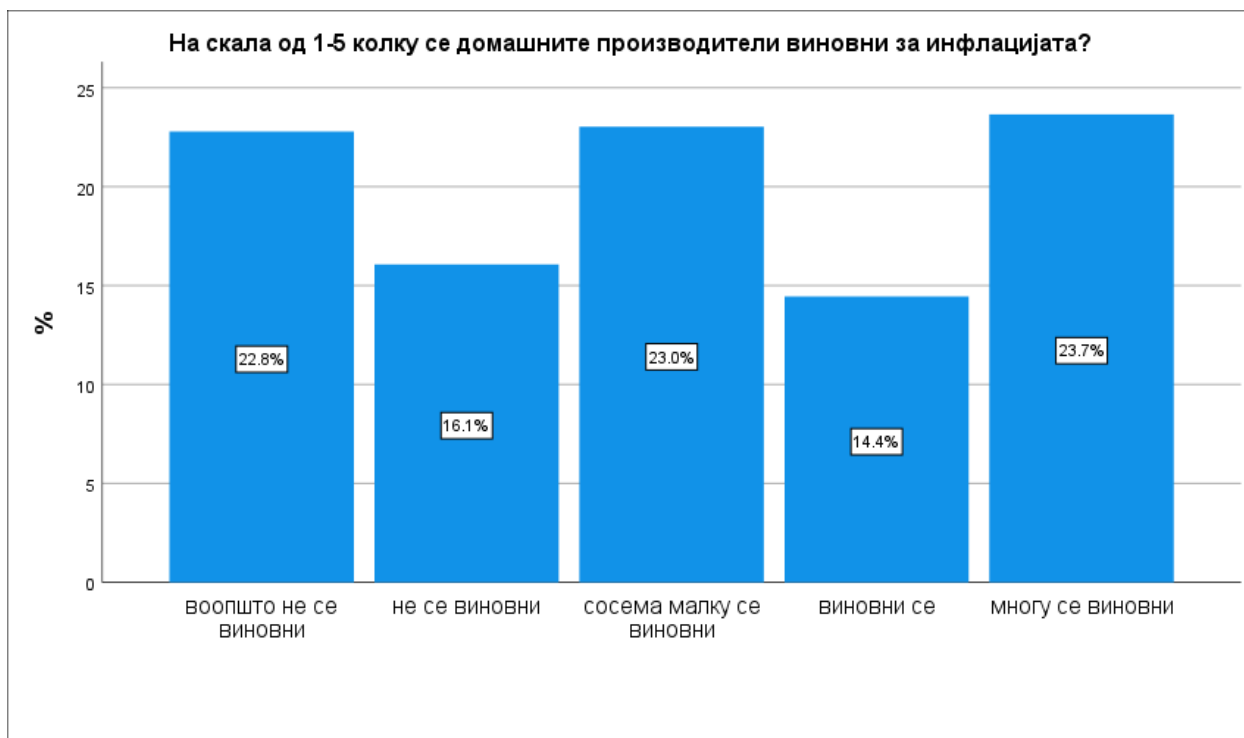
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не се виновни	220	12.0	12.7	12.7
	не се виновни	240	13.1	13.9	26.6
	сосема малку се виновни	456	24.8	26.3	52.9
	виновни се	297	16.2	17.1	70.1
	многу се виновни	518	28.2	29.9	100.0
	Вкупно	1730	94.3	100.0	
	/	н/о	105	5.7	
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А44

Статистики	
Н	1736
/	100
Просек	3.00
Медијана	3.00
Ст. Девијација	1.471

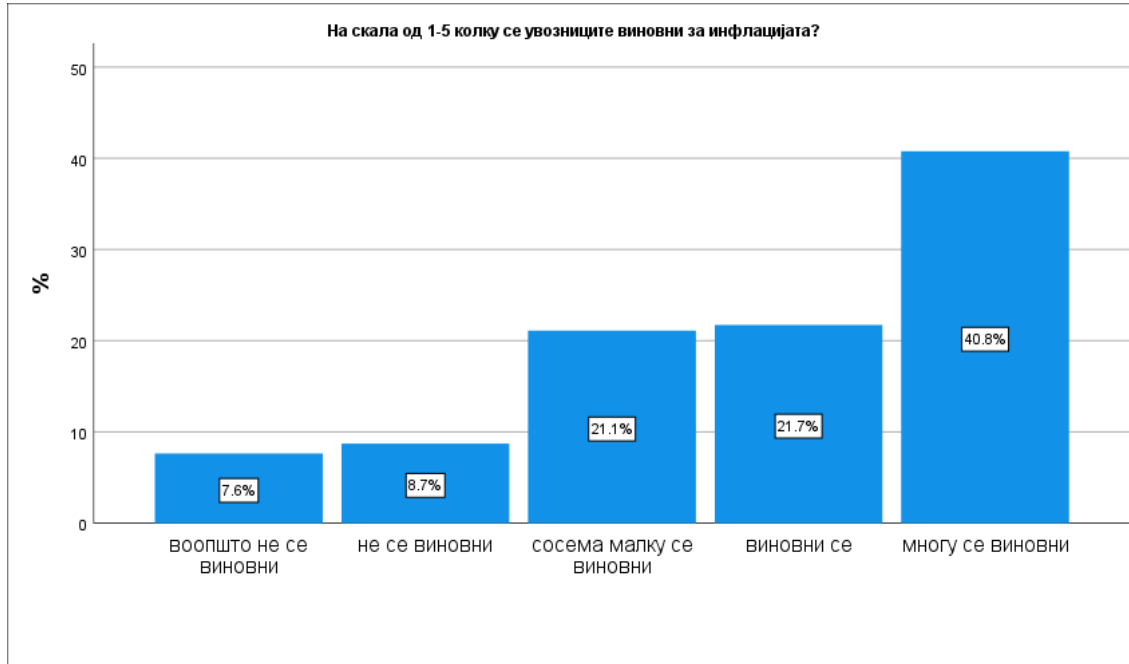
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?				
	Број	Процент	Процент	Кумулативен Процент
воопшто не се виновни	396	21.6	22.8	22.8
не се виновни	279	15.2	16.1	38.9
сосема малку се виновни	400	21.8	23.0	61.9
виновни се	251	13.7	14.4	76.3
многу се виновни	411	22.4	23.7	100.0
Вкупно	1736	94.6	100.0	
/	н/о	100	5.4	
Вкупно	1836	100.0		



Таб/Граф. А45

Статистики		
Н		1719
	/	117
Просек		3.79
Медијана		4.00
Ст. Девијација		1.270

На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?					
		Број	Процент	Процент	Кумулативен
			т		Процент
	воопшто не се виновни	131	7.2	7.6	7.6
	не се виновни	150	8.2	8.7	16.4
	сосема малку се виновни	363	19.8	21.1	37.5
	виновни се	374	20.4	21.7	59.2
	многу се виновни	701	38.2	40.8	100.0
	Вкупно	1719	93.6	100.0	
	/	н/о	117	6.4	
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А46

Статистики		
Н		1774
	/	62
Просек		4.58
Медијана		5.00
Ст.		.892
Девијација		

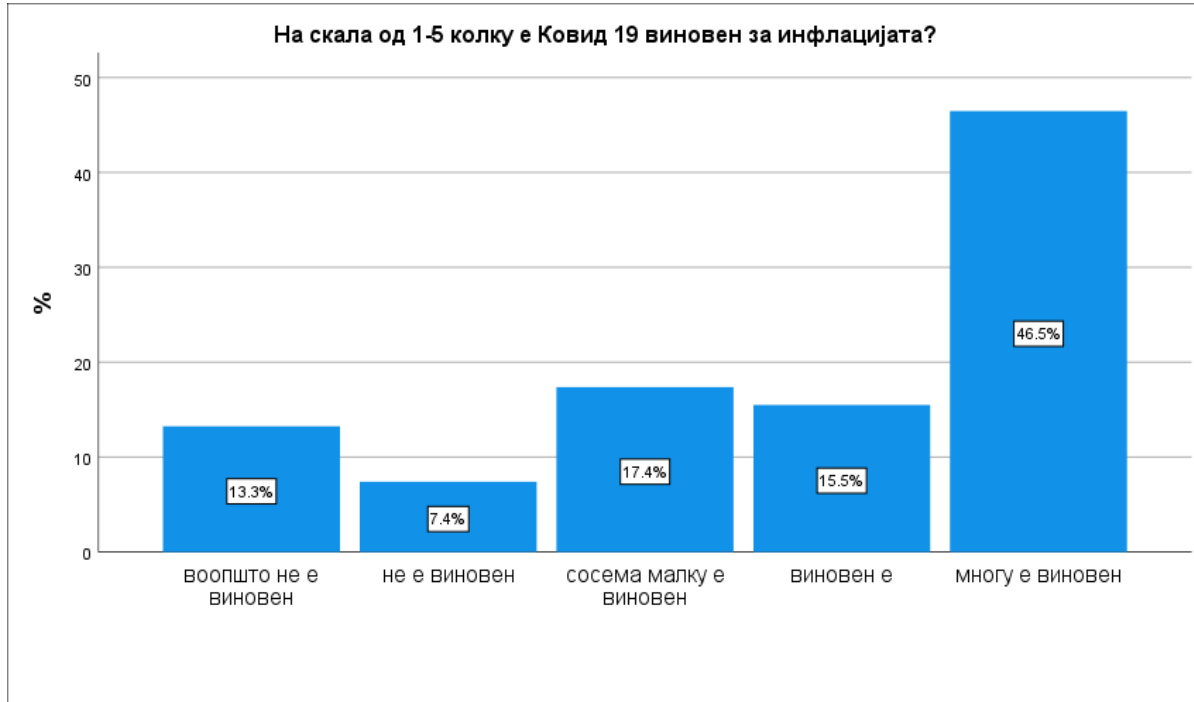
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не е виновна	39	2.1	2.2	2.2
	не е виновна	43	2.3	2.4	4.6
	сосема малку е виновна	128	7.0	7.2	11.8
	виновна е	197	10.8	11.1	23.0
	многу е виновна	1366	74.4	77.0	100.0
	Вкупно	1774	96.6	100.0	
/	н/о	62	3.4		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А47

Статистики	
Н	1683
/	152
Просек	3.75
Медијана	4.00
Ст. Девијација	1.437

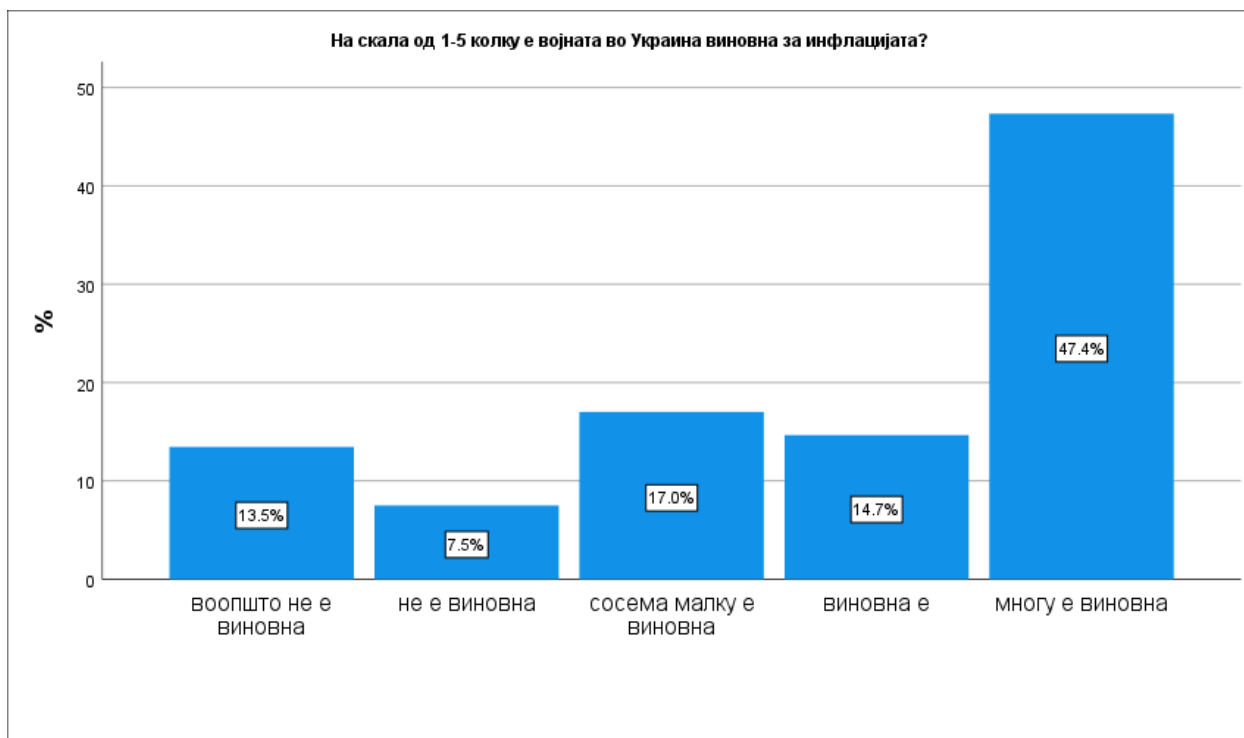
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не е виновен	223	12.2	13.3	13.3
	не е виновен	125	6.8	7.4	20.7
	сосема малку е виновен	293	15.9	17.4	38.0
	виновен е	261	14.2	15.5	53.5
	многу е виновен	782	42.6	46.5	100.0
	Вкупно	1683	91.7	100.0	
/	н/о	152	8.3		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А48

Статистики		
Н		1743
	/	92
Просек		3.75
Медијана		4.00
Ст. Девијација		1.447

На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	воопшто не е виновна	235	12.8	13.5	13.5
	не е виновна	131	7.1	7.5	21.0
	сосема малку е виновна	297	16.2	17.0	38.0
	виновна е	256	13.9	14.7	52.6
	многу е виновна	826	45.0	47.4	100.0
	Вкупно	1743	95.0	100.0	
/	н/о	92	5.0		
Вкупно		1836	100.0		



Таб. А49

	Пол	
	маж	жена
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	3.98	4.19
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.67	3.79
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.32	3.44
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	2.92	3.09
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3.75	3.83
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.55	4.62
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3.56	3.93
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.58	3.92

Таб. А50

	Возраст			
	18-29 год.	30- 44 год.	45-59 год.	60+ год.
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4.06	4.0 6	4.05	4.14
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.51	3.6 7	3.77	3.84
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.00	3.1 8	3.50	3.63
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	2.93	3.0 4	2.90	3.09
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3.52	3.6 5	3.83	4.01
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.45	4.5 8	4.61	4.63
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	4.08	3.7 1	3.62	3.74
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.79	3.8 2	3.66	3.74

Таб. А51

Етничка Припадност	маке донс ка	ал ба нск а	турска	ромск а
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4.00	4.18	4.37	3.99
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.71	3.77	4.09	2.98
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.32	3.58	3.85	2.76
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	2.99	2.95	3.73	3.17
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	4.00	3.28	4.07	3.55
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.56	4.67	4.42	4.79
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3.66	4.11	3.94	3.58
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.55	4.26	4.31	3.41

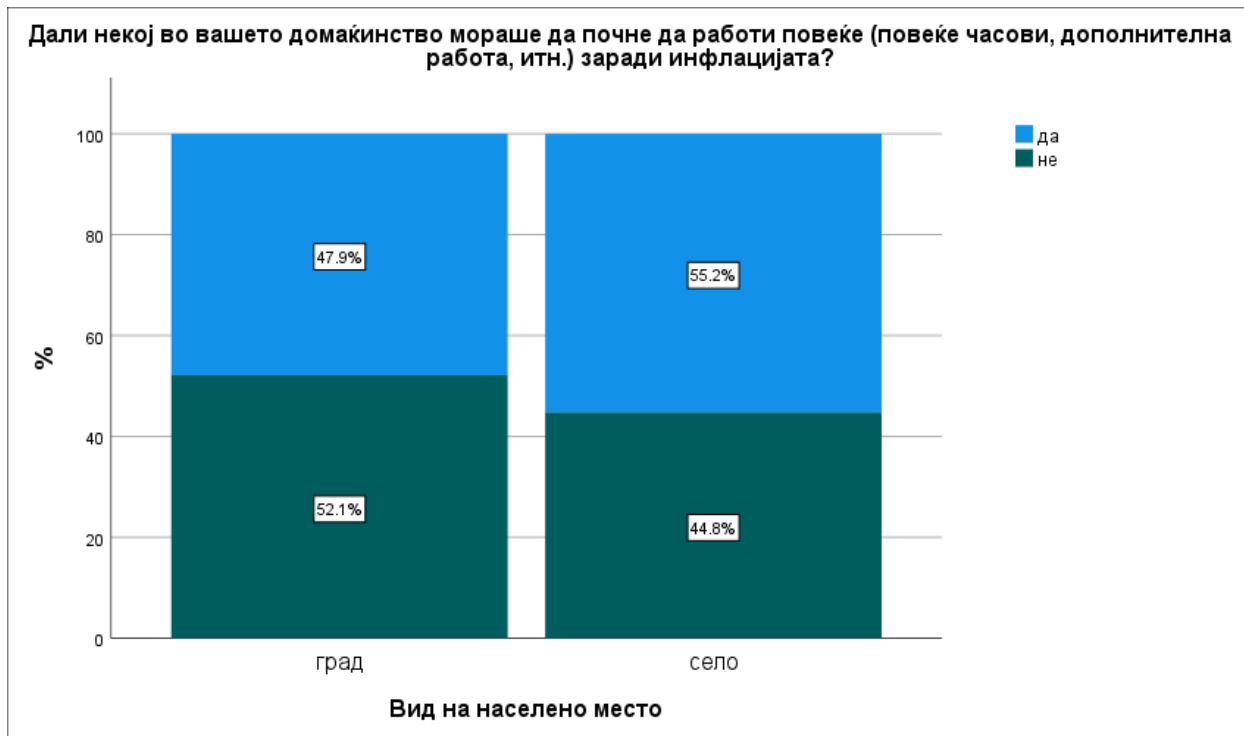
Таб. А52

Вид на населено место	град	село
	На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4.06
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.68	3.85
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.29	3.60
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	3.04	2.90
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3.84	3.67
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.55	4.66
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3.70	3.86
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.64	4.01

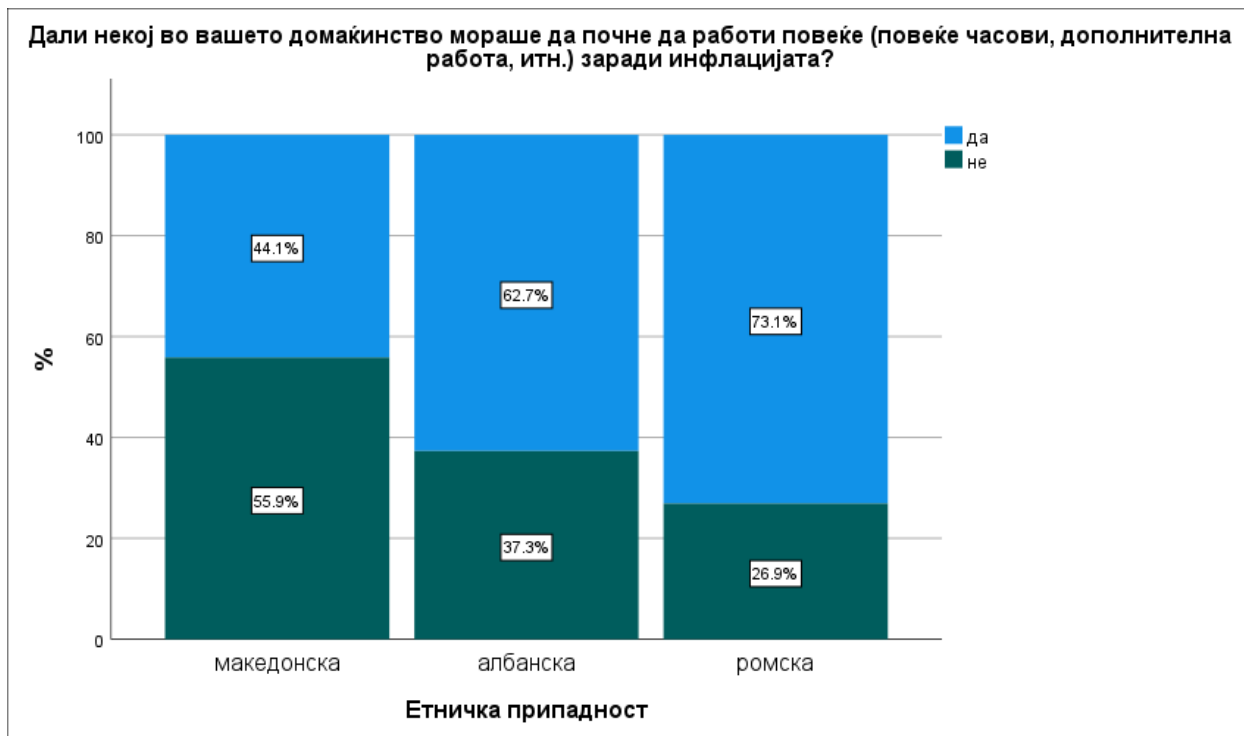
Таб. А53

Приход	до	25.00	50.00	80.00
	25.00	1-50.00	1-80.00	1+ ден.
	ден.	ден.	ден.	
На скала од 1-5 колку е глобалната економија виновна за инфлацијата?	4.11	4.10	4.11	4.02
На скала од 1-5 колку се големите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.83	3.71	3.82	3.54
На скала од 1-5 колку се малите маркети во Македонија виновни за инфлацијата?	3.62	3.44	3.39	3.10
На скала од 1-5 колку се домашните производители виновни за инфлацијата?	3.15	3.00	3.01	2.88
На скала од 1-5 колку се увозниците виновни за инфлацијата?	3.93	3.84	3.72	3.52
На скала од 1-5 колку е владата виновна за инфлацијата?	4.75	4.63	4.51	4.52
На скала од 1-5 колку е Ковид 19 виновен за инфлацијата?	3.77	3.83	3.73	3.61
На скала од 1-5 колку е војната во Украина виновна за инфлацијата?	3.84	3.81	3.68	3.57

Граф. А54

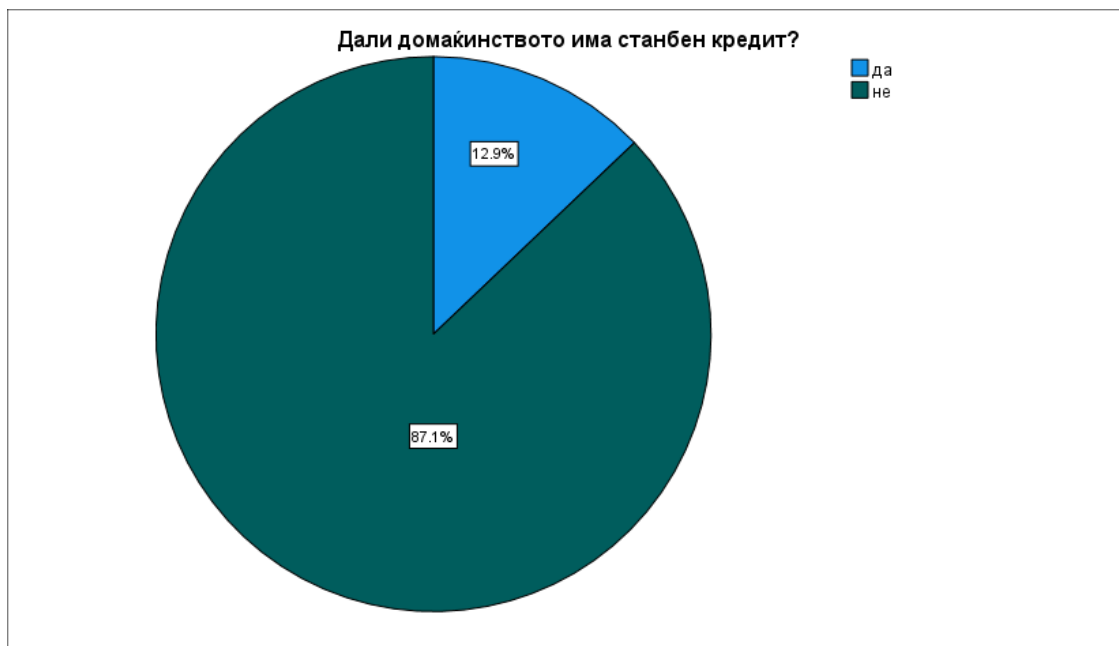


Граф. А55



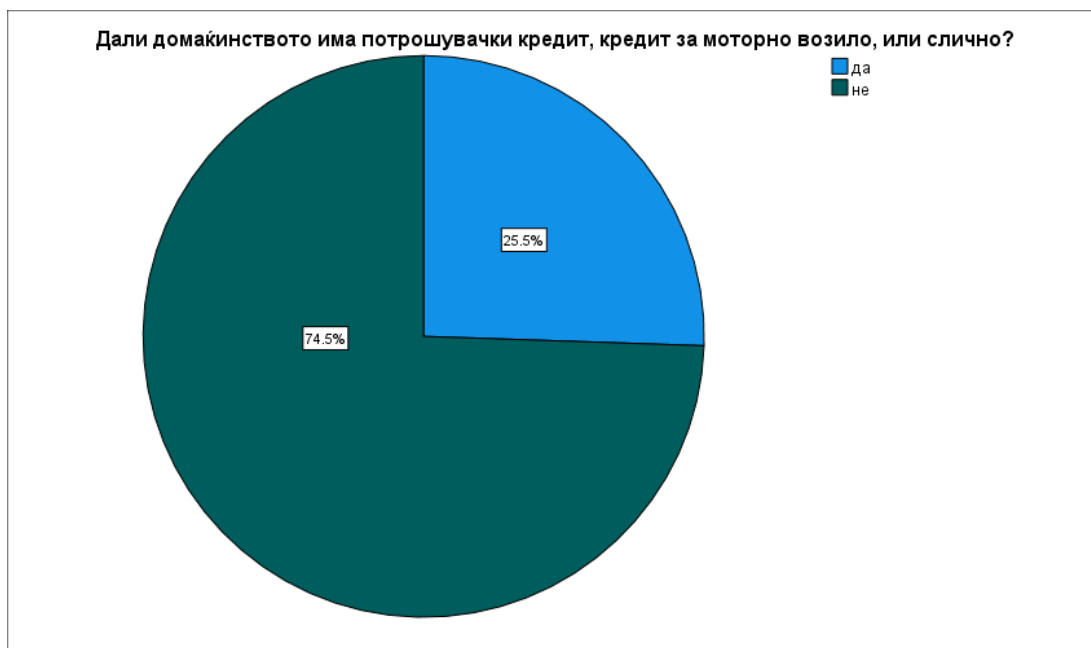
Таб/Граф. А56

Дали домаќинството има станбен кредит?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	да	235	12.8	12.9	12.9
	не	1586	86.4	87.1	100.0
	Вкупно	1820	99.2	100.0	
/	не знам	13	.7		
	н/о	2	.1		
	Вкупно	15	.8		
	Вкупно	1836	100.0		



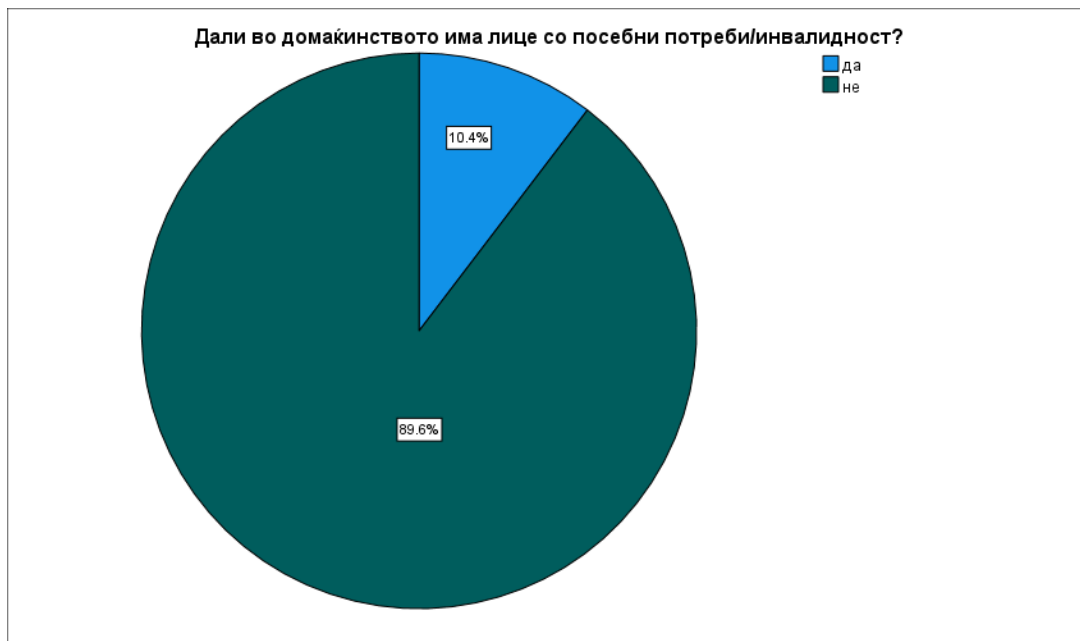
Таб/Граф. А57

Дали домаќинството има потрошувачки кредит, кредит за моторно возило, или слично?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	да	463	25.2	25.5	25.5
	не	1349	73.5	74.5	100.0
	Вкупно	1812	98.7	100.0	
/	не знам	23	1.2		
	н/о	1	.1		
	Вкупно	24	1.3		
	Вкупно	1836	100.0		



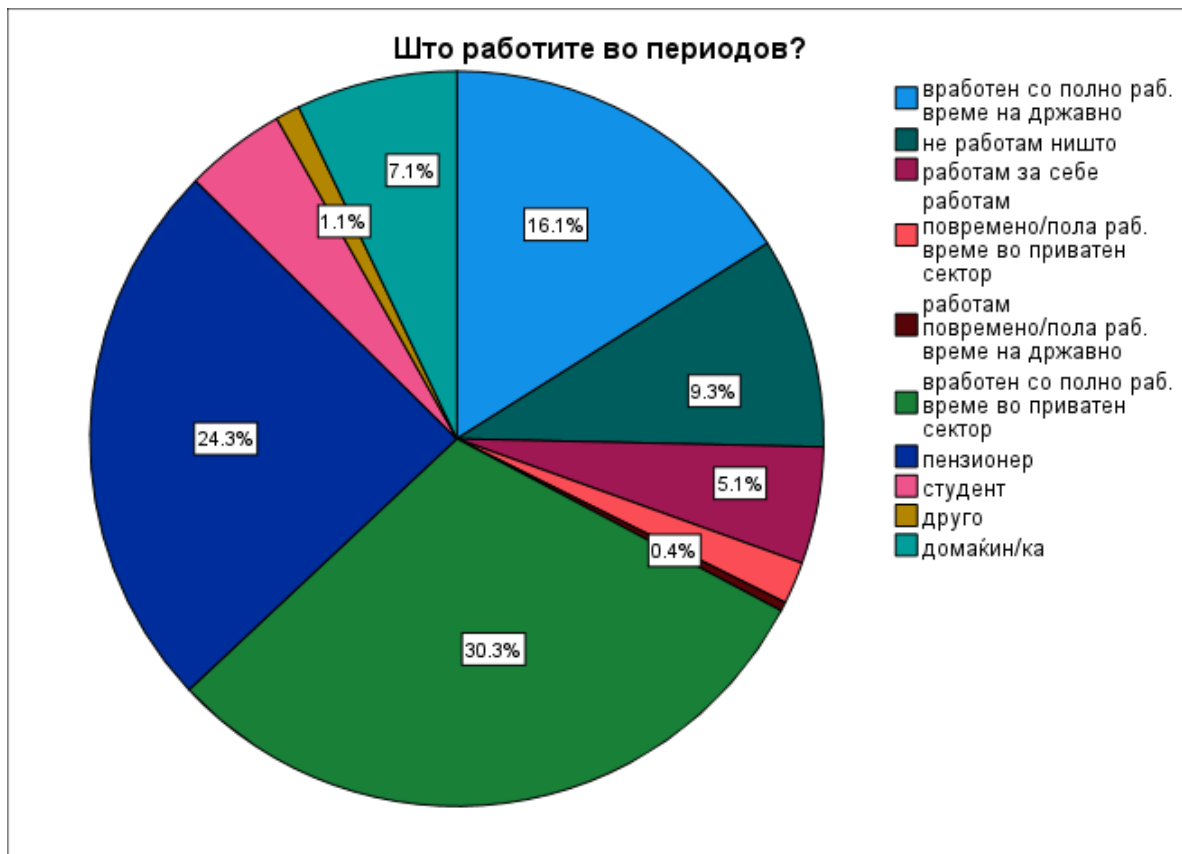
Таб/Граф. А58

Дали во домаќинството има лице со посебни потреби/инвалидност?					
		Број	Процент	Валиден Процент	Кумулативен Процент
	да	190	10.3	10.4	10.4
	не	1638	89.2	89.6	100.0
	Вкупно	1827	99.5	100.0	
/	н/о	8	.5		
Вкупно		1836	100.0		



Таб/Граф. А59

Што работите во периодов?					
		Бр ој	Проце нт	Валиден Процент	Кумулатив ен Процент
	вработен со полно раб. време на државно	29 4	16.0	16.1	16.1
	не работам ништо	17 0	9.2	9.3	25.4
	работам за себе	94	5.1	5.1	30.5
	работам повремено/пола раб. време во приватен сектор	34	1.8	1.9	32.3
	работам повремено/пола раб.време на државно	7	.4	.4	32.7
	вработен со полно раб. време во приватен сектор	55 3	30.2	30.3	63.0
	пензионер	44 5	24.2	24.3	87.4
	студент	81	4.4	4.5	91.8
	друго	20	1.1	1.1	92.9
	домаќин/ка	13 0	7.1	7.1	100.0
	Вкупно	18 27	99.6	100.0	
	/	не знам	1	.1	
н/о		7	.4		
Вкупно		8	.4		
Вкупно	18 36	100.0			



Анекс 2. Извештај од 1ва анкета

[Перцепции и ставови на граѓаните и домаќинствата за инфлацијата во Северна Македонија. Извештај од анкетно истражување, април 2023](#)