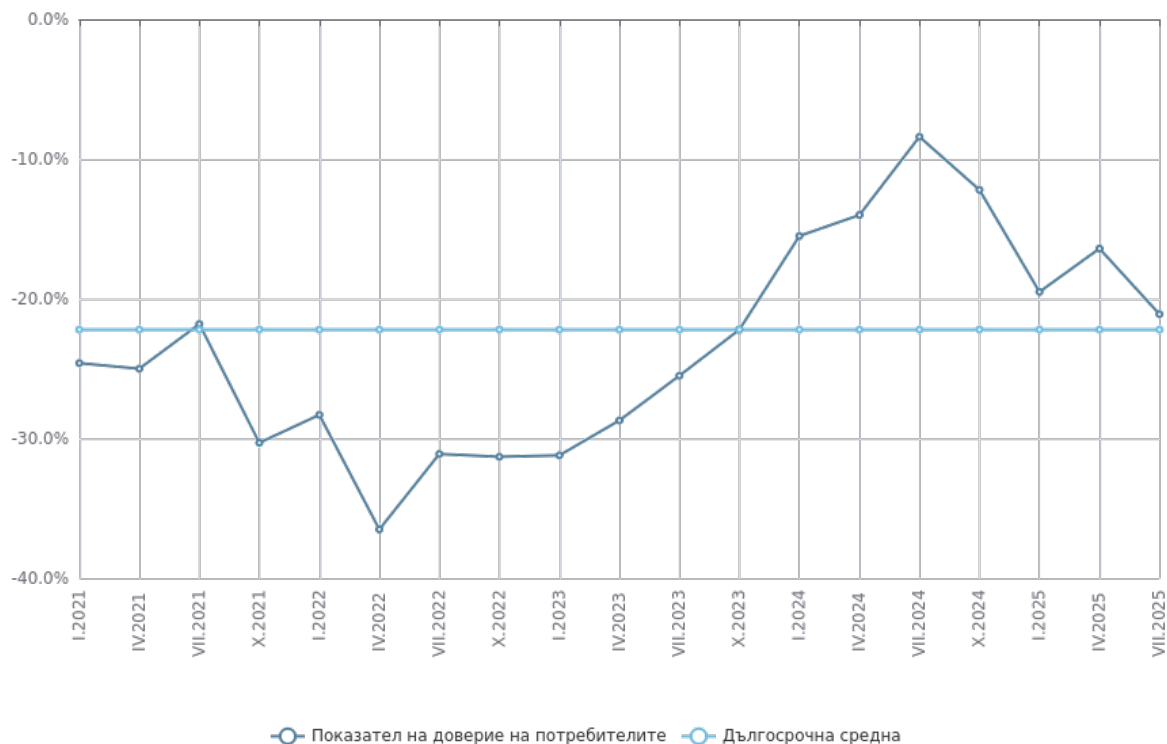




НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ - ЮЛИ 2025 ГОДИНА

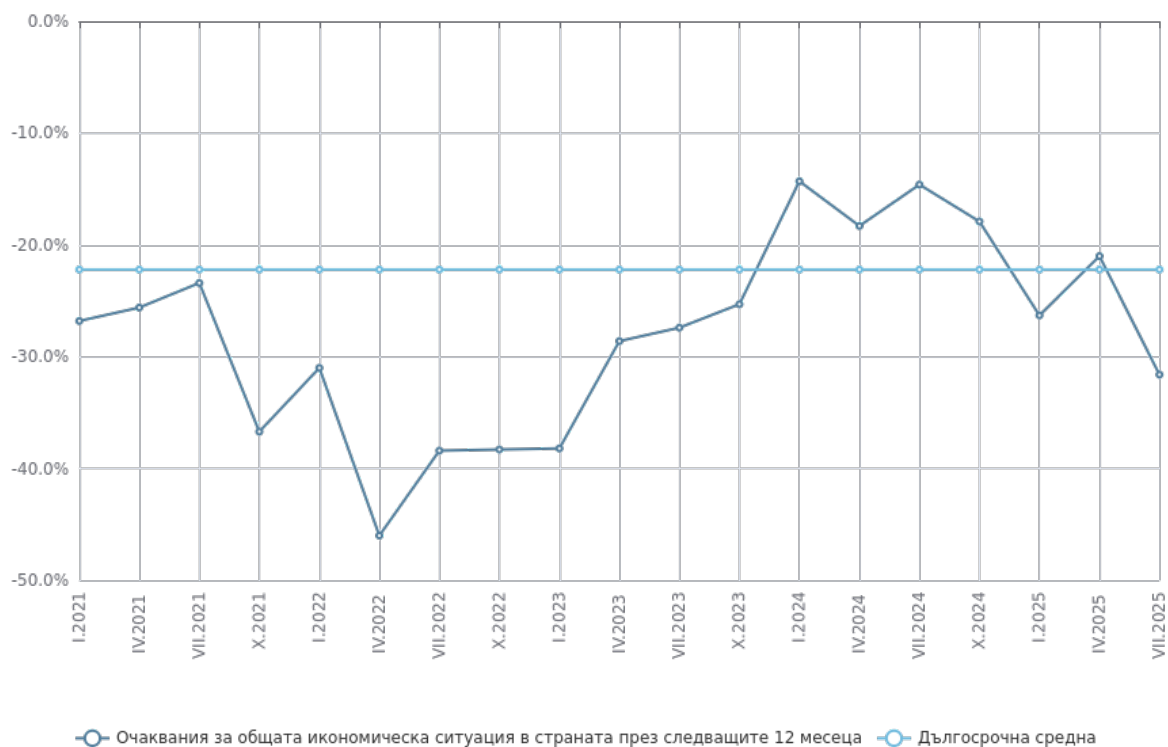
Общият показател на доверие на потребителите през юли 2025 г. намалява с 4.7 пункта в сравнение с април (от -16.4% на -21.1%) (виж фиг. 1), което се дължи на пониженото доверие сред населението както в градовете, така и в селата.

Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите

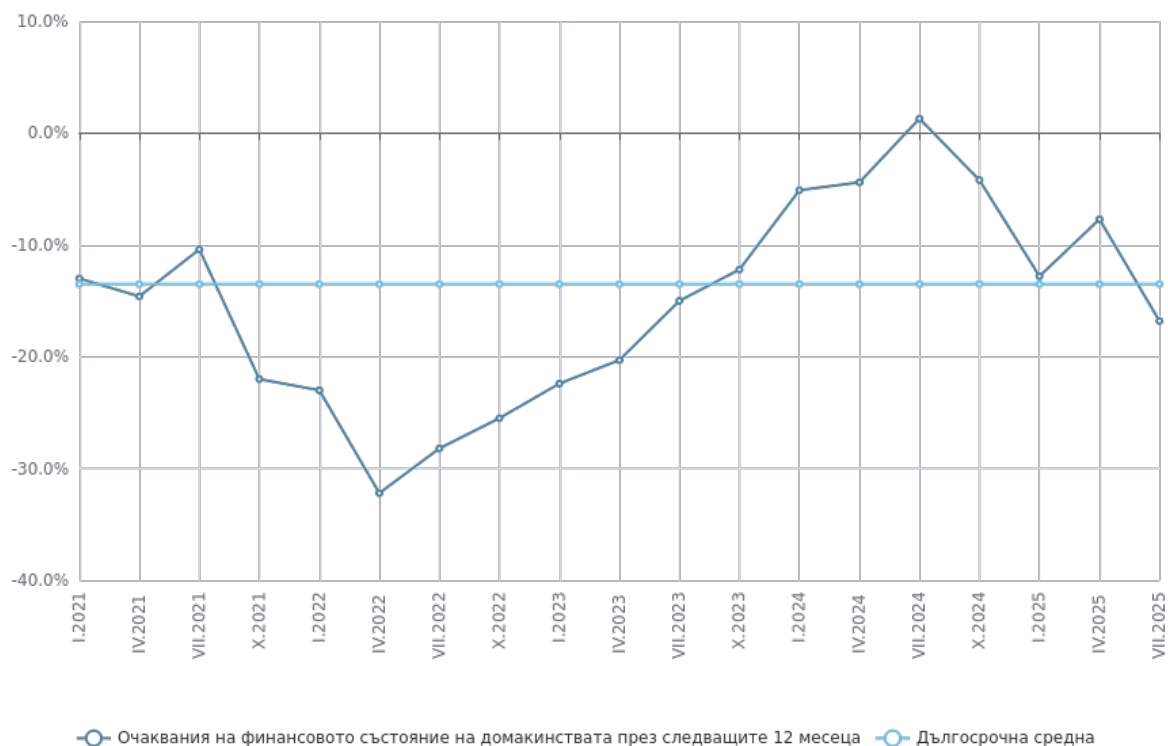


Общата оценка на потребителите за развитието на икономическата ситуация в страната през последните дванадесет месеца, както и очакванията за следващите дванадесет месеца (виж фиг. 2), са влошени спрямо предходното наблюдение, в резултат на което балансовите показатели намаляват съответно с 4.6 и 10.6 пункта. По-негативни в сравнение с три месеца по-рано са и оценките и очакванията им относно промените във финансовото състояние на техните домакинства (виж фиг. 3).

Фиг. 2. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца

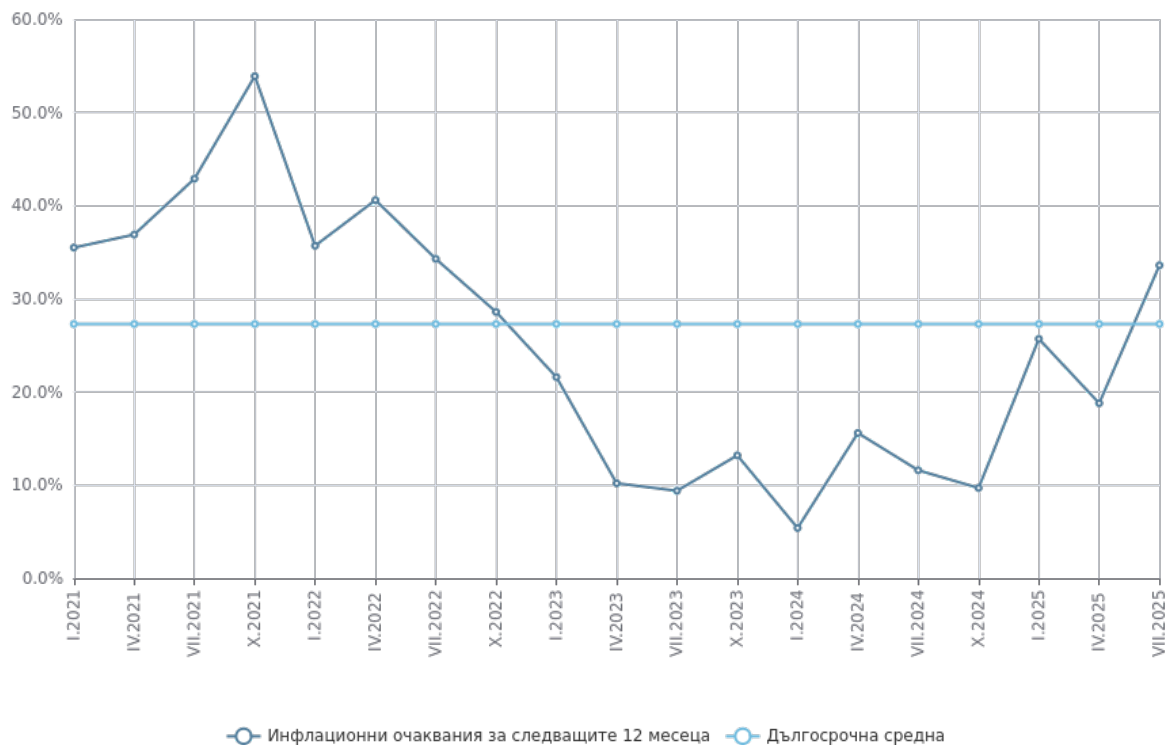


Фиг. 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



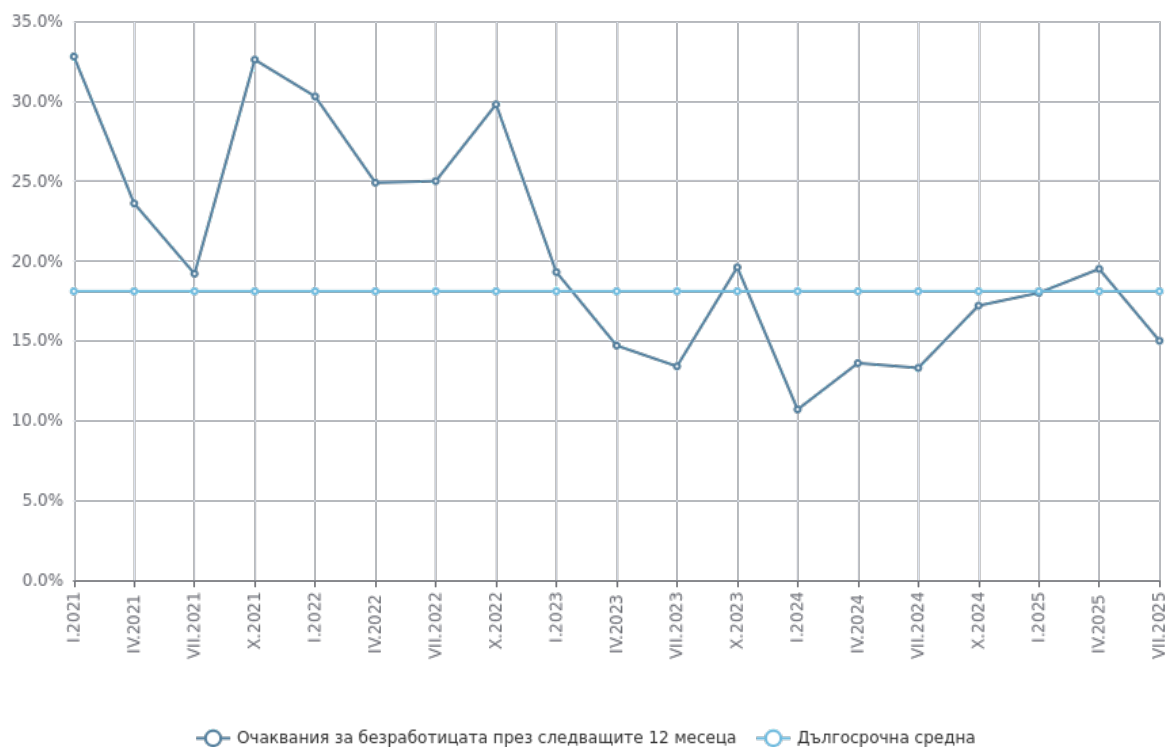
Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени. Същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца се засилват, в резултат на което балансовият показател се покачва с 14.8 пункта (виж фиг. 4).

Фиг. 4. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към запазване или незначително намаление, в следствие на което балансовият показател се понижава с 4.5 пункта (виж фиг. 5).

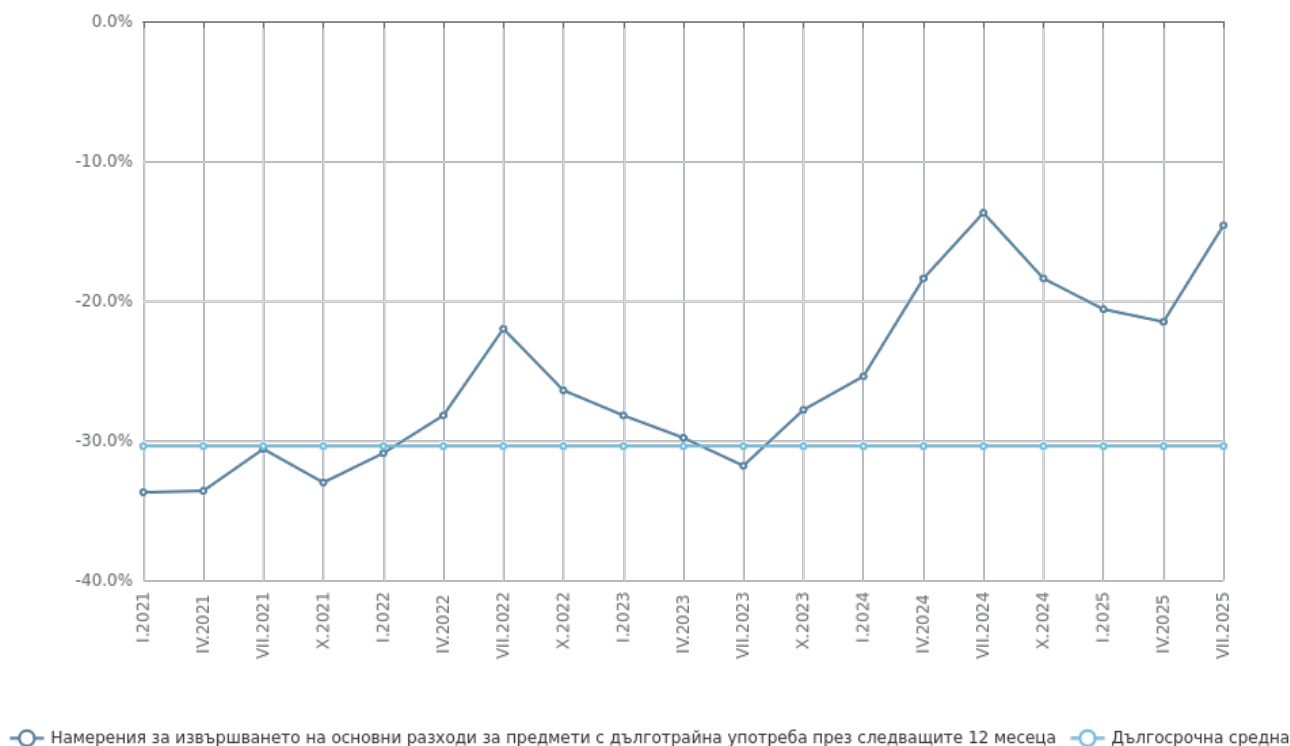
Фиг. 5. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Настоящата икономическа ситуация в страната се оценява от по-голяма част от потребителите като неблагоприятна за спестяване. Същевременно обаче през юли се наблюдава известен оптимизъм (от 6.1 пункта) в общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба^[1], като и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца (виж фиг. 6) се подобряват.

^[1] При коментара на отговорите относно покупките (разходите) трябва да се има предвид, че въпросите се задават тримесечно, макар че тези покупки (разходи) се извършват от потребителите през по-голям период от време. Ето защо е нормално преобладаващите стойности на балансите на мненията да са трайно разположени в отрицателната зона на графиките, но значение за икономическия анализ има посоката на движение на балансите на мненията като индикатори за положителна или отрицателна промяна.

Фиг. 6. Намерения за извършването на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба през следващите 12 месеца



Методологични бележки

Изследването е част от хармонизираната програма на Европейския съюз за наблюдения на бизнес тенденциите и наблюдение на потребителите и е представително за населението на 18 и повече години.

Обект на изследването са лицата на 18 и повече години, методът на подбор - случаен, гнездови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (154 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю „лице в лице“. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани с финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, инфлацията, безработицата, спестяванията, намеренията за извършване на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба и покупка на жилище или кола. Предлаганите варианти на отговор създават възможност за степенуването им от оптимистични през неутрални към песимистични. Балансът на мненията се получава като разлика между относителните дялове на положителните и относителните дялове на негативните мнения със следната особеност: на силно положителното и силно негативното мнение се дава коефициент 1, а на по-умерено положителните и по-умерено негативните мнения - коефициент 0.5.

С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в „нивото на доверие“ на потребителите, което от своя страна дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

Съгласно Общата хармонизирана програма на ЕС за бизнес наблюденията и наблюдение на потребителите показателят на доверие на потребителите се изчислява като средна аритметична на балансите на оценките и очакванията за финансовото състояние на домакинствата, очакванията за общата икономическа ситуация в страната и намеренията за извършването на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба.