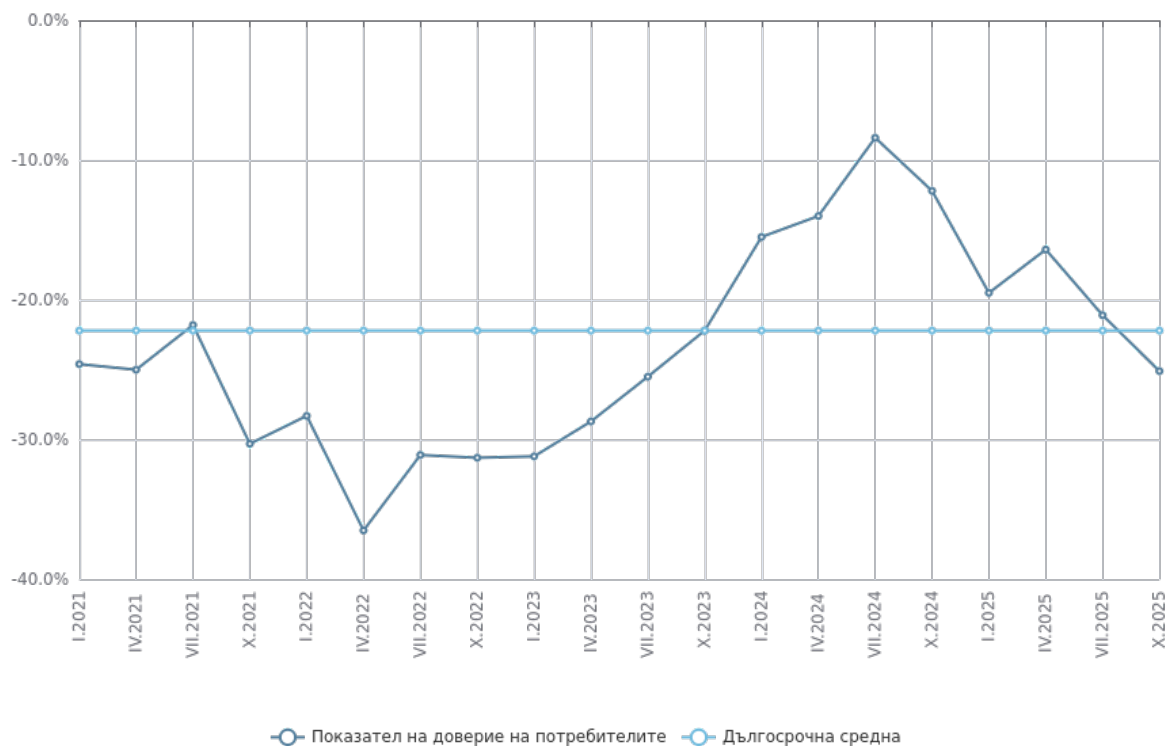




НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ - ОКТОМВРИ 2025 ГОДИНА

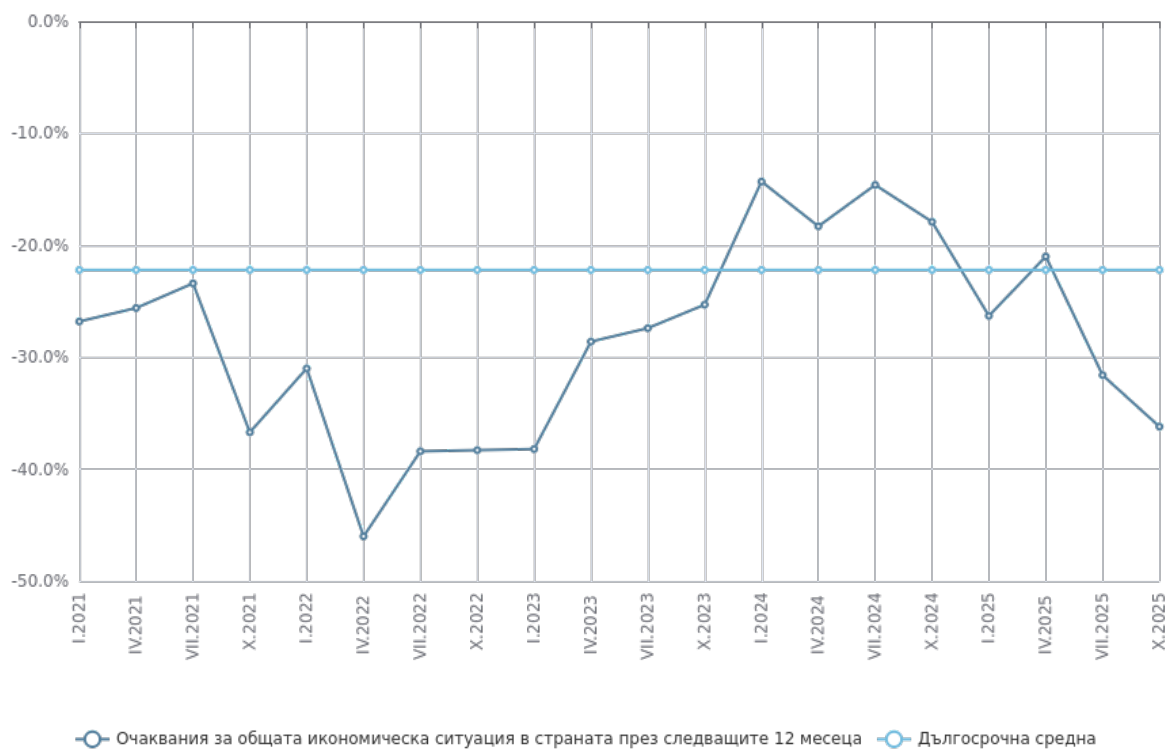
Общият показател на доверие на потребителите през октомври 2025 г. спада с 4.0 пункта спрямо нивото си от юли (от -21.1% на -25.1%) (виж фиг. 1), което се дължи на пониженото доверие сред населението както в градовете, така и в селата - съответно с 3.0 и с 6.2 пункта.

Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



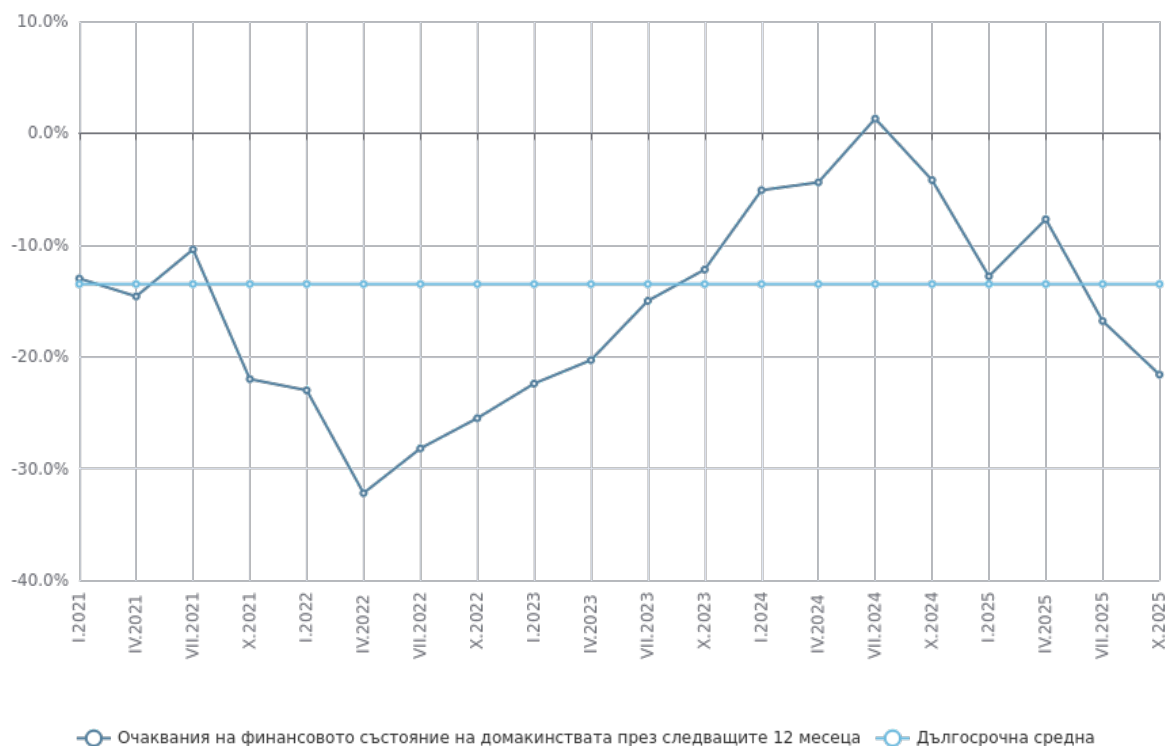
Мненията за развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца, както и очакванията за следващите дванадесет месеца (виж фиг. 2), са по-негативни в сравнение с предходното наблюдение.

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



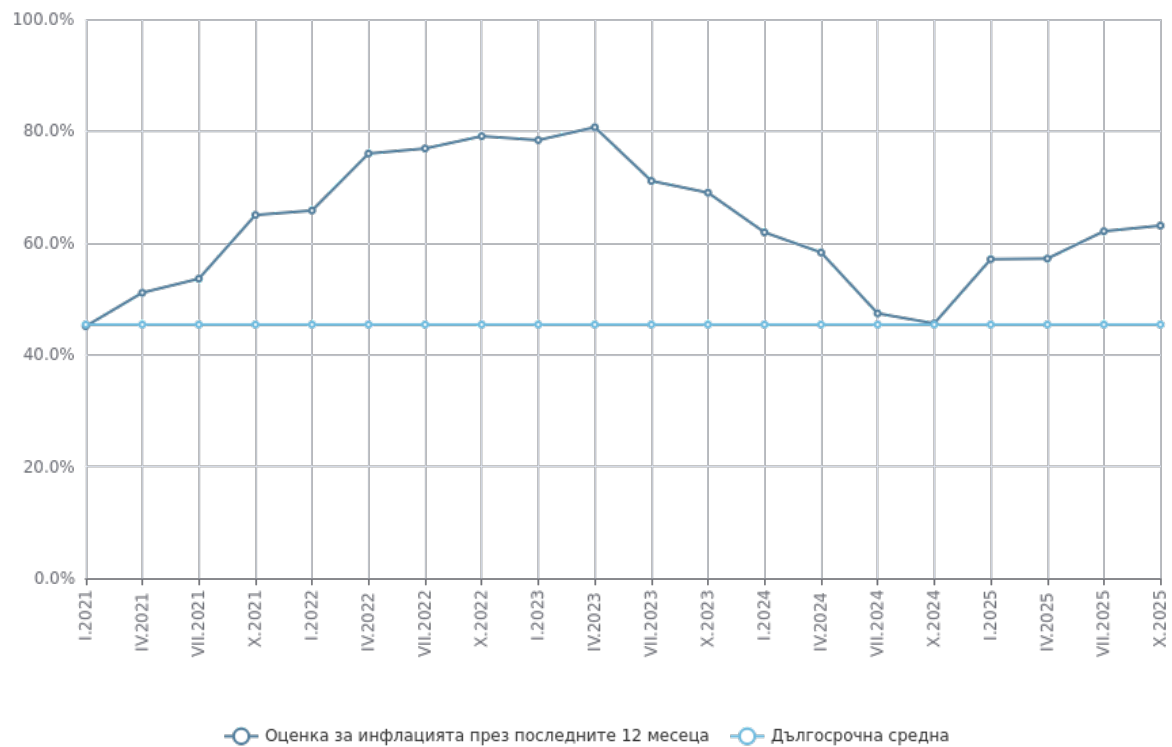
През октомври се наблюдава и нарастване на песимизма в оценките на потребителите за настъпилите промени във финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца и в очакванията им за следващите дванадесет месеца (виж фиг. 3), в резултат на което балансовите показатели се понижават съответно с 2.8 и с 4.8 пункта.

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



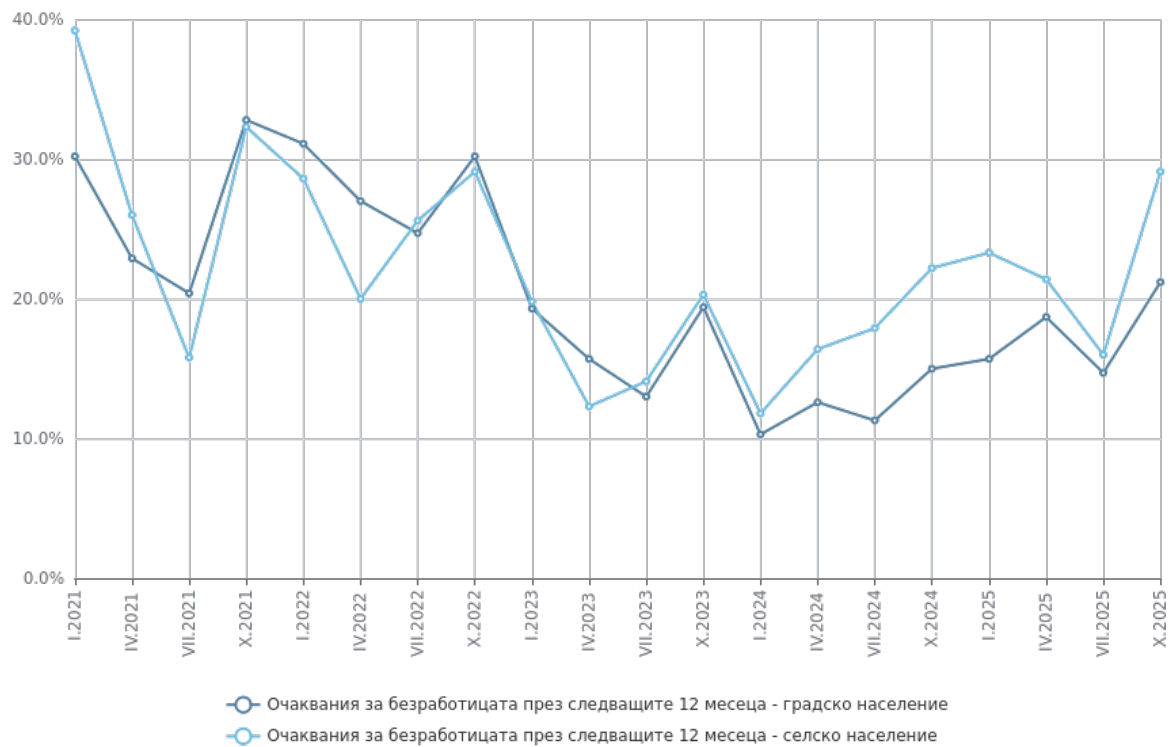
Оценките за изменението на потребителските цени през последните дванадесет месеца (виж фиг. 4) са по-неблагоприятни в сравнение с мненията, изразени три месеца по-рано, като инфлационните очаквания се запазват и за следващите дванадесет месеца.

Фиг. 4. Оценка за инфлацията през последните 12 месеца



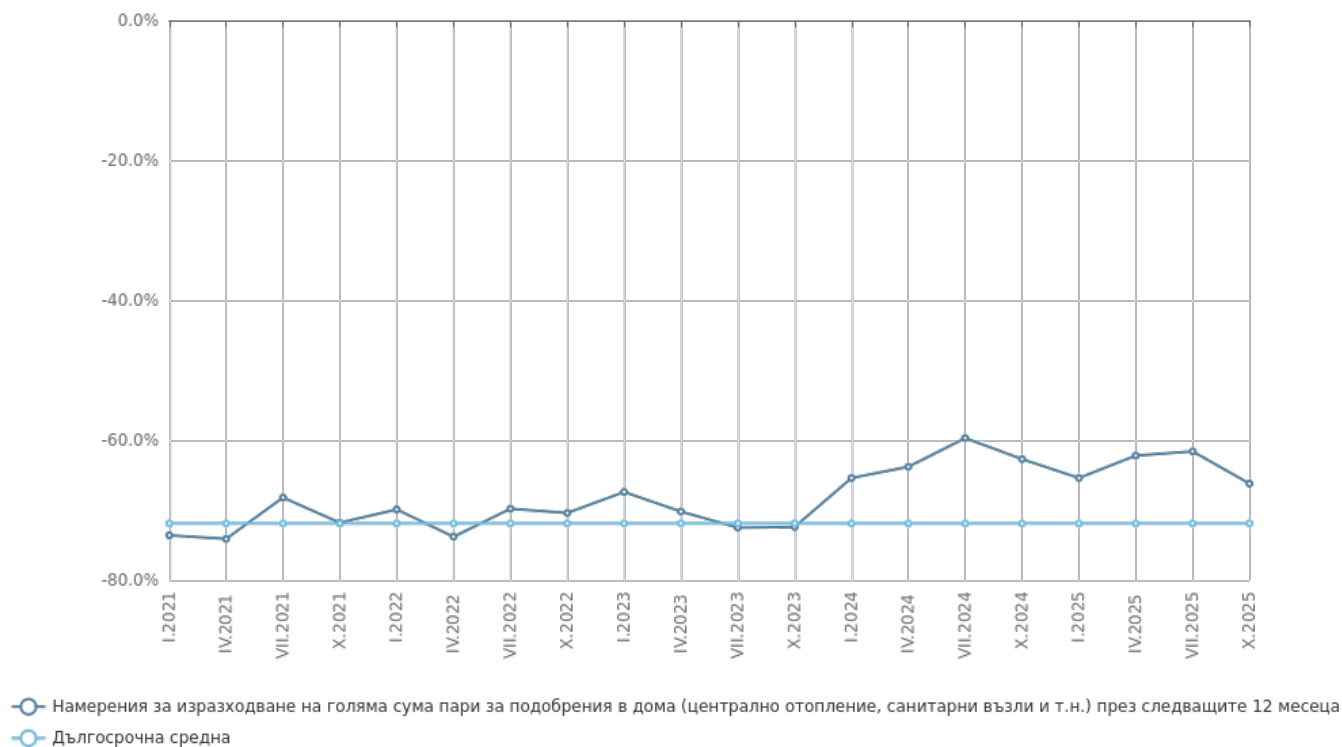
По отношение на безработицата в страната през следващите дванадесет месеца песимизмът нараства, като мненията на населението и от градовете, и от селата се изместват към по-негативните очаквания (виж фиг. 5).

Фиг. 5. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Настоящата икономическа ситуация в страната продължава да се оценява от по-голяма част от потребителите като неблагоприятна за спестяване, а и очакванията им относно възможността да спестяват през следващите дванадесет месеца се влошават. Негативна е и нагласата им по отношение на извършването на разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба^[1], за „покупка или построяване на жилище (вила)“ и за „подобрения в дома“ (виж фиг. 6) през следващите дванадесет месеца.

Фиг. 6. Намерения за изразходване на голяма сума пари за подобрения в дома през следващите 12 месеца



^[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.

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.