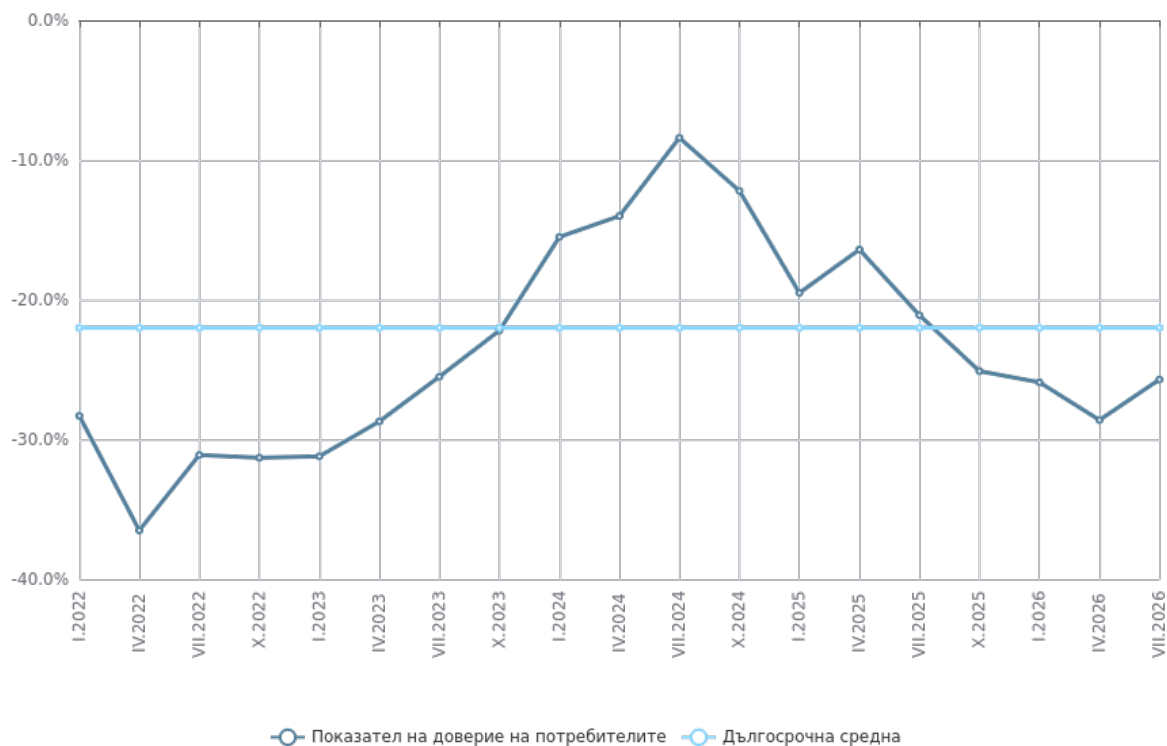




НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ - ЮЛИ 2026 ГОДИНА

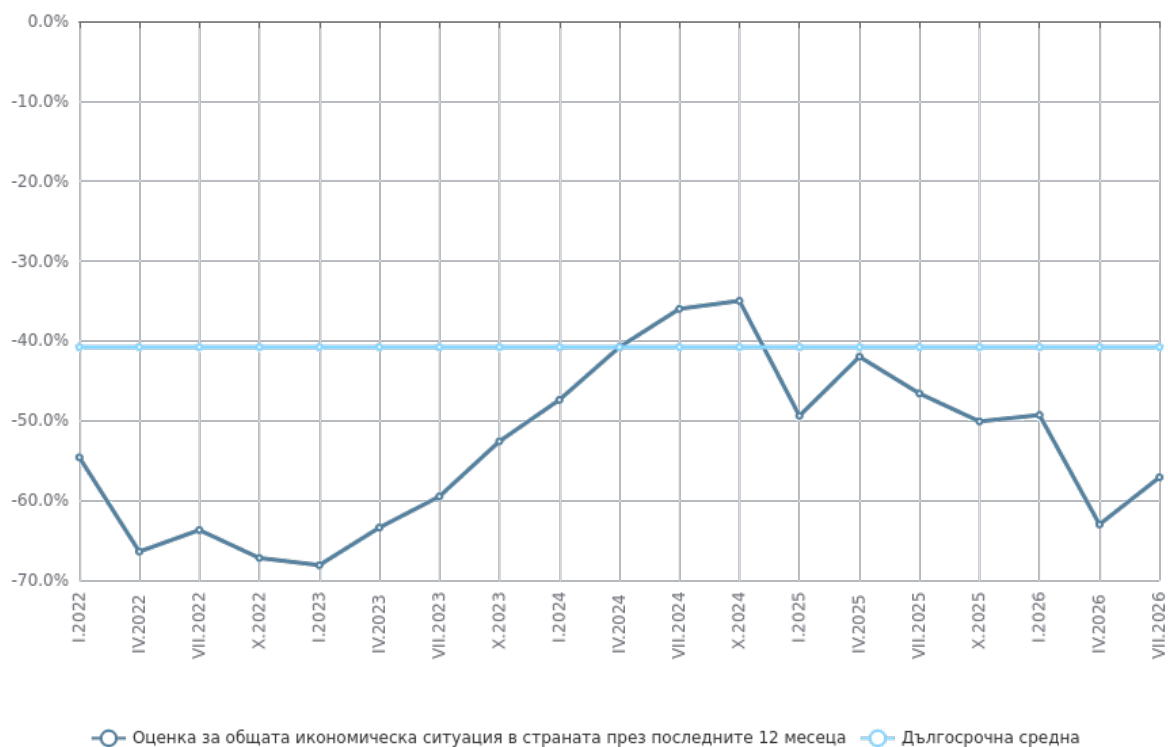
Общият показател на доверие на потребителите през юли 2026 г. нараства с 2.9 пункта в сравнение с април (от -28.6% на -25.7%) (виж фиг. 1). Повишение на потребителското доверие се отчита сред населението както в градовете, така и в селата - съответно с 1.1 и 7.7 пункта.

Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите

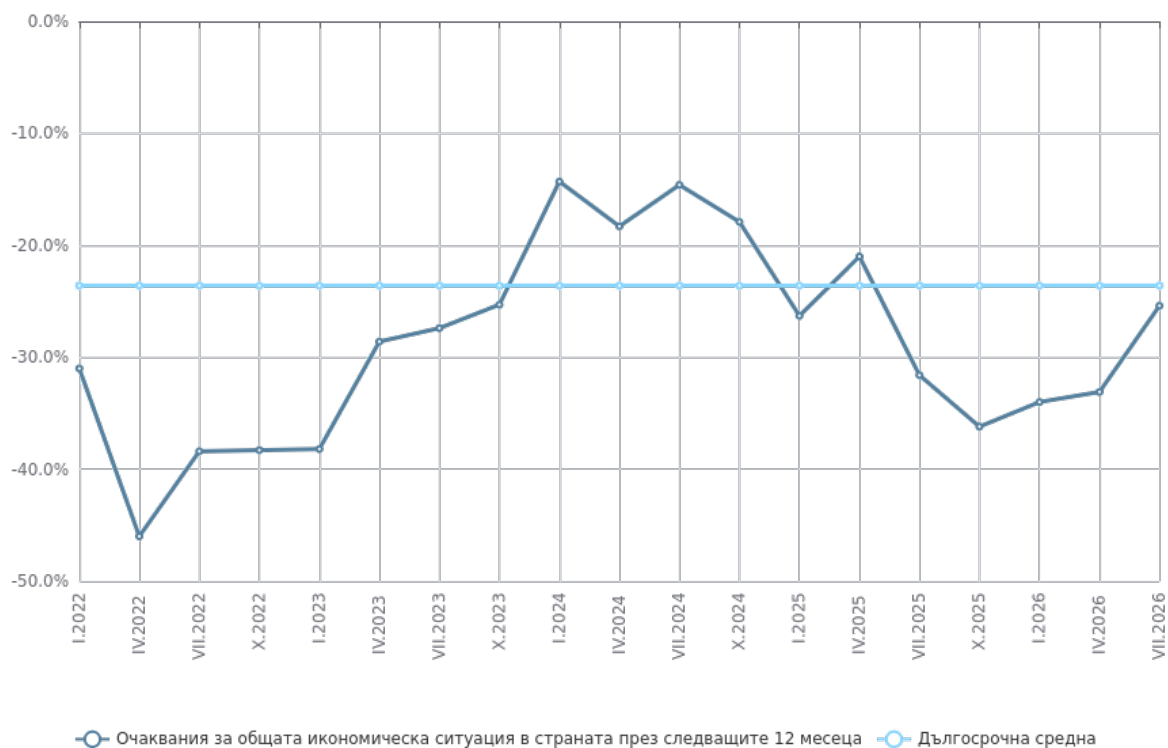


Според оценките на потребителите има известна положителна промяна в развитието на общата икономическа ситуация в страната през последните дванадесет месеца (виж фиг. 2), като и очакванията им за следващите дванадесет месеца са по-благоприятни в сравнение с предходното наблюдение (виж фиг. 3).

Фиг. 2. Оценка за общата икономическа ситуация в страната през последните 12 месеца

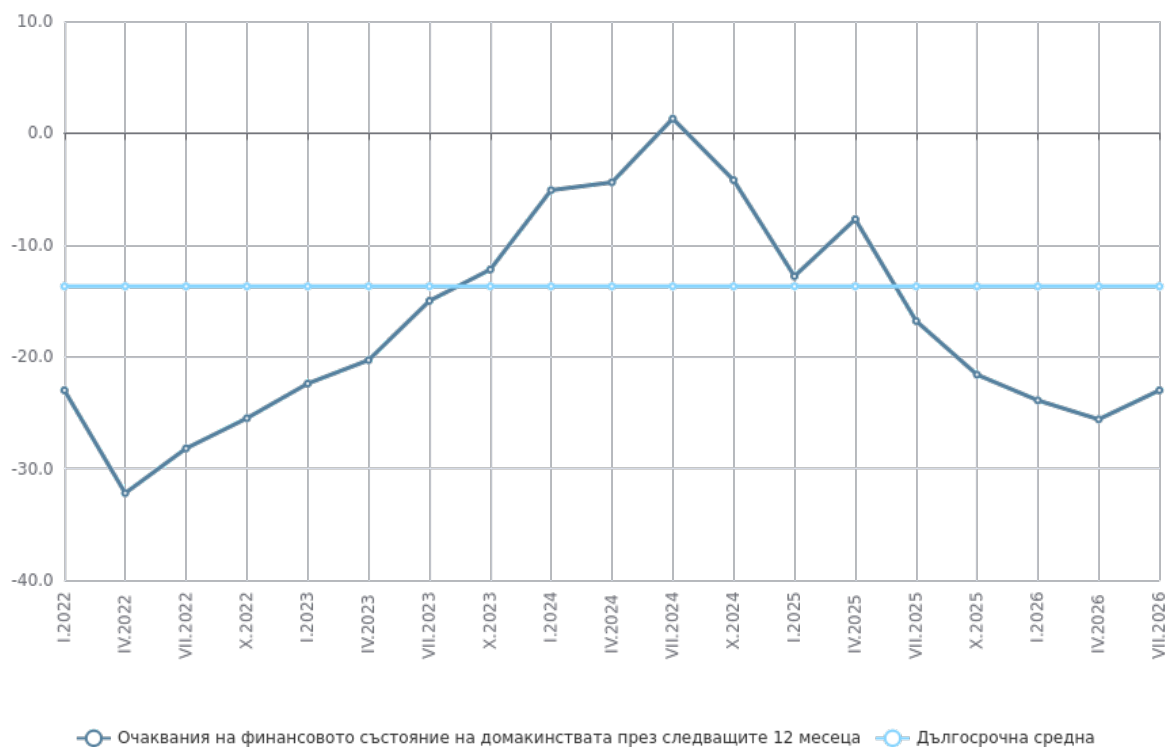


Фиг. 3. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца



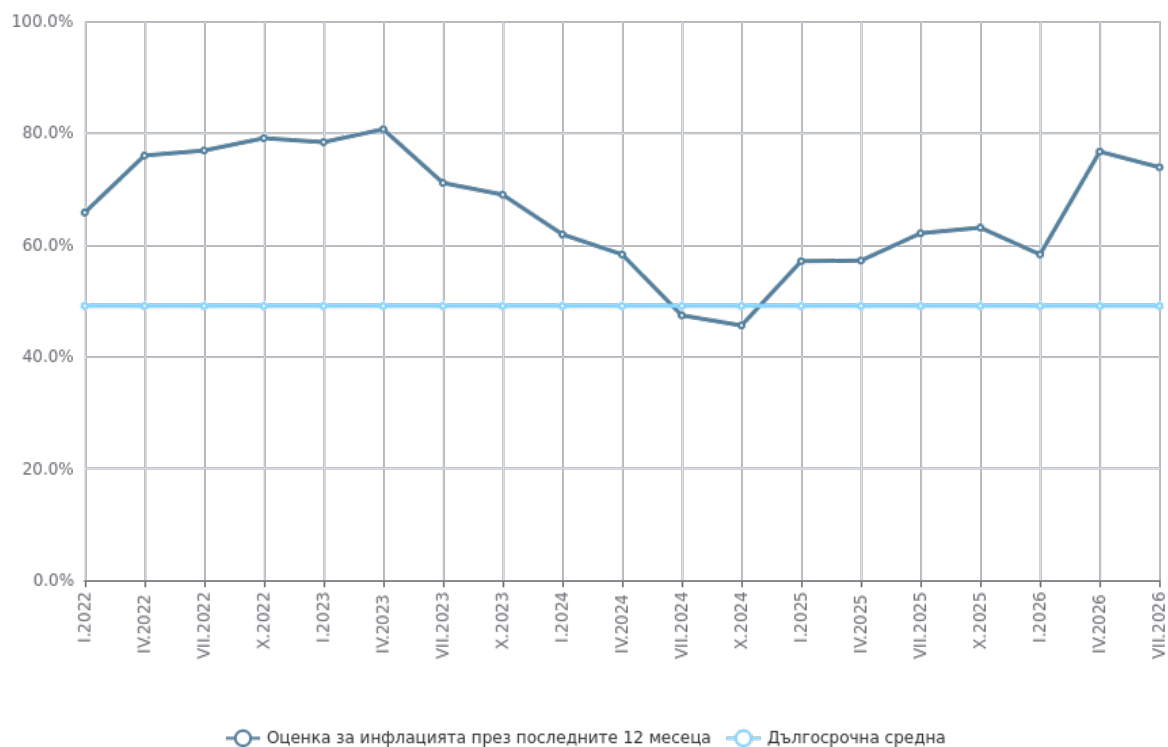
В сравнение с април намалява песимизмът както в оценките за настъпилите промени във финансовото състояние на домакинствата през последните дванадесет месеца, така и в прогнозите за следващите дванадесет месеца (виж фиг. 4).

Фиг. 4. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



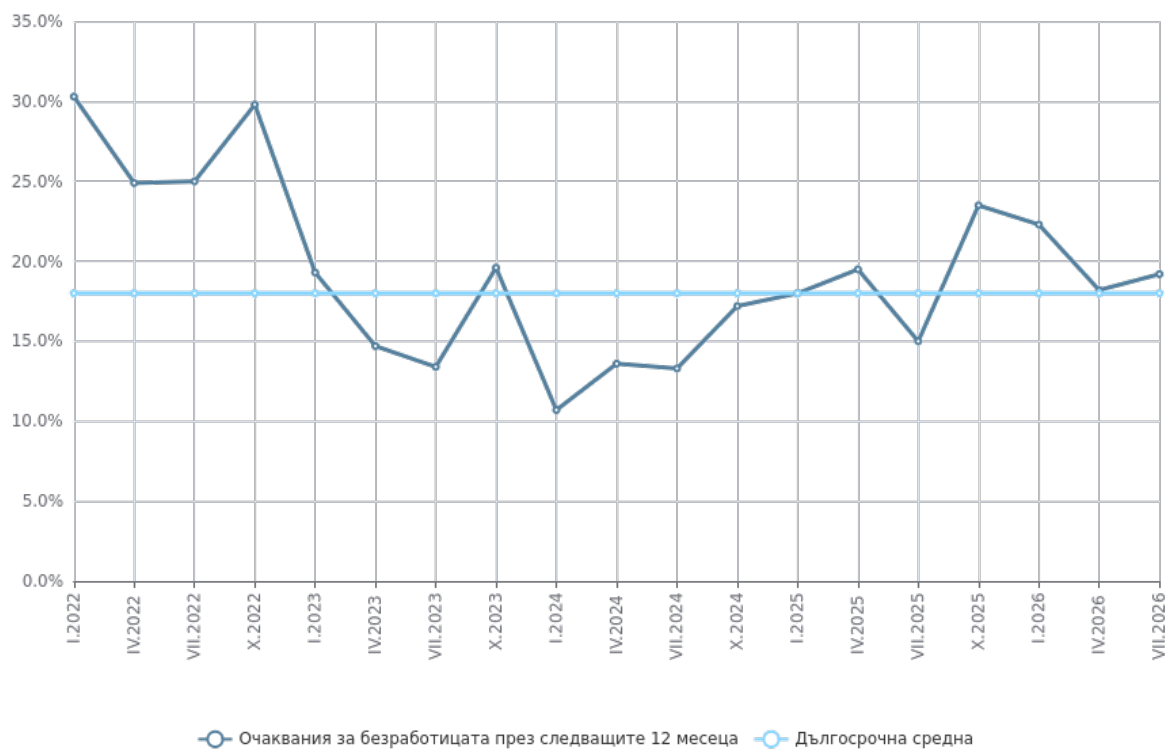
Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо спрямо оценките, регистрирани от предходната анкета (виж фиг. 5). Същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-умерени.

Фиг. 5 Оценка за инфлацията през последните 12 месеца



Очакванията на потребителите относно безработицата в страната през следващите дванадесет месеца обаче са по-неблагоприятни (виж фиг. 6) в сравнение с мненията, изразени три месеца по-рано.

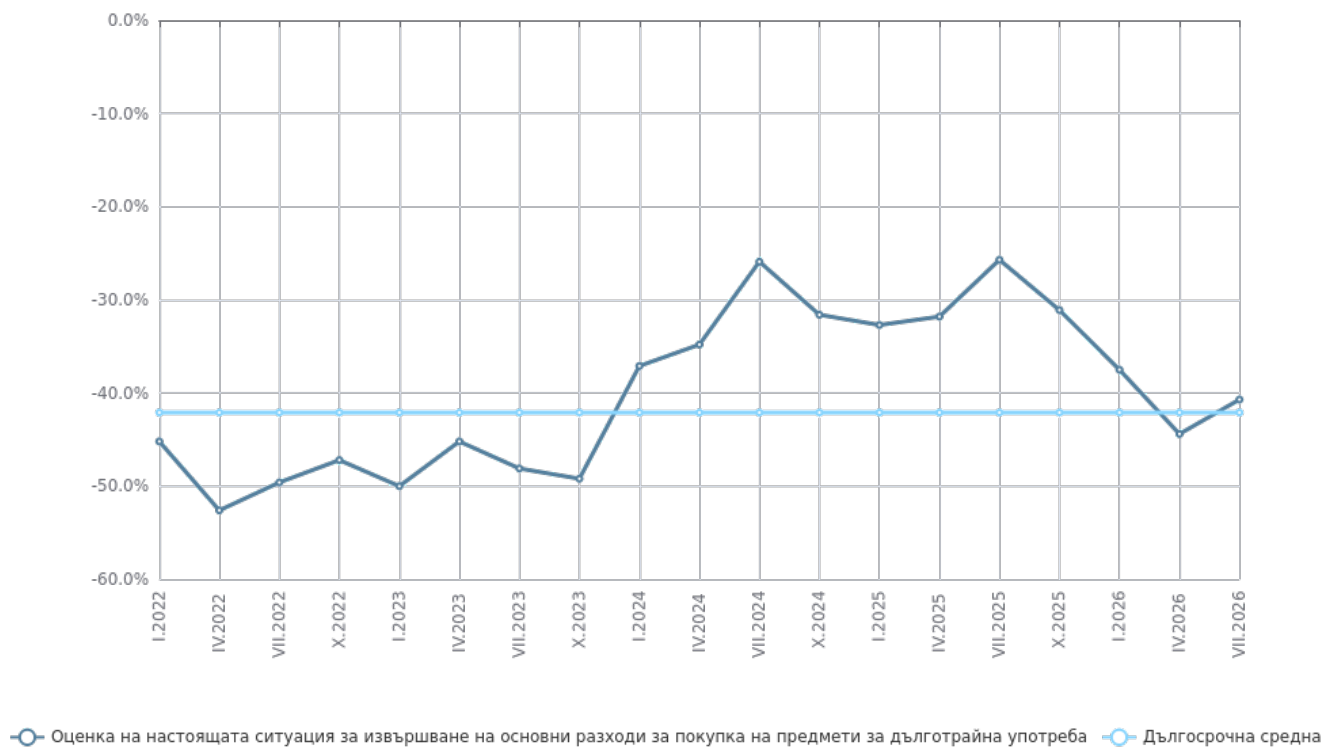
Фиг. 6. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Последната анкета отчита малко по-позитивна обща оценка на настоящата ситуация за извършване на основни разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба^[1] (виж фиг. 7), като и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца са благоприятни.

^[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. 7. Оценка на настоящата ситуация за извършване на основни разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба



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.