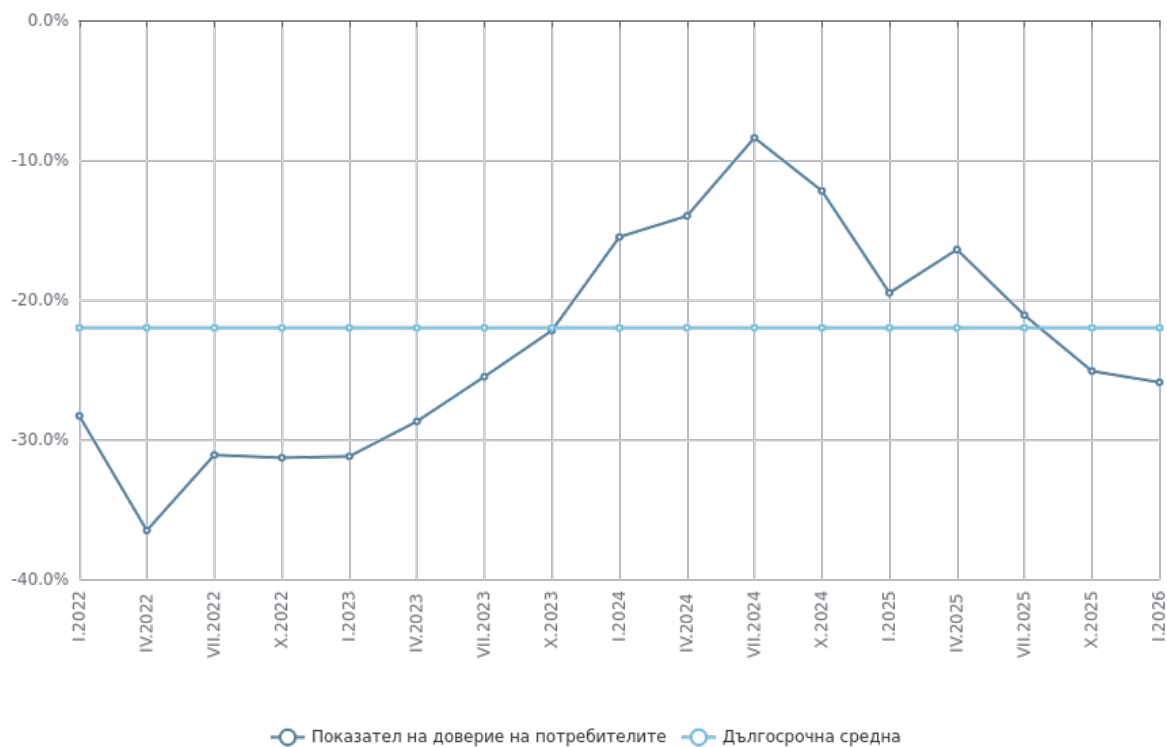




НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ - ЯНУАРИ 2026 ГОДИНА

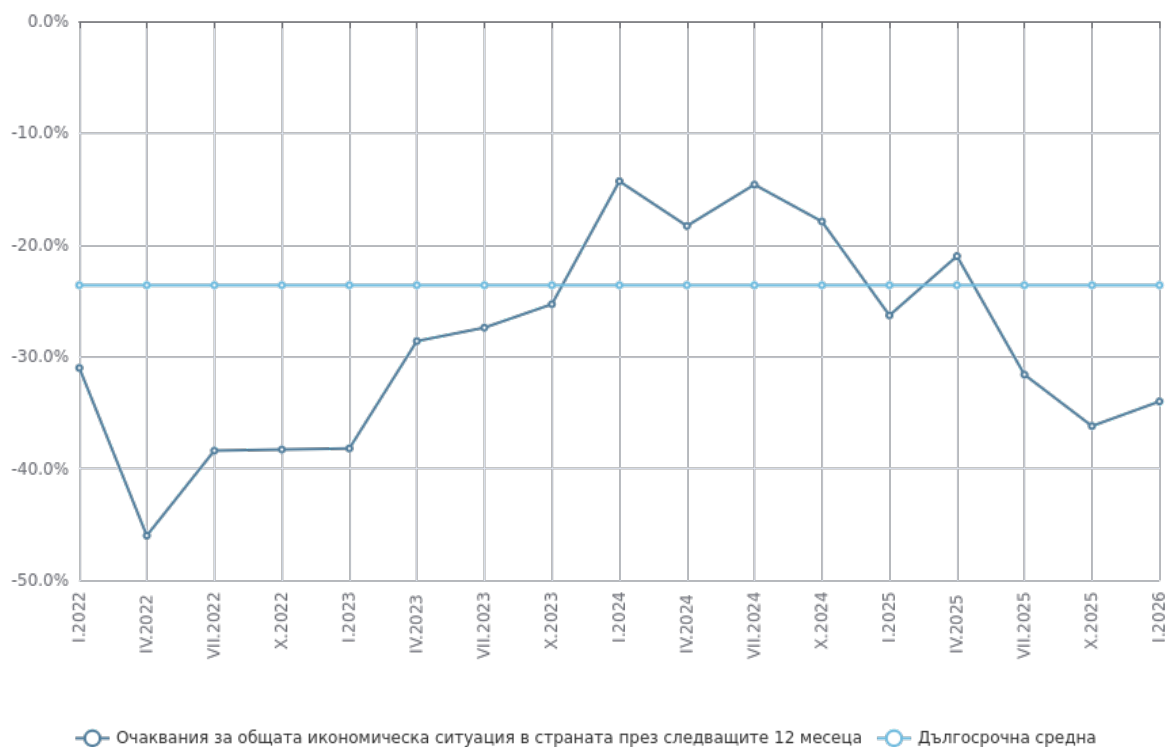
Общият показател на доверие на потребителите през януари 2026 г. намалява с 0.8 пункта в сравнение с октомври 2025 г. (от -25.1% на -25.9%) (виж фиг.1), което се дължи изцяло на пониженото доверие сред градското население.

Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



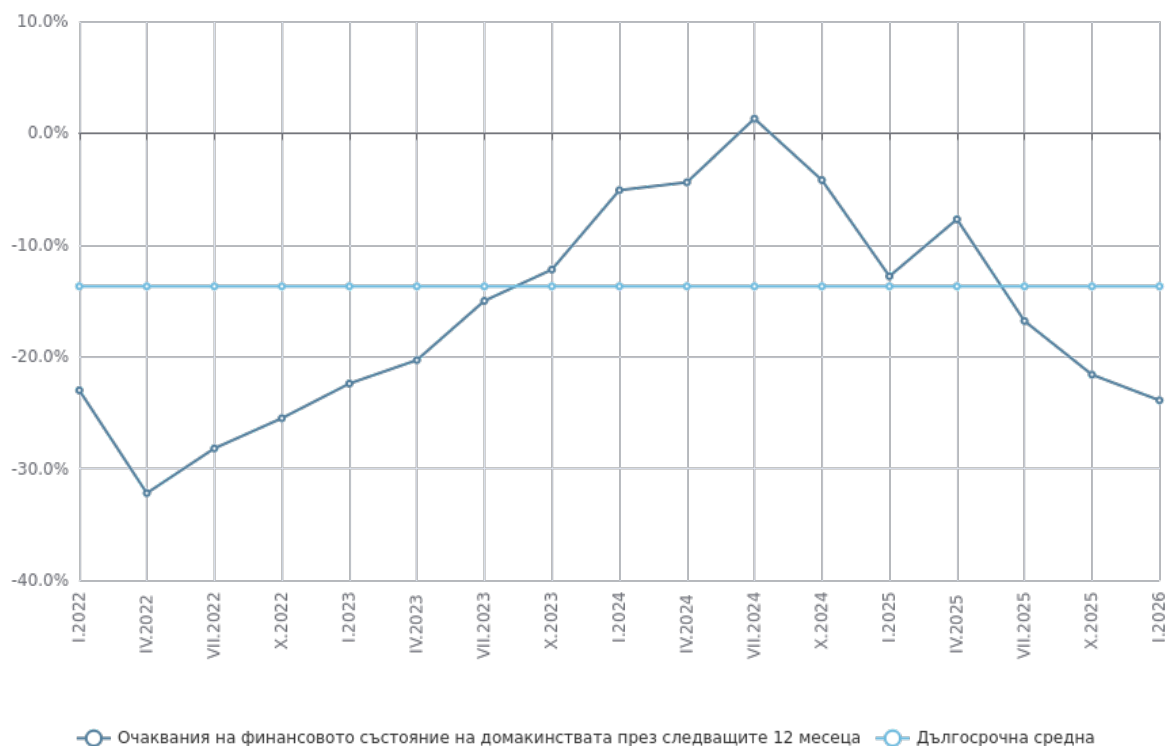
Общата оценка за развитието на икономическата ситуация в страната през последните дванадесет месеца остава без съществена промяна спрямо предходното наблюдение. Същевременно обаче прогнозите за следващите дванадесет месеца са малко по-благоприятни, в резултат на което балансовият показател се повишава с 2.2 пункта (виж фиг. 2).

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



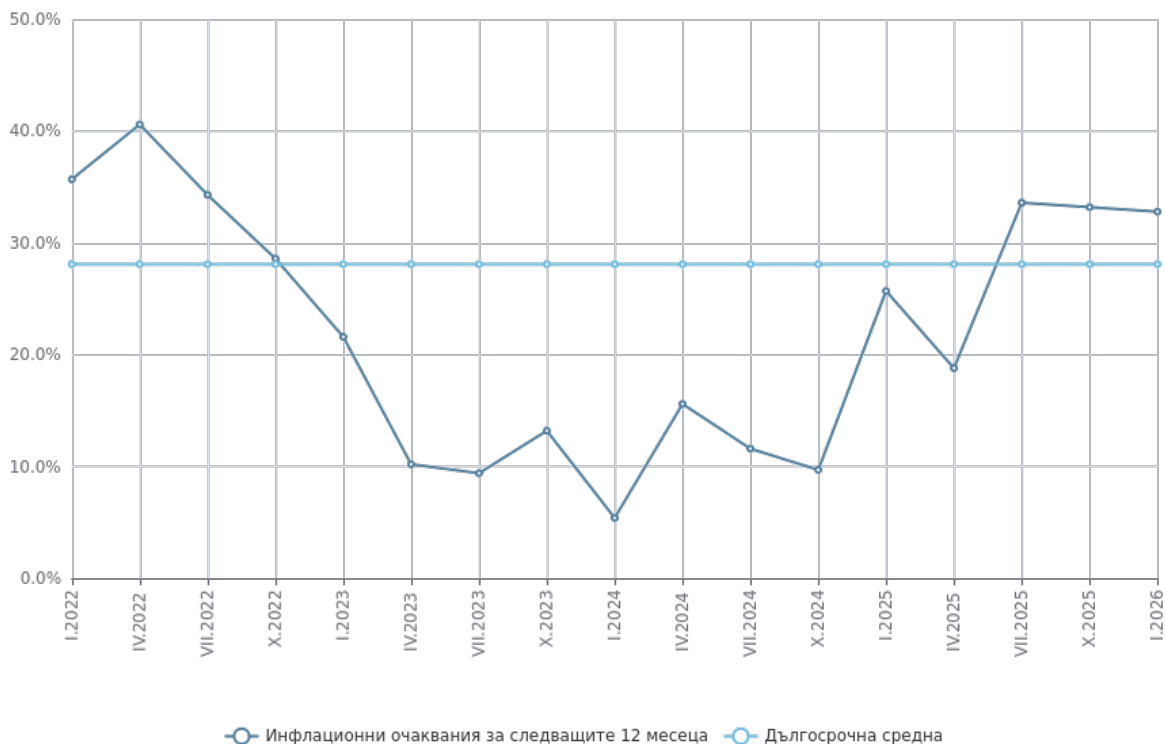
По отношение на финансовото състояние на домакинствата през последните дванадесет месеца се наблюдава намаление на песимизма в оценките на живеещите в селата, за разлика от населението в градовете, което е по-негативно настроено в сравнение с три месеца по-рано. Прогнозите за следващите дванадесет месеца и на градското, и на селското население обаче са по-неблагоприятни (виж фиг. 3).

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



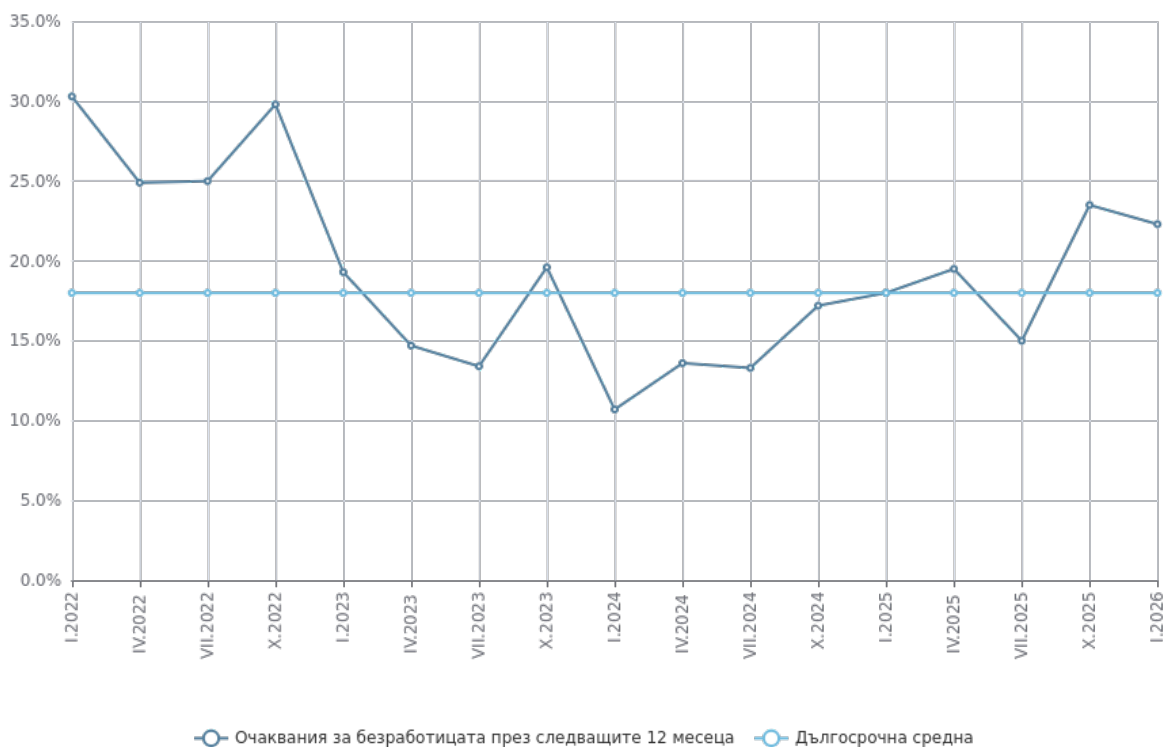
Потребителите продължават да считат, че през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени, но с по-слабо темпо, като същевременно и инфлационните им очаквания за следващите дванадесет месеца са по-слабо изразени (виж фиг. 4).

Фиг. 4. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



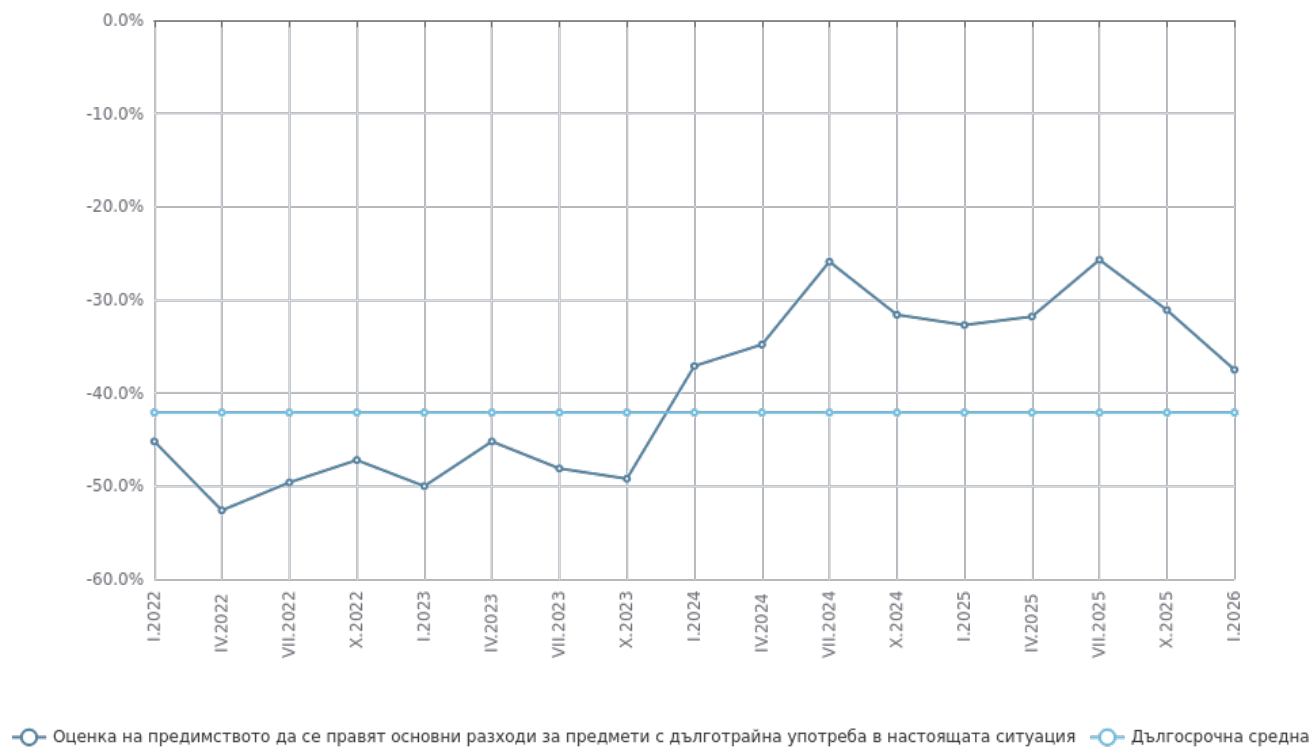
Относно безработицата в страната през следващите дванадесет месеца прогнозите се изместват към по-умерените мнения, в резултат на което балансовият показател се понижава с 1.2 пункта (виж фиг. 5).

Фиг. 5. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



Последната анкета отчита влошаване на общата оценка на настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба^[1] (виж фиг. 6), като и намеренията на потребителите да извършват такива разходи през следващите дванадесет месеца са по-резервирани. Негативна е нагласата им и по отношение на извършването на разходи за „подобрения в дома“ и „покупка на кола“ през следващите дванадесет месеца.

Фиг. 6. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация



^[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. Предлагащите 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.