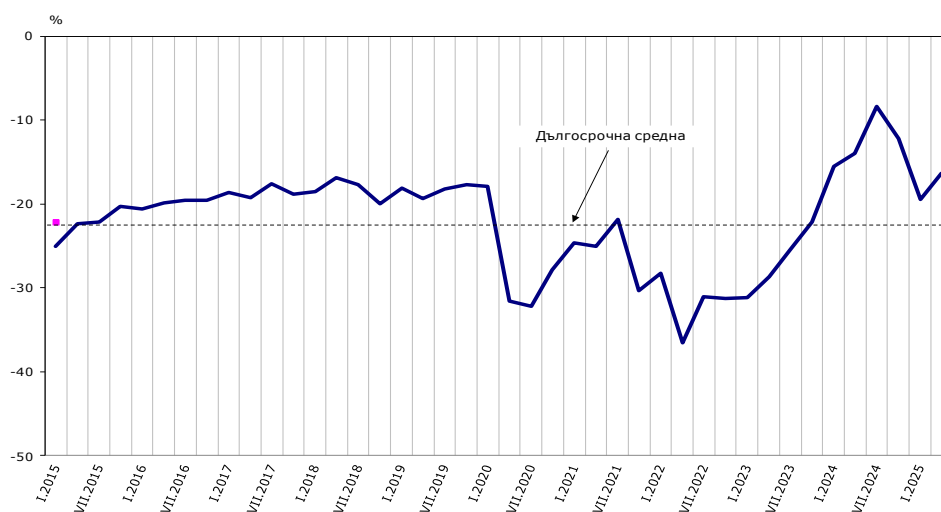




НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2025 ГОДИНА

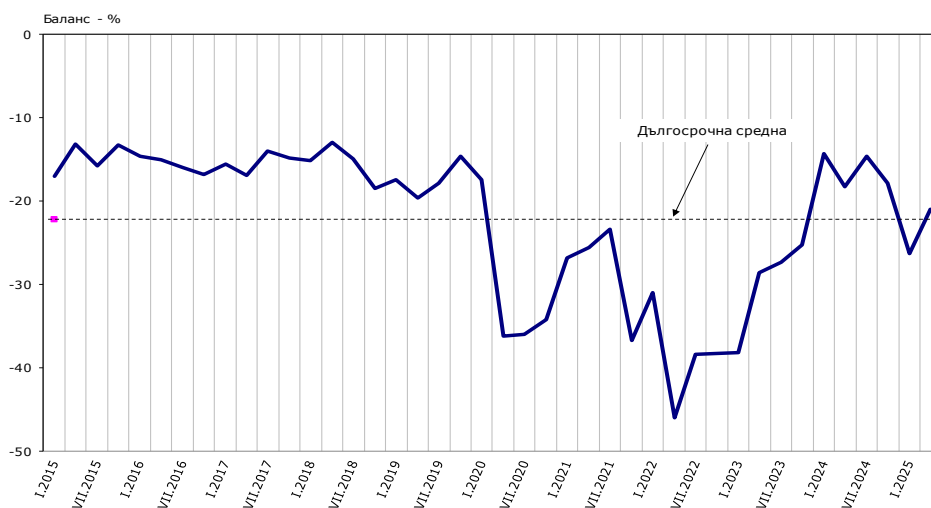
Общият показател на доверие на потребителите през април 2025 г. нараства с 3.1 пункта спрямо януарското си равнище (от -19.5% на -16.4%) (виж фиг. 1). Подобрене на потребителското доверие се отчита както сред населението в градовете, така и сред това в селата - съответно с 2.3 и 4.8 пункта.

Фиг. 1. Показател на доверие на потребителите



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

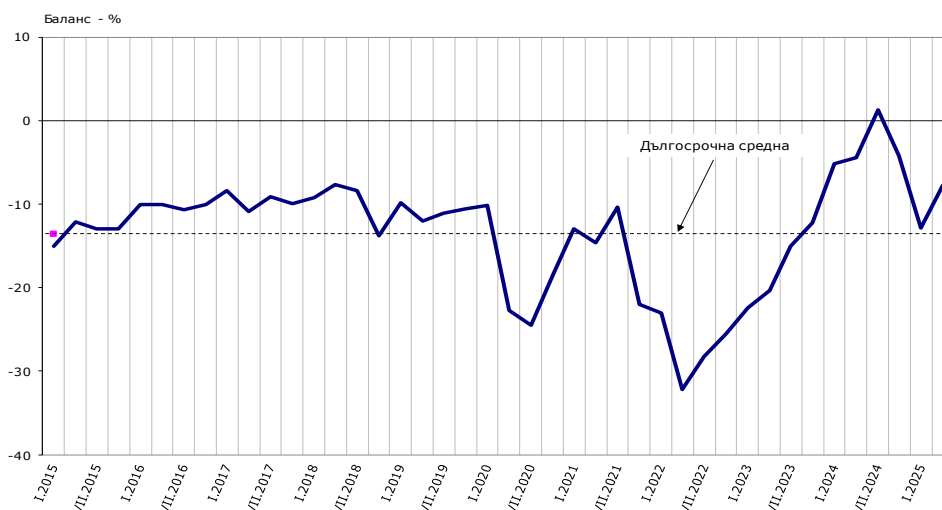
Фиг. 2. Очаквания за общата икономическа ситуация в страната през следващите 12 месеца



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2025 ГОДИНА

В сравнение с януари се наблюдава и намаление 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).

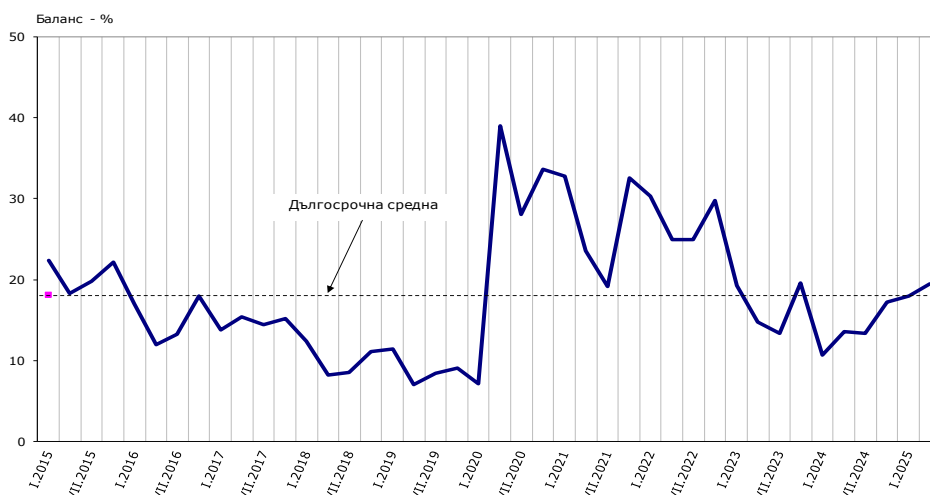
Фиг. 3. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



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

Относно безработицата в страната прогнозите са, че ще има известно съкращаване на персонал през следващите дванадесет месеца, като според населението в градовете то ще бъде с по-високо темпо (виж фиг. 4).

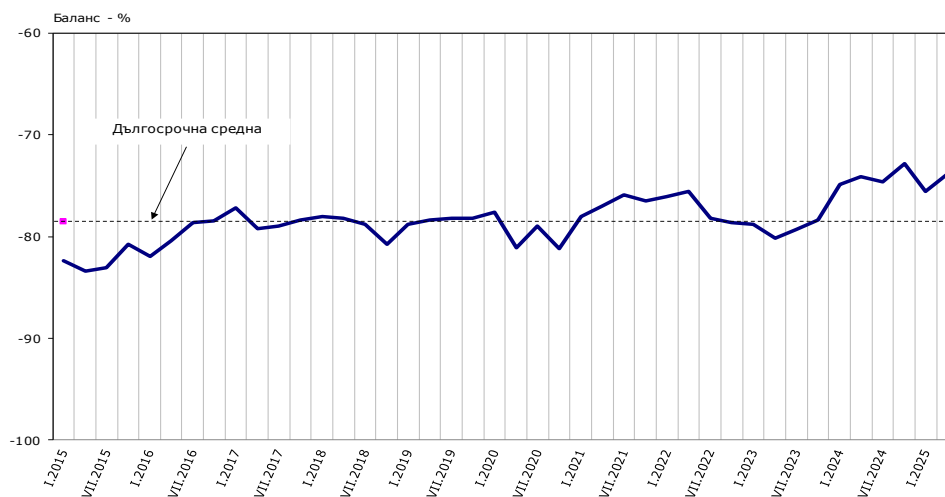
Фиг. 4. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2025 ГОДИНА

Последната анкета регистрира малко по-позитивна нагласа в намеренията на потребителите по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола“ (виж фиг. 5) и „подобрения в дома“ през следващите дванадесет месеца.

Фиг. 5. Намерения за закупуване на кола през следващите 12 месеца



НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2025 ГОДИНА

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.