

Обществени нагласи за въвеждането на еврото в България – юли 2025г.

Резултати от национално представително проучване сред граждани и бизнес

Юли 2025г.

През периода 8-22 юли агенция Алфа Рисърч проведе третото по ред проучване в рамките на цялостния мониторинг на обществените нагласи във връзка с присъединяването на страната ни към еврозоната. Възложител е Министерство на финансите. Анкетирани по домовете им чрез пряко стандартизирано интервю с таблети са 1200 граждани над 16г. възраст. Отделно са анкетирани 500 собственици или представители на управленско ниво на бизнеса, отговорни за вземането на решения за развитието на компанията.

Основни резултати от проучването

Нагласите: стабилизиране на подкрепата за присъединяването към еврозоната; решаващо значение на първите шест месеца

Националното представително проучване сред граждани и бизнес, проведено в периода 8-22 юли, показва стабилизиране на подкрепата за присъединяването на България към еврозоната. При гражданите съотношението е 49.2% : 45.8% (ръст от 3 процентни пункта спрямо май), а бизнесът запазва устойчиво високо положително отношение (69% : 30%). Обобщаващата оценка и на двете целеви групи е, че ако България приеме еврото от 1 януари 2026г., това ще е успех за страната ни в цялостната ѝ евроинтеграция. 43% от широката общественост и 62% от представителите на бизнеса споделят тази оценка.

Основните притеснения сред българските граждани продължават да са съсредоточени върху краткосрочните ефекти, непосредствено след (а вече – и преди) въвеждането на еврото. Макар и някои от опасенията да са намалели през последния месец, оценката за последствията в близко бъдеще продължава да е със знак минус (47% негативни срещу 39% позитивни мнения). Що се отнася до дългосрочните ефекти, и граждани, и бизнес имат оптимистични очаквания, като особено силно те са изразени при предприемачите (65% : 22%).

По отношение на конкретните очаквани позитиви, преобладават прагматичните и рационални виждания – удобство при пътуване и разплащане в чужбина (59%), улеснена търговия с другите европейски държави, повишаване на финансовата сигурност и стабилност на страната, затвърждаване на европейската принадлежност и недопускане преминаването към друга сфера на влияние (всички между 25-30 на сто). Тези по-рационални оценки, лишени от свръхоптимизъм и популизъм, се дължат в голяма степен и на социалния профил на поддръжниците на еврото – хора с по-високо образование, заети в модерни индустрии, професионалисти, от големите градове, добре информирани за реалните икономически процеси.

Най-тревожната тенденция, която проучването регистрира, е значителният ръст на хората, които се опасяват от спекула и изкуствено завишаване на цените. Тя доминира всички останали опасения, някои от които (страховете за загуба на средства при превалутиране, намаляване на пенсии и заплати и пр.) дори намаляват. Делът на анкетираните, които се страхуват от спекулативен ръст (71%) е значително по-висок от хората с негативно отношение към еврото,

което показва, че безпокойството е обхванало широки социални групи. В тази светлина, рискът то да ерозира обществените нагласи при увеличаване на цените до края на годината и в първите шест месеца, сериозно се увеличава.

Практиките: специфики при граждани и бизнес

Макар двойното обозначаване на цените в лева и в евро да е въведено масово сравнително отскоро, мнозинството от българите вече са се сблъскали с него. 90% са виждали двойните обозначения в магазините за хранителни стоки, 38-40 на сто в извлечения от банкови сметки и мобилни оператори, 36% - в магазини за облекло и обувки. Първите съприкосновения логично предизвикват противоречиви оценки, тъй като привикването и настройването към новата валута изисква време. В този смисъл е много важно, че двойното обозначение започва по-рано. Към момента, самооценките на хората се разделят на две почти равни части – 34% твърдят, че то ги улеснява, започват да свикват. 36% признават, че двойното обозначение по-скоро ги обърква – най-често съобщават, че се подвеждат по по-ниската цена, която е в евро.

Най-високи притеснения и объркване от двойното обозначаване на цените изразяват: възрастните, над 65г. – в съотношение 47%:21%, заявяват, че то ги обърква; хората с основно образование (49%:17%), земеделските стопани (60%:20%), самооценяващите се като неинформирани за начина на въвеждане на еврото (53%:16%). Противно на стереотипите, част от учащите се, главно в професионални гимназии, също не са подготвени. 39% заявяват, че двете валути ги объркват, 31% - че се справят безпроблемно.

Предпочитаният начин и за граждани, и за бизнес за обмяна на левове, с които разполагат, е в банковите клонове. При първите значително се увеличава делът на желаещите да сменят левовите си средства в банките (до 71%) и така почти се изравняват с бизнеса (76%). Очевидно, кампанията на банките за популяризиране на този вариант, както и кампанията за внасяне на левове без такса са дали резултат. Лек ръст е налице и при БНБ (до 17.6%), но тук нивата се запазват сравнително стабилни. Пощенските клонове се посочват от около 6% от анкетираните, основно живеещи в малки населени места. Значителен спад се наблюдава при обменните бюра (от 12% през май до 5% през юли), но за хората с по-високи наличности (вкл. за част от бизнеса) те остават втори по предпочитание.

Практики в дейността на бизнеса: потенциал да повлияят върху общата икономическа среда

В рамките на третата вълна от проучването са включени поредица от нови въпроси, засягащи начините на разплащане от страна на бизнеса, предвижданията за промяна в разходите за труд, обмяната на левове в евро и други, които биха могли да повлияят върху икономически и финансови показатели в периода на приемане на еврото.

Нагласи за повишаване на разходите за труд:

- Проучването сочи, че сумарно над една четвърт от ръководния състав на компаниите са на мнение, че в близките месеци, или непосредствено след въвеждане на еврото ще им се наложи да увеличат заплащането на служителите си - 7% предвиждат, че ще трябва да увеличат заплащането още в следващите един-два месеца, още 20% - веднага след въвеждане на еврото. Ако се сбъднат, тези предвиждания пряко ще се отразят върху цените и инфлацията.

Начини на разплащане със служители и доставчици:

- Помолени да оценят какъв **процент от плащанията към служители на фирмата са по банков път и какъв – в брой**, фирмите логично посочват различни съотношения, но обобщеният среден резултат е: 68.5% - по банков път; 31.5% - в брой.
- В по-малките фирми, както и в сектор „търговия“ двата вида плащания са почти изравнени. Като се има предвид, че в подобен тип проучвания отговорите се изместват към „социално желателното“, декларираните 32% плащания в брой не са за пренебрегване – те ще оказват влияние както върху сумите за превалутране, така и потенциален проинфлационен „натиск“ върху пазара.
- **При разплащанията с доставчици е налице по-благоприятно съотношение между „банкови преводи“ и „в брой“** - 77% - по банков път; 23% - в брой. Отново вторият начин се запазва значим като дял, особено като се има предвид и това, че става въпрос за по-големи суми.
- Би било добре да се положат допълнителни усилия за повишаване на плащанията по банков път, което би оказало позитивен ефект не само в процеса на преминаване към еврото, но също за изсветляване на паричните потоци и цялостно върху икономиката.

Оценките на бизнеса – *готовност на институциите да се справят с подготовката за въвеждане на еврото*

Оценките на бизнеса за способностите на българските държавни и частни институции да се справят с подготовката за въвеждане на еврото е позитивно изключение от перманентната криза на институционално доверие в България:

- БНБ продължава да бъде институцията с най-високо доверие сред бизнеса и получава признание за лидиране в този процес. 91% са уверени, че тя ще се справи успешно.
- 88те на сто позитивни мнения за търговските банки са много важна предпоставка за безпроблемен преход, предвид тясното взаимодействие на бизнеса с тях. Вероятно активността им през последните месеци и премахването на такси за внасяне на левове също играят роля за тези оценки.
- Висок кредит на доверие се регистрира и по отношение на Министерство на финансите (70% са уверени, че то ще се справи, 22% се съмняват) и НАП (66% срещу 22%).
- Мнението за способностите на общините да се справят с процеса е по-поляризирано (43% : 37%) и отразява оценката за различните по големина общини – по-голям капацитет и експертиза в по-големите и повече затруднения в по-малките, които се нуждаят от специализирана подкрепа.
- Единствените две институции с негативни оценки от страна на бизнеса са КЗК (30% вярват в способността им да се справят, 54% - не) и КЗП (34% : 56%). Имайки предвид увеличените правомощия и задължения на КЗК и КЗП, тези негативни оценки крият сериозен риск недоверието към тях да се разпростре и върху други институции, както и да подкопае подкрепата за целия процес.

Информираността: *позитивни промени и нови предизвикателства*

Самооценката – Проучването регистрира рязко нарастване на самооценките на гражданите за степента на информираност относно въвеждането на еврото – от 39% през май на 50.5% през юли. Успоредно с това, от 59% на 46% намалява дялът на хората, които се смятат за неинформирани

в една или друга степен. В резултат от тези промени делът на запознатите вече взема превес (50.5% : 46.3%). При предприемачите информираността се запазва доста по-висока от тази при широката общественост. След известно колебание през май, през юли оценките отново се покачват. 82.6% се оценяват като по-скоро добре и много добре информирани. Този висок дял е показателен както за предоставянето на информация по различни канали, така и за активността на бизнеса.

Яснота на процеса – През юли проучването включва индикатор и за полезността на придобитата информация. 23.6% от гражданите и 45% от бизнеса твърдят, че вече са доста по-наясно с процеса по въвеждане на еврото, 41.8% от първата група и 33% от втората – „в известна степен са по-наясно“. Между 21 и 29 на сто от анкетираните признават, че все още не могат да се ориентират добре.

Запазват се много високи нивата на слаба и неинформираност сред възрастните (59%), живущите в селата (64%), хората с основно образование (73%). При учащите се неинформираността също е по-висока от информираността – 58% : 31%. Успех на кампанията до момента е, че е достигнала до масовия потребител, до средната класа. Важна задача през следващите месеци е да намери подходящите канали, език, подход, за да достигне до уязвимите групи и до нетърсещите активно информация – възрастните, хората с ниско образование, в отдалечените населени места, учащите се (16-18г.), които по принцип слабо се интересуват от политика и са останали встрани от процеса.

Основните канали, по които информационната кампания е достигнала до гражданите са: телевизия (72%), интернет сайтове (30%), социални мрежи (21%), брошури и листовки (7%). Като цяло това разпределение говори за широко покритие на досега планираните информационни дейности. Едва 18% никъде не са срещали информация за еврото.

Какво вече знаем и какво още не знаем за стъпките по приемане на еврото?

С оглед развитието на информационната кампания и приближаващата дата за приемане на еврото, Алфа Рисърч включи в настоящото проучване и няколко базисни „тестови“ въпроса, които целят да установят реалната запознатост на гражданите с пряко засягащи ги практически аспекти на процеса.

- **Датата на приемане на еврото** – въпреки че допреди два месеца, по този въпрос имаше разнопосочни мнения, днес 91% от гражданите са наясно, че еврото ще бъде въведено от 1 януари 2026г. Незначителен дял, 3% посочват друга дата.
- **Обменният курс за превалутиране на лева в евро** – това е един от въпросите, очертали се като повод за интензивни спекулации и, респ., разпалване на страхове. Тук информационната кампания определено е повлияла в позитивна посока. Две трети (67%) посочват, че обменът ще се извършва по фиксинга на БНБ (1.95583), което е ръст от 14 процентни пункта спрямо май (53%). Общо 9% не знаят, или посочват друг курс, а през май са били 20 на сто.
- **Къде ще могат да се обменят левове в евро в по-отдалечен времеви период?** – 60% правилно посочват в БНБ, още 5% - в обменни бюра. Всеки десети обаче смята, че никъде няма да може да се обменят тези средства, тъй като ще е изтекъл давностният период.
- **Колко време ще могат да се обменят левове в банките и пощите безплатно?** – проучването регистрира противоречия в информираността. 34% от гражданите и 48% от бизнеса правилно посочват „шест месеца“, но всеки пети и от двете групи посочва 12 месеца, а всеки трети от гражданите и почти 20 на сто от бизнеса не знаят.

- **Период на двойно обръщение на левове и евро – това е въпросът, чиито отговори най-силно „светят в червено“.** Едва 19% от гражданите и 32.8% от бизнеса са адекватно информирани, че този период ще продължи точно един месец. Двойно повече (по 37%-38% и от двете групи) смятат, че то ще продължи шест месеца. 17% посочват други периоди, а всеки четвърти анкетиран гражданин не знае. Тук задължително е необходима по-активна и разбираема кампания.