



# Bulgarian Business Climate Index

Подиндекс „Търговия“



# МЕТОДОЛОГИЯ

- **Bulgarian Business Climate Index** (Индекс на бизнес климата в България/BBCI) е инструмент за оценка и анализ на състоянието на бизнес средата в България и проследяване на перспективите пред българския бизнес в краткосрочен и средносрочен план, базиран върху тримесечна бизнес анкета;
- Разработен е през 2002 година от екип от експерти от Центъра за икономическо развитие;
- За база на BBCI се използват основните индикатори на IFO Business Climat Index, допълнени с показатели, адаптирани към спецификата на бизнес средата в България;
- В края на 2022 за първи път е направено подсилване на извадката с компании от определен сектор, в случая с Търговия и резултатите са сравнени с тези на основната извадка.

# КОМПОНЕНТИ НА ИНДЕКСА

## Компонент I. Общо състояние на фирмата



1. Оценка на последното тримесечие
2. Оценка на настоящото състояние
3. Прогноза за следващото тримесечие
4. Конкурентни предимства (10 елемента)
5. Оценка на ресурсите (10 елемента)

## Компонент II. Инвестиционни нагласи и фирмени стратегии



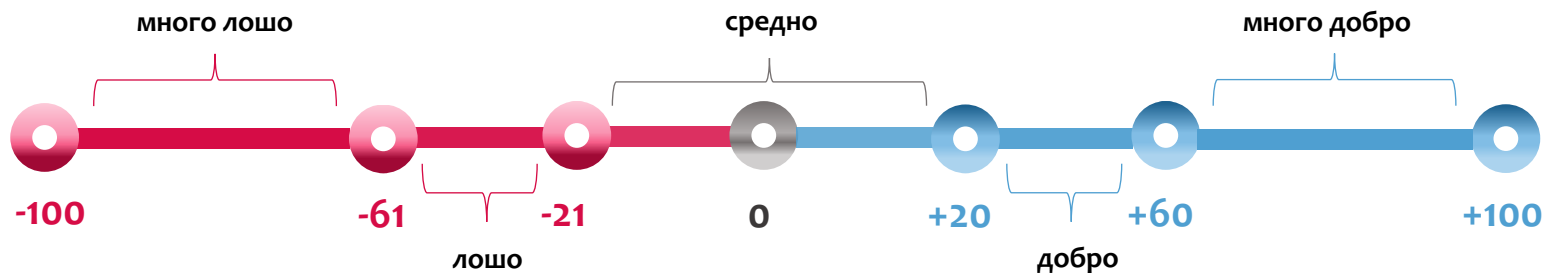
1. Отношение към инвестиции в основната дейност
2. Нагласи към диверсификация на дейността
3. Отношение към иновациите
4. Нагласи към ползването на кредитни инструменти
5. Обезпеченост с финансови средства
6. Стратегически партньорства и планиране
7. Контрол на качеството
8. Експортна ориентация
9. Управление на разходите

## Компонент III. Оценка на бизнес средата



1. Данъчна и осигурителна тежест
2. Административни режими и процедури
3. Законова база
4. Банкова система
5. Съдебна система
6. Обществени поръчки
7. Нелоялна конкуренция
8. Правителствена политика
9. Капацитет за управление на кризи
10. Влияние на инфраструктурата върху бизнеса (6 елемента)

# СТОЙНОСТИ НА ИНДЕКСА И ИНТРЕПРЕТАЦИЯ



Интегрираният индекс, както и всички негови компоненти, приемат стойности в интервала [-100, +100].

Скалата е сходна с използваната в немския IFO Business Climate Index.

# ПАРАМЕТРИ НА ПРОУЧВАНЕТО

01

## Тип проучване

Национално представително проучване

02

## Метод за събиране на данни

Интервю лице в лице или по телефона, онлайн анкета (в зависимост от предпочитанията на респондентите)

03

## Целеви групи

Лица, заемащи ръководни длъжности в

- Нефинансови предприятия, разделени по сектори според агрегираната номенклатура на НСИ А10 (449 481 фирми, НСИ, 2022), 1%=4 495 фирми
- Нефинансови предприятия от сектор „Търговия“ (137 830 фирми, НСИ, 2022), 1%=1 378 фирми



04

## Размер и вид на извадката

Двустепенна гнездова извадка, представителна по район за планиране, икономическа дейност и брой заети  
402 предприятия + 193 предприятия от сектор „Търговия“

05

## Инструментарий

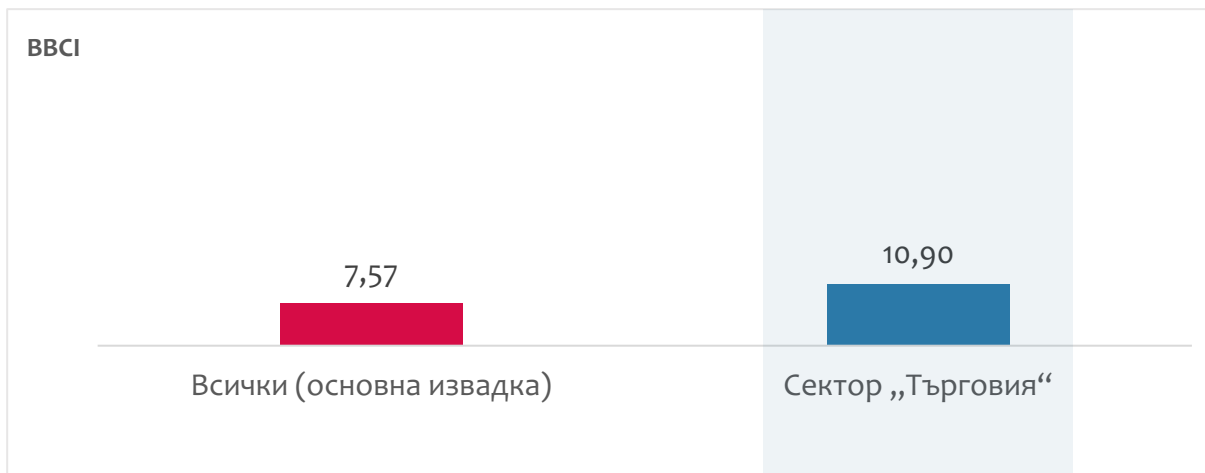
Стандартизиран въпросник с 25 съдържателни и 3 паспортни въпроса  
Продължителност: 20 мин.

06

## Период на провеждане

30.10 – 08.12.2023 г.

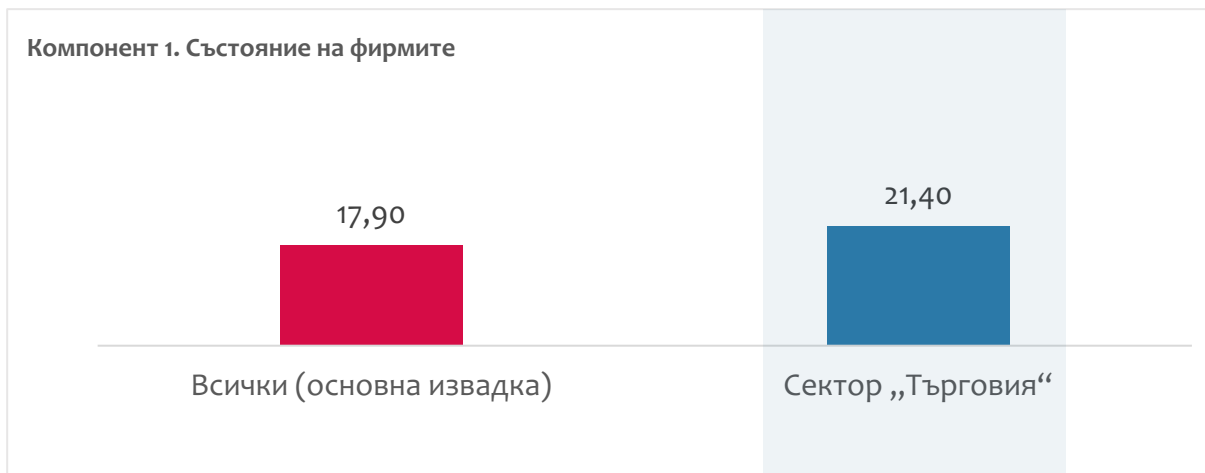
# БИЗНЕС КЛИМАТ



$n(\text{Основна извадка}) = 402$

$n(\text{Сектор „Търговия“}) = 305$

# СЪСТОЯНИЕ НА КОМПАНИИТЕ

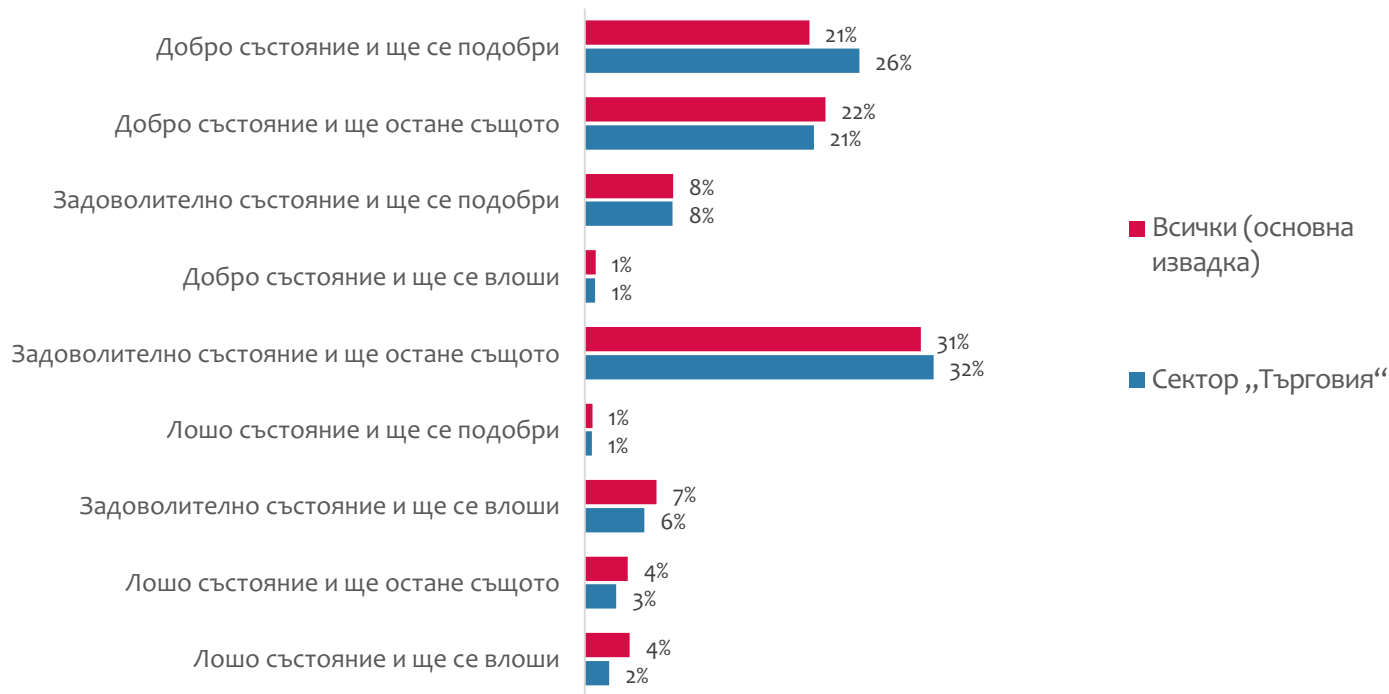


$n(\text{Основна извадка}) = 402$

$n(\text{Сектор „Търговия“}) = 305$

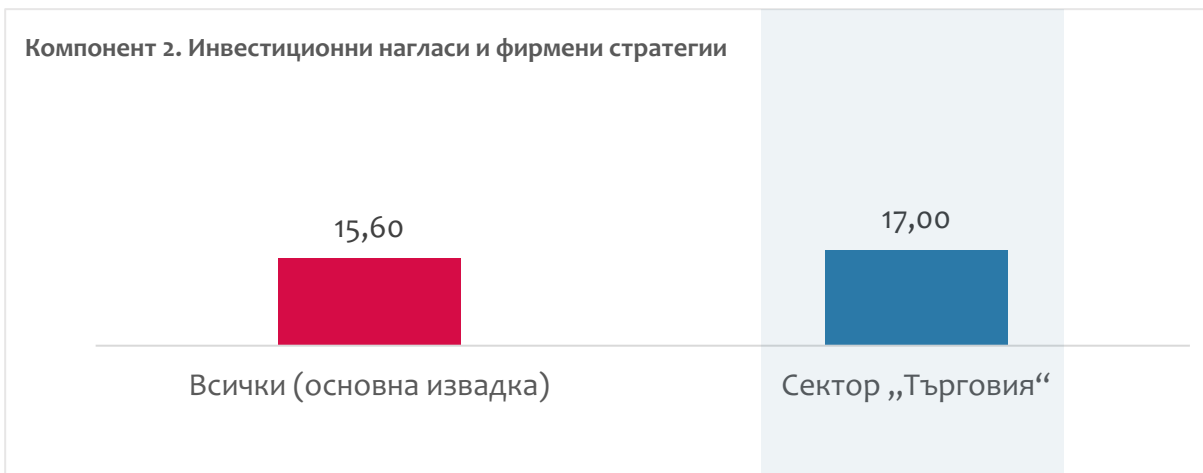
# ПРОСПЕРИРАЩИ И ЗАТЪВАЩИ КОМПАНИИ

## Настоящо състояние и очаквания





# ИНВЕСТИЦИОННИ НАГЛАСИ И ФИРМЕНИ СТРАТЕГИИ

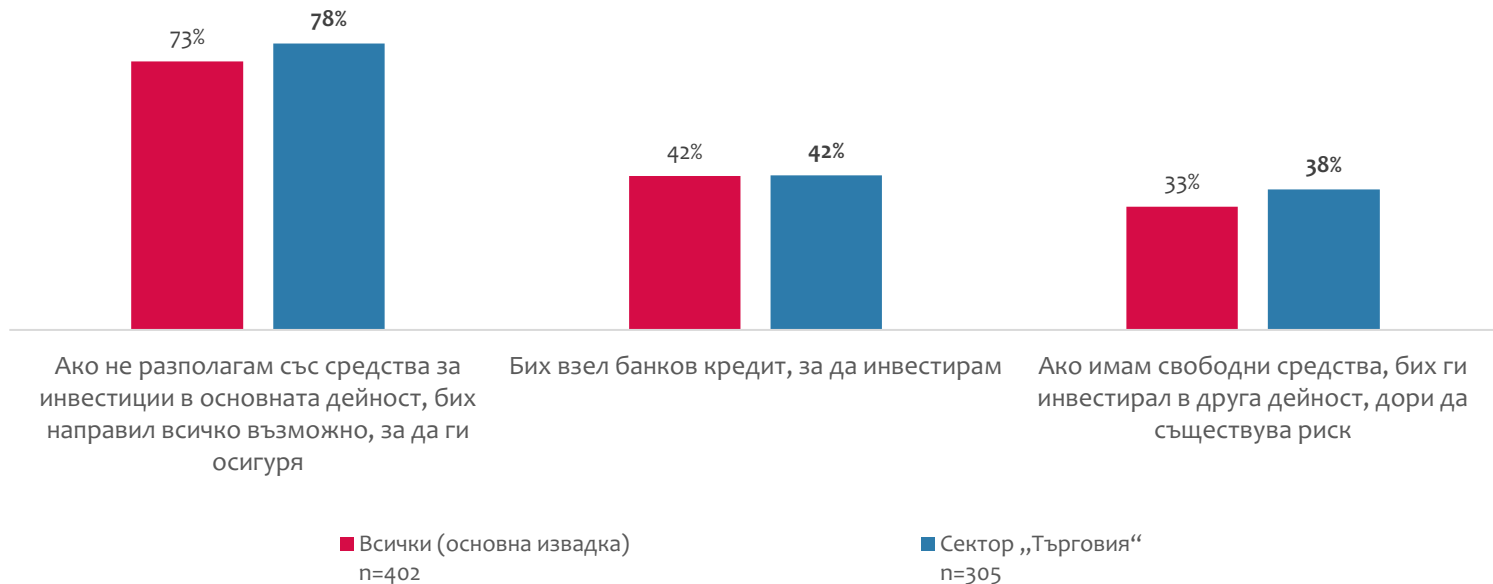


$n(\text{Основна извадка}) = 402$

$n(\text{Сектор „Търговия“}) = 305$

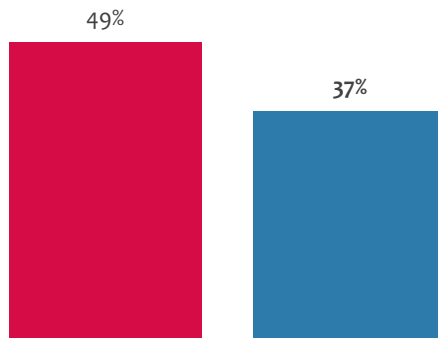
# ИНВЕСТИЦИОННИ НАГЛАСИ – БАЗОВИ ТВЪРДЕНИЯ

Склонност към инвестиции,  
Отговорили „Да“



# ИНВЕСТИЦИОННИ НАГЛАСИ – ФИНАНСОВ ДЕФИЦИТ

Недостиг на средства  
Отговорили „Да“

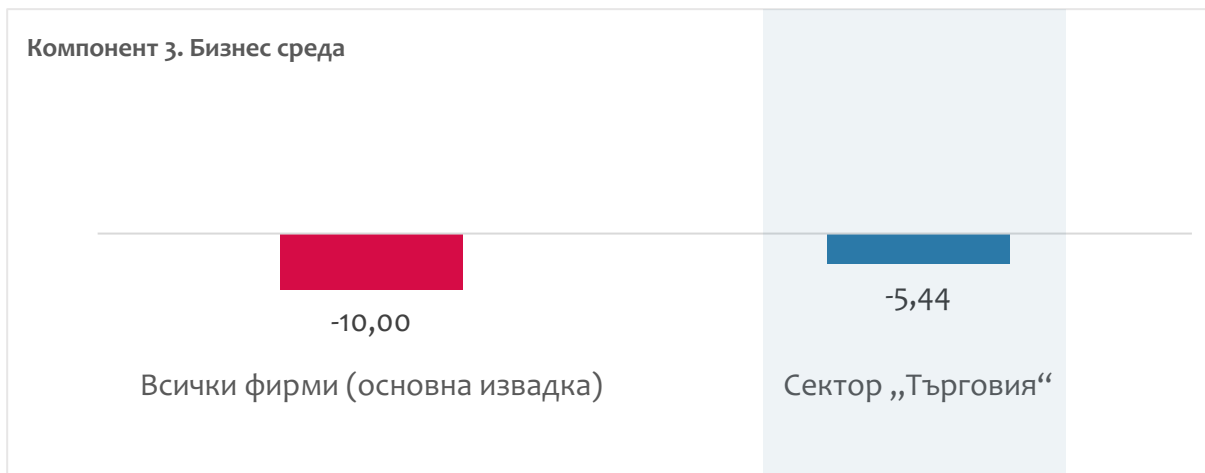


В текущата си дейност изпитвам недостиг на финансови ресурси

■ Всички (основна извадка)  
n=402

■ Сектор „Търговия“  
n=305

# БИЗНЕС СРЕДА



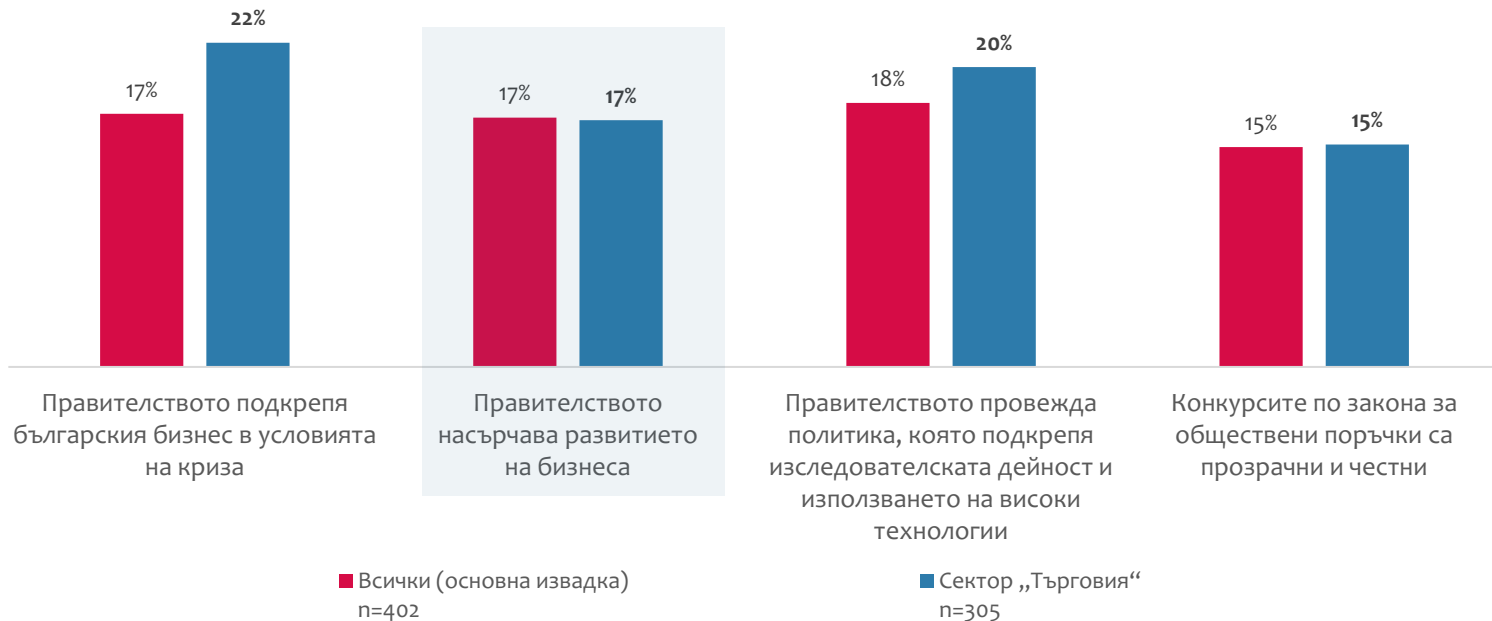
$n(\text{Основна извадка}) = 402$

$n(\text{Сектор „Търговия“}) = 305$

$n(\text{Компании „Модерна търговия“}) = 17$

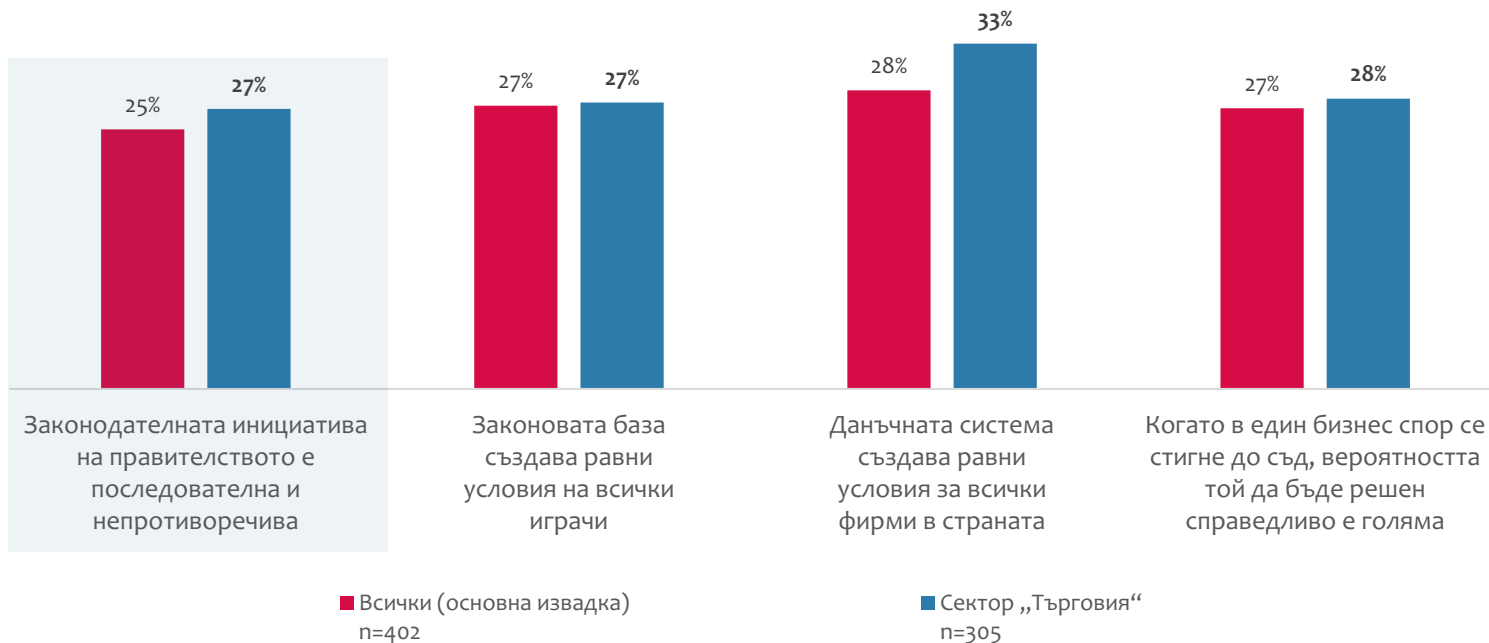
# БИЗНЕС СРЕДА - ПОЛИТИКА В ПОДКРЕПА НА БИЗНЕСА

Дял съгласни (напълно и по-скоро)



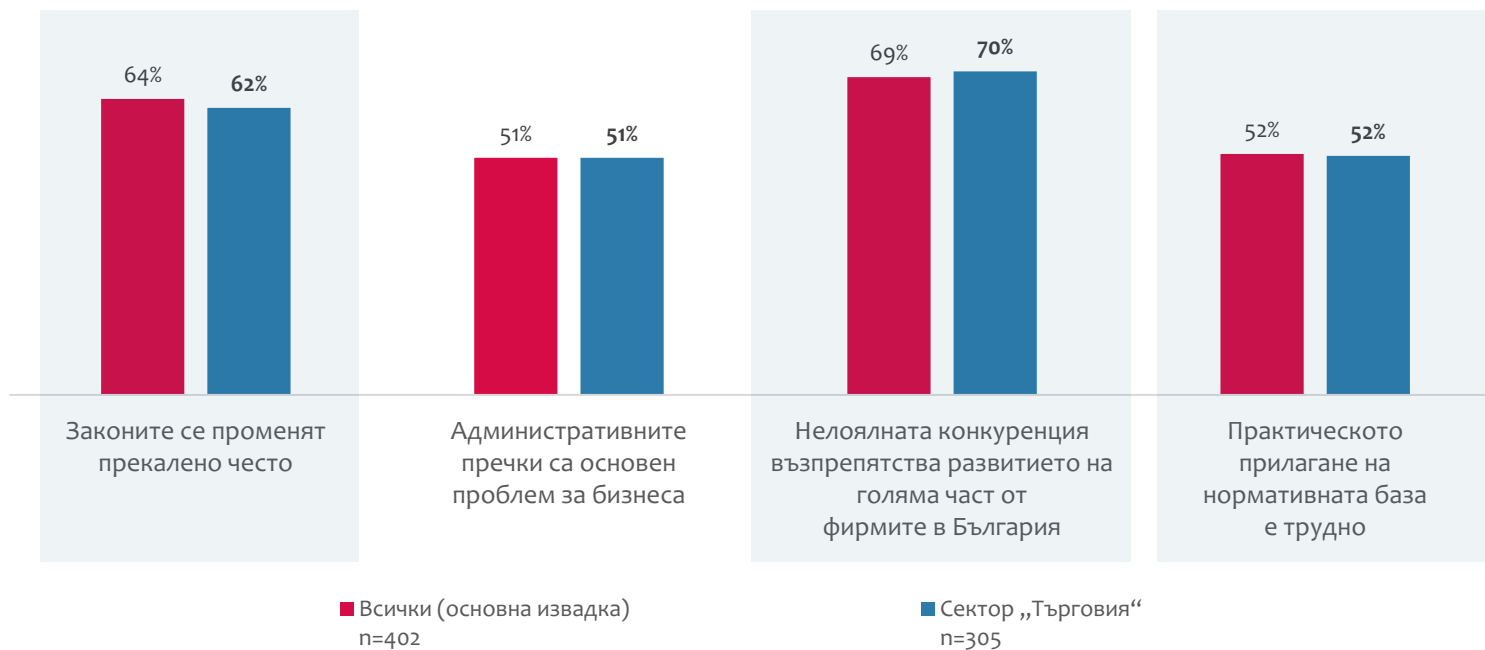
# БИЗНЕС СРЕДА – ЗАКОНОДАТЕЛСТВО И ПРАВНА РАМКА

Дял съгласни (напълно и по-скоро)



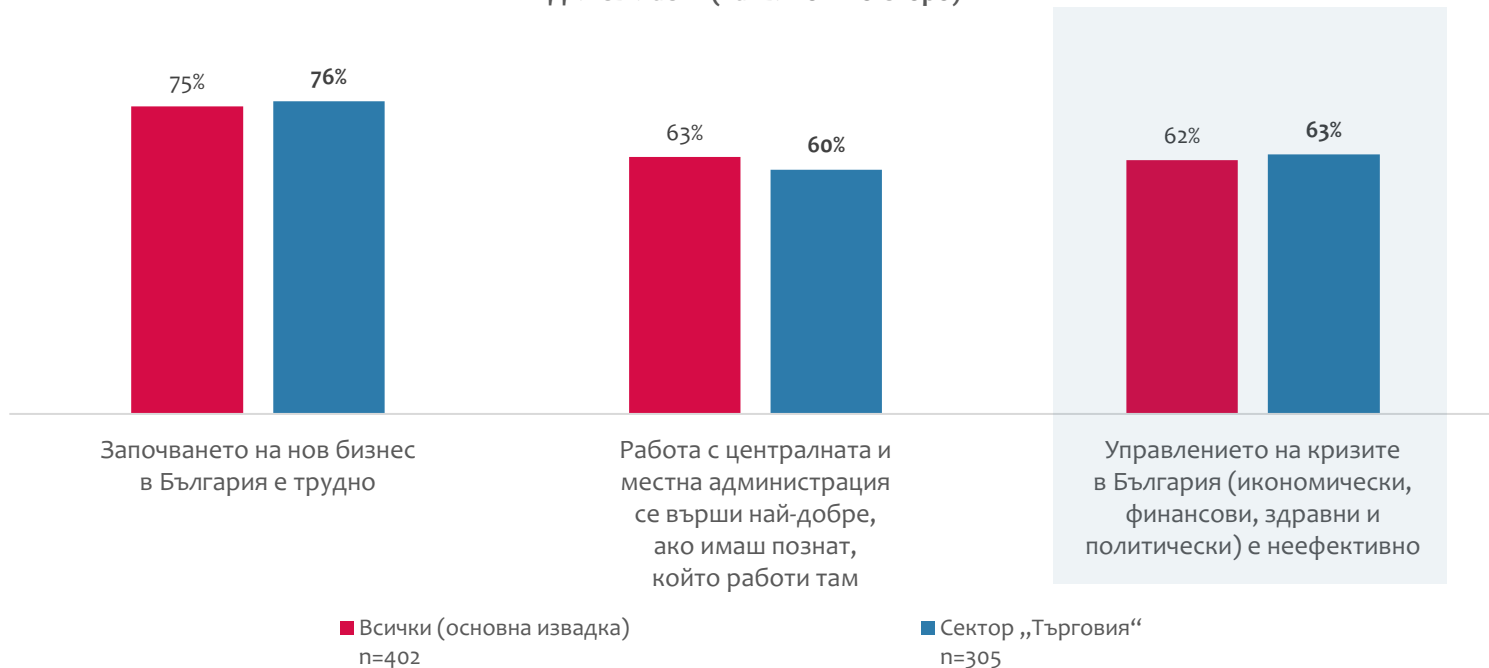
# БИЗНЕС СРЕДА – БАРИЕРИ ПРЕД РАЗВИТИЕТО

Дял съгласни (напълно и по-скоро)



# БИЗНЕС СРЕДА – БАРИЕРИ ПРЕД РАЗВИТИЕТО

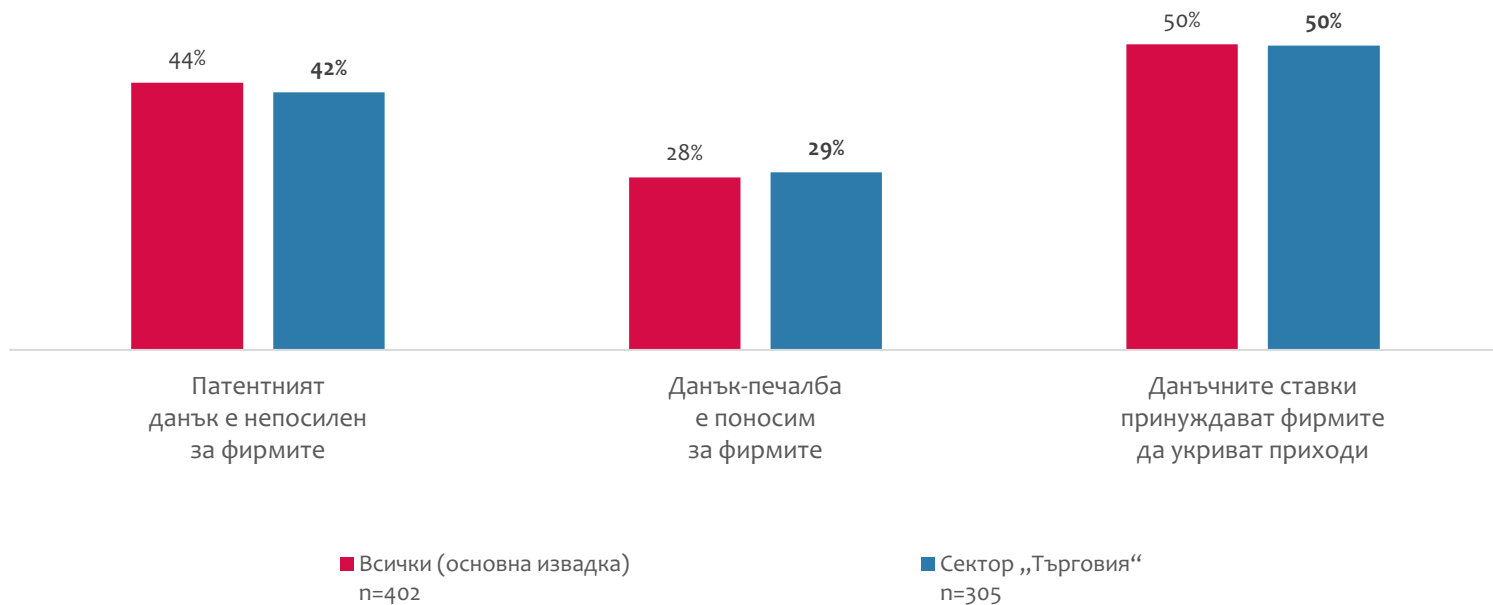
Дял съгласни (напълно и по-скоро)





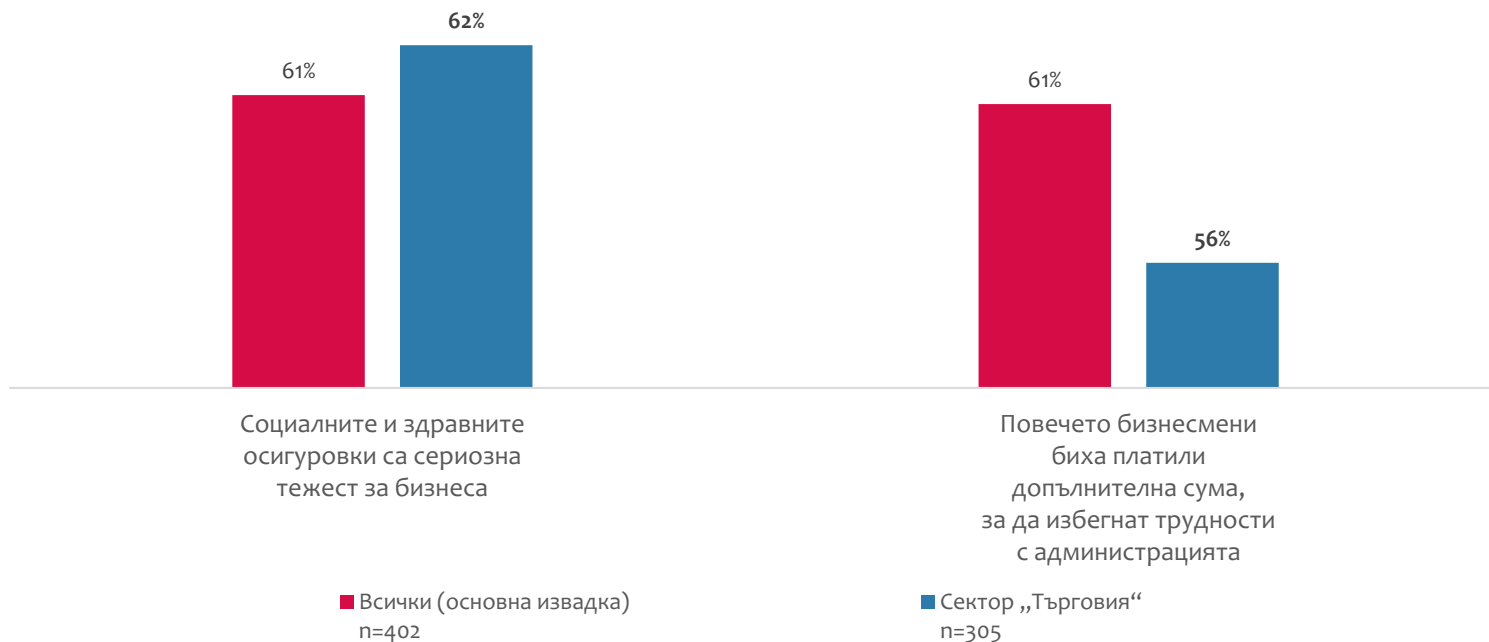
# БИЗНЕС СРЕДА – ДАНЪЧНА И ОСИГУРИТЕЛНА ТЕЖЕСТ

Дял съгласни (напълно и по-скоро)

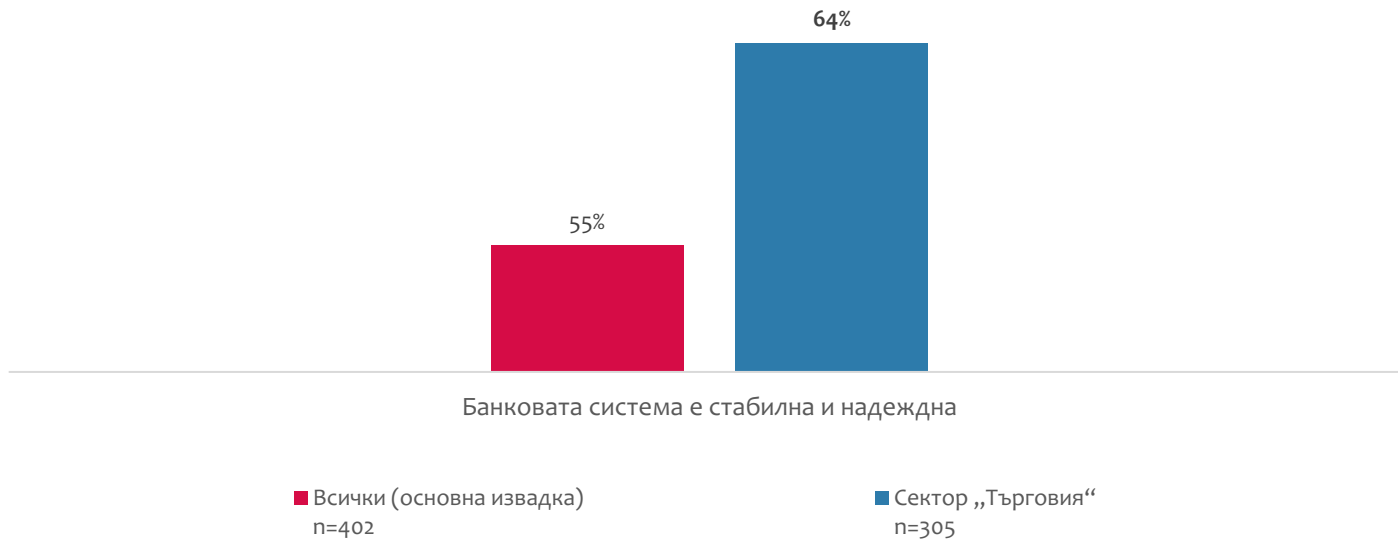


# БИЗНЕС СРЕДА – ДАНЪЧНА И ОСИГУРИТЕЛНА ТЕЖЕСТ

Дял съгласни (напълно и по-скоро)

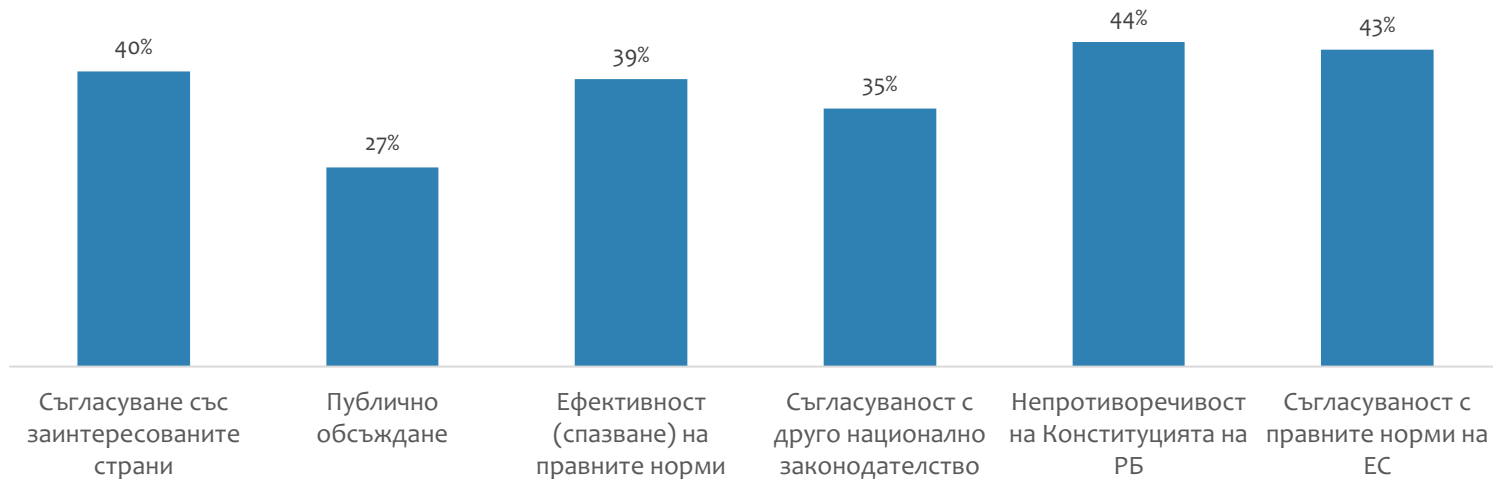


# БИЗНЕС СРЕДА – ДОВЕРИЕ В БАНКОВАТА СИСТЕМА



# РЕГУЛАТОРНА РАМКА – ЗАКОНОДАТЕЛЕН ПРОЦЕС

Напълно/частично удовлетворени от законодателния процес



■ Сектор „Търговия“  
n=305

# РЕГУЛАТОРНА РАМКА – ПРОВЕРКИ ОТ КОНТРОЛНИ ОРГАНИ

Отношение към прилагането на регулациите и проверките



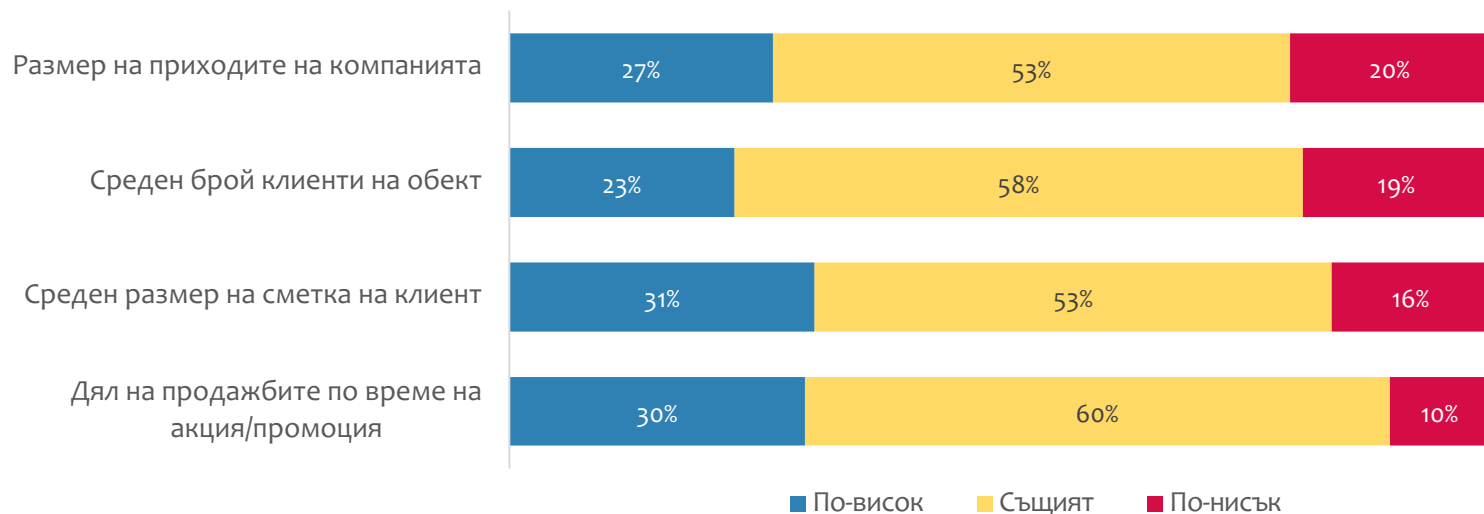
# СОЦИАЛНИ ПРИДОБИВКИ

## Наличие на социални придобивки за служителите



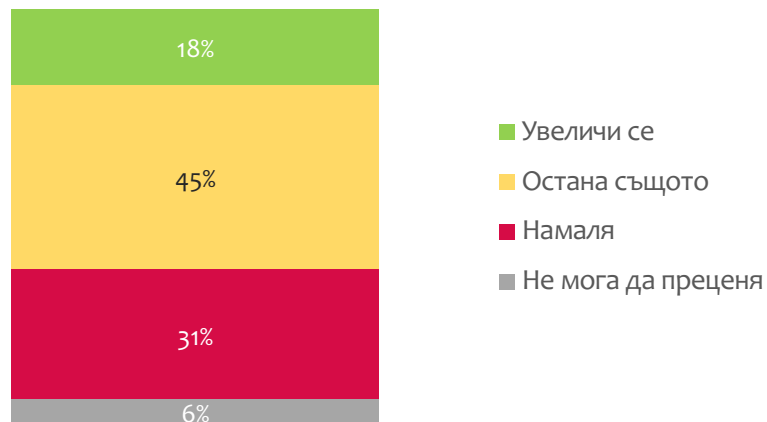
# ПРОМЯНА В СЪСТОЯНИЕТО НА КОМПАНИИТЕ

## Сектор "Търговия"



# ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ДОМАКИНСТВОТА

Оценка на динамиката в потреблението за една година



Сектор „Търговия“







# ИЗВОДИ И ПЕРСПЕКТИВИ

- Въпреки че през третото тримесечие на 2023 г. потреблението се свива, а инфлацията – намалява, мениджърите в търговията са по-оптимистично настроени към бизнес средата.
- Висока е склонността към мерки за развитие и постигане на устойчивост, но е налице предпазливост към ползването на банкови кредити за инвестиции.
- Фирмите от сектор „Търговия“ са в донякъде по-благоприятно финансово състояние от останалия бизнес. Общата им кондиция също се откроява от тази на останалите браншове. Силната конкуренция се очертава като двигател на растежа, а не като пречка пред него.
- По-високата стойност на ВВСІ за сектор „Търговия“ се дължи на по-добрите показатели за бранша и при трите компонента на индекса. Те са съответно [+21.4], [+17.0] и [-5.4].





# ИЗВОДИ И ПЕРСПЕКТИВИ

- Огромното мнозинство от търговските предприятия е ориентирано към вътрешния пазар
- Специфични проблеми са инфлацията, колебанията в потреблението, липсата на кадри и намирането на квалифициран персонал.
- Трудности, общи за целия бизнес са бюрокрацията, проблемна нормативна уредба, административни неуредици и инкорпорирането на „свои“ хора на ключови позиции, както и данъчно-осигурителната тежест.
- Основните предимства на търговските компании са качеството на стоките и/или услугите и уменията на персонала.
- Позицията на фирмите от сектор „Търговия“ е по-слаба от тази на конкурентите по отношение на наличието на оборотни средства, както и във връзка с технологичното ниво на машините и оборудването.





# ИЗВОДИ И ПЕРСПЕКТИВИ

- 37% от управленските екипи на търговските компании смятат, че цените и стоките им са по-добри от тези на конкурентите. Това е с 9 процентни пункта повече от средното за извадката.
- Мненията за подхода при прилагане на регулациите и проверките са дисперсни – за 27% те се прилагат изборително към стопанските субекти, според 19% регулациите и проверките се извършват еднакво от всички териториални звена на съответната администрация.
- Липсата на консенсус и влиянието на фактори като типът населено място, районът за планиране и големината на предприятието показват, че самият подход на прилагане на регулации и проверки е нееднозначен и несистематичен.
- Единствено размерът на компанията оказва влияние върху това дали служителите получават допълнителни придобивки или не. Ритейлърите практически предоставят всички възможни бонуси. По-малките използват основно ваучери (25%) и повече от 20 дни годишен отпуск (22%).





При нужда от допълнителна  
информация:

[www.estat.bg](http://www.estat.bg)



[office@estat.bg](mailto:office@estat.bg)



+359 2 950 55 15



# БЛАГОДАРИМ ВИ!