

Август 2022 г.

---

## **Резюме**

- Индекс потребительской уверенности увеличился, несмотря на продолжающуюся войну и масштабные санкции, введенные против Беларуси и ее крупнейшего торгового партнера России
- Значение индекса потребительской уверенности, включающего в себя 5 компонентов (методология Росстата), в августе 2022-го составило -23% — оно увеличилось на 5 процентных пункта по сравнению с апрелем 2022-го
- Значение индекса потребительской уверенности без учета компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) увеличилось с -23% в апреле до -18% в августе 2022-го, что выше большинства стран Европы
- Самый большой негативный вклад в индекс вносил компонент текущего состояния страны, который составлял -41% (увеличение на 6 п.п)
- Доля людей, которые в августе 2022-го говорили о снижении своих доходов за последний месяц, заметно снизилась с 52% до 43%
- Доля тех, кто потерял работу за последние две недели находилась на относительно низком уровне 3.4%, однако уровень потери работы среди друзей и знакомых — 18.0% — выше среднего значения при схожих показателях у потерявших работу в предыдущие периоды.
- Смотрящие ТВ респонденты и особенно те из них, которые являются аудиторией госСМИ склонны быть более оптимистичными в своих оценках текущего и будущего состояния как экономики в целом, так и благосостояния своей семьи

## **Методология**

Бюллетень подготовлен на основе данных трех онлайн-опросов городских жителей в возрасте 18-64 года: а) с 2 по 8 декабря 2021 года и б) с 19 по 25 апреля 2022 года, в) с 26 по 31 августа 2022 года. Выборка соответствует структуре городского населения Беларуси и скорректирована по полу, региону и возрасту.

**Индекс потребительской уверенности** дает представление о будущем развитии потребления и сбережений домохозяйств, и основан на их текущих оценках и прогнозах своего финансового состояния и экономики страны, а также склонности покупать товары долгого пользования. В наших исследованиях он рассчитывается по методикам, используемым Росстатом и Евростатом.

## Оценка значений индекса потребительской уверенности

**Индекс потребительской уверенности** — индикатор, составленный из нескольких вопросов опроса домашних хозяйств. Он разработан для измерения потребительской уверенности, определенной как степень оптимизма относительно состояния экономики, который население выражает через свое потребление и сбережение. Индекс состоит из микро- (например, материальное положение семьи и т.д.) и макроориентированных (экономическая ситуация сейчас и в течение следующих 12 месяцев) вопросов.

### Беларусь и Россия

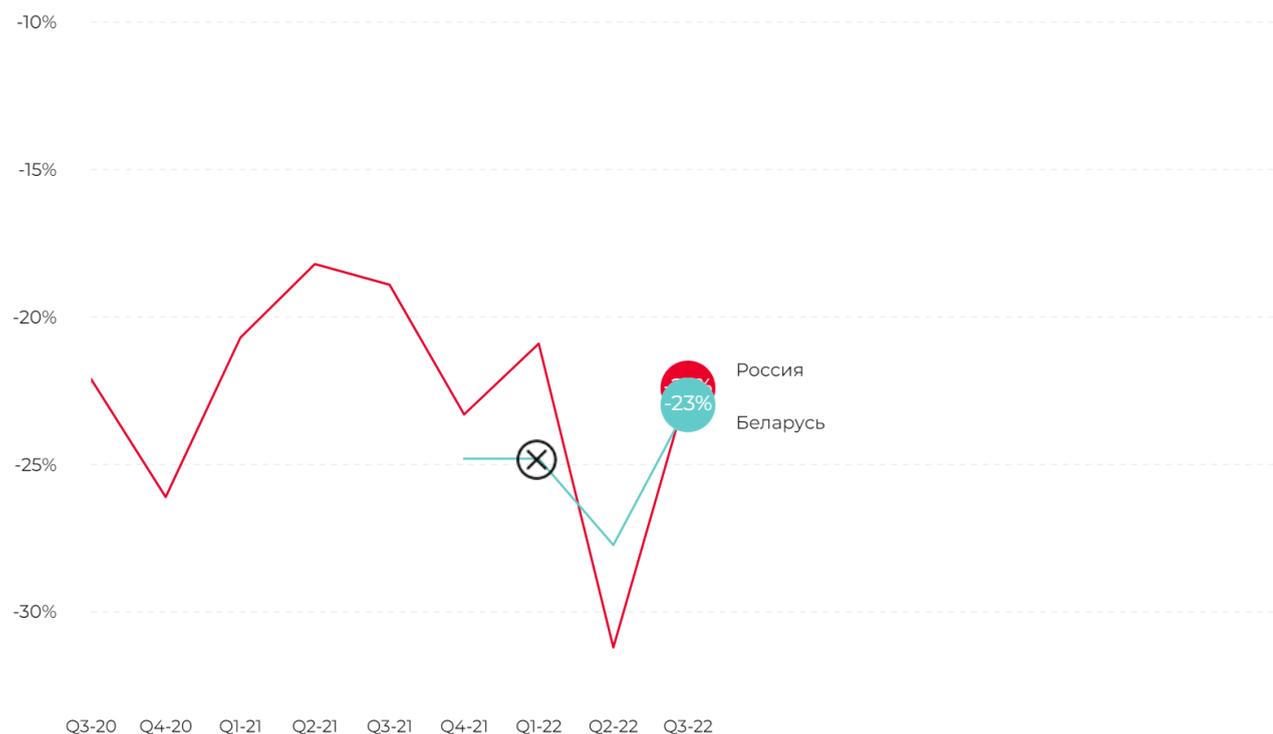
Значение индекса потребительской уверенности, включающего все 5 компонентов (методология Росстата), в августе 22-го составило -23% в Беларуси (увеличение на 5 п.п. по сравнению с апрелем) в то время, как значение индекса в России составляло -22% (рост на 9 п.п.).

Значения индексов Беларуси и России в августе сопоставимо с российскими значениями во время введения ограничений, вызванных пандемией COVID-19, в 2020 году.

Стоит отметить, что в Беларуси и России наблюдалось резкое падение во 2-ом квартале 2022-го, однако уже в 3-ем квартале значения индекса вернулись на значения 4-го квартала 2021-го, т.е. до введения масштабных экономических санкций и до начала войны России против Украины.

#### Рисунок 1. Индекс потребительской уверенности в Беларуси и России 2020-2022 гг.

(индекс по Беларуси начинается с 4-го квартала 2021-го, данные на 1-ый квартал 2022-го в Беларуси отсутствовали)



#### Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь с Россией?

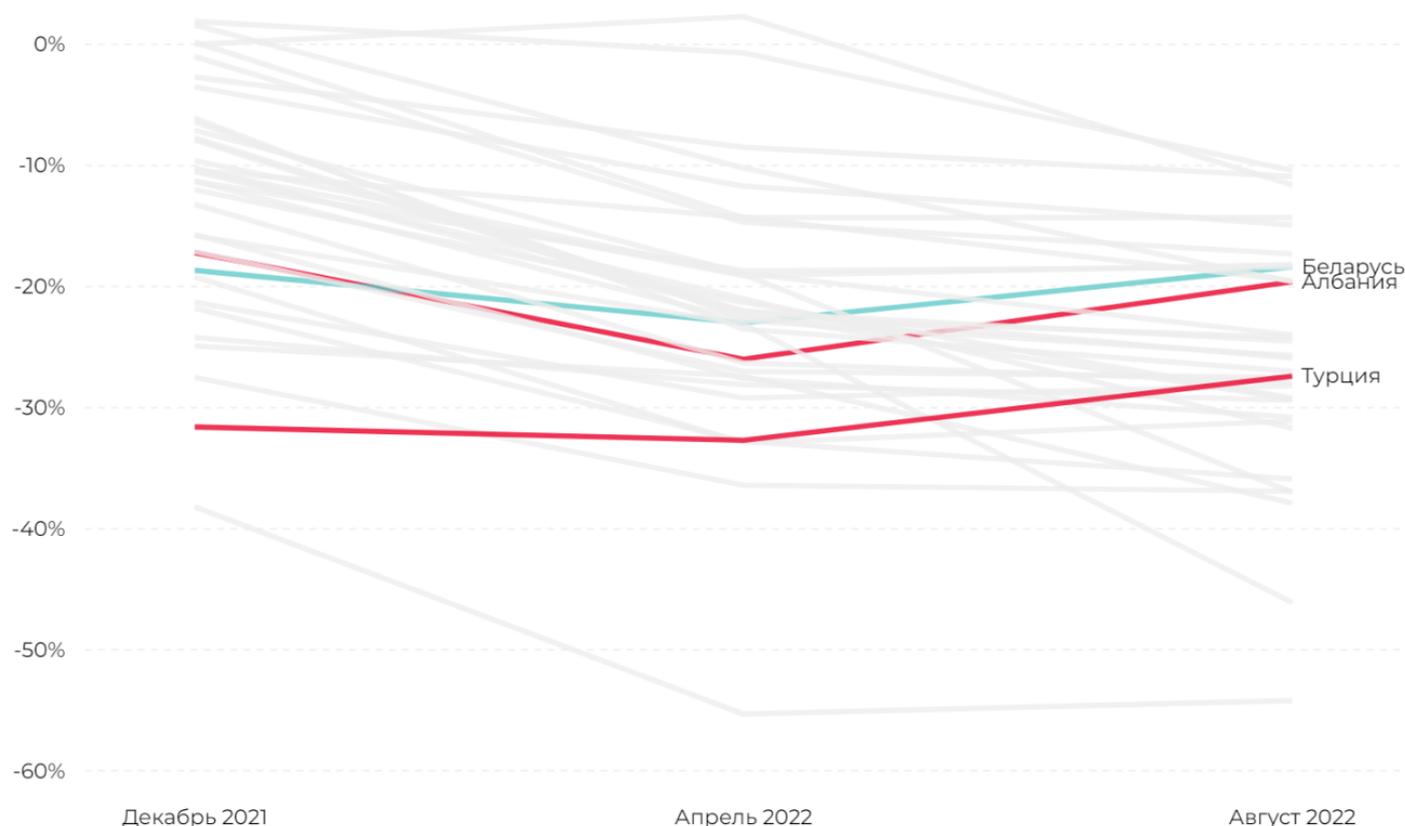
- а) Российская экономика испытывает проблемы с потенциалом долгосрочного экономического роста, как и Беларусь.
- б) Слабо растут доходы населения, как и в Беларуси.
- в) Обе страны находятся под влиянием экономических санкций.
- г) Россия является основным торговым партнером Беларуси.

## Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности без учета компонента о текущем состоянии экономики (методология Евростата) в апреле составило -18.4% (увеличение на 4.6 процентных пункта), что выше большинства стран Европы.

В 3-ем квартале индексы всех стран за исключением Беларуси, Турции и Албании (Рис. 2) продолжали снижаться, хоть уже и меньше, чем в апреле (смотреть направления и длину стрелок на рисунке 3). Беларусь вошла в топ-7 стран по значению индекса. Значения индекса в ЕС и Евростат составляли -25.7% и -24.5% соответственно, что говорило о более уверенном состоянии потребителей в Беларуси, чем в ЕС — «будет, конечно, хуже, но не так сильно и резко». (Рис. 3)

Рисунок 2. Изменение индекса потребительской уверенности в Европе с декабря по август 22-го

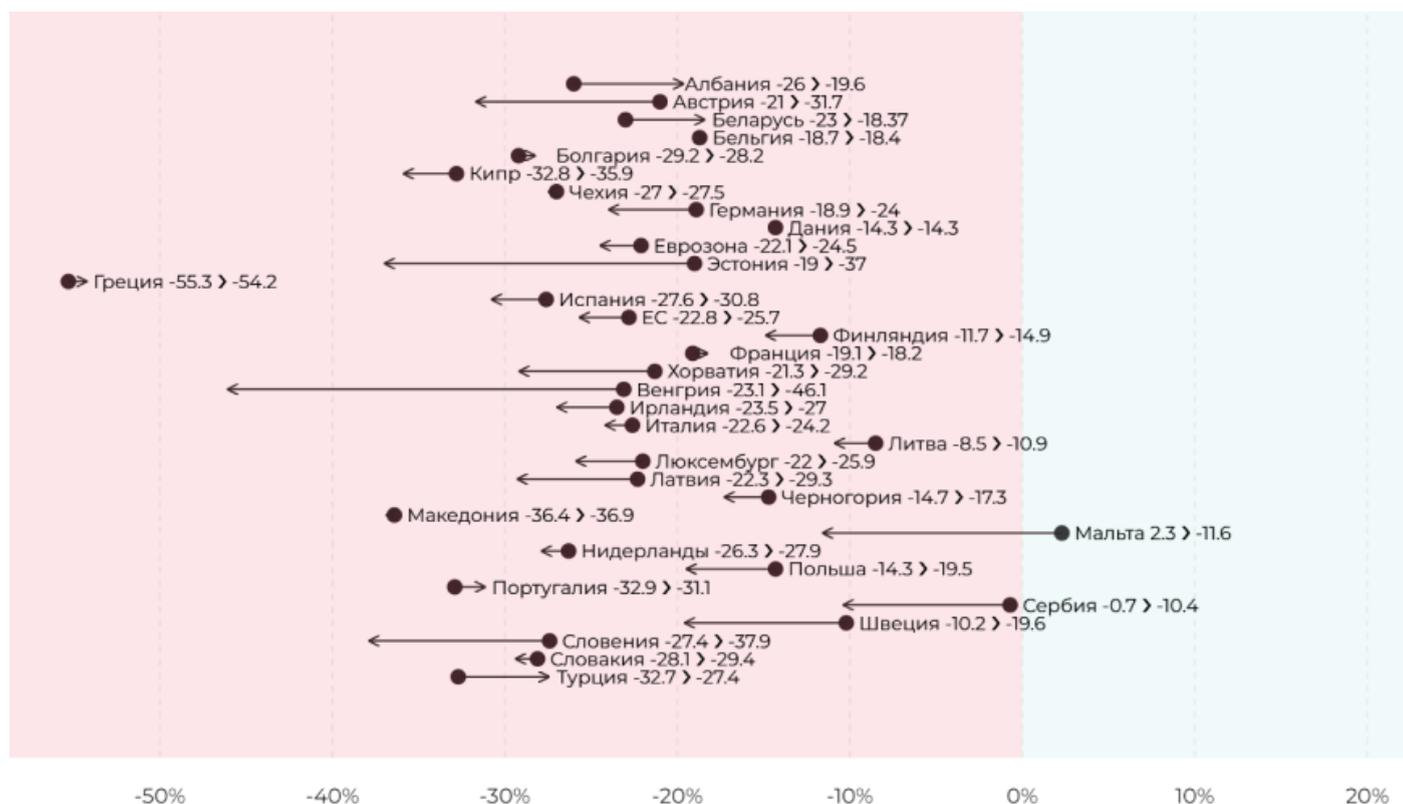


#### Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь со странами Евросоюза?

- а) Предиктивная способность индекса для стран ЕС, основанного на методологии Евростата, исключая компонента о текущем состоянии экономики выше, чем индекса, включающего все 5 компонентов.<sup>1</sup>
- б) Евросоюз является вторым торговым партнером Беларуси.

<sup>1</sup> [A Revised Consumer Confidence Indicator. European Commission, official website, 2018.](#)

Рисунок 3. Индекс потребительской уверенности в Европе в апреле и августе 2022-го  
(сортировка оси-Y по алфавиту, длина и направление стрелки показывает изменение по сравнению с апрелем)



### Компоненты индекса потребительской уверенности

Как и прежде, оценки текущего состояния страны и личного благосостояния контрастировали с оценками будущего, в котором лишь слегка увеличилась доля оптимистичных ответов и значительно увеличилась доля тех, кто затрудняется ответить, за счет снижения доли пессимистичных ответов (Рис. 4). Самый большой негативный вклад в декабре вносил компонент текущей оценки состояния страны (Q1), несмотря на относительно высокий экономический рост, предшествующий декабрю 21-го. В апреле значение данного компонента значительно не изменилось, несмотря на начало войны и принятие новых экономических санкций против Беларуси и России. В августе наблюдалось небольшое увеличение доли положительных ответов и снижение доли негативных ответов, что отразилось на общем увеличении данного компонента с -47% до -41%, несмотря на ухудшение ситуации в экономике и снижение ВВП в январе-августе 2022-го на 4.9%<sup>2</sup> по сравнению со снижением на 2.1%<sup>3</sup> в январе-апрелем 2022-го.

В оценках будущего развития экономики (Q2) стало меньше негатива, и по сравнению с апрелем наблюдаются следующие изменения: а) увеличилась доля нейтральных ответов с 11% до 18%, б) доля негативных ответов слегка снизилась с 41% до 39%.

<sup>2</sup> Источник: Белстат

<sup>3</sup> Источник: Белстат

Улучшение может быть вызвано несколькими факторами: а) стабилизация ситуации на валютном рынке (Рис. 5В), б) замедление спада ВВП и достижение «локального минимума» спада, в) влияние белорусских и российских государственных медиа (Рис. 9), г) сильные негативные ожидания в предыдущих периодах (Рис. 1 и Рис. 3).

Оценки личного благосостояния как текущего, так и будущего, значительно выше оценок состояния экономики страны, как и в предыдущих исследованиях. В целом значения в августе 22-го были сопоставимы со значениями в декабре 21-го.

Всего лишь 9% (незначительный рост на 1 п.п.) домохозяйств считают, что сейчас хорошее время для крупных покупок, что отражает определенный уровень потребительской депрессии.

Рисунок 4. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)



**Примечание. Легенда рисунка**

Все ответы на вопросы распределяются по шкале Лайкерта — от «улучшится (-лось)» или «очень хорошее» до «ухудшится (-лось)» или «очень плохое». В Q1 и Q2 варианты ответов меняются на «улучшилось» и «ухудшилось», а в Q5 на «очень хорошее» и «очень плохое».

## Оптимисты и пессимисты

Область значений индекса потребительской уверенности и компонента ожиданий будущего страны находилась в отрицательном интервале во всех группах за исключением ранее не работавших (малое кол-во наблюдений) и работников сельского и лесного хоз-ва. (Рис. 5А).

В группах по возрасту наименьшими пессимистами в текущем и будущем являлась молодежь в возрасте 18-24 лет (похожая ситуация наблюдается во многих странах, т.к. молодежь выходит на рынок труда, планирует увеличивать свои доходы).

Наименьший показатель индекса как по возрасту, так и среди других групп имеют люди старше 55 лет со значением -26%.

Во всех возрастах наблюдалось улучшение значения индекса по сравнению с апрелем и разнонаправленные изменения компонента будущего: в 55-64 снижение и незначительное увеличение в других возрастных группах.

В региональном делении стоит отметить относительно оптимистичные настроения жителей Могилевской области и пессимистичные жителей Минска и Гродненской области. Также во всех регионах было замечено улучшение индекса по сравнению с апрелем и разнонаправленные изменения страновых ожиданий. Снова отличилась Могилевская область с ошеломляющим ростом обоих показателей.

В зависимости от доходов респонденты более пессимистичны в текущем периоде в группах с низкими доходами и более оптимистичны в группах с высокими доходами, однако, если обратить внимание на компонент ожиданий от будущего, то люди с высокими доходами (1000+ BYN) становятся одними из лидеров по пессимизму со значением -24%.

Беларусы с высшим образованием более оптимистичны, чем беларусы со средним, средним-специальным и профессионально-техническим образованием.

В зависимости от сферы деятельности выделялись работники сельского и лесного хозяйства, которые являются одной из самых оптимистичных групп за все периоды наблюдения мониторинга, а также работники секторов транспорта и связи, IT и финансов, которые являются главными пессимистами.

Сотрудники частных предприятий были более пессимистичными, чем сотрудники государственных предприятий.

Учитывая вышеперечисленное, мы можем разбить данные группы на 4 кластера (*привилегированные реалисты, реалисты, отчаянные оптимисты, оптимисты*) в зависимости от изменения значений индекса и компонента будущего страны в августе 22-го по сравнению с апрелем 22-го. Более того, группы можно разделить также на 2 категории в зависимости от разницы между значением индекса и компонента будущего страны: а) страновые оптимисты, у которых значения компонента будущего выше индекса; б) страновые пессимисты, у которых значения индекса выше чем компонент будущего страны.

У **привилегированных реалистов** ухудшились ожидания странового будущего и улучшилась ситуация в целом, однако таких групп не наблюдается среди исследуемых. **Реалисты** почувствовали общее ухудшение и, более того, по сравнению с апрелем считают будущее страны еще менее радужным. **Отчаянные оптимисты** почувствовали общее ухудшение, однако верят, что будущее страны в следующие 12 месяцев лучше, чем на тот момент, когда они отвечали на этот вопрос в апреле. У **привилегированных оптимистов** увеличилось значения индекса, и также улучшились ожидания о будущем Беларуси. (Рис 5Д)

**Становые оптимисты** оценивали будущее страны выше текущего показателя индекса в целом, а **страновые пессимисты** наоборот. В декабре не было ни одной группы оптимистов кроме ранее не работавших белорусов, но зато уже в апреле 22-го большинство групп являлись оптимистами за исключением возрастных групп 18-24 и 25-34, т.е. молодежи; белорусов, зарабатывающих более 1000 BYN; занятых в сельском хоз-ве, финансах, IT и здравоохранении. В августе чуть больше страновых пессимистов, однако категории сконцентрированы друг к другу, т.е. группы оптимистов располагаются рядом с оптимистами, а пессимисты с пессимистами. (Рис. 5Д)

### Доходы населения

Доля людей, которые в августе 2022 года говорили о снижении своих доходов за последний месяц, значительно снизилась и составила 43% (снижение 9 п.п.). Если исключить тех, кто ссылается только на изменение курса как причину снижения доходов, то доля снижается до 41%, а если исключить и рост цен — до 30% (Рис. 5). Выше всего доли снижения доходов без учета влияния курса и цен наблюдались у следующих групп людей:

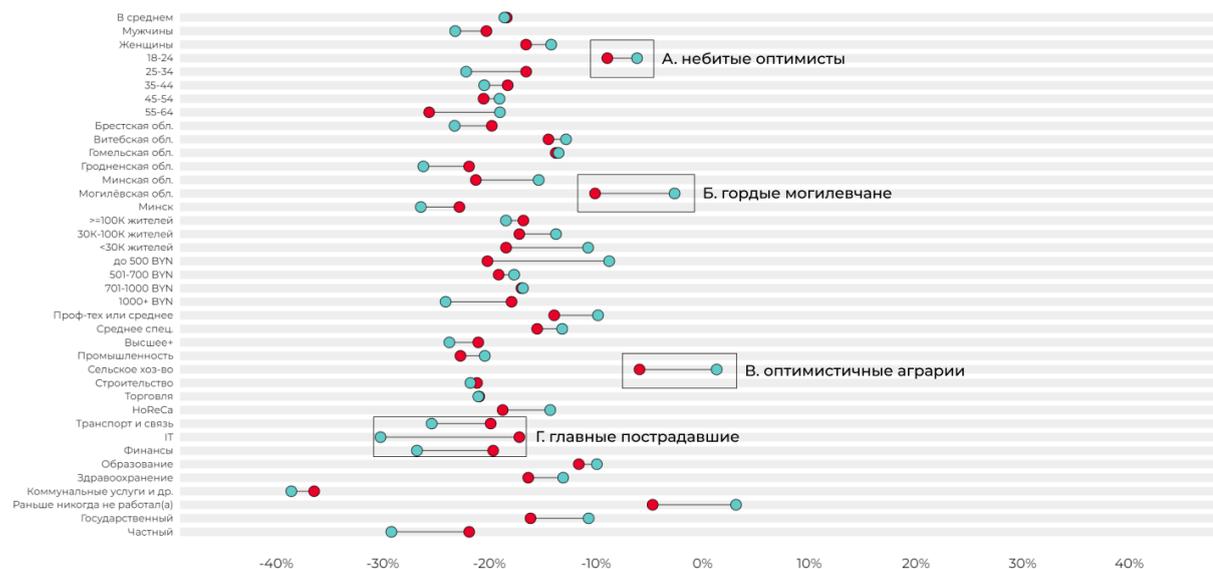
- зарабатывающие до 500 BYN
- жители городов от 30 до 100 тысяч жителей
- с профессионально-техническим или средним образованием
- занятые в секторах строительства и сельского и лесного хозяйства, несмотря на рост индекса и рост компонента будущего

# Рисунок 5. Индекс потребительской уверенности и компонент будущего страны апреле и августе 22-го

(показаны группы по полу, возрасту, региону, доходу, образованию сфере деятельности, форме собственности)

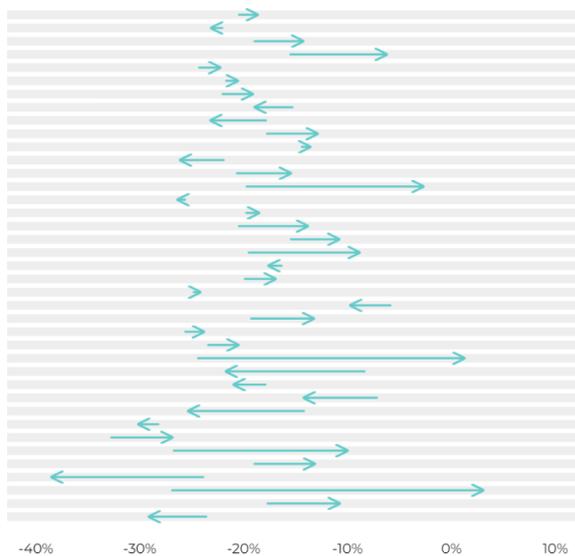
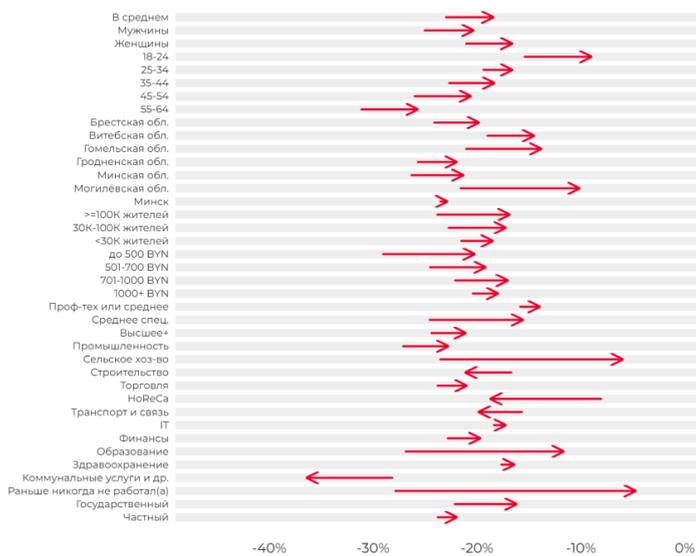
## А. Август 2022-го

■ индекс потребительской уверенности (Евростат) ■ компонент будущего страны

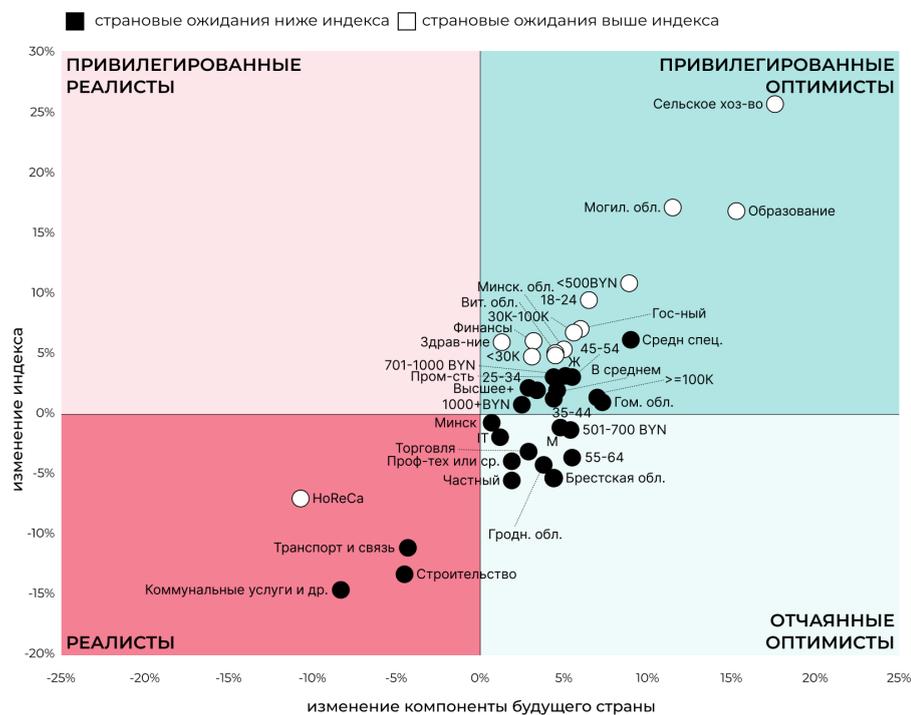


## В. Изменение индекса за период

## Г. Изменение компонента будущего за период



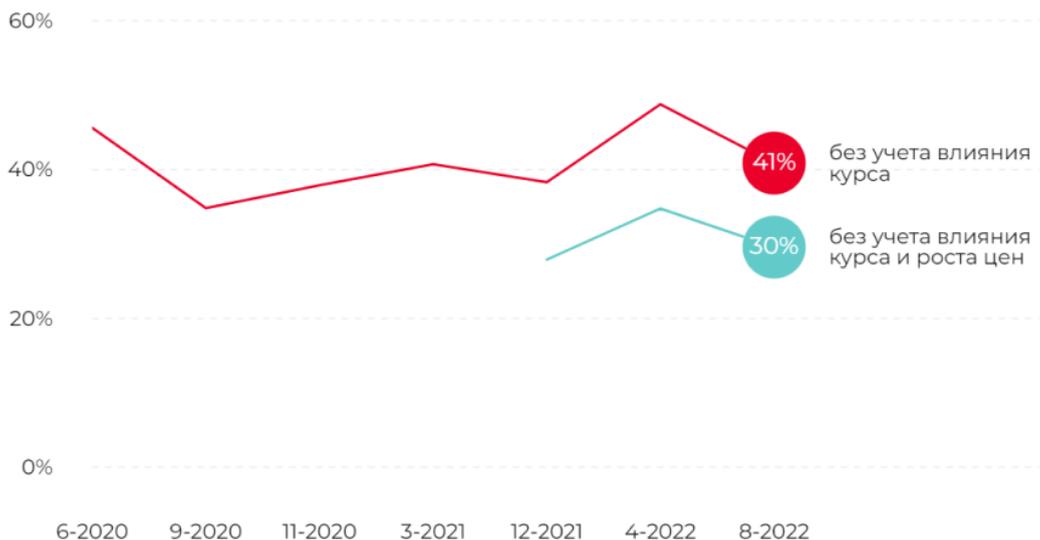
## Д. Кластеры



Основными причинами падения доходов в августе были *цены, изменения валютного курса, уменьшение премий, отмена повышения зарплаты снижение, а также снижение количества заказов*. Стоит обратить внимание на снижение значения фактора изменения курса рубля больше чем на 20 п.п. по сравнению с апрелем.

**Рисунок 5. Доля населения, сообщающего о сокращении доходов (%)**  
(учет влияния роста цен начинается с декабря 21-го)

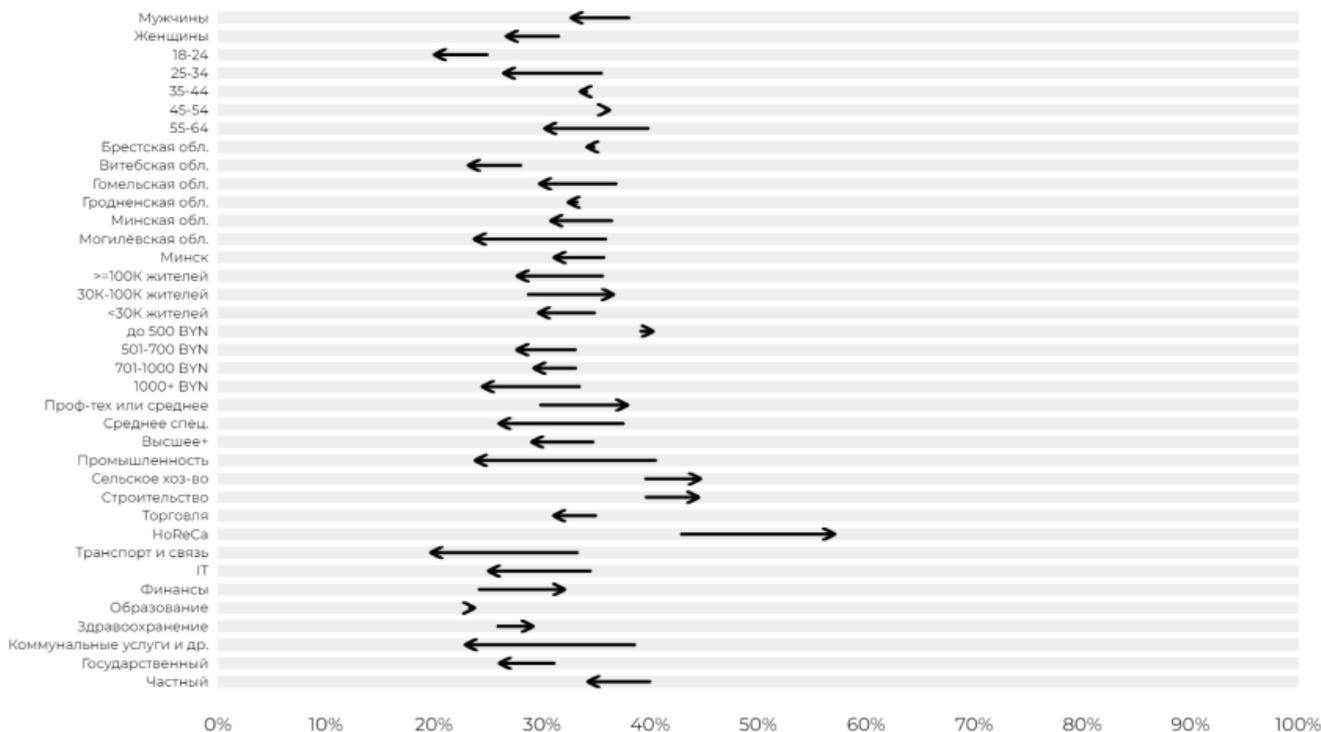
**А. Изменение доли за период с 2020 года**



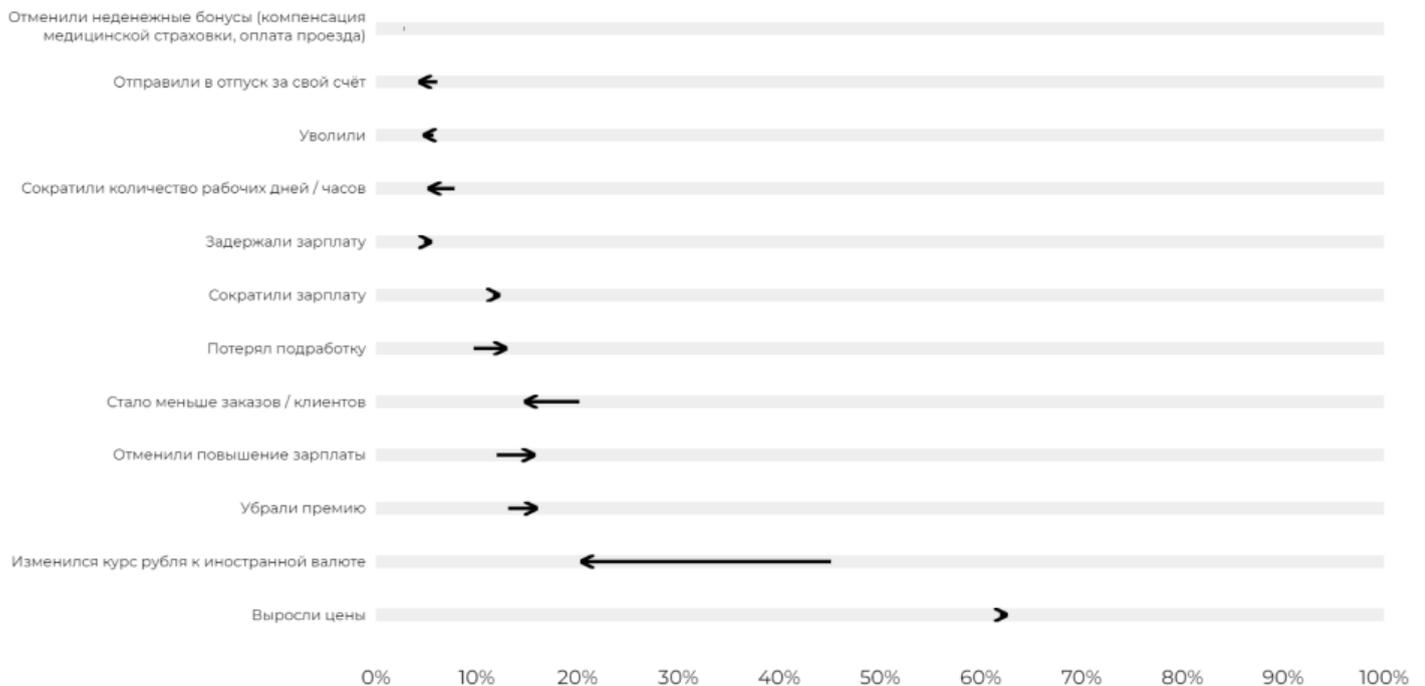
**Справочно. За счет чего уменьшился ваш доход?**

Варианты: сократили премию, зарплату, стало меньше заказов, неоплачиваемый отпуск, потерял подработку, уволили, задержали зарплату, выросли цены, изменился курс

**Б. Изменение доли по группам в августе по сравнению с апрелем**



## В. Изменение причин снижения доходов



Из 43% респондентов, почувствовавших снижение доходов, 44% (рост 2 п.п.) стали покупать более дешёвую одежду или покупать ее реже, 45% (рост 2 п.п.) начали экономить на отдыхе и развлечениях, сэкономили на еде 35% (снижение 6 п.п.), 34% (разница 0 п.п.) откладывали крупные покупки, 13% (снижение 3 п.п.) тратили как раньше, откладывая меньше либо залезая в сбережения, а 10% (значение не изменилось.) были вынуждены просрочить регулярные платежи, например, коммуналку или выплаты по кредит (Рис. 6). Классический вариант реакции на снижение доходов — не менять профиль потребления, что соответствует варианту «мы тратим как раньше, просто не откладываем или даже залезаем в сбережения», однако довольно значительная часть — 35% сэкономили на еде, что является особенно тревожным сигналом, несмотря на некоторое снижение по сравнению с предыдущим периодом. Доля экономящих на еде была наиболее высокой среди возрастной группы 18-24, живущих в Витебской области, среди людей с низким доходом (до 500 BYN) и работающих в сельском хозяйстве и здравоохранении.

## Рынок труда

На рынке труда, как в декабре 2021-го и апреле 2022-го, сохраняется парадоксальная ситуация. С одной стороны, доля тех, кто потерял работу в последнее время, находится на низком уровне 3.4%. При этом уровень потери работы среди друзей и знакомых — 18.0% (снижение 3.6 п.п.) — по-прежнему один из самых высоких показателей за последние два года за исключением периода начала пандемии Covid. (Рис. 7)

Рисунок 6. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 52%, почувствовавших снижение доходов)

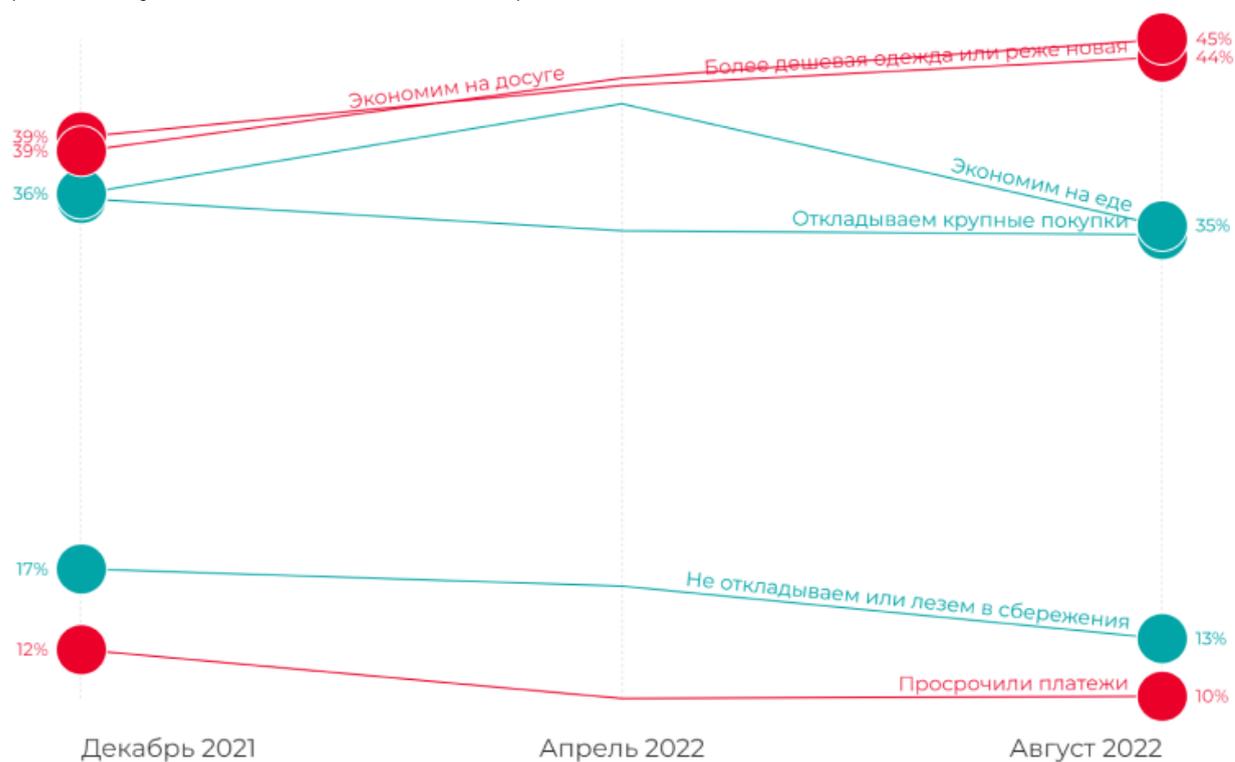


Рисунок 7. Какова доля безработных

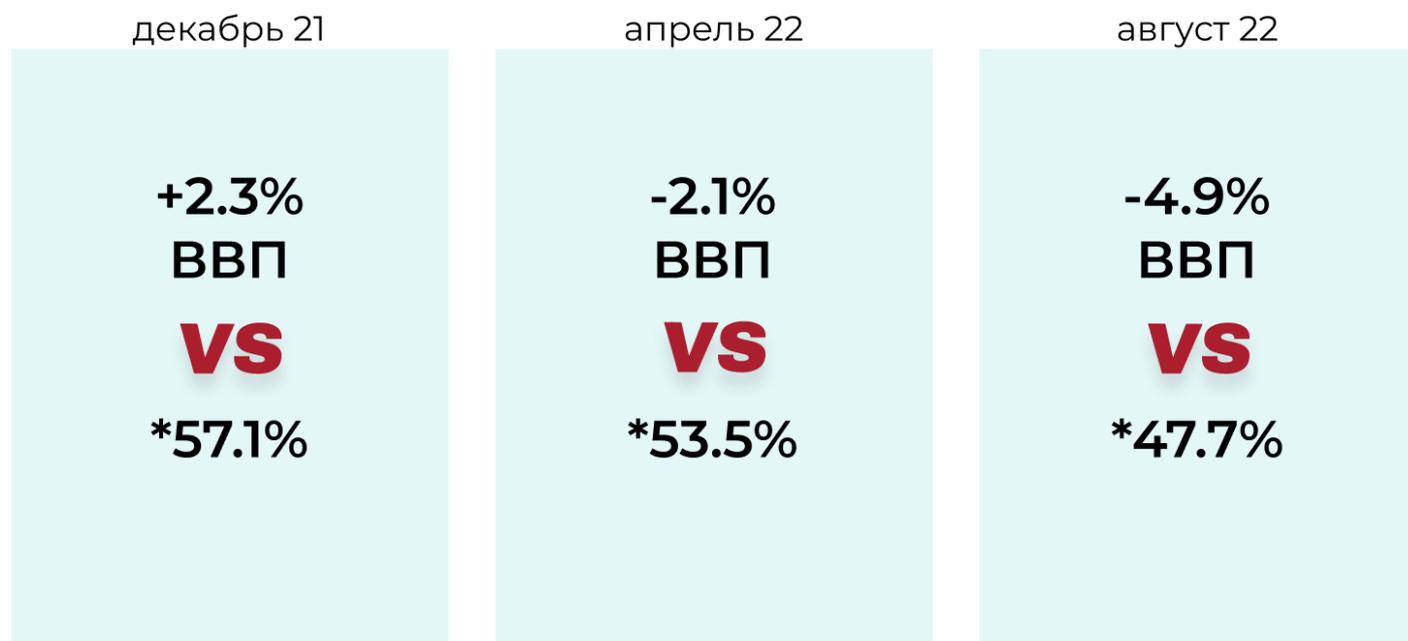
(доля тех, кто сообщает о потере работы в %)

■ Я потерял работу ■ Кто-то из моих знакомых потерял работу



## Общая оценка

Рисунок 8. Изменения ВВП и доля белорусов, оценивающих состояние экономики как плохое



\*доля белорусов, оценивающих состояние экономики как «плохое» или «очень плохое»

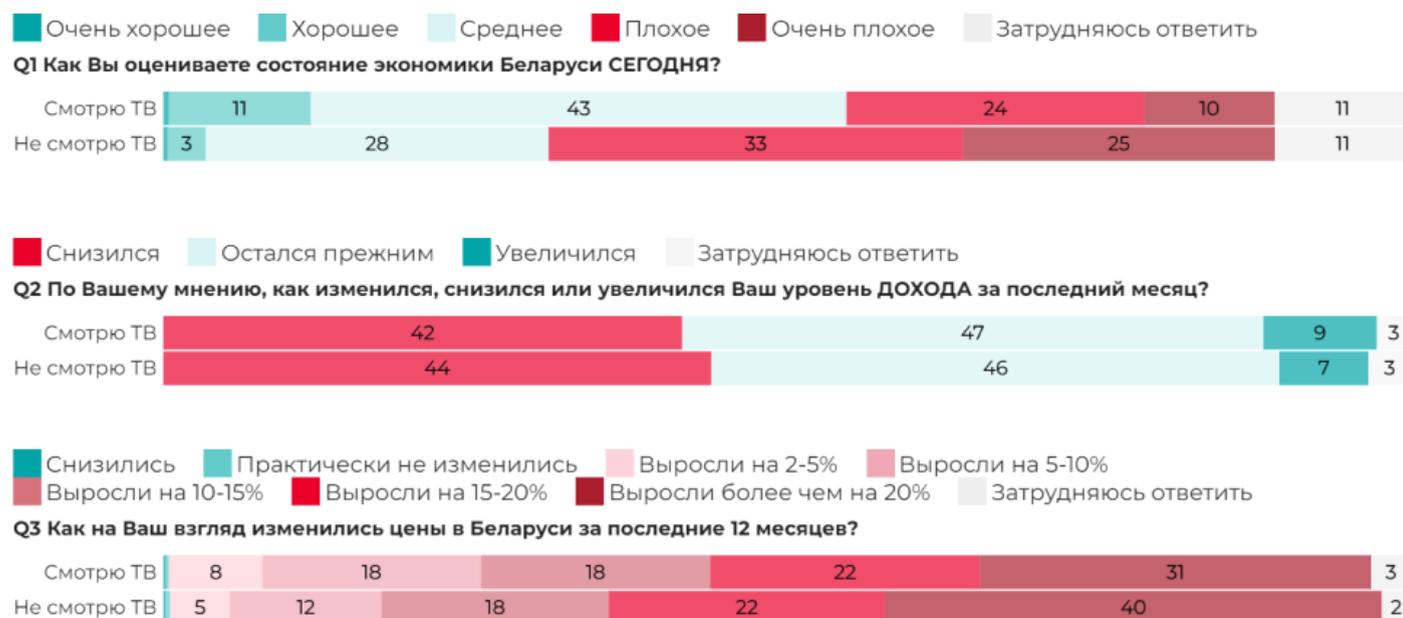
Несмотря на углубляющееся снижение ВВП год к году от +2.3% за 2021 до -4.9% январь-август 2022-го к январю-августу 2021-го, настроения белорусов стали менее пессимистичными: доля белорусов, оценивающих состояние экономики как «плохое» или «очень плохое» снизилась, индекс потребительской уверенности улучшился.

## Медиапотребление

44% респондентов ответили, что пользуются телевидением в качестве медиаисточника. Несмотря на то, что доходы снизились у 42% смотрящих и у 44% несмотрящих, ситуацию в экономике данные группы оценивали по-разному: первые склонны оценивать её чаще как среднюю, в то время как вторые как плохую или очень плохую. Изменения цен группы оценивались схожим образом за исключением некоторой переоценки изменения цен у несмотрящих ТВ в категории «Выросли более чем на 20%» и недооценки у смотрящих ТВ в категории «Выросли на 5-10%».

**Реальность:** индекс потребительских цен в августе 22-го к августу 21-го составлял 117.9% (рост на 17.9%), в т.ч. продовольственные товары 118.9%, непродовольственные товары 120.9%, услуги 112.2%.

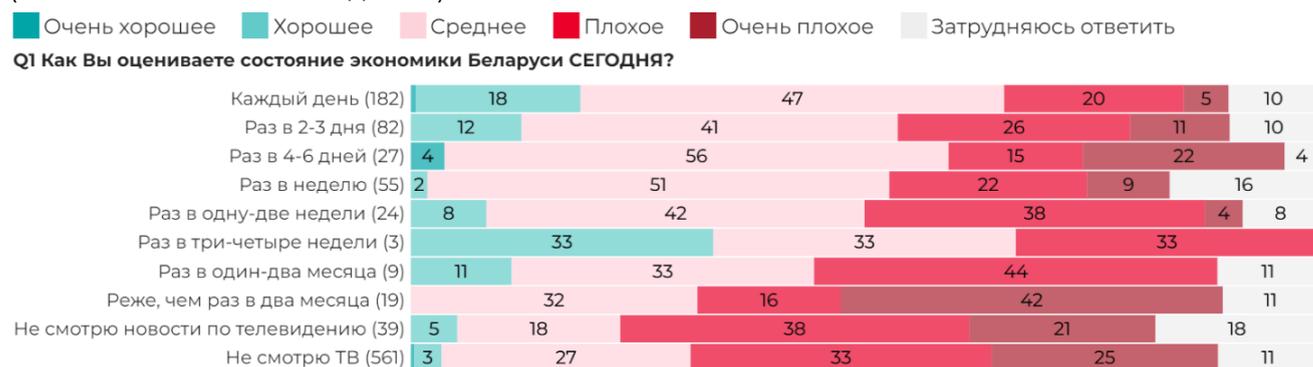
Рис 9. Восприятие экономической ситуации в зависимости от просмотра ТВ



Однако есть ли связь с регулярностью просмотра ТВ? Скорее да (Рис. 10). 58% совсем не смотрящих ТВ оценивали состояние экономики как «плохое» или «очень плохое» и всего лишь 25% смотрящих ТВ каждый день. 37% респондентов, которые смотрят ТВ раз 2-3 оценивали состояние экономики как плохое или очень плохое — разница 12 п.п. со смотрящими каждый день.

Значение индекса потребительской уверенности у не смотрящих ТВ составило -28.4%, а у смотрящих -16.1% (разница 12.3 п.п.). Компонент текущего состояния страны первые оценивали в -49.4%, а вторые в -31.4% (разница 18 п.п.). В компоненте будущего страны различия еще более яркие: -29.1% у не смотрящих и -5.2% у смотрящих (разница 23.9 п.п.). В компоненте оценки благосостояния семьи различие менее контрастны: так в оценках за прошедших год значение не смотрящих -28.0%, а у смотрящих -20.9 (разница 7.1 п.п.). В оценках будущего значения смотрящих -10.5, а у смотрящих -0.5 (разница 10 п.п.). Особенно заметной является разница в оценке состояния страны как текущего состояния, так и будущего. В оценках состояния финансового положения семьи разница менее заметна.

Рисунок 10. Восприятие экономической ситуации в зависимости от частоты просмотра новостей (в скобках кол-во наблюдений)

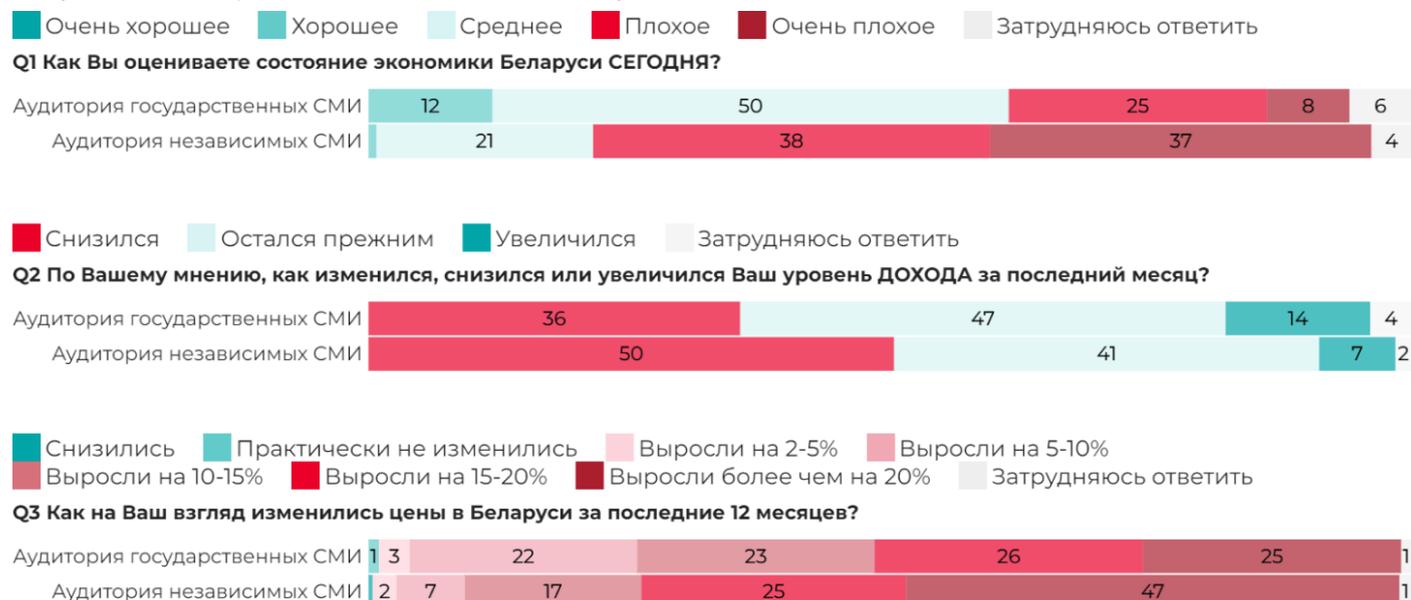


На основе ответов на вопрос «Каким из этих характеристик соответствуют или не соответствуют медиаисточники, рассказывающие об общественно-политических событиях, которым Вы доверяете?» были выделены 2 сегмента респондентов в соответствии с потребляемыми ими медиаисточниками. Согласно ответам в нашей онлайн-панели 10% является аудиторией госСМИ, а 26% аудиторией независимых СМИ (далее Б). На рисунке 11 представлены ответы сегментов на 7 основных социально-экономических вопросов.

- 75% аудитории независимых СМИ оценивали ситуацию в экономике как плохую по сравнению с 33% аудитории госСМИ
- 50% аудитория независимых СМИ отмечали снижение дохода и у 36% аудитории госСМИ
- Аудитория независимых была склонна переоценивать изменение цен в Беларуси, например, 47% данной аудитории считали, что цены выросли более чем на 20%. Аудитория госСМИ недооценивала рост цен, так существенные 22% считали, что цены выросли только на 2-5%
- 65% аудитории независимых СМИ считали, что экономическая ситуация через год станет несколько или намного хуже и всего 26% аудитории госСМИ
- 87% аудитории независимых СМИ считали, что за прошедший год экономическая ситуация ухудшилась и только 56% аудитории ГосСМИ
- Что улучшится материальное положение семьи сообщали 49% аудитории ГосСМИ и 30% аудитории независимых СМИ
- У 64% аудитории материальное положение семьи ухудшилось за последние 12 месяцев и у 47% аудитории госСМИ

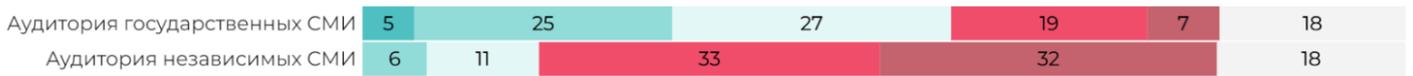
На основе ответов уже на 3 вопроса об интересе к общественно-политическим новостям и медиаисточникам была составлена дополнительная сегментация респондентов, включающая следующие группы: а) безразличные к ситуации, б) избегающие/уставшие, в) активно потребляющие независимые СМИ, г) активно потребляющие государственные СМИ.

Рисунок 11. Восприятие экономической ситуации в зависимости от сегмента



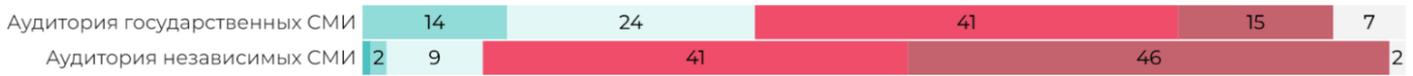
■ Намного лучше ■ Несколько лучше ■ Останется такой же ■ Несколько хуже ■ Намного хуже  
■ Затрудняюсь ответить

**Q4 Как Вы думаете, изменится ли экономическая ситуация в Беларуси ЧЕРЕЗ ГОД? Станет ли она...?**



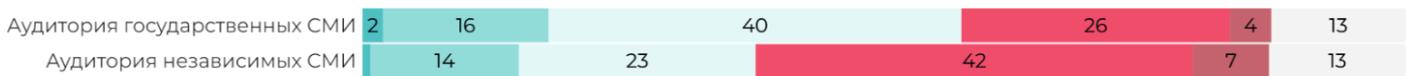
■ Намного улучшилась ■ Несколько улучшилась ■ Осталась прежней ■ Несколько ухудшилась  
■ Намного ухудшилась ■ Затрудняюсь ответить

**Q5 Как Вы считаете, экономическая ситуация в Беларуси по сравнению с тем, какой она была ГОД НАЗАД...?**



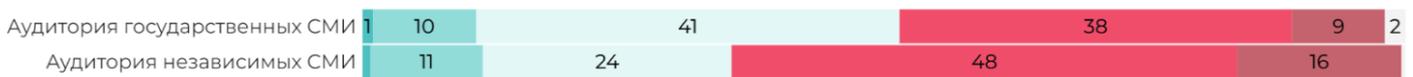
■ Намного лучше ■ Несколько лучше ■ Не изменится ■ Несколько хуже ■ Намного хуже

**Q6 Как Вы думаете, В ТЕЧЕНИЕ СЛЕДУЮЩИХ 12-ти МЕСЯЦЕВ материальное положение Вашей семьи станет...?**



■ Намного улучшилось ■ Несколько улучшилось ■ На прежнем уровне ■ Несколько ухудшилось  
■ Намного ухудшилось ■ Затрудняюсь ответить

**Q7 Как Вы считаете, материальное положение Вашей семьи ЗА ПРОШЕДШИЕ 12 МЕСЯЦЕВ...?**



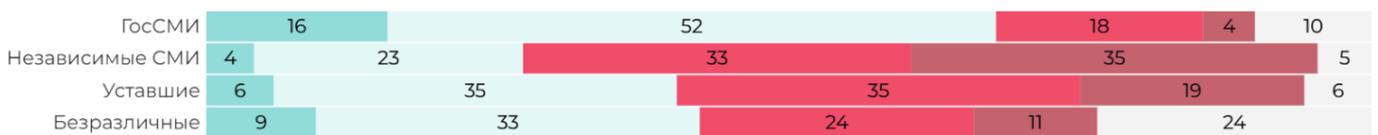
35% безразличных оценивало ситуацию в экономику как плохую. Также среди них высокая доля (24%) тех, кто затруднились ответить на вопрос. Уставшие соглашались дать ответ на вопрос об экономике, и 54% из них оценивали ситуацию как плохую. У аудиторий госСМИ и независимых СМИ все оставалось, как и в первой сегментации. 52% активной аудитории госСМИ оценивали состояние экономики как среднее, а 22% как плохое. 68% активной аудитории независимых СМИ оценивали состояние экономики как плохое. (Рис. 12)

Будущее страны сегменты также оценивали по-разному: 23% активной аудитории госСМИ думали, что через год станет хуже. У аудитории независимых СМИ таких было 60%, 54% у уставших, 35% у безразличных.

**Рисунок 12. Восприятие экономической ситуации в зависимости от сегмента**

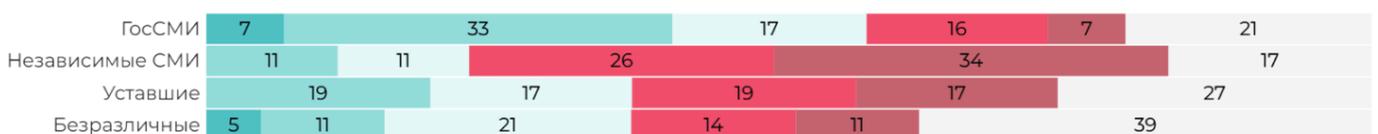
■ Очень хорошее ■ Хорошее ■ Среднее ■ Плохое ■ Очень плохое ■ Затрудняюсь ответить

**Q1 Как Вы оцениваете состояние экономики Беларуси СЕГОДНЯ?**



■ Намного лучше ■ Несколько лучше ■ Останется такой же ■ Несколько хуже ■ Намного хуже  
■ Затрудняюсь ответить

**Q4 Как Вы думаете, изменится ли экономическая ситуация в Беларуси ЧЕРЕЗ ГОД? Станет ли она...?**



## Заключение

Данные проведенного онлайн-опроса домашних хозяйств показывают, что введенные санкции, война России с Украиной и снижающийся экономический рост в 2022-ом году пока не повлияли значительно на настроения белорусов — 30% (снижение на 5 п.п.) респондентов сообщали о сокращении доходов без учета влияния инфляции и курса, а 3.4% (снижение на 0.8 п.п.) сообщали о потере работы за последние две недели. В то же время 35% (снижение на 6 п.п.) из тех, кто говорил о сокращении доходов экономят на еде. Несмотря на серьезные текущие и будущие вызовы перед белорусской экономикой, ожидания белорусов улучшились.

Улучшение может быть вызвано несколькими факторами:

- а) стабилизацией ситуации на валютном рынке (Рис. 5В),
- б) замедлением спада ВВП и достижением «локального минимума» спада,
- в) влиянием белорусских и российских государственных медиа (Рис. 9),
- г) нереализованными негативными ожиданиями в предыдущих периодах (Рис. 4).