

Резюме

- Индекс потребительской уверенности продолжает восстановление, несмотря на продолжающуюся войну и масштабные санкции, введенные против Беларуси и ее крупнейшего торгового партнера России
- Значение индекса потребительской уверенности (по методологии Росстата) в июне 2023-го составило -10,2% (увеличилось на 6,4 процентных пункта по сравнению с мартом и на 9,2 п.п. по сравнению с ноябрём 2022-го)
- Значение индекса потребительской уверенности без учета компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) увеличилось с -13,3% в марте до -8,2% в июне 2023-го, что переместило Беларусь на 6-место по значению индекса среди стран Европы
- Хуже всего респонденты оценивают текущее состояние страны: 44% считают, что экономическая ситуация ухудшилась
- Доля людей, которые в июне 2023-го говорили о снижении своих доходов за последний месяц, достигла минимума за все волны опроса (с декабря 2021) и составила 32,6%
- Доля тех, кто потерял работу за последние две недели, снизилась до 3,3%, однако уровень потери работы среди друзей и знакомых — 17,7% — всё ещё остаётся высоким

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных шести онлайн-опросов городских жителей в возрасте 18-64 года: а) с 2 по 8 декабря 2021 года, б) с 19 по 25 апреля 2022 года, в) с 26 по 31 августа 2022 года, г) с 21 по 25 ноября 2022 года, д) с 2 по 4 марта 2023 года и е) с 28 по 30 июня 2023-го года. Выборка соответствует структуре городского населения Беларуси и скорректирована по полу, региону и возрасту.

Индекс потребительской уверенности отражает общее восприятие и ожидания населения относительно экономики страны и своего финансового состояния. В наших исследованиях он рассчитывается по методологии, используемыми Росстатом и Евростатом. В индекс Евростата включены вопросы о нынешнем и прогнозном материальном положении семьи, готовности совершать крупные покупки, а также об экономическом развитии страны в течение ближайшего года. В методологию Росстата включены вышеперечисленные вопросы + оценка экономической ситуации в стране по сравнению с годом назад.

Оценка значений индекса потребительской уверенности

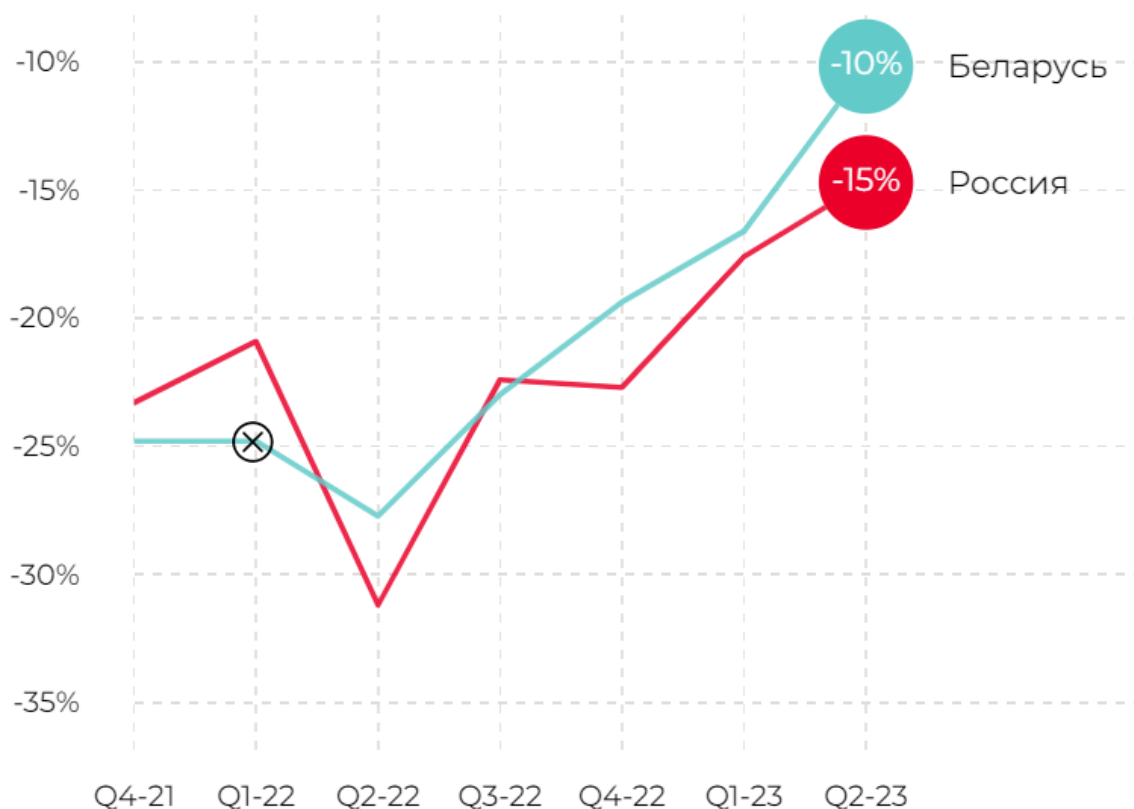
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация и материальное положение семьи в течение следующего года. В результате индекс иллюстрирует **настроения и ожидания** домохозяйств, объясняет стратегию их потребительского поведения.

Беларусь и Россия

Значение индекса потребительской уверенности, включающего 5 компонентов (методология Росстата), в июне 23-го составило -10,2% в Беларуси и -14,7% в России (данные Росстата на май 2023). После значительной просадки индекса во 2-м квартале 2022 потребительские ожидания и настроения продолжают своё восстановление, по сравнению с прошлым кварталом индекс в России вырос на 2,9 п.п., в Беларуси – на 6,4 п.п.: в 2,2 раза больше, чем российский.

Рисунок 1. Индекс потребительской уверенности в Беларуси и России 2021-2023 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

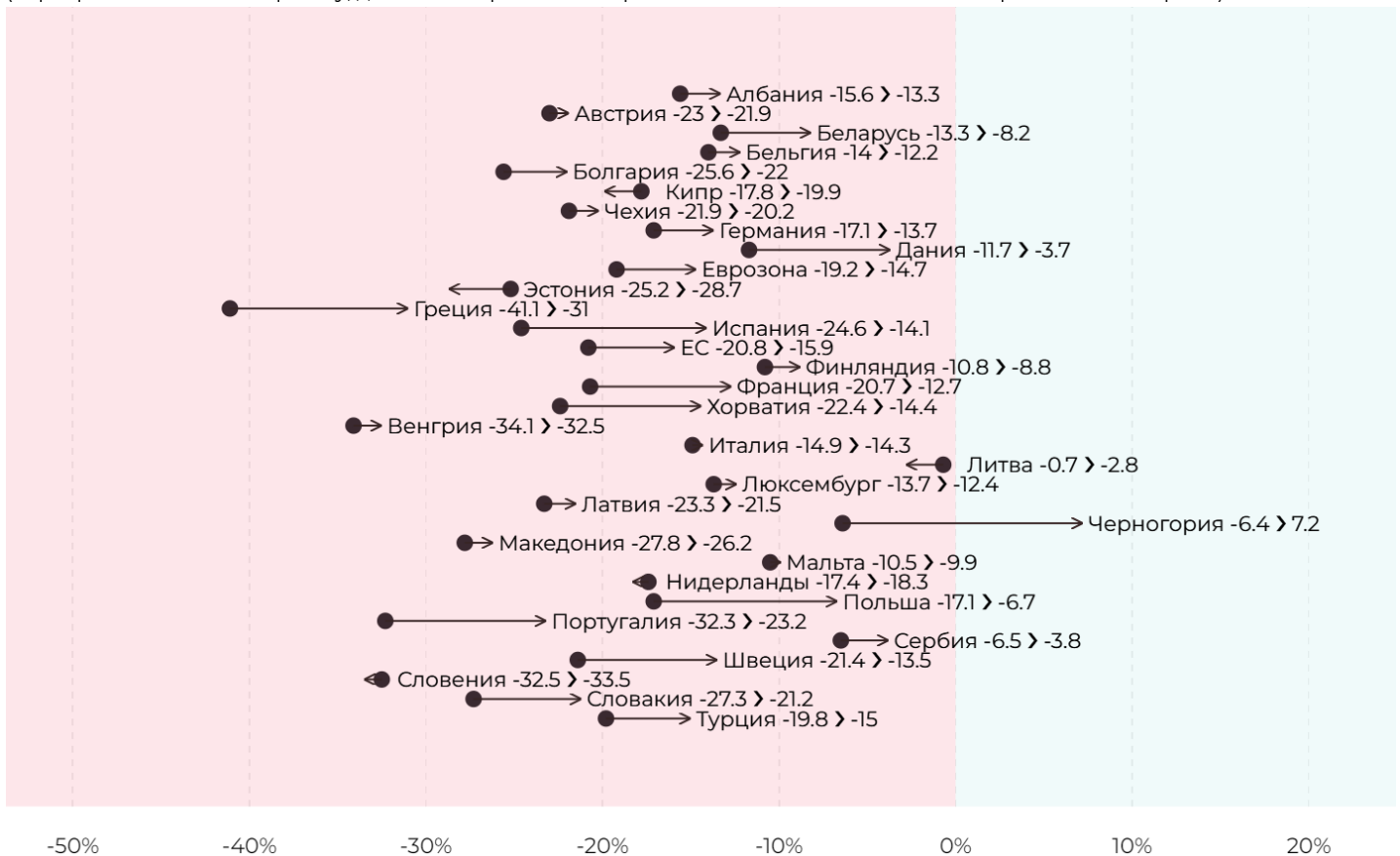
Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в июне составило -8,2% (рост на 5,1 п.п.). За 2-й квартал 2023 индексы большинства обозреваемых европейских стран улучшились: в среднем по еврозоне индекс увеличился на 4,5 п.п. Самое значительное ухудшение значения индекса наблюдается в Эстонии (-3,5 п.п.), Литве так и не удалось перебраться в положительную зону индекса – значение составило -2,8% (спад на 2,1 п.п.).

Наиболее значительный рост наблюдается в Испании (+10,5 п.п.), Польше (+10,4 п.п.), Греции (+10,1 п.п.); кардинальное изменение индекса потребительской уверенности продемонстрировала Черногория, оказавшись в положительной зоне индекса: рост на 13,6 п.п.

В ноябре 2022 Беларусь занимала 3-е место по уровню индекса потребительской уверенности, в марте 2023 – 7-е, а по состоянию на июнь 2023 года переместилась на 6 место в рейтинге стран Европы.

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в марте и июне 2023

(сортировка оси-Y по алфавиту, длина и направление стрелки показывает изменение по сравнению с мартом)



Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь со странами Евросоюза?

- Предиктивная способность индекса для стран ЕС, основанного на методологии Евростата – исключая компонент о текущем состоянии экономики – выше, чем индекса, включающего все 5 компонентов.¹
- Евросоюз является вторым по значимости торговым партнером Беларуси.

¹ [A Revised Consumer Confidence Indicator. European Commission, official website, 2018.](https://ec.europa.eu/eurobarometer/eurobarometer-92-2018)

Компоненты индекса потребительской уверенности

Примечание. Формула подсчёта компонента

$$\text{Компонент} = (\text{ПП} + \text{П} \div 2) - (\text{НН} + \text{Н} \div 2)$$

где ПП — наиболее положительные ответы,
П — положительные,
НН — наиболее отрицательные,
Н — отрицательные.

В предыдущих волнах опроса население Беларуси традиционно более негативно оценивало экономическую ситуацию в стране, чем материальное положение семьи (Рис. 3 – Q1 и Q3). В этой волне разрыв сократился: так, в июне 44% и 41% респондентов соответственно отметили, что экономическая ситуация в стране и материальное положение семьи ухудшились за прошедший год. В целом наблюдается позитивная динамика в оценке текущего экономического состояния страны: по сравнению с годом назад, 18% считают, что ситуация улучшилась (+5 п.п.), 25% считают, что ситуация не изменилась (+3 п.п.), 44% считают, что ситуация ухудшилась (-12 п.п.). Сравнивая с фактическими оценками, ВВП Беларуси за I полугодие 2023 вырос на 2% (к I полугодию 2022, когда ВВП сократился на 4,6 п.п.)².

Также немного улучшились оценки материального положения семьи (Q3): 19% респондентов отмечают улучшение за прошедший год (+3 п.п.), 37% не наблюдали изменений (+2 п.п.), 41% говорят об ухудшении их материального положения (-5 п.п.). Причины улучшения видны и в официальной статистике: за январь-май 2023 реальные располагаемые денежные доходы населения выросли на 3% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, а реальные зарплаты выросли на 7,4% за I-е полугодие 2023 г/г³.

Говоря об оценках будущего, среди населения всё ещё велик уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 27% респондентов затрудняются в предполагаемой оценке экономической ситуации в стране; 16% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики классически оценивают хуже: 30% и 22% ожидают ухудшения и улучшения экономической ситуации соответственно. Однако взгляд в будущее на уровне домохозяйств становится более оптимистичным: улучшения своего материального положения ожидают 26% респондентов (+7 п.п. по сравнению с августом 2022), ухудшения – 20% (-12 п.п.), 37% респондентов изменений не ждёт.

Любопытная ситуация оказалась в отношении крупных покупок: благоприятным время для крупных покупок назвали только 15% респондентов, 34% считают, что время скорее плохое, а 41% отмечают, что плюсов и минусов одинаково. Несмотря

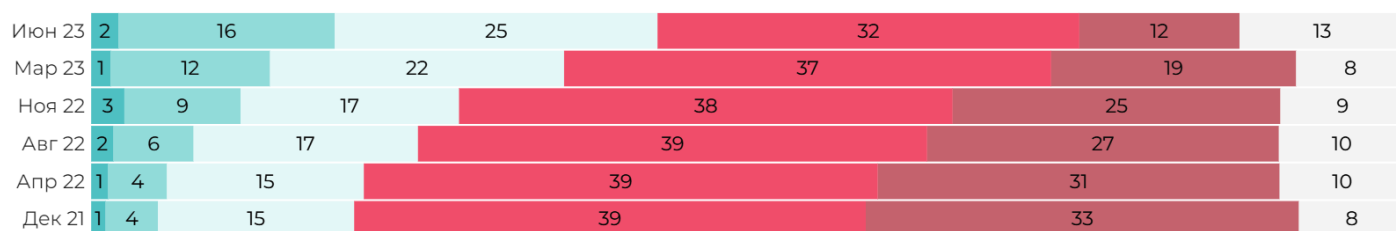
² Источник: Белстат

³ Источник: Белстат

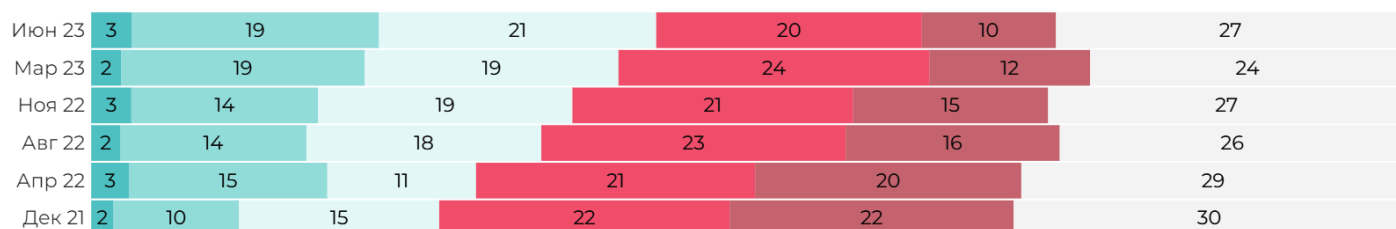
на это, уровень потребительского кредитования растёт, а сбережения остаются на прежнем уровне.

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

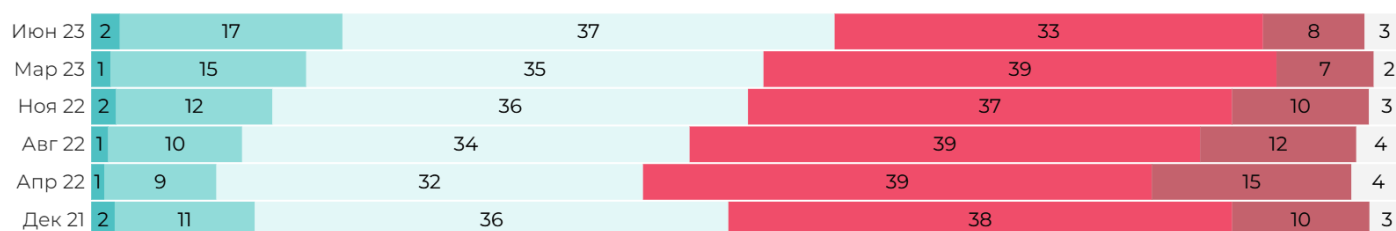
Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?



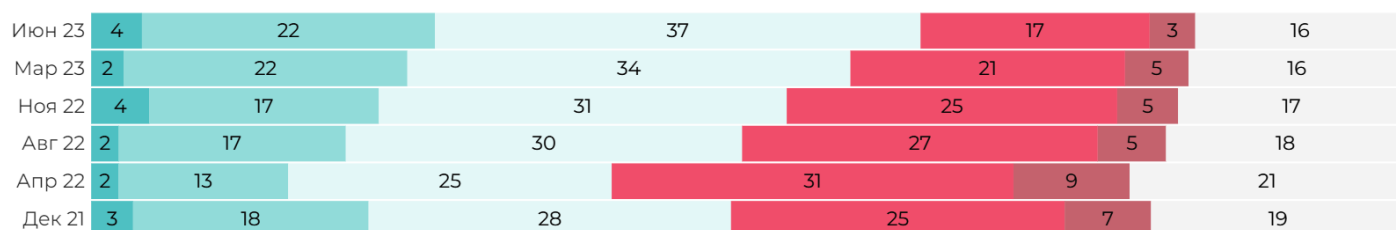
Q2 А как изменится она через год?



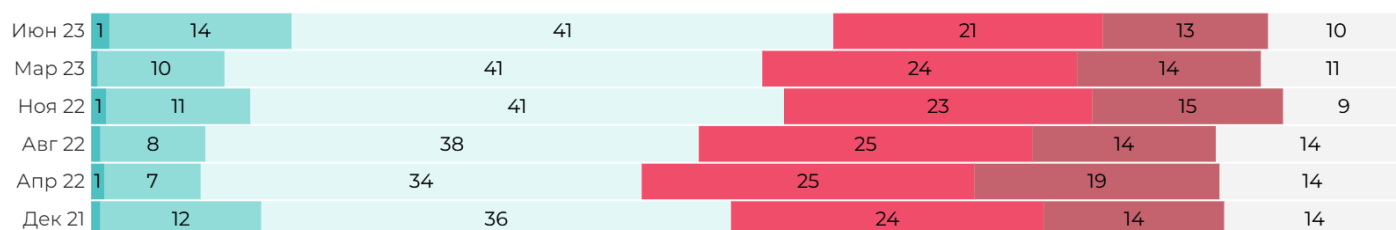
Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



Q4 А как оно изменится в следующие 12 месяцев?



Q5 Сейчас хорошее (плохое) время для крупных покупок для дома?



Примечание. Легенда рисунка

Ответы на вопросы распределяются по шкале Лайкерта — от «улучшится (-лось)» до «ухудшится (-лось)». В Q5 варианты ответов меняются на «очень хорошее» и «очень плохое». Серым цветом обозначается вариант «затрудняюсь ответить».

Оптимисты и пессимисты

Область значений индекса потребительской уверенности находилась в отрицательной зоне во всех группах за исключением работников индустрии сельского и лесного хоз-ва, а также людей в возрасте 18-24 лет; положительная зона компонента ожиданий будущего страны характера также для упомянутых категорий + жителей городов, в которых проживает менее 30 тыс. человек (Рис. 4А).

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 и планирует увеличивать свои доходы). Наименьший же показатель индекса как по возрасту, так и среди других групп имеют люди старше 55 лет со значением -18,3%.

В региональном разрезе самые пессимистичные проживают в Минске: их индекс потребительской уверенности в июне 2023 составил -12,9%, а компонент будущего страны -17,5%.

В зависимости от доходов хуже всего себя ощущают, ожидаемо, люди с низким уровнем дохода (до 500 BYN), а главными пессимистами относительно будущего традиционно становятся люди с высоким доходом (более 1000 BYN) – они оценили компонент будущего страны в -12,2%.

Беларусы с высшим образованием оценивают гораздо хуже как компонент будущего, так и текущий индекс потребительской уверенности по сравнению с беларусами со средним, средним специальным и профессионально-техническим образованием.

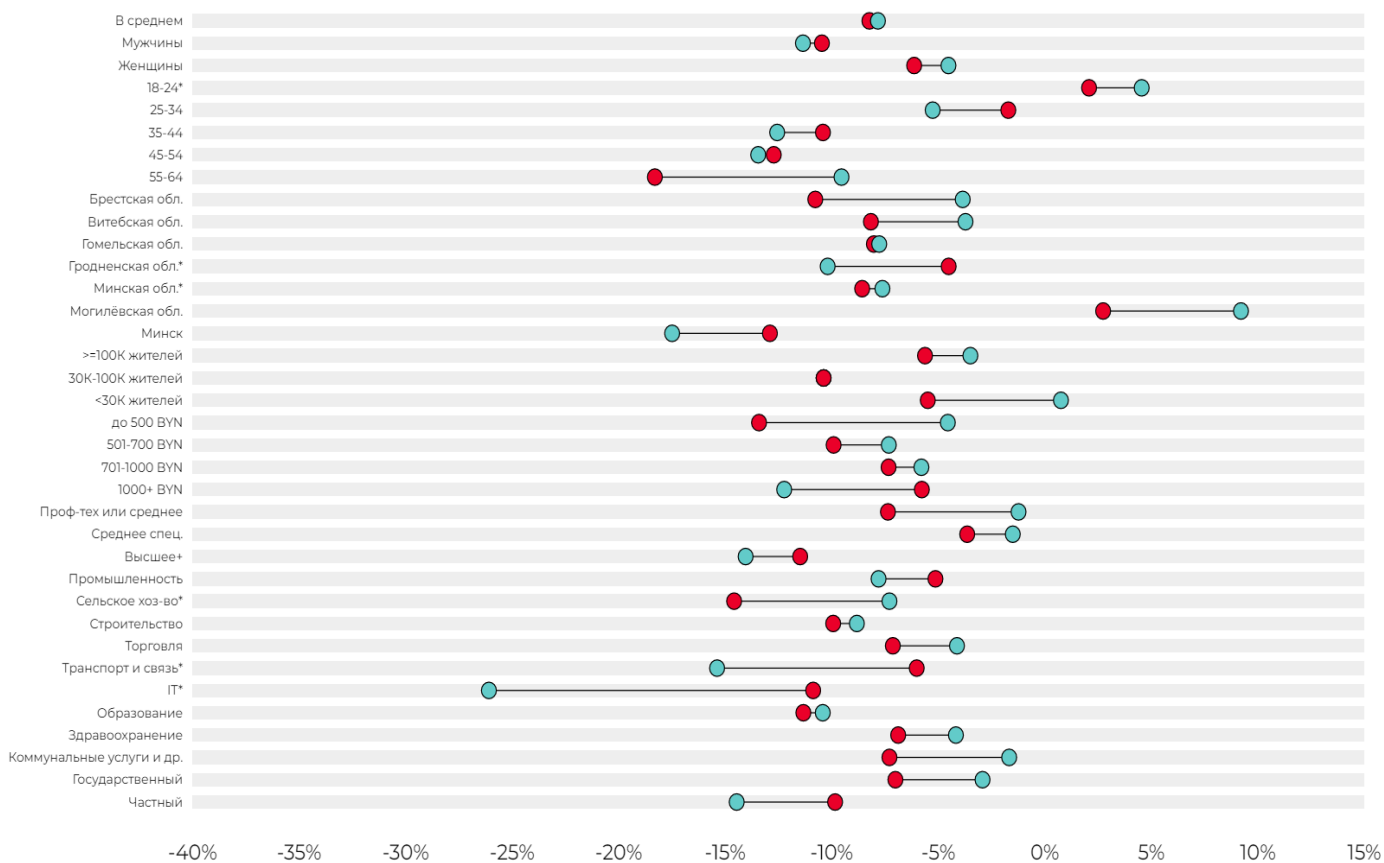
В разрезе сферы деятельности работники промышленности сместили с позиции «самых оптимистичных» работников сельского хозяйства: индекс потребительской уверенности в промышленности составил -5,1%, в сельском хозяйстве – -14,6%. Работники сферы IT, как и прежде, являются главными пессимистами: компонент будущего страны они оценивают в -26,1%.

Сотрудники частных предприятий всё так же более пессимистичны, чем сотрудники государственных предприятий, однако оптимизм работников на частных предприятиях вырос по сравнению с прошлой волной опроса (4Б и 4В).

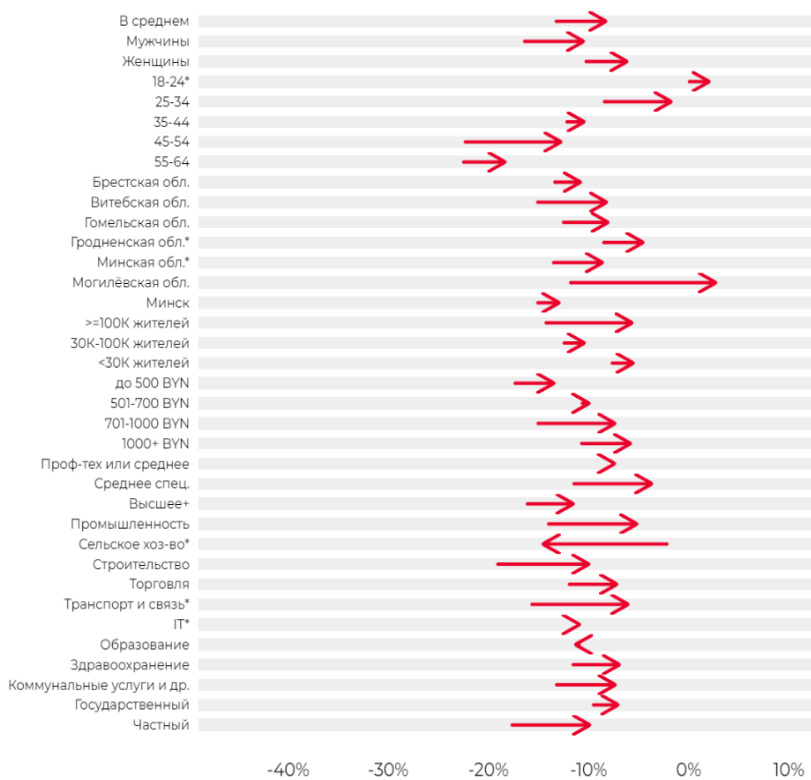
Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности ■ и компонент будущего страны ■

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

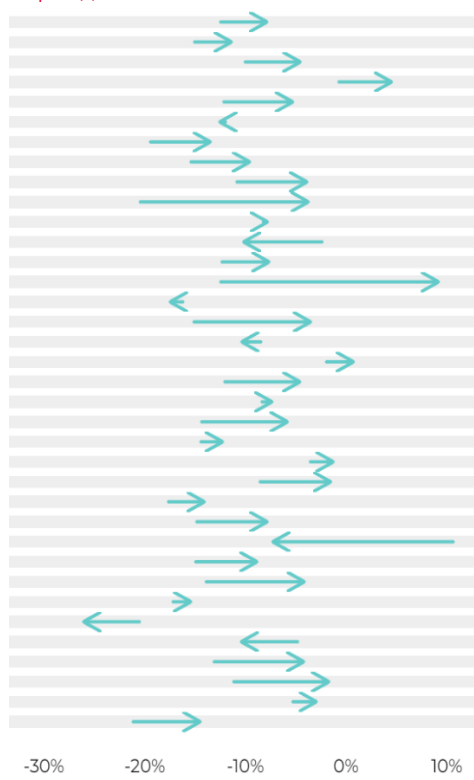
4А. Июнь 2023-го



4Б. Изменение индекса за период



4В. Изменение компонента будущего за период



Доходы населения

Доля людей, которые в июне 2023 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, составила 32,6%.

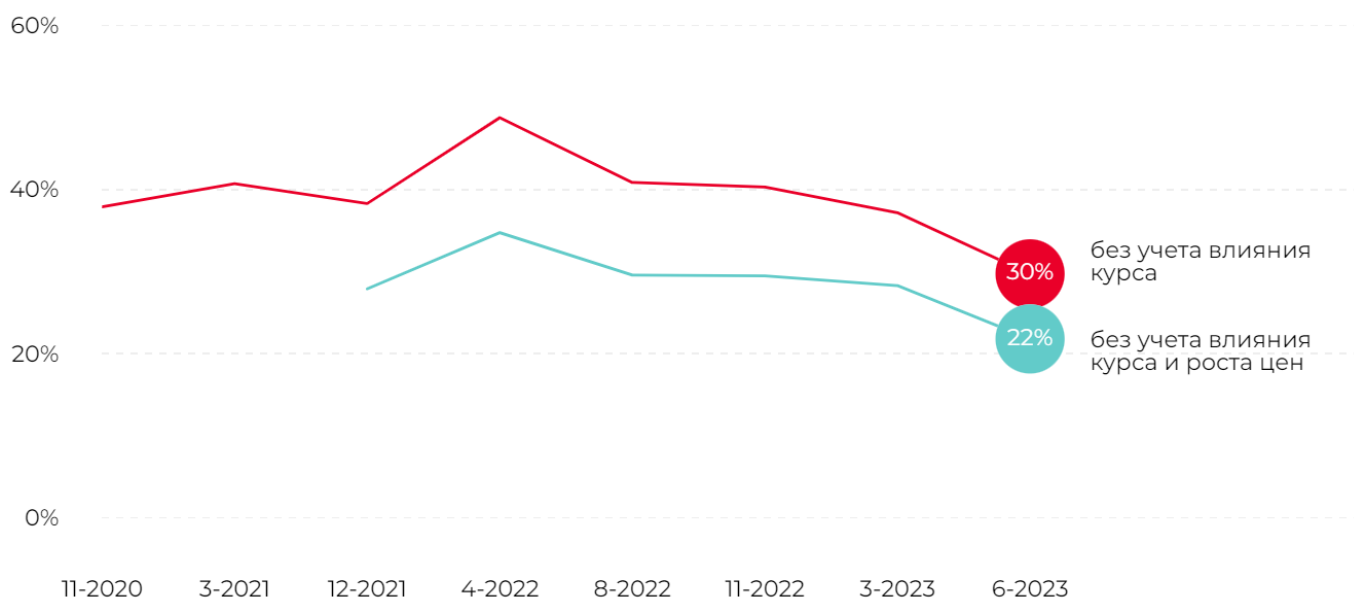
Если исключить тех, кто ссылается только на изменение курса как причину снижения доходов, то доля снижается до 30%, а если исключить и рост цен — до 22% (Рис. 5). Самые высокие темпы снижения доходов без учета влияния курса и цен наблюдались у следующих групп людей:

- с изначально низким доходом и неквалифицированные рабочие,
- самозанятые и предприниматели,
- занятые в IT.

Рисунок 5. Доля населения, сообщающего о сокращении доходов (%)

(учет влияния роста цен начинается с декабря 21-го)

5А. Изменение доли за период с конца 2020 года

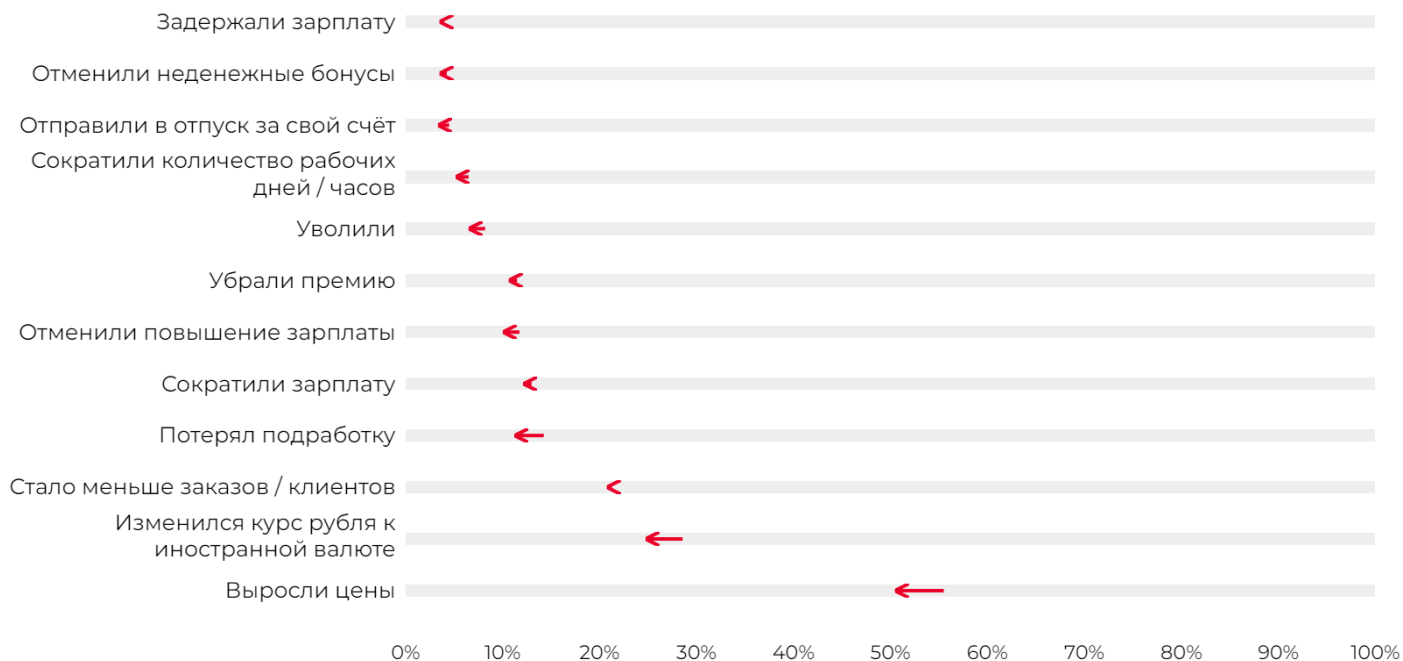


Справочно. За счет чего уменьшился ваш доход?

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

Основными причинами падения доходов (5В) в июне были *цены, изменения валютного курса, снижение количества заказов, а также потеря подработки и сокращение зарплаты.*

5В. Изменение причин снижения доходов

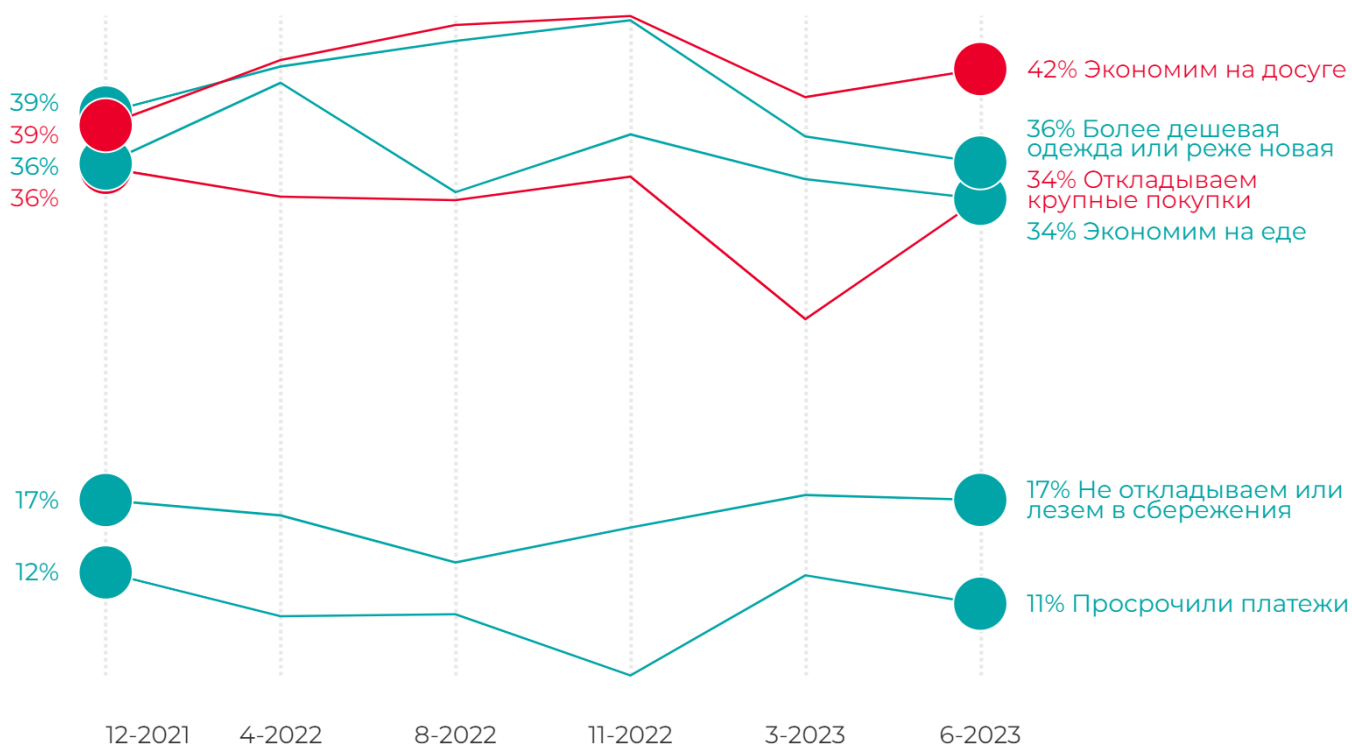


Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Г), в этой волне опроса респонденты меньше сэкономили на еде и одежде, также немного сократилась доля респондентов, просрочивших обязательные платежи. В то же время, домохозяйства с сокращающимся доходом стали чаще откладывать крупные покупки и экономить на досуге. Таким образом, несмотря на снижение доходов, домохозяйства стали экономить меньше.

5Г. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 33%, почувствовавших снижение доходов)

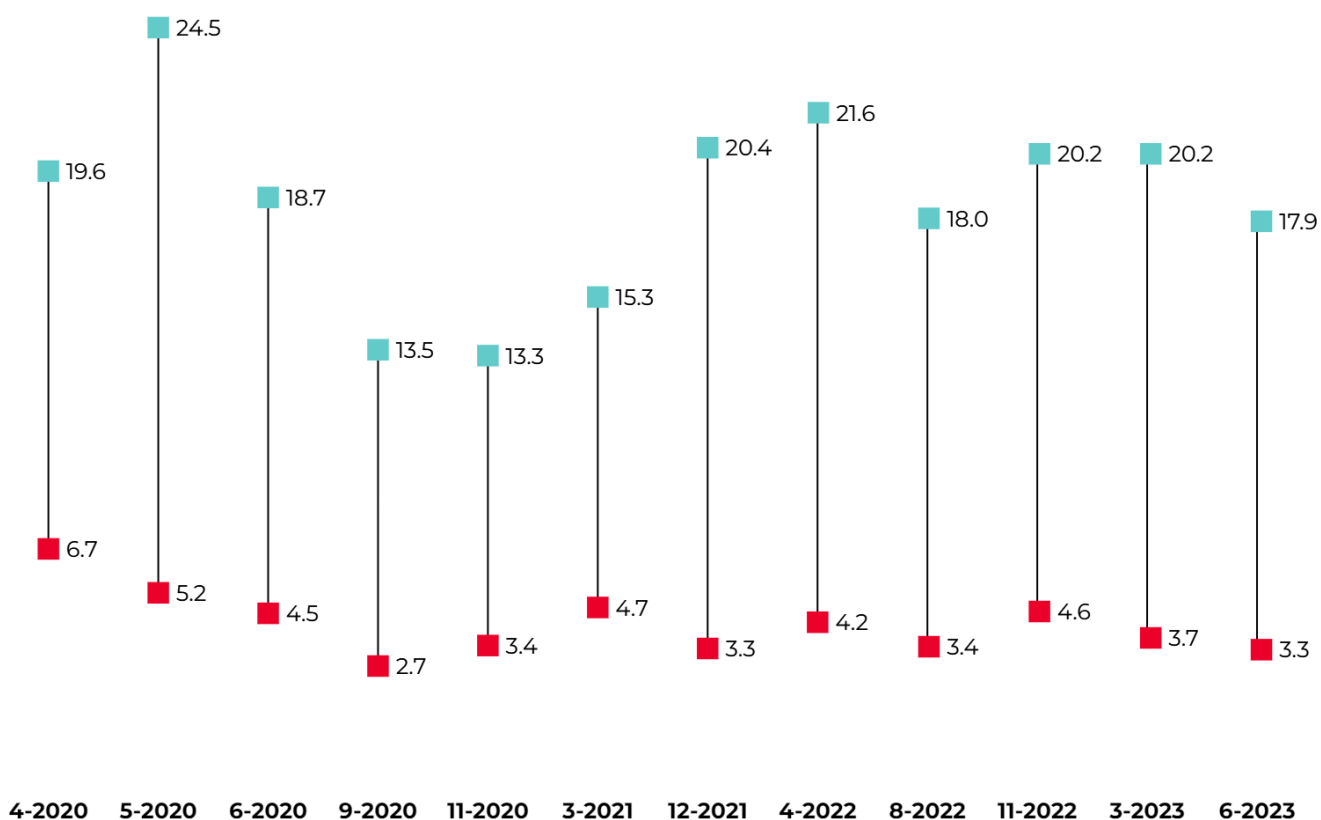
■ Уменьшение ■ Увеличение



Рынок труда

На рынке труда, как и прежде, сохраняется парадоксальная ситуация. С одной стороны, доля тех, кто потерял работу в последнее время, находится на среднем уровне 3,3% (снижение на 0,4 п.п.). При этом уровень потери работы среди друзей и знакомых — 17,9% — всё ещё высокий, но наметился тренд на снижение (Рис. 6).

Рисунок 6. Какова доля безработных? Я потерял работу и кто-то из моих знакомых (доля тех, кто сообщает о потере работы в %)



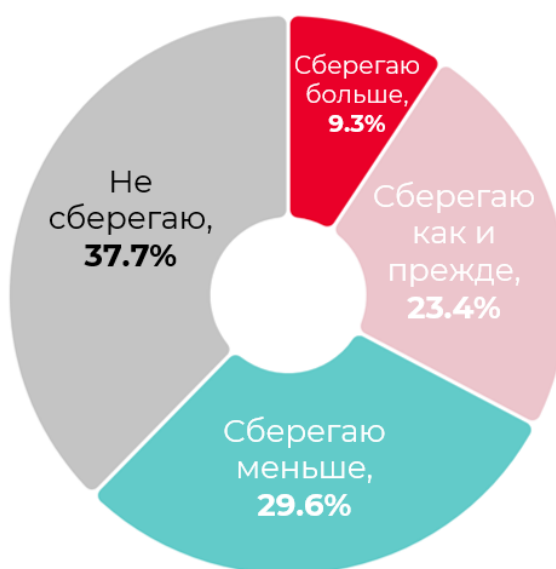
Изменение потребительского поведения

За I-е полугодие 2023 года спрос домохозяйств на товары уступал в темпах спросу на услуги: так, розничный товарооборот составил 104,6% к 1-му полугодю 2022 года, а товарооборот общественного питания и пассажирооборот составили 111,8% и 112,6% соответственно. Учитывая динамику базового периода, рост спроса на товары является скорее восстановительным (розничный товарооборот за январь-декабрь 2022 составил 96,3%). В то же время, темпы роста общепита и пассажирооборота за 2022 находились в границах 102-104%. Причиной роста спроса на услуги может быть не только возросший туристический поток, но и изменившееся потребительское поведение самих белорусов. Так, 40,9% респондентов отметили, что стали тратить больше на товары и услуги за последние полгода (43,1% тратят так же, как и раньше, Рис. 7А). В то же время, сберегать больше не стали: 37,7% белорусов не делают никаких сбережений и только 9,3% респондентов стали сберегать больше (Рис. 7Б).

Рисунок 7А. Как изменилось потребление домохозяйств за последние полгода?



Рисунок 7Б. Как изменилось сберегательное поведение домохозяйств за последние полгода?



Самыми популярными приобретёнными услугами ожидаемо оказались связь, транспорт, медицина, общепит и косметические услуги (Рис. 8). Примечательно, что по непопулярным услугам можно также сделать осторожные выводы. Например, около 6% респондентов пользовались услугами турагентов за последний год, что не является значимой долей респондентов, но услуги такого рода изначально не пользуются большой популярностью среди белорусов: по опросам Института социологии НАН РБ только 21,5% белорусов готовы обращаться к туроператорам и турагентствам, в то время как 70,6% планируют туризм самостоятельно⁴. Напротив, услугами санаториев пользовалось 4% респондентов опроса, а доля бронирования санаториев достигает 90%⁵, что вероятно является результатом повышенного спроса на санатории от иностранных туристов (в частности, россиян).

Больше всего стали тратить на обслуживание автомобиля, связь, транспортные услуги, образовательные услуги, а также на поездки и краткосрочную аренду жилья. Увеличившиеся траты связаны как с ростом спроса, так и с возросшими ценами на эти услуги. Так, например, за год цены на автозапчасти выросли на 25%, отсюда чуть больше половины приобретавших услуги по обслуживанию автомобиля стали тратить больше.

Всего на поездки и путешествия по состоянию на конец июня 2023 за последний год тратились 19,7% респондентов, а планируют поездку 32,6% – из них около половины (51,4%) планируют путешествовать по Беларуси. Чаще всего отдых в Беларуси выбирают люди 18-24 лет с невысоким уровнем дохода. Следующее по популярности направление – Россия, туда планируют поездку 32,5% респондентов (из 32,6%, планирующих путешествие в целом), чаще всего – это люди 45-54 лет из городов с численностью менее 30 тыс. человек Гомельской и Могилёвской

⁴ «Туристические предпочтения жителей Беларуси», Институт социологии НАН Беларуси, май-июнь 2023, телефонник на 900 человек

⁵ <https://minsknews.by/sanatorno-kurortnyj-kompleks-belarusi-v-letnij-period-ozhidaet-polnaya-zagruzka/>

областей. Следующие по популярности Турция (10,9%) и Грузия (7,3%), из стран ЕС лидирует только Польша – туда планируют поездку 8,5% респондентов.

Рисунок 8. Какие из перечисленных услуг домохозяйства приобретали и на какие стали тратить больше?

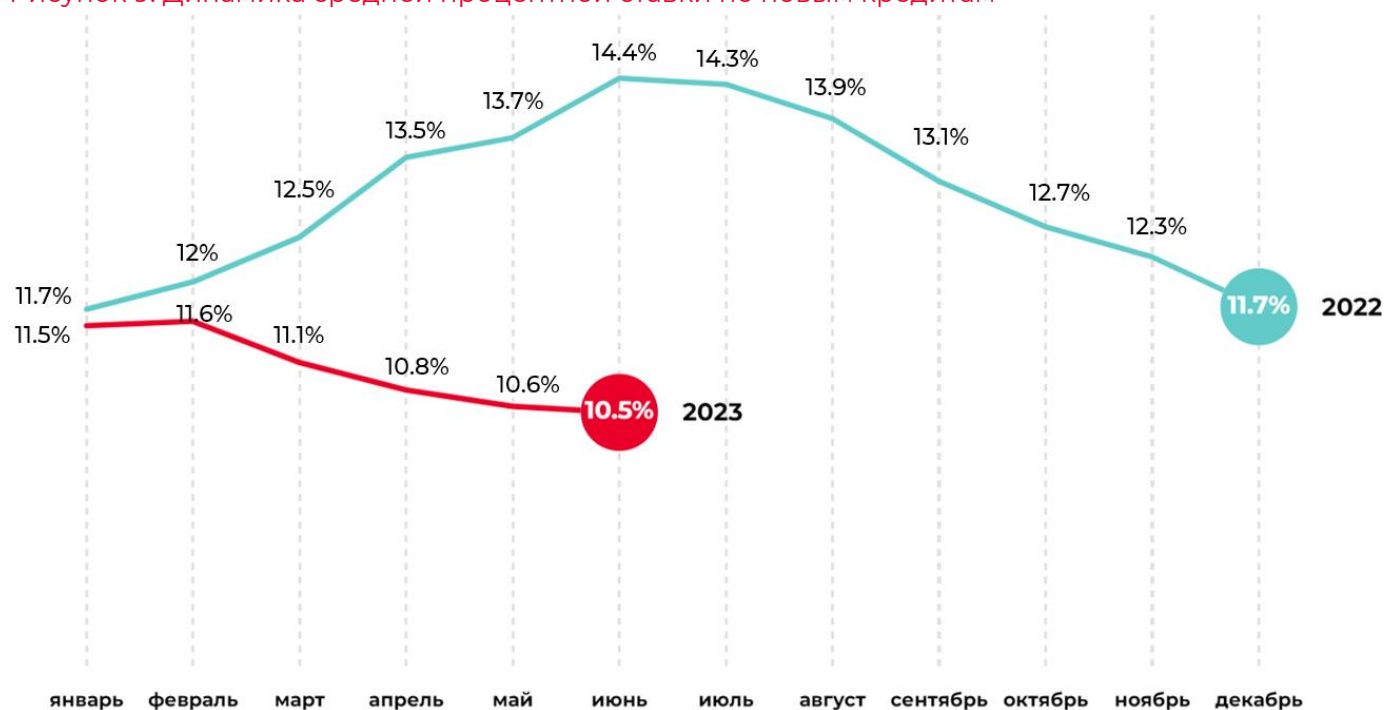


Рост потребительского кредитования

За 1-е полугодие 2023 года динамика задолженности по потребительским кредитам выросла на 15,2% (для сравнения, за 1-е полугодие 2022 года – сократилась на 8,7%). Итого, новых кредитов было выдано на 4,9 млрд рублей. Причинами роста потребительского кредитования стали как снижение процентной ставки по кредитам (Рис. 9), так и смягчение условий выдачи кредитов. Что касается оценки домохозяйствами этих причин:

- 44% респондентов считают, что за последний год оформить кредит стало проще;
- 25% считают, что процентные ставки по кредитам в Беларуси – низкие;
- 15% считают, что сейчас благоприятное время для крупных покупок.

Рисунок 9. Динамика средней процентной ставки по новым кредитам



Источник: Нацбанк

В блоке вопросов про отношение к кредитам в топ вышли опасения беларусов: 89% респондентов отмечают, что человек обычно сильно переплачивает за счёт процентной ставки, 86% считают, что есть высокая вероятность накопления долгов, если часто брать кредиты или рассрочки (Рис. 10). Вместе с тем, отношение к кредитам в целом положительное: 68% респондентов считают, что кредит – это хороший способ купить необходимую, но недоступную финансово на данный момент товар или услугу. Как следствие, главная причина, по которой беларусы оформляли кредиты – это нехватка денег на нужный товар/услугу (такую причину отметили 54% респондентов).

60% домохозяйств считают, что оформление кредита или рассрочки – это способ создать хорошую кредитную историю. Но создание кредитной истории не является для беларусов приоритетной причиной оформления кредита – её отметили только 6% респондентов. Также около 37% респондентов считают, что кредит позволяет сэкономить средства за счёт инфляции – чаще всего такой вариант ответа выбирают предприниматели и люди, занимающиеся финансовой деятельностью. Однако экономия за счёт инфляции стала причиной оформления кредитов только у 5% респондентов.

Рисунок 10. Отношение к кредитам

Взяв кредит, человек обычно сильно переплачивает за счет процентной ставки

89%

Есть высокая вероятность накопления большого количества долгов, если часто брать кредиты/рассрочки

86%

Кредит – хороший способ купить необходимую, но недоступную финансово сейчас вещь/услугу

68%

Взять кредит или рассрочку – способ создать хорошую кредитную историю

60%

Кредит позволяет сэкономить средства за счёт инфляции

37%

Таким образом,

- 56% респондентов выплачивают кредит или рассрочку в данный момент;
- 37% оформили кредит/рассрочку в 1-м полугодии 2023 года;
- 22% планируют оформить кредит/рассрочку в ближайшие 2 месяца.

Заключение

Данные мониторинга домохозяйств показывают, что индекс потребительской уверенности вместе с его компонентами продолжает восстанавливаться после значительного спада в начале войны. Доходы населения также приостановили падение: о сокращении доходов без учёта влияния курса и роста цен сообщили 22% респондентов – среди них стали меньше экономить на еде и одежде, но стали чаще откладывать крупные покупки. На рынке труда всё ещё высока доля социальной напряжённости, когда работу кто-то из знакомых теряет в разы чаще, чем происходят фактические увольнения.

Несмотря на снижение доходов у трети опрошенных, наблюдается рост спроса на услуги, а также рост потребительского кредитования. Последнему поспособствовало снижение процентных ставок по новым кредитам и смягчение условий кредитования. Результаты мониторинга косвенно свидетельствуют, что выросший спрос на услуги, наблюдаемый в национальной статистике, связан не только с туристическим потоком в страну, но и с увеличившимся спросом самих белорусов.