

Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

Домашние хозяйства

Ноябрь 2024 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности в 4-м квартале 2024 вырос на 1,4 п.п. (по методологии Росстата) и составил 0%
- Значение индекса потребительской уверенности без учета компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составило 0,4%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за октябрь 2024 оказалось значительно ниже: -12,6%
- Наблюдается позитивная динамика в оценке экономической ситуации страны
- Доля респондентов, сообщившая о сокращении доходов, осталась на уровне прежней волны (26%)
- Экономия на еде снова стала популярным способом экономии для респондентов с сокращающимся доходом
- Доля потерявших работу за последние две недели снизилась и составила 1,4%
- Доля респондентов, сообщающих о потере работы кем-то из знакомых, обновила минимум и составила 10%

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 11 онлайн-опросов городских жителей в возрасте 18–64 года; выборка соответствует структуре городского населения Беларуси и скорректирована по полу, региону и возрасту:

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1) 2–8 декабря 2021 (1004 респ.), | 7) 9–11 октября 2023 (1003 респ.), |
| 2) 19–25 апреля 2022 (1007 респ.), | 8) 6–12 февраля 2024 (998 респ.), |
| 3) 26–31 августа 2022 (1001 респ.), | 9) 15–22 мая 2024 (1002 респ.), |
| 4) 21–25 ноября 2022 (992 респ.), | 10) 24–25 июля 2024 (1001 респ.), |
| 5) 2–4 марта 2023 (1014 респ.), | 11) 8–10 ноября 2024 (991 респондент). |
| 6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.), | |

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

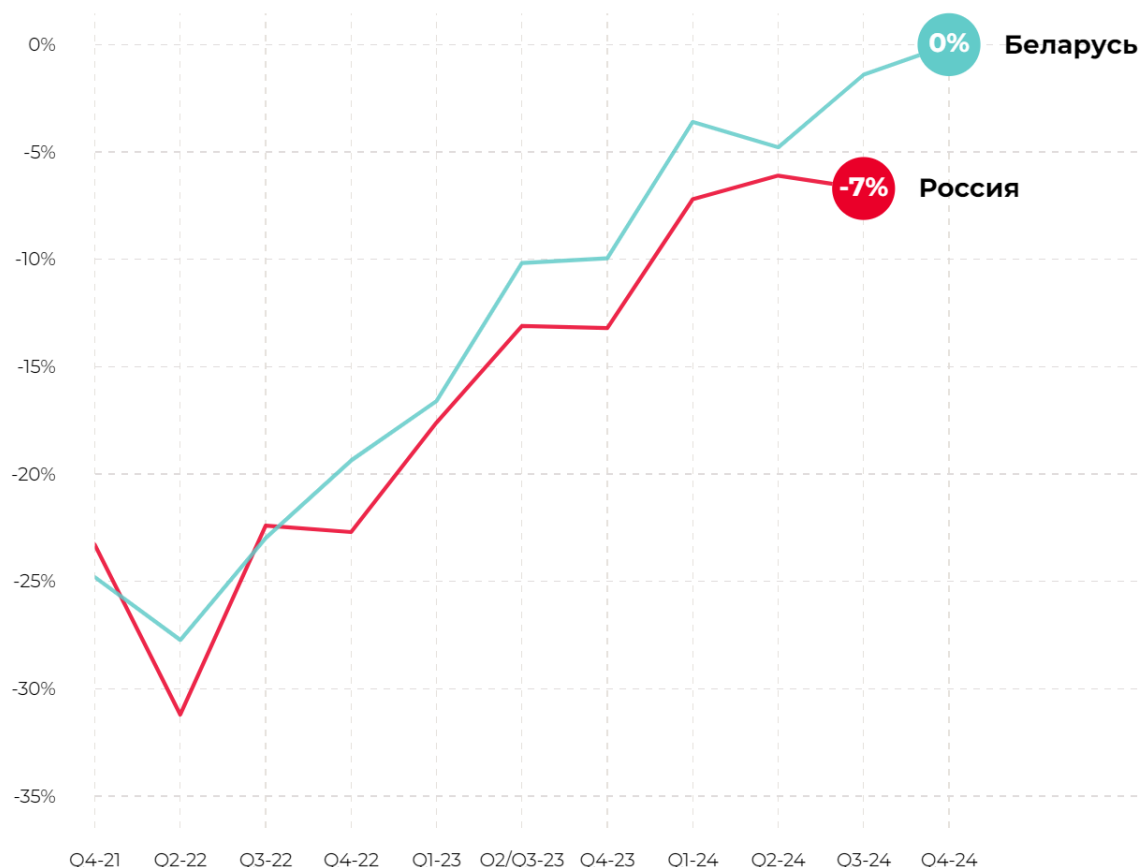
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация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

Беларусь и Россия

Беларусский индекс потребительской уверенности, включающий 5 компонентов (методология Росстата), впервые за все волны опроса вышел на нейтральный уровень и составил 0%. Индекс в России всё ещё находился в негативной зоне и составил -7%, однако данные представлены за 3-й квартал 2024. Восстановление и последующий рост индекса в обеих странах происходят схожими темпами, при этом Беларусь демонстрирует более высокие значения.

Рисунок 1. Индекс потребительской уверенности в Беларуси и России 2021–2024 гг.

(индекс по Беларуси начинается с 4-го квартала 2021-го, данные на 1-й 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, и находится в состоянии перегрева.
- б) Обе страны находятся под влиянием экономических санкций.
- в) Россия является основным торговым партнёром Беларуси.
- г) Обе страны сталкиваются с дефицитом на рынке труда.

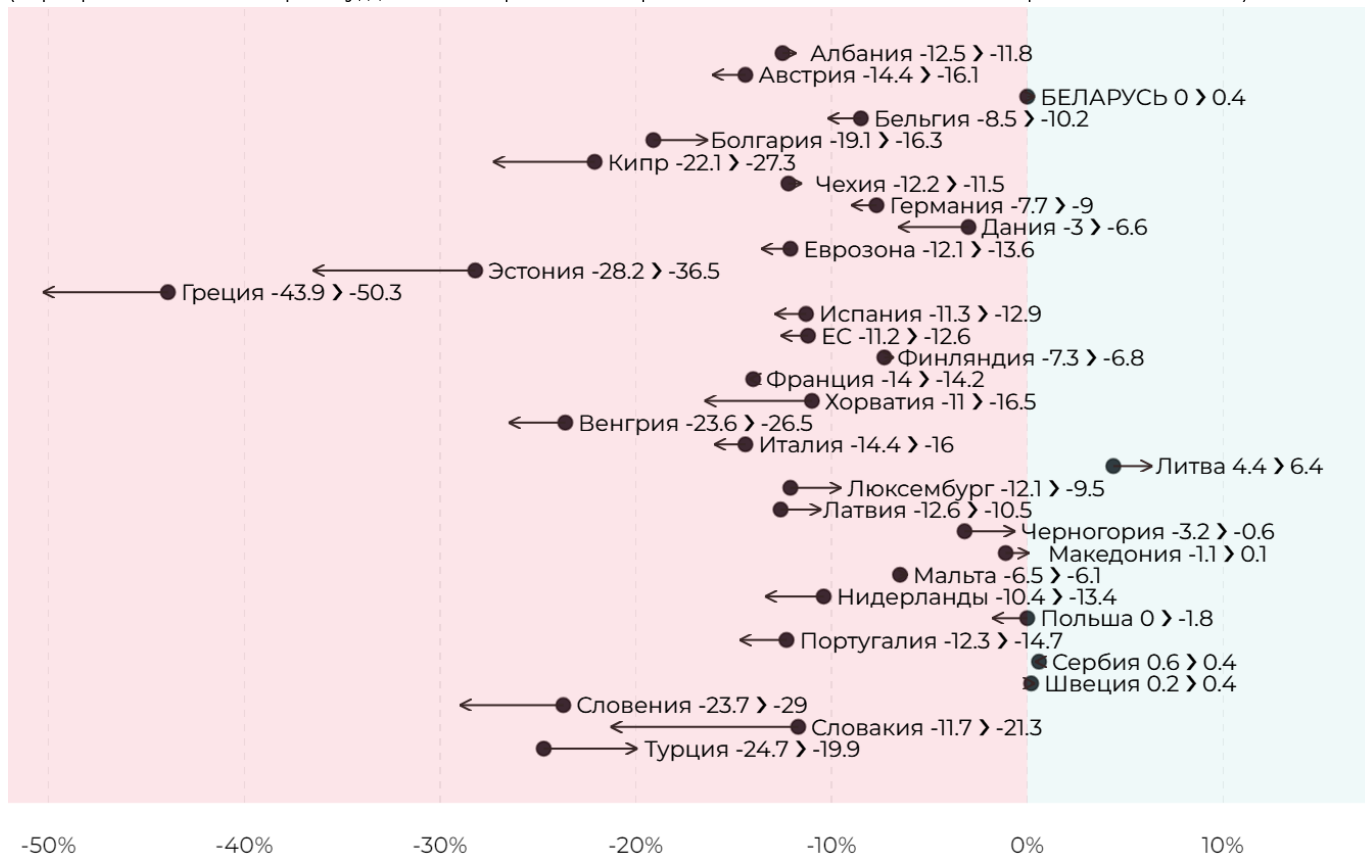
Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в ноябре сохранилось на нейтральном уровне и составило 0,4% (рост на 0,4 п.п.). В первом полугодии 2024 года Беларусь занимала 5-е место по уровню индекса потребительской уверенности среди европейских стран (постепенно улучшая свои позиции с 6–7 мест). В 4-м квартале значение белорусского индекса оказалось на одном уровне со Швецией и Сербией, в то время как наилучший показатель индекса зафиксирован в Литве (6,4%). Выход индекса потребительской уверенности в положительную зону случается достаточно редко, однако данный индекс представлен без сезонной сглаженности, что делает его более волатильным.

За 4-й квартал 2024 года индексы большинства обзореваемых европейских стран в среднем немного ухудшились (-1,4 п.п.): значение индекса в странах ЕС составило -12,6%. Наибольший рост индекса наблюдается в Турции (+4,8 п.п.), наибольшее падение – в Словакии (-9,6 п.п.) и Эстонии (-8,3 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно наблюдается в Греции (-50%).

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в октябре и июле 2024

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



Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь со странами Евросоюза?

Предиктивная способность индекса для стран ЕС, основанного на методологии Евростата – исключаящей компонент о текущем состоянии экономики – выше, чем индекса, включающего все 5 компонентов.¹

¹ [A Revised Consumer Confidence Indicator. European Commission, official website, 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 волнах опроса 2021–2023 гг. население Беларуси более негативно оценивало экономическую ситуацию в стране, чем материальное положение семьи (Рис. 3 – Q1 и Q3). К концу 2024 года разрыв в негативных оценках исчез: так, в 4-м квартале 29% и 30% респондентов соответственно отметили, что экономическая ситуация в стране и материальное положение семьи ухудшились за прошедший год. По сравнению с годом назад наблюдается позитивная динамика в оценке экономического состояния страны: 26% считают, что ситуация улучшилась (+9 п.п. г/г), 30% считают, что ситуация не изменилась, 29% считают, что ситуация ухудшилась (-10 п.п. г/г). В целом за 2024 год оценки экономики страны стабилизировались.

Оценки материального положения семьи в ноябре 2024 не претерпели значительных изменений: 23% респондентов сообщают об улучшении материального положения семьи, 44% не заметили изменений (-3 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом), 30% сообщают об ухудшении (+3 п.п. Q4/Q3).

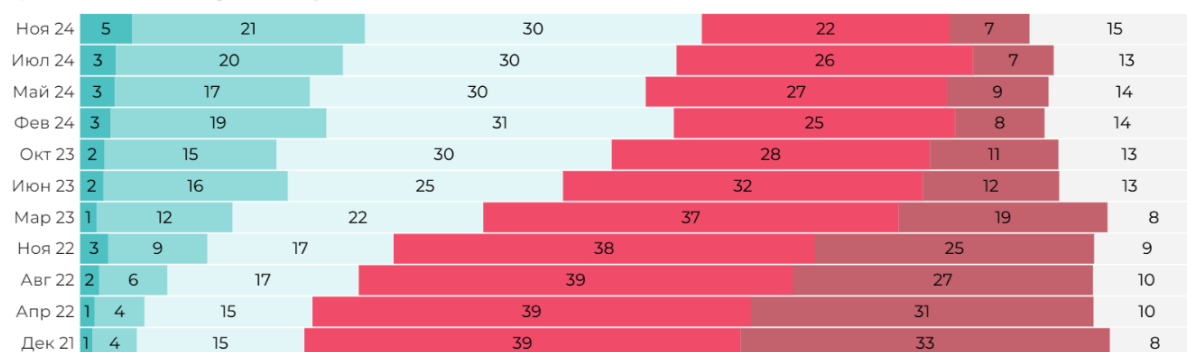
Говоря об оценках будущего, среди населения всё ещё велик уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 29% респондентов затрудняются в предполагаемой оценке экономической ситуации в стране; 17% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики перестали оценивать однозначно хуже: 20% респондентов ожидают ухудшения и 27% – улучшения экономической ситуации в стране. Ожидания от изменения материального положения сохранились на позитивном уровне прошлой волны: ухудшения своего материального положения ожидают только 16% респондентов, улучшения – 30%.

Любопытная ситуация складывается в отношении распределения свободных денежных средств: благоприятным время для крупных покупок назвали только 22% респондентов, 24% считают, что время скорее плохое, а 38% отмечают, что плюсов и минусов одинаково. Несмотря на это, темпы потребительского кредитования не угасают, а потребительский спрос остаётся перегретым. В то же время условия для сбережений назвали благоприятными лишь 22% респондентов.

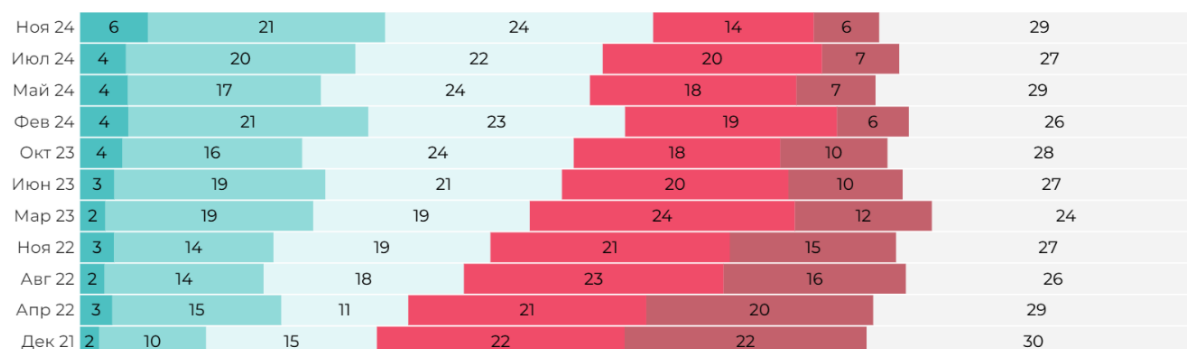
Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

■ Намного лучше ■ Несколько лучше ■ Без изменений ■ Несколько хуже ■ Намного хуже ■ Затрудняюсь ответить

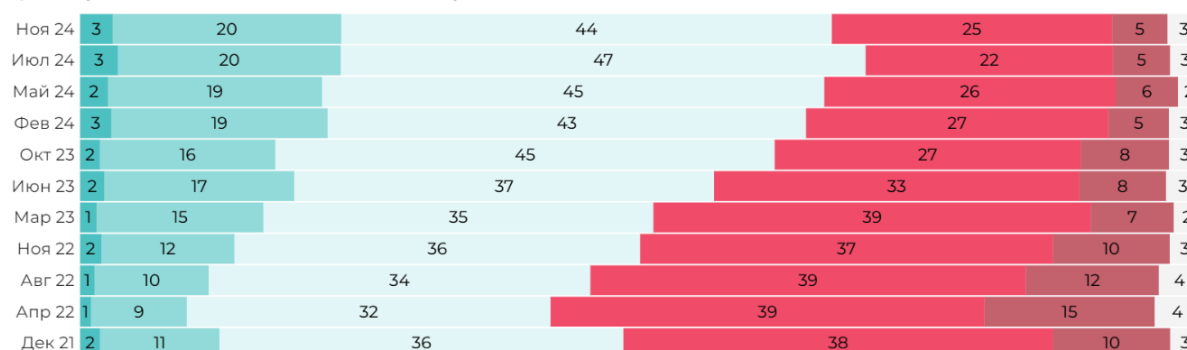
Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?



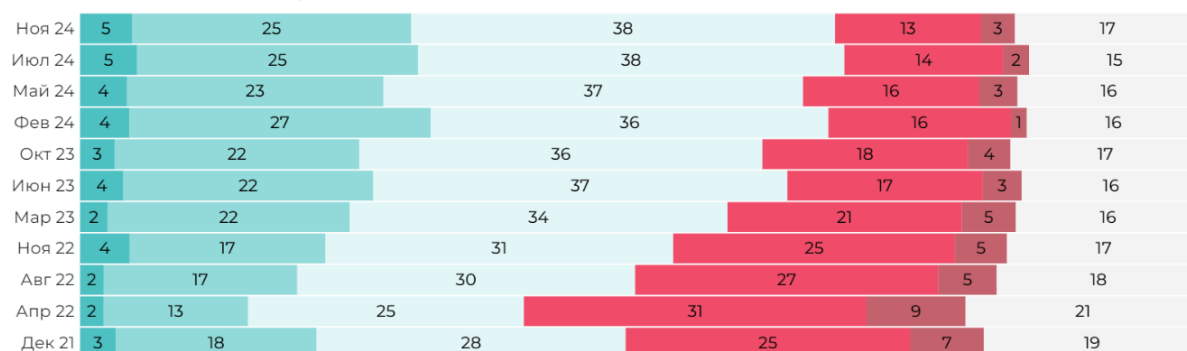
Q2 А как изменится она через год? Станет



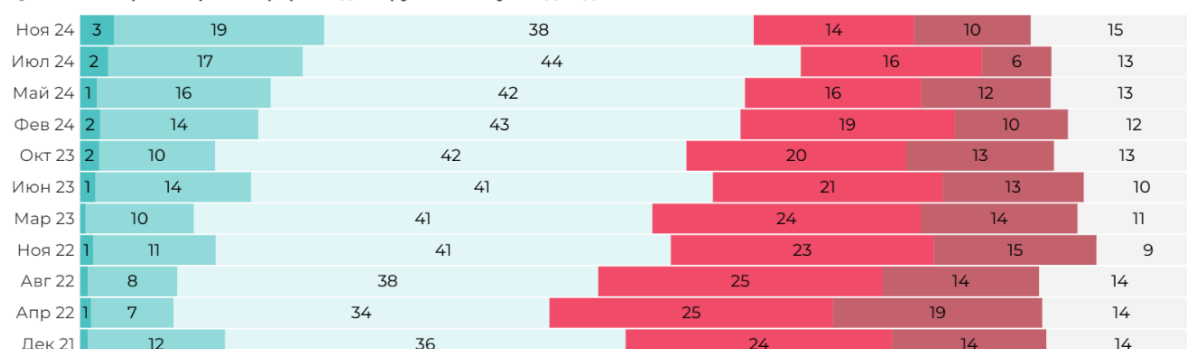
Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



Q4 А как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет



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



Оптимисты и пессимисты

Среднее значение индекса потребительской уверенности составило 0,4% (по методологии Евростата), а среднее значение одного из его компонентов – будущего страны – составило 3,6% (Рис. 4А-В). Значительный вклад в нулевое значение индекса также привнёс компонент оценки будущего материального положения семьи, составив 7,6%.

В группах по возрасту наименьшими пессимистами в текущем и будущем являлась люди в возрасте 18–24 лет (похожая ситуация наблюдается во многих странах, т. к. молодёжь выходит на рынок труда и планирует увеличивать свои доходы). Наименьший же показатель индекса потребительской уверенности как в группах по возрасту, так и среди других категорий имеют люди старше 55 лет со значением -9,7%. В региональном разрезе самые пессимистичные проживают в Витебской области (их индекс потребительской уверенности в ноябре 2024 составил -1,9%), а самые оптимистичные относительно будущего экономики страны – в Гомельской и Могилёвской областях: значения компонента будущего страны для этих респондентов составили 8,5% и 8,1% соответственно.

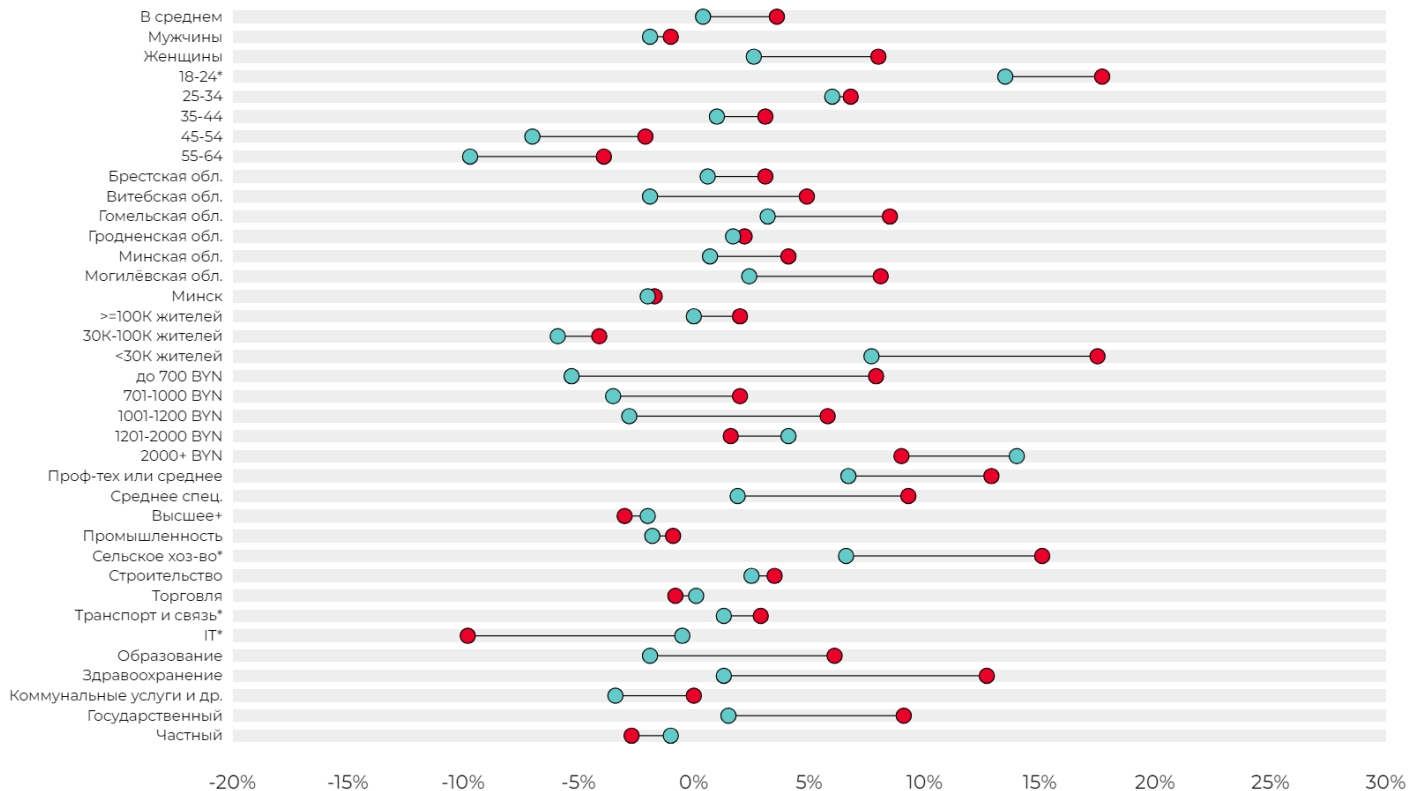
В зависимости от доходов хуже всего себя ощущают, ожидаемо, люди с низким уровнем дохода (до 700 BYN). Любопытно, что уровень удовлетворённости экономической ситуацией пропорционально возрастает с увеличением дохода: так, индекс потребительской уверенности у респондентов с доходом до 700 BYN составил -5,3%, а у респондентов с доходом 2000+ BYN продвинулся в положительной зоне и составил 14%. Однако то же самое нельзя сказать об ожиданиях от экономики страны: например, оценки будущего схожи для респондентов с доходом как до 700 BYN, так и 2000+ BYN, и составляют 7,9% и 9%.

Беларусы с высшим образованием традиционно хуже оценивают как компонент будущего, так и текущий индекс потребительской уверенности по сравнению с беларусами со средним, средним специальным и профессионально-техническим образованием. В разрезе сфер деятельности главными пессимистами являются работники ИТ-сфера: компонент будущего страны они оценили в -9,8%. Главные оптимисты – работники сельского хозяйства и здравоохранения. Сотрудники частных предприятий по сравнению с работниками государственных компаний традиционно хуже оценили как совокупный индекс потребительской уверенности, так и компонент будущего страны (-1% и -2,7%).

Индекс потребительской уверенности не изменился значительно за квартал, чего нельзя сказать о компоненте будущего страны: несмотря на разнонаправленную динамику, оценки будущего страны улучшились на 5,9 п.п. (Рис. 4В).

Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности ■ и компонент будущего страны ■
(показаны группы по полу, возрасту, региону, доходу, образованию сфере деятельности, форме собственности)

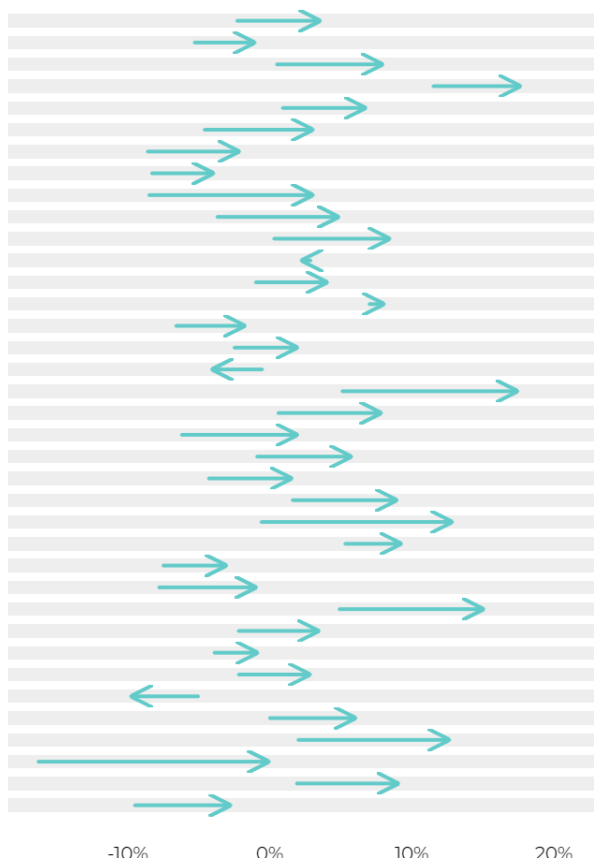
4А. Ноябрь 2024-го



4Б. Изменение индекса за период



4В. Изменение компонента будущего за период



Доходы населения

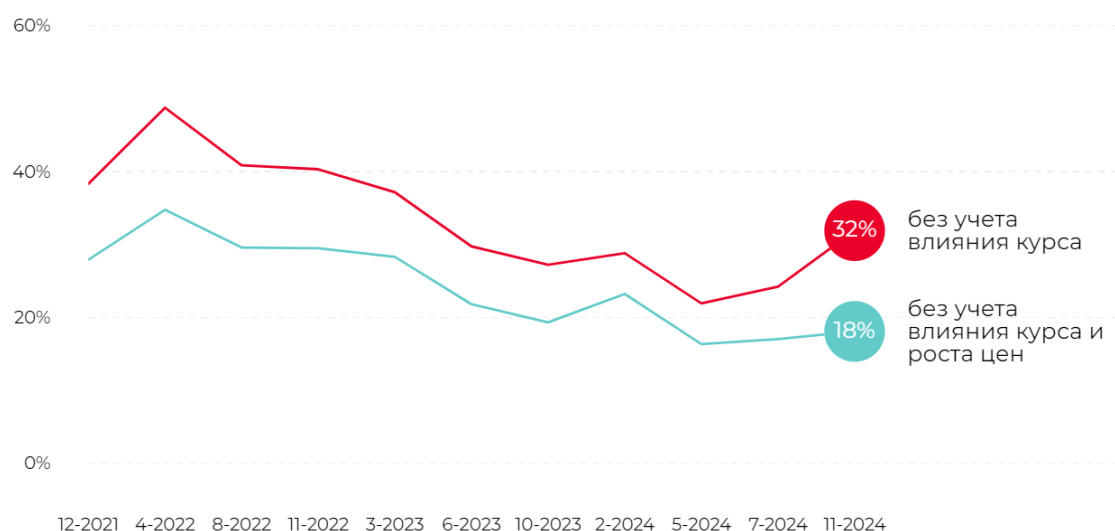
Доля людей, которые в ноябре сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, сохранилась на среднем уровне 2024 года и составила 26%.

Если не учитывать тех, кто объясняет снижение доходов только изменением курса валют, доля людей, столкнувшихся с сокращением доходов, увеличивается до 32%. Изменение курса белорусского рубля стало важным фактором для 21% респондентов. Основной причиной снижения доходов остается рост цен, на который указали рекордные 71% участников опроса. Однако если исключить влияние роста цен и изменения курса, то доля тех, чьи доходы снизились по другим причинам, составит 18% (Рис. 5А). Самые высокие темпы снижения доходов без учета влияния курса и роста цен наблюдались у следующих групп респондентов:

- проживающие в Витебской области,
- люди с изначально низким доходом,
- предприниматели,
- читатели независимых медиа.

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

5А. Изменение доли с конца 2021 года

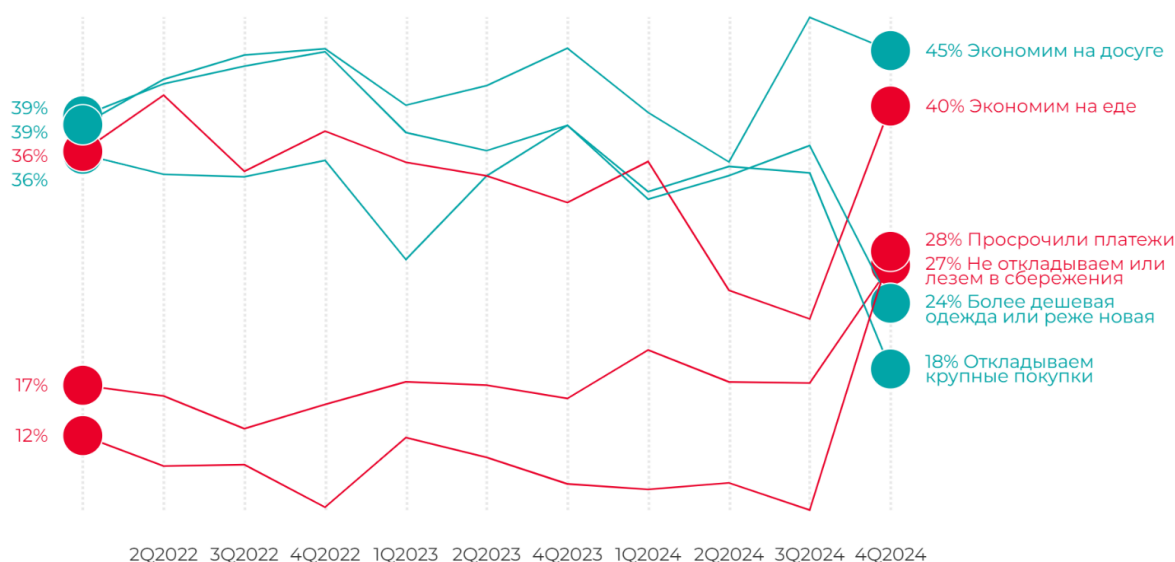


Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), в этой волне опроса респонденты значительно чаще экономили на еде и откладывали обязательные платежи. Доля людей, откладывающих крупные покупки, стала минимальной за все волны опроса и составила 18% от респондентов со сокращающимся доходом.

5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 26%, почувствовавших снижение доходов)

■ Увеличение ■ Уменьшение

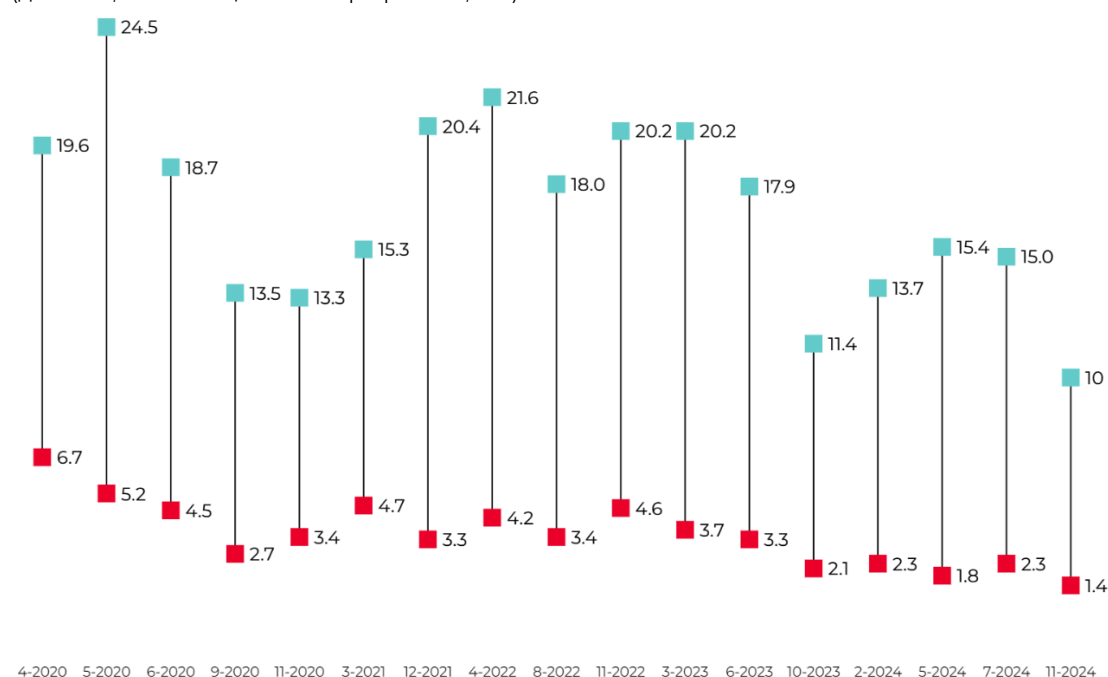


Рынок труда

На рынке труда долгое время сохранялась парадоксальная ситуация: с одной стороны, доля тех, кто потерял работу, находилась в среднем на уровне 3,8%, при этом уровень потери работы среди друзей и знакомых — 19,7% — был достаточно высоким (Рис. 6). В октябре 2023 оба показателя достигли своего минимального значения: доля тех, кто потерял работу, составила 2%, а тех, у кого уволили кого-то из знакомых — снизилась до 11%. Значения 4-го квартала 2024 обновили минимум: 1,4% респондентов сообщили о потере работы, 10% сообщили об увольнении кого-то из знакомых. О нехватке кадров в сфере, где они работают, сообщили 56% респондентов (-1 п.п. Q4/Q3).

Рисунок 6. Какова доля безработных? Я потерял работу ■ и кто-то из моих знакомых ■

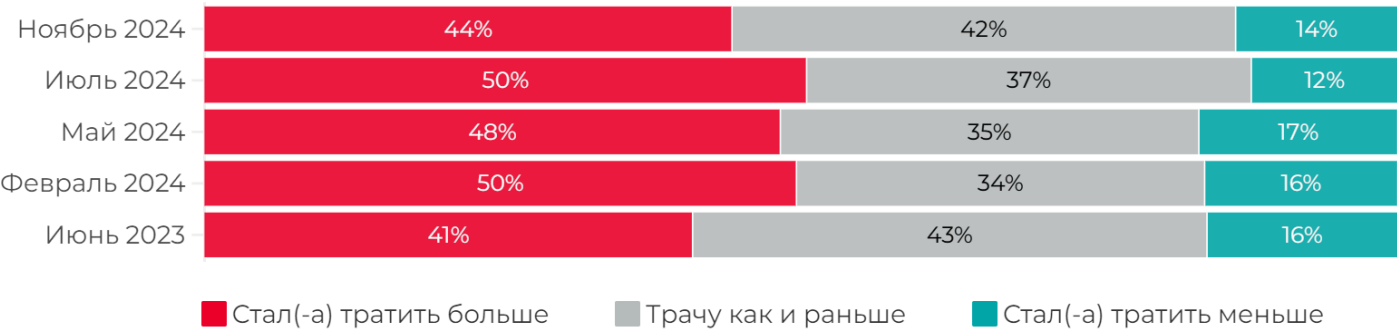
(доля тех, кто сообщает о потере работы, в %)



Сберегательное поведение

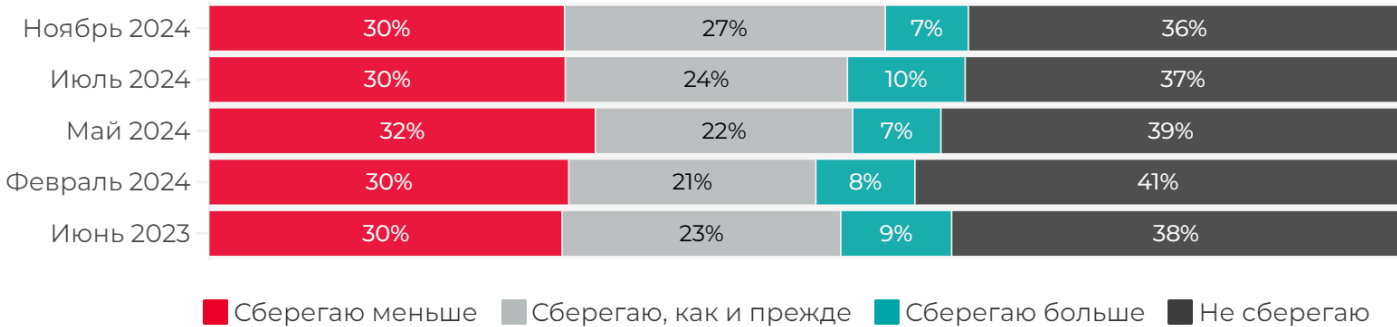
Несмотря на фиксируемый в статистике рост заработных плат, домохозяйства больше сберегать не стали. Наоборот, сравнивая с летом 2023, увеличилась доля респондентов, которые стали больше тратить за последние полгода (Рис. 7А).

Рисунок 7. Предпочитают тратить или сберегать?
7А. За последние полгода Вы стали **тратить** больше, меньше или столько же, сколько и раньше?



Сберегательное не претерпело значительных изменений за 2024 год: к концу года сберегать больше стали только 7% респондентов, 57% сберегают на прежнем уровне или меньше, 36% не сберегают вовсе (Рис. 7Б). Таким образом, желание тратить всё ещё превалирует над желанием или возможностью сберегать, а сбережения имеются у 64% респондентов.

7Б. За последние полгода Вы стали **сберегать** больше, меньше или столько же, сколько и раньше?



Заключение

Индекс потребительской уверенности по двум методологиям расчёта зафиксировался в положительной зоне, обновляя исторический максимум. Доля респондентов с сокращающимся доходом остаётся на уровне 26%, однако меняются способы реагирования на падающий доход: так, например, экономия на еде снова стала популярным выбором. Доля уволившихся респондентов минимальна, а о дефиците кадров сообщают 56% респондентов, что соответствует ситуации на рынке труда. Белорусские домохозяйства по-прежнему больше предпочитают тратить, чем сберегать.