

Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

Домашние хозяйства

Май 2024 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности во 2-м квартале 2024 сократился на 1,2 п.п. (по методологии Росстата) и составил -4,8%, однако всё ещё превышает уровень российского индекса
- Значение индекса потребительской уверенности без учета компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составило -3,6% (спад на 1,1 п.п.), в то время как среднее значение по странам Евросоюза за 2-й квартал 2024 оказалось значительно ниже: -13,3%
- Наблюдается позитивная динамика в оценке экономической ситуации в стране
- Доля респондентов, сообщившая о сокращении доходов, снизилась на 6 п.п. и составила 26%, достигнув очередного минимума
- Изменение курса валют перестало быть основной причиной снижения доходов
- Экономия на еде перестала быть одним из основных способов противодействия падению доходов
- Доля потерявших работу за последние две недели сохранилась на уровне 2%
- Доля респондентов, сообщающих о потере работы кем-то из знакомых, незначительно выросла за 2-й квартал 2024 и составила 15%

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 9 онлайн-опросов городских жителей в возрасте 18-64 года; выборка соответствует структуре городского населения Беларуси и скорректирована по полу, региону и возрасту:

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

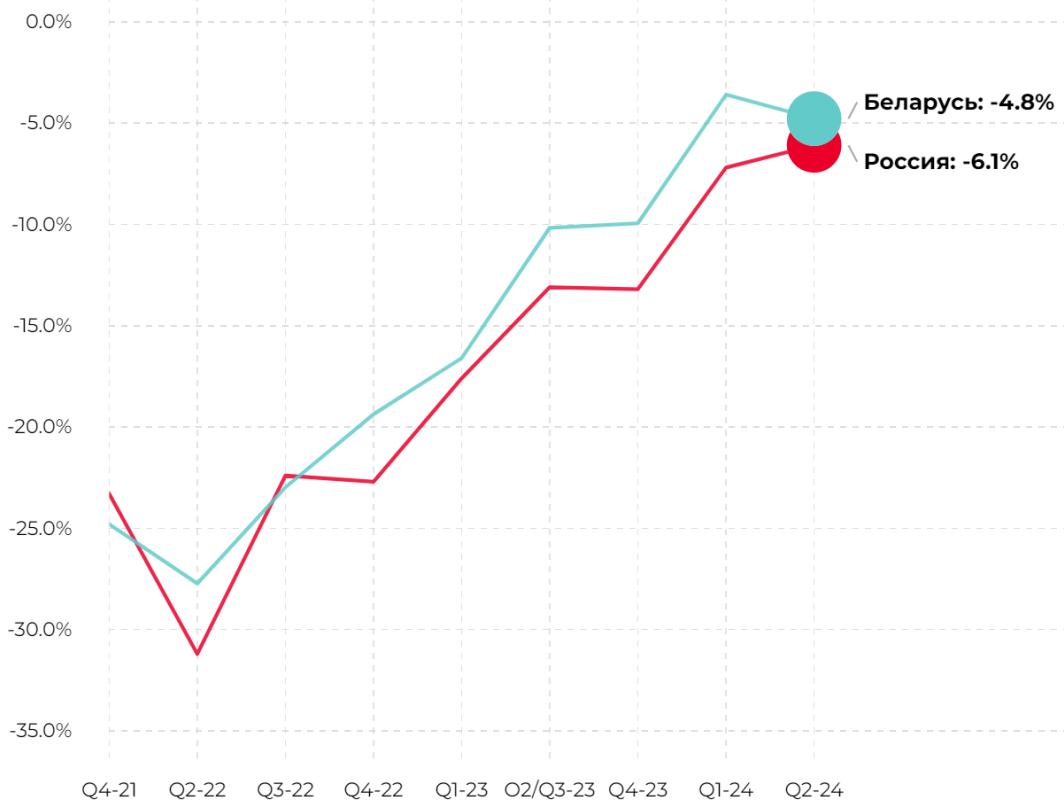
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация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

Беларусь и Россия

Значение индекса потребительской уверенности, включающего 5 компонентов (методология Росстата), в мае 24-го составило -4,8% в Беларуси и -6,1% в России. После просадки индекса во 2-м квартале 2022 потребительские ожидания и настроения в обеих странах продолжают своё восстановление, значительно ускорившись в 1-м квартале 2024, но приостановившись ко 2-му кварталу 2024: индекс в Беларуси сократился на 1,2 п.п., в России – вырос на 1,1 п.п.

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?

- Российская экономика испытывает проблемы с потенциалом долгосрочного экономического роста, как и Беларусь, и находится в состоянии перегрева.
- Обе страны находятся под влиянием экономических санкций.
- Россия является основным торговым партнёром Беларуси.
- Обе страны сталкиваются с дефицитом на рынке труда.

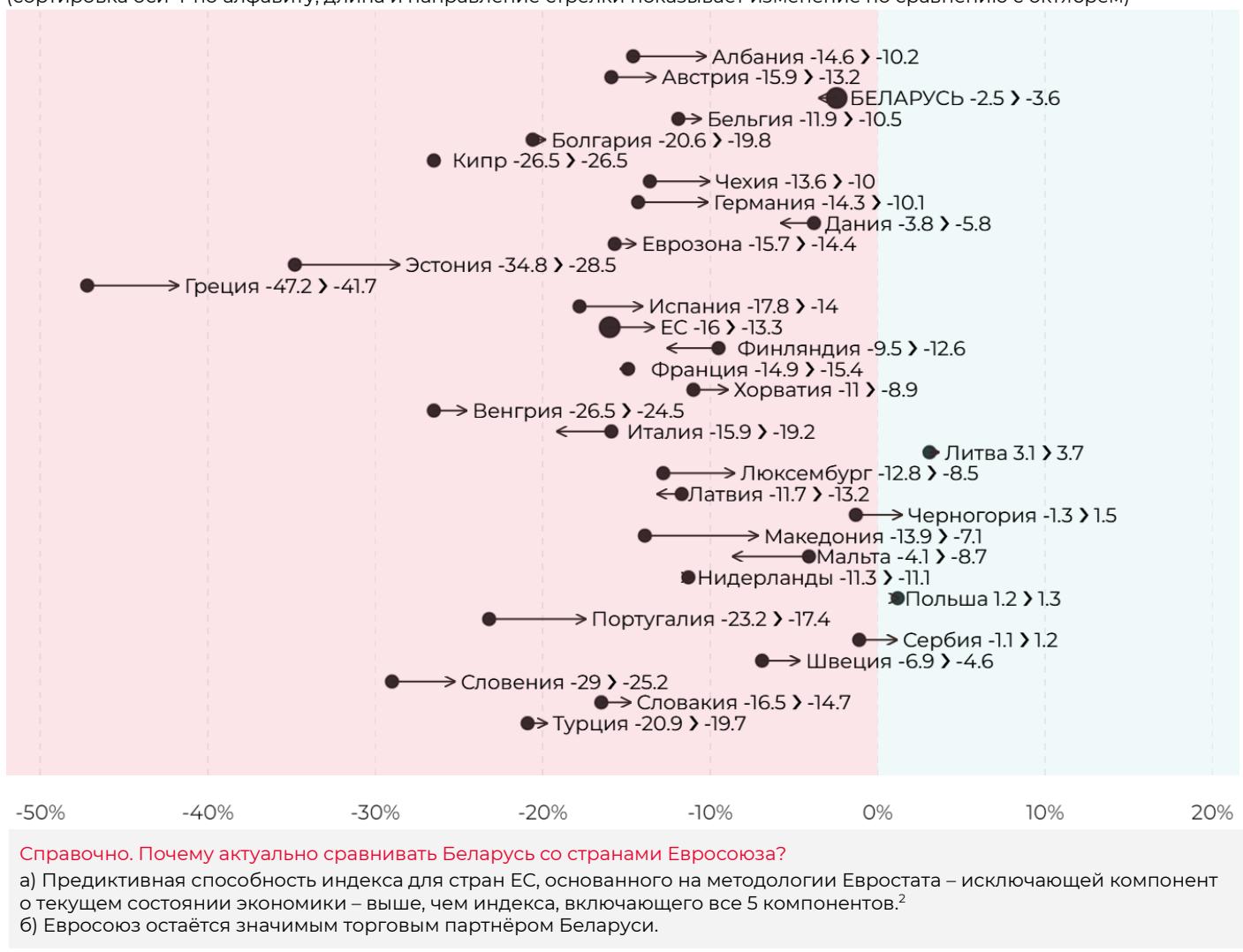
Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в мае составило -3,6% (спад на 1,1 п.п.). В предыдущих волнах опроса Беларусь занимала 6–7 места по уровню индекса потребительской уверенности среди стран Евросоюза, в двух кварталах 2024 значение индекса находится на 5-м месте.

За 1-е полугодие 2024 индексы большинства обозреваемых европейских стран улучшились: в среднем по странам Евросоюза во 2-м квартале индекс вырос на 2,7 п.п. Наибольший рост индекса наблюдается в Северной Македонии (+6,8 п.п.), Эстонии (+6,3 п.п) и Португалии (+5,8 п.п.). Более того, Литве и Польше удалось остаться в положительной зоне индекса, а Черногории – в неё вернуться.¹ Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно наблюдается в Греции: хоть индекс и вырос на 5,5 п.п., его значение составило - 41,7%.

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в мае и феврале 2024

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



¹ Значения индекса представлены без сезонной сглаженности, источник – Eurostat.

² 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 предыдущих волнах опроса население Беларуси традиционно более негативно оценивало экономическую ситуацию в стране, чем материальное положение семьи (Рис. 3 – Q1 и Q3). В 1-м полугодии 2024 разрыв сократился: 36% и 32% респондентов соответственно отметили, что экономическая ситуация в стране и материальное положение семьи ухудшились за прошедший год. В целом по сравнению с годом назад наблюдается позитивная динамика в оценке экономического состояния страны: 20% считают, что ситуация улучшилась (+7 п.п. г/г), 30% считают, что ситуация не изменилась (+8 п.п. г/г), 36% считают, что ситуация ухудшилась (-20 п.п. г/г).

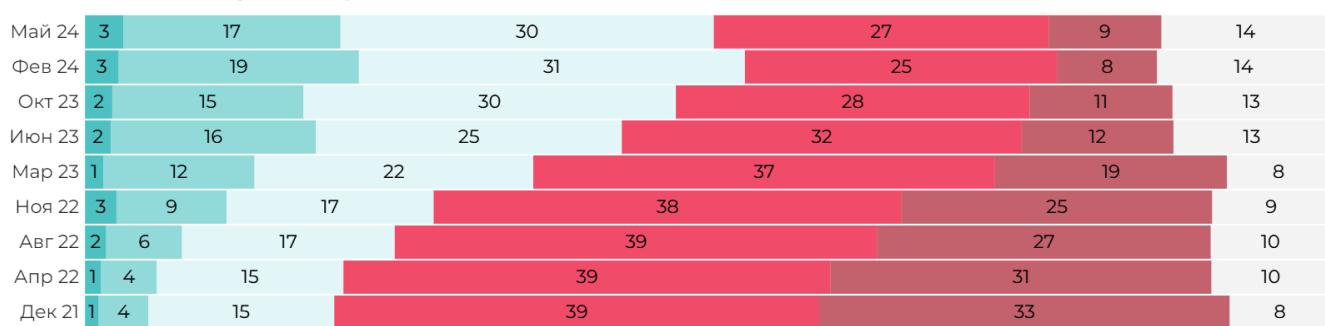
Оценки материального положения семьи остались приблизительно на уровне предыдущей волны (Q3): 21% отмечают улучшение за прошедший год (-1 п.п.), 45% респондентов не наблюдали изменений в их материальном положении (+2 п.п.), 32% говорят об ухудшении их материального положения (без изменений).

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; 16% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики перестали оценивать однозначно хуже: 25% респондентов ожидают ухудшения и 21% – улучшения экономической ситуации в стране. В то же время перспективы для домохозяйств стабилизировались: улучшения своего материального положения ожидают 27% респондентов (+3 п.п. по сравнению с весной 2023), ухудшения – 19% (-7 п.п.), 37% респондентов изменений не ждёт.

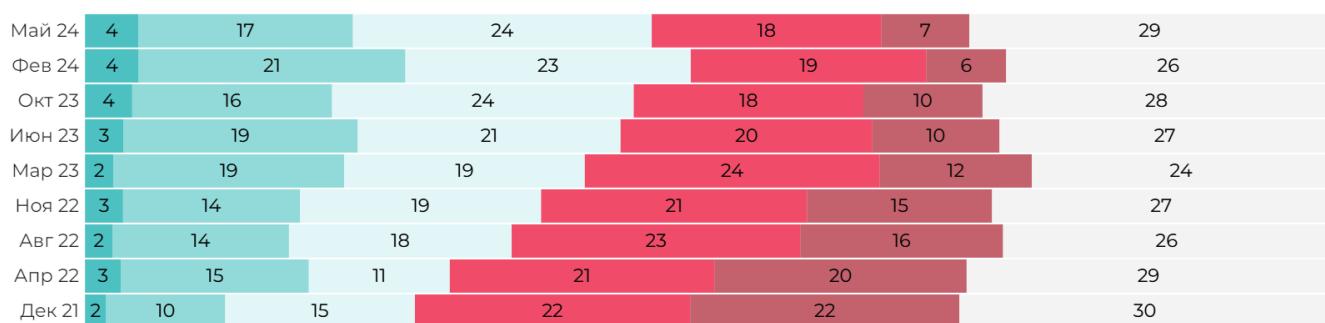
Любопытная ситуация сложилась в отношении распределения свободных денежных средств: благоприятным время для крупных покупок назвали только 17% респондентов, 28% считают, что время скорее плохое, а 42% отмечают, что плюсов и минусов одинаково. Несмотря на это, темпы потребительского кредитования не угасают, а потребительский спрос остаётся перегретым. В то же время условия для сбережений назвали благоприятными лишь 23% респондентов.

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

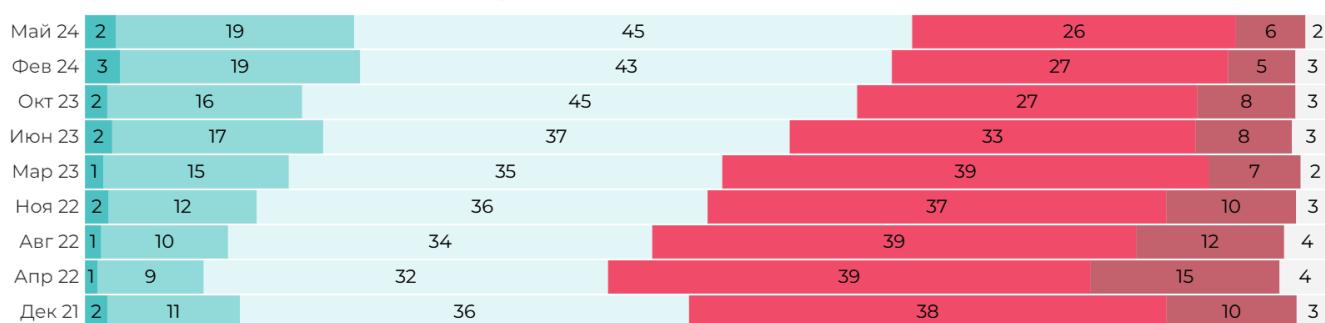
Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?



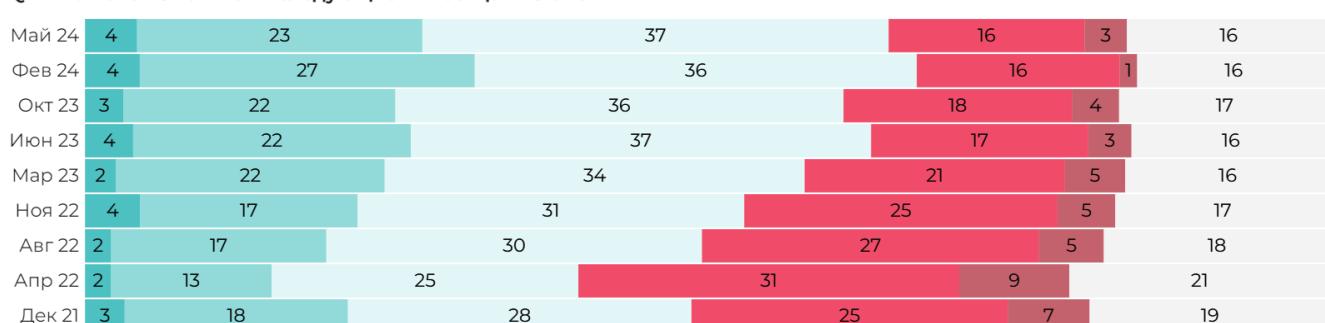
Q2 А как изменится она через год? Станет



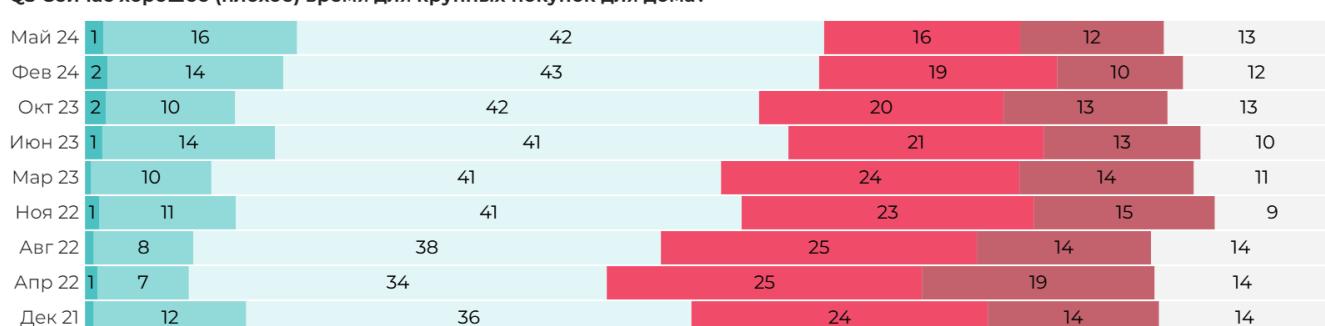
Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



Q4 А как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет



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



Примечание. Легенда рисунка

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

Оптимисты и пессимисты

Среднее значение индекса потребительской уверенности составило -3,6% (по методологии Евростата), вместе с этим среднее значение одного из его компонентов – будущего страны – несколько ухудшилось по сравнению с предыдущим кварталом и составило -3,1% (спад на 2,2 п.п., Рис. 4А).

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 -12,7%. В региональном разрезе самые пессимистичные проживают в Минске (их индекс потребительской уверенности в мае 2024 составил -2,7%), а самые оптимистичные относительно будущего – в Гомельской и Могилёвской областях: значения компонента будущего страны для этих респондентов вышли в положительную зону индекса и составили 1% и 1,7% 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 -10%, а у респондентов с доходом 2000+ BYN вышел в положительную зону и составил 7,3%. Однако то же самое нельзя сказать об ожиданиях от экономики страны: например, оценки будущего одинаковы для респондентов с доходом как 701-1000 BYN, так и 2000+ BYN и составляют -1,9% и -1,6%.

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 не только работники сферы IT (традиционно), но и работники из транспортной сферы: компонент будущего страны они оценили в -10,3% и -17,2% соответственно. Работники из сферы финансов достаточно неожиданно оценили два компонента с положительным знаком. Классически сотрудники частных предприятий гораздо более пессимистичны относительно будущего, чем сотрудники государственных предприятий.

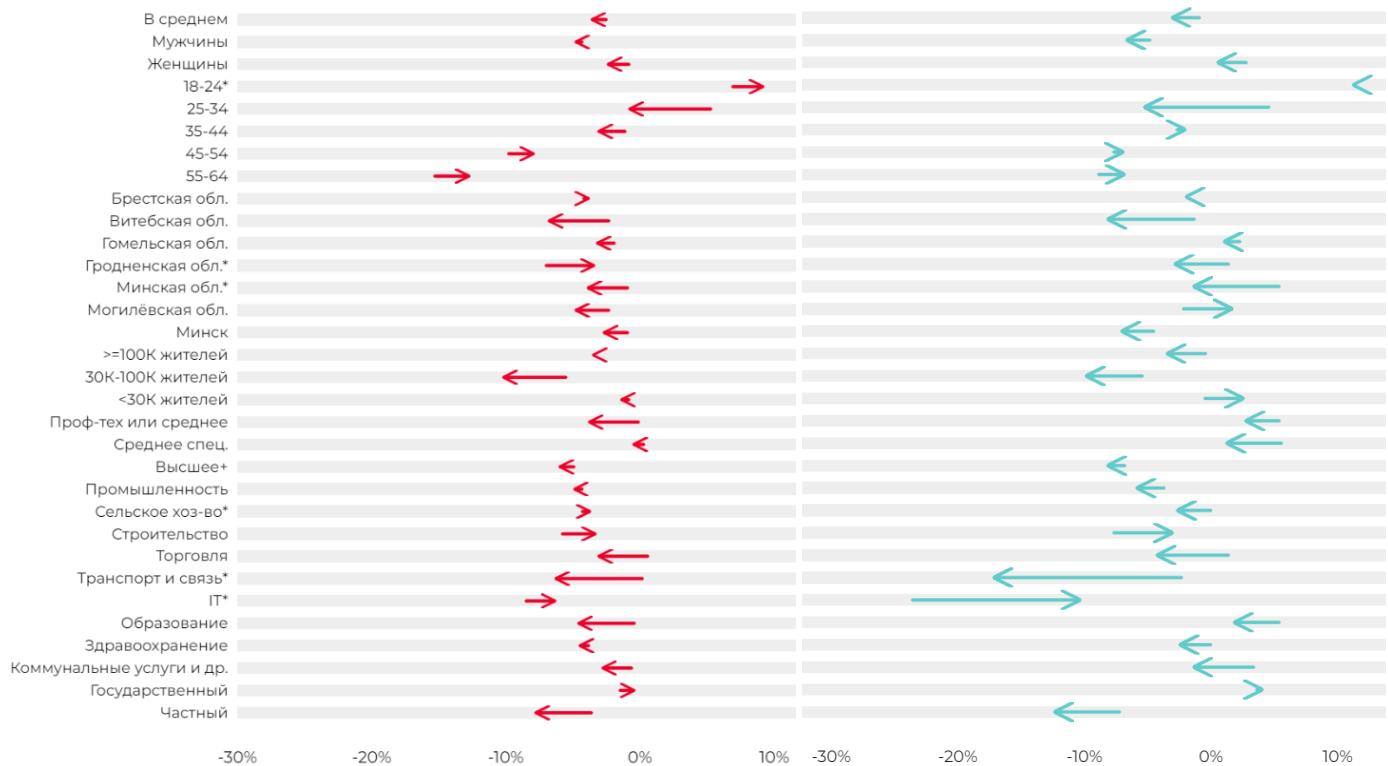
Индекс потребительской уверенности не претерпел серьёзных изменений по большинству групп респондентов; значительнее всего индекс ухудшился у людей в возрасте 25-34 лет и сотрудников сферы транспорта и связи. Чего нельзя сказать о компоненте будущего страны: динамика изменений оказалась разнонаправленной. Так, работники IT-сферы стали более позитивны в оценках, а сотрудники транспортной сферы, наоборот, стали более пессимистичны (Рис. 4Б и 4В).

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

4А. Май 2024-го



4Б. Изменение индекса за период



Доходы населения

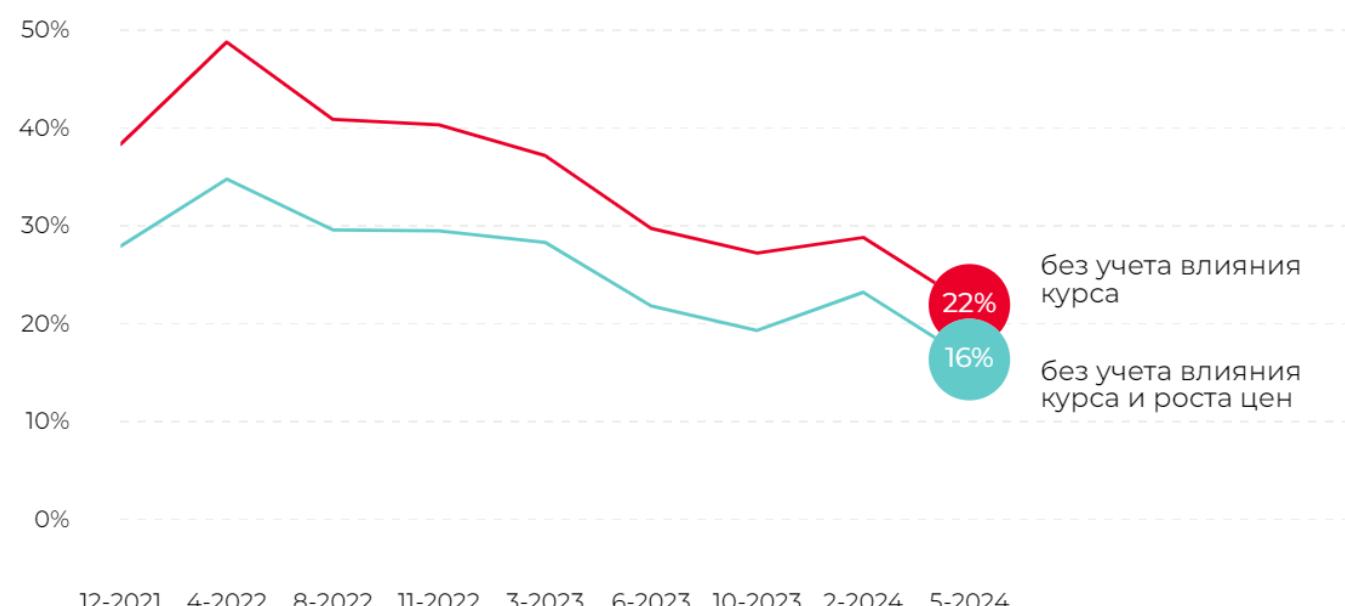
Доля людей, которые в мае 2024 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, составила 25,8% (снизилась на 5,8 п.п.).

Если исключить тех, кто ссылается только на изменение курса как причину снижения доходов, то доля снижается до 22%, а если исключить и рост цен — до 16% (Рис. 5А). Самые высокие темпы снижения доходов без учета влияния курса и роста цен наблюдались у следующих групп людей:

- с изначально низким доходом,
- руководители организаций,
- читатели независимых медиа.

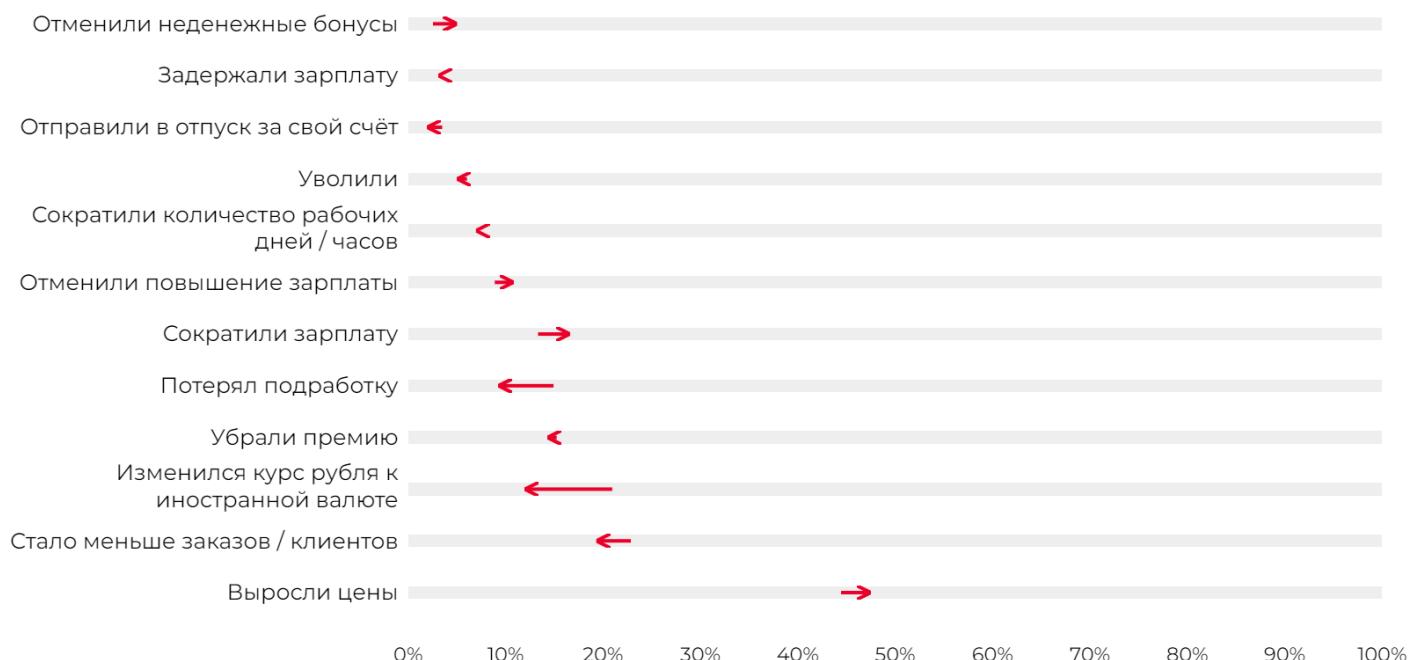
Рисунок 5. Доля населения, сообщающего о сокращении доходов (%)

5А. Изменение доли с конца 2021 года



Традиционно двумя основными причинами сокращения доходов являлись рост цен и изменения курса валют. В 1-м полугодии 2024 изменение курса валют потеряло свою значимость: в октябре 2023 года доля людей, отмечавших изменение курса валют как причину падения доходов, составляла 36%, в феврале 2024 года – 21%, а в мае – только 12%. Таким образом, основными причинами падения доходов (Рис. 5Б) в мае были выросшие цены, снижение количества заказов или клиентов и сокращение зарплаты.

5Б. Изменение причин снижения доходов

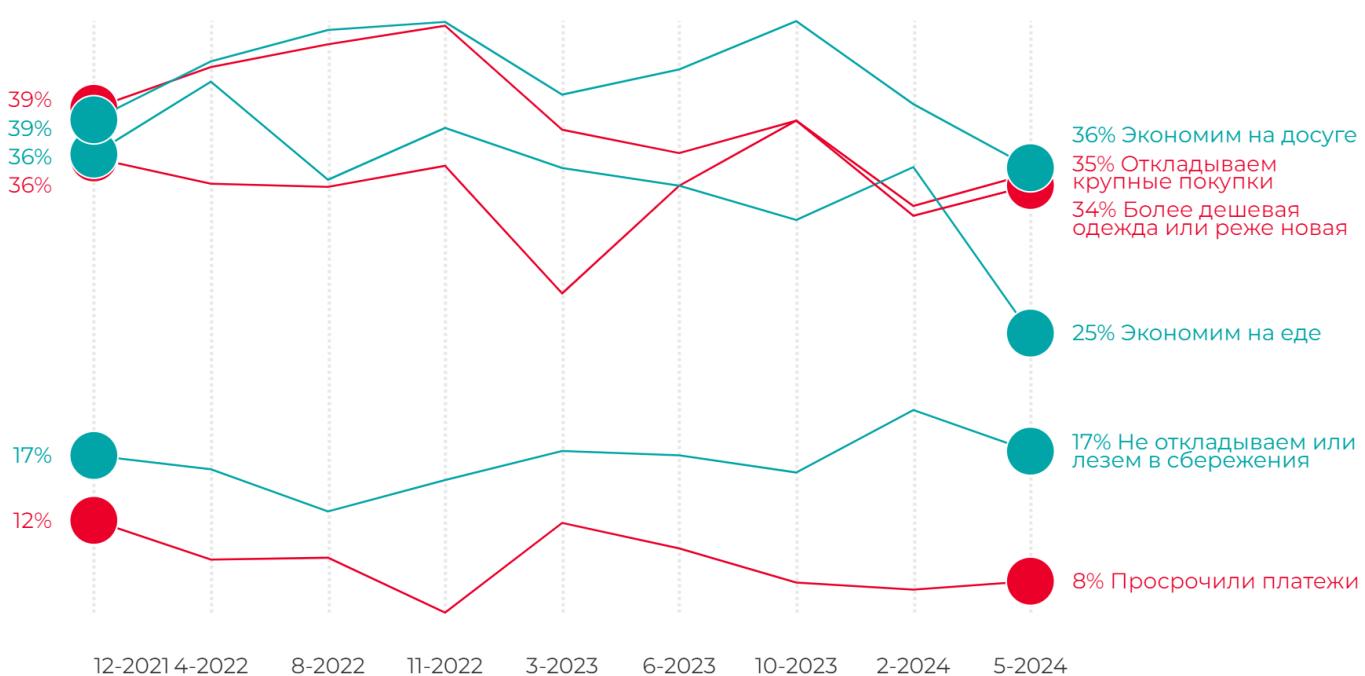


Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5В), в этой волне опроса респонденты меньше экономили на досуге и реже использовали свои сбережения. Доля людей, экономящих на еде, стала минимальной за все волны опроса и составила 25% от респондентов со сокращающимся доходом. В то же время домохозяйства стали немного чаще откладывать крупные покупки и экономить на одежде.

5В. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 26% почувствовавших снижение доходов)

■ Уменьшение ■ Увеличение



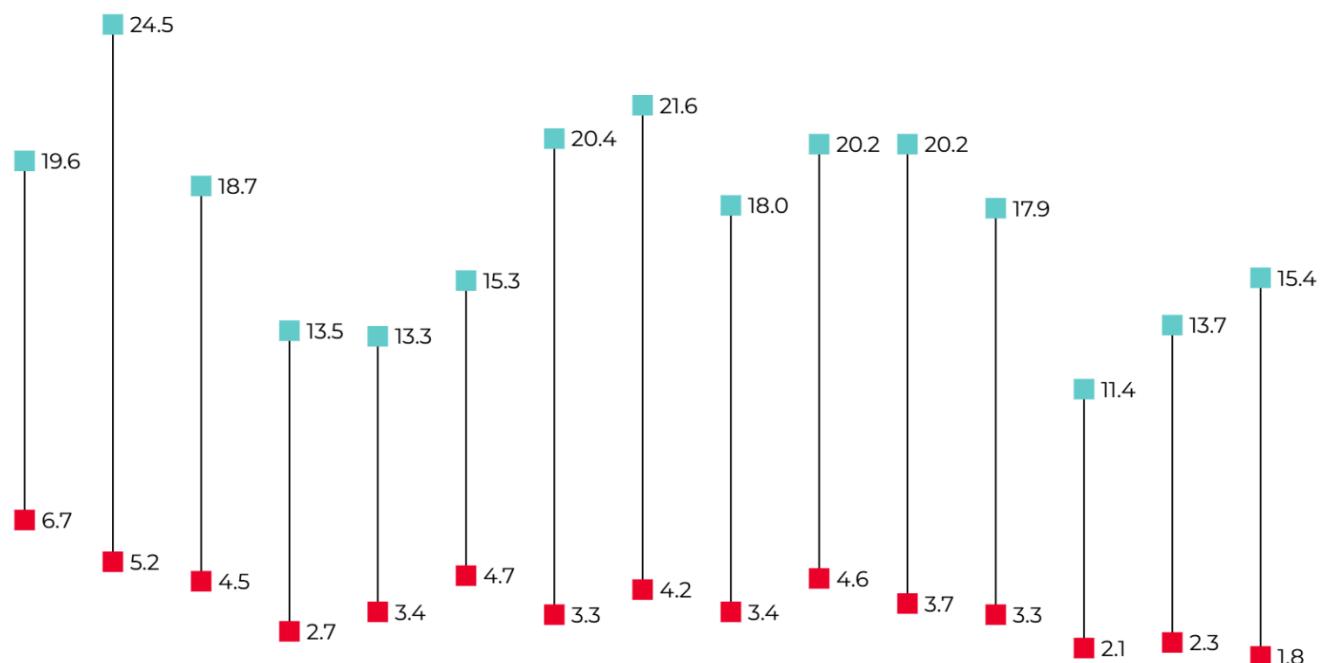
Рынок труда

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%. В 1-м полугодии 2024 доля уволенных осталась на прежнем уровне, а доля уволенных знакомых несколько увеличилась, однако не достигла уровня предыдущих двух лет.

Вместе с этим, о нехватке кадров в сфере, где они работают, сообщили 53% респондентов — на 10 п.п. больше, чем полгода назад.

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

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



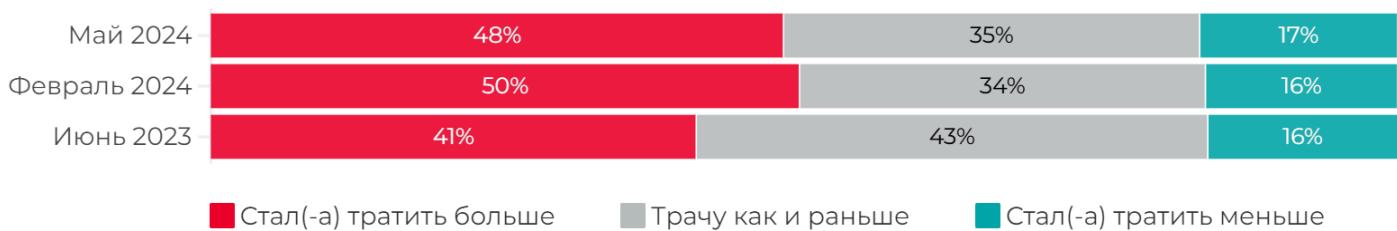
4-2020 5-2020 6-2020 9-2020 11-2020 3-2021 12-2021 4-2022 8-2022 11-2022 3-2023 6-2023 10-2023 2-2024 5-2024

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. 7). Сберегательное поведение сохранилось (с незначительными изменениями) на уровне лета 2023, когда значительная доля респондентов (39% в мае 2024) не сберегает вовсе, а 32% стали сберегать меньше. Таким образом, желание тратить всё ещё превалирует над желанием или возможностью сберегать.

Рисунок 7. Предпочитают тратить или сберегать?

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



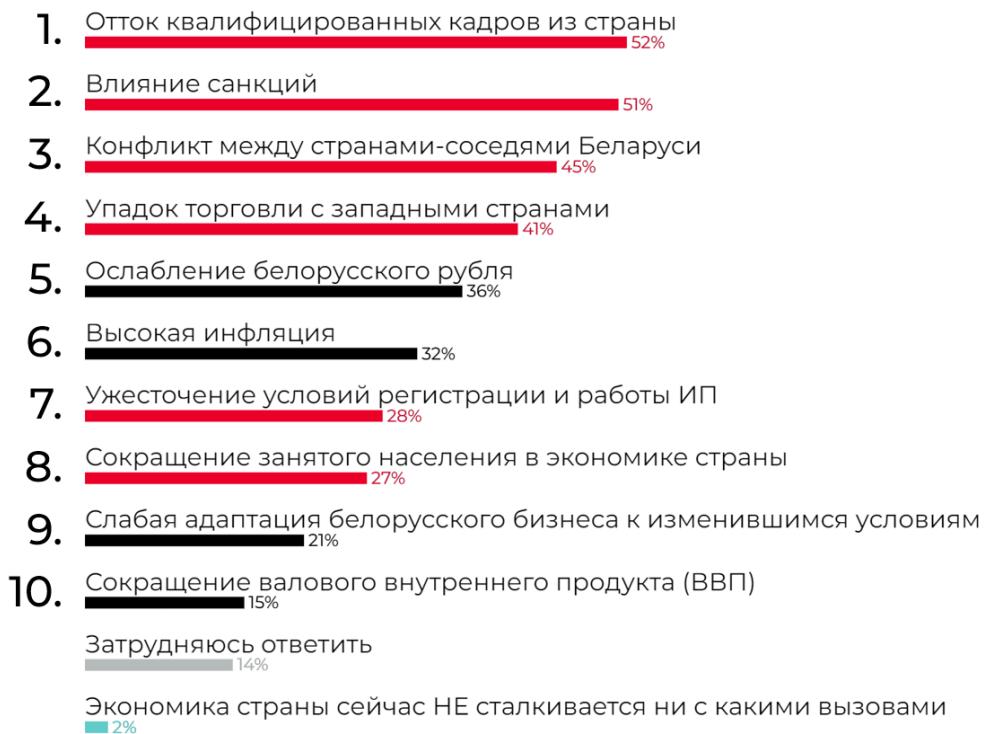
7Б. За последние полгода Вы стали **сберегать** больше, меньше или столько же, сколько и раньше?



Вызовы для экономики Беларуси

Несмотря на сокращение доли респондентов, которые сообщают об ухудшении состояния экономики Беларуси, она всё ещё велика и составляет 36% от общего числа респондентов. 30% сообщают, что экономическая ситуация не изменилась по сравнению с годом назад (когда оценки были преимущественно негативными, Рис. 3). Конкретизируя, с какими именно вызовами сталкивается экономика в данный момент, около половины респондентов называют отток квалифицированных кадров из страны и влияние санкций (Рис. 8). Что касается санкций, 65% респондентов считают, что из-за их влияния ухудшилась экономическая ситуация в стране, а 46% сообщают, что ухудшилось и материальное положение их семьи. На третьем месте среди вызовов — конфликт между странами-соседями Беларуси (45% респондентов), следующий по важности — упадок торговли с западными странами (41%). Любопытно, что около трети респондентов отмечают вызовы, с которыми экономика Беларуси сейчас не сталкивается: ослабление белорусского рубля (36%) и высокая инфляция (31%). Также часть респондентов волнует ужесточение условий регистрации и работы ИП, об этом вызове сообщили 28% опрошенных. Доля затрудняющихся с определением вызовов невелика — 14%, а о том, что экономика страны сейчас не сталкивается с вызовами, сообщили лишь 2% респондентов.

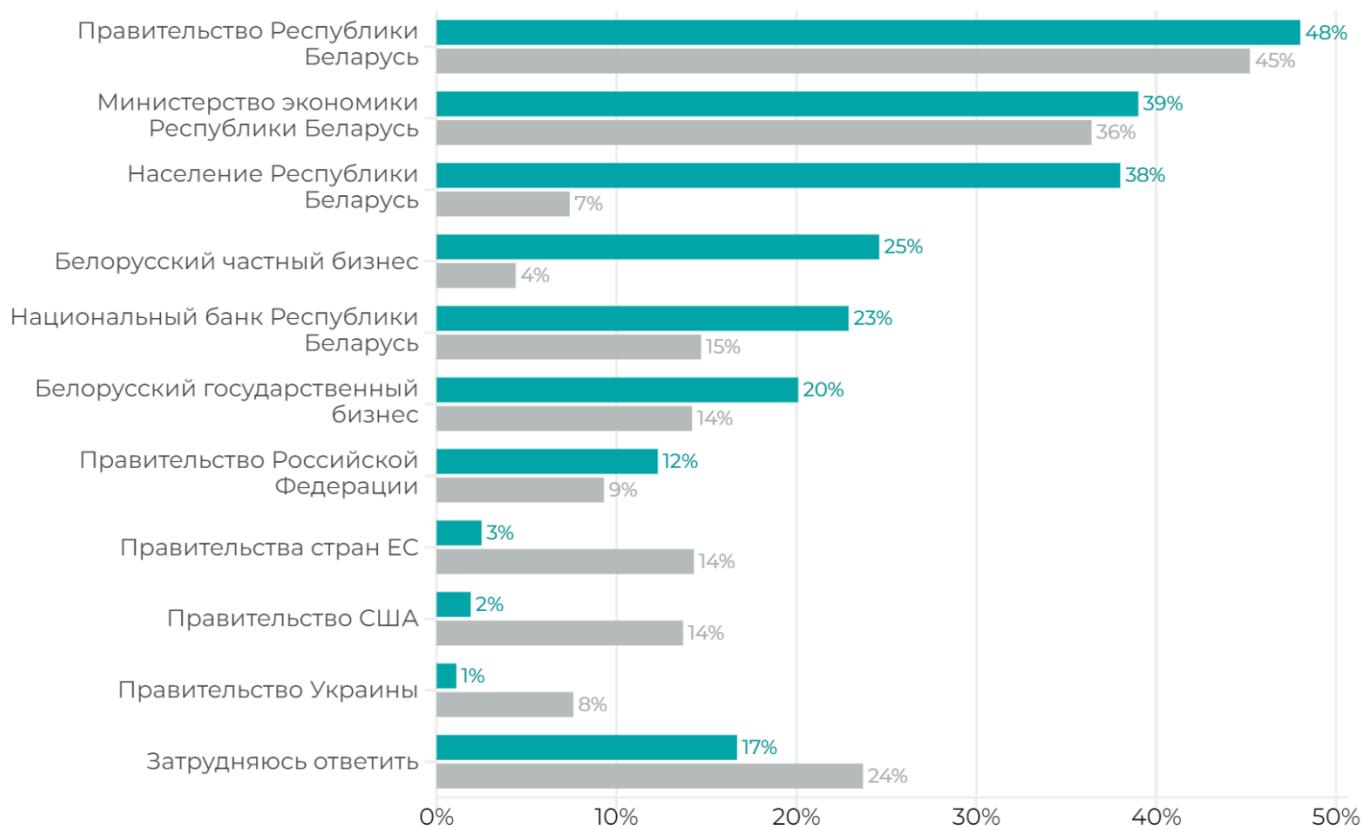
Рисунок 8. С какими вызовами сейчас сталкивается экономики Беларуси?



Следующий блок посвящён адаптации экономики Беларуси к существующим вызовам и ответственности за эту адаптацию (Рис. 9). Так, респондентам был задан вопрос: «Для экономики любой страны характерны свои успехи и провалы. Как Вы считаете, какие из нижеперечисленных структур несут ответственность за успехи и провалы белорусской экономики?» Результаты показали, что значительная доля респондентов затрудняется с ответом на этот вопрос, особенно относительно провалов экономики (24%), что частично объясняется фактором страха. Также любопытно, что респонденты винят в провалах только две структуры из перечисленных, а претендентов для похвалы за успехи гораздо больше. Так, по мнению респондентов, за провалы белорусской экономики в первую очередь несёт ответственность Правительство Республики Беларусь (45%), после чего – Министерство экономики Республики Беларусь (36%). Что касается успехов, за них несут ответственность те же правительственные структуры, а также население Беларуси (38% респондентов). Примечательно, что около четверти респондентов считают, что за успехи экономики ответственен частный бизнес, и с небольшим отрывом – 20% – говорят то же самое о государственном бизнесе. Также 23% считают, что достижению экономических успехов способствует Национальный банк Республики Беларусь. Достаточно закономерно ответы распределились касательно иностранных правительственные структур: им не приписывают значительной ответственности за успехи и провалы, однако часть респондентов считает, что Правительство Российской Федерации повлияло/влияет на успехи белорусской экономики (12%), а Правительства ЕС и США – на провалы (14%).

Рисунок 9. Ответственность за успехи и провалы экономики Беларуси

■ Какие из структур несут ответственность за УСПЕХИ белорусской экономики?
■ Какие из структур несут ответственность за ПРОВАЛЫ белорусской экономики?



Эксперимент 1. Успешно ли экономика справляется с вызовами санкций?

В добавок к тому, что респонденты видят санкции одним из важнейших вызовов, 38% считают, что экономика успешно с ним справляется (28% голосуют за «скорее успешно» и 10% – за «успешно и очень успешно»). С ответом затрудняется схожая доля респондентов – 34%, а 28% отмечают, что экономика плохо справляется с вызовами санкций.

Далее был проведён эксперимент, суть которого заключается в оценке влияния разных информационных посылов на формирование мнения об экономической ситуации в стране. Так, респонденты были разделены на три равные группы, первой из которых не было представлено никакой текстовой информации перед вопросом о том, как экономика справляется с вызовами санкций. Для второй группы был сгенерирован текст с негативной (но правдивой) аналитикой экономической ситуации в стране: «С 2020 года Беларусь находится под влиянием долгосрочных экономических санкций, масштабы и количество которых усугубились в 2022 году. Как следствие, спад экономики в 2022 году составил 4,7%. В 2023 году экономика подросла, однако этого роста недостаточно, чтобы покрыть в полной мере падение 2022». Примечательно, что негативный информационный посыл никак не повлиял на мнения респондентов: всё так же, как и в базовом (без посыла) сценарии, большая часть опрошенных отмечала, что экономика успешно справляется с текущими вызовами (41%). Также

достаточно закономерно несколько уменьшилась доля затрудняющихся с ответом респондентов (на 4,4 п.п.) Данные результаты позволяют предположить, что базовое отношение белорусов к экономической ситуации скорее формируется на негативной подаче информации.

Напротив, респонденты оказались более подвержены влиянию позитивного (и тоже правдивого) информационного посыла: «*С 2020 года Беларусь находится под влиянием долгосрочных экономических санкций, масштабы и количество которых усугубились в 2022 году. Вопреки этому, рост экономики в 2023 году составил 3,9%, что превосходит не только прогнозы независимых исследователей, но и цели правительства на 2023 год*». Как итог: о том, что экономика успешно справляется с текущими вызовами, сообщили 46% респондентов (+8 п.п. к базовому сценарию), а также на 5 п.п. сократилась доля затрудняющихся с ответом.

Стоит отметить, что в двух сценариях отклонение от базового сценария (с отсутствием какого-либо посыла) невелико. Это значит, что мнения респондентов слабо подвергаются трансформации, за исключением позитивного посыла, который немного улучшает оценки экономики страны. В то же время, в каждом из сценариев очень большая доля домохозяйств испытывает затруднения с ответом, особенно в группе респондентов без информационного посыла.

Жилищно-коммунальные услуги

Следующий блок мониторинга домохозяйств посвящён анализу потребления жилищно-коммунальных услуг и потенциальной реакции на повышение тарифов.

Для начала рассмотрим тип отопления (Рис. 10): в выборке из 1002 горожан более распространено центральное отопление (78%). Газовым котлом пользуются 13% респондентов, печью (или твёрдотопливным котлом) – 5%, электрическим котлом – 2%, и 2% затрудняются с ответом. Использование газового котла или печи преобладает в населённых пунктах с менее 30 тыс. жителей.

Что касается приготовления пищи:

- большинство респондентов (79%) используют газовую плиту для приготовления пищи,
- 17% – электрическую плиту (в основном студенты),
- индукционную плиту предпочитают лишь 7% опрошенных (в основном респонденты с высоким уровнем дохода),
- печка в обиходе только у 2% опрошенных.

Так же оказалось, что структура используемых приборов для приготовления пищи в духовке отличается от классической: так, 56% респондентов пользуются газовой плитой и 40% – электрической, 6% не пользуются духовкой вовсе.

Рисунок 10. Какой тип отопления у вашего жилья?

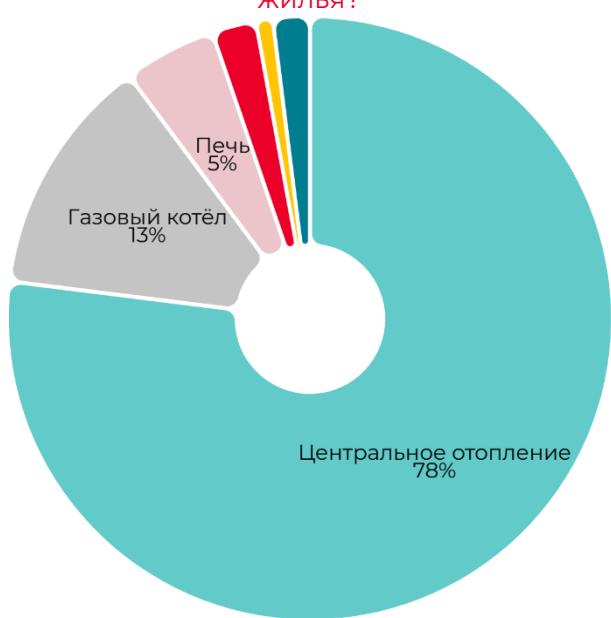
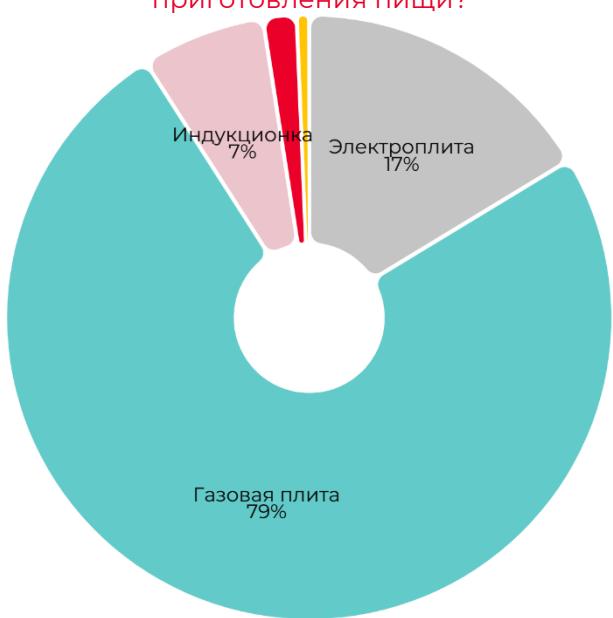
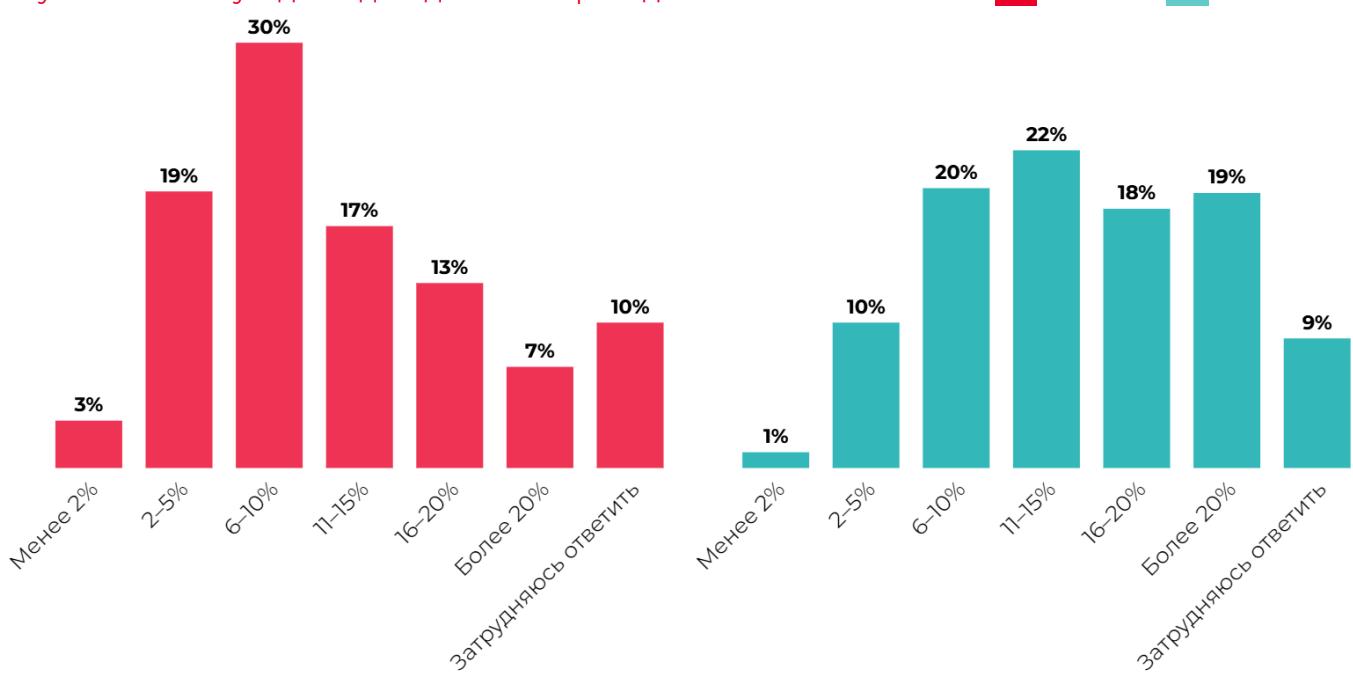


Рисунок 11. Чем Вы пользуетесь для приготовления пищи?



Среди тех респондентов, которые самостоятельно оплачивают коммунальные услуги (или обсуждают стоимость ЖКУ с теми, кто оплачивает), около 70% тратят до 15% совокупного семейного дохода семьи на оплату ЖКУ в летний период (Рис. 11). Зимой ситуация меняется: до 15% от общего дохода платят 53% респондентов, а доля тех, кто платит более 20%, увеличивается в 2,7 раз. Что касается стоимости ЖКУ, 61% респондентов сообщает, что стоимость услуг ЖКХ немного выросла по сравнению с предыдущим годом, а для трети респондентов – выросла значительно. Из положительных результатов: 56% респондентов считают сумму, которую они платят за ЖКУ, приемлемой. Однако для 40% опрошенных она слишком велика.

Рисунок 11. На какую долю дохода семьи приходится оплата ЖКУ летом и зимой ?



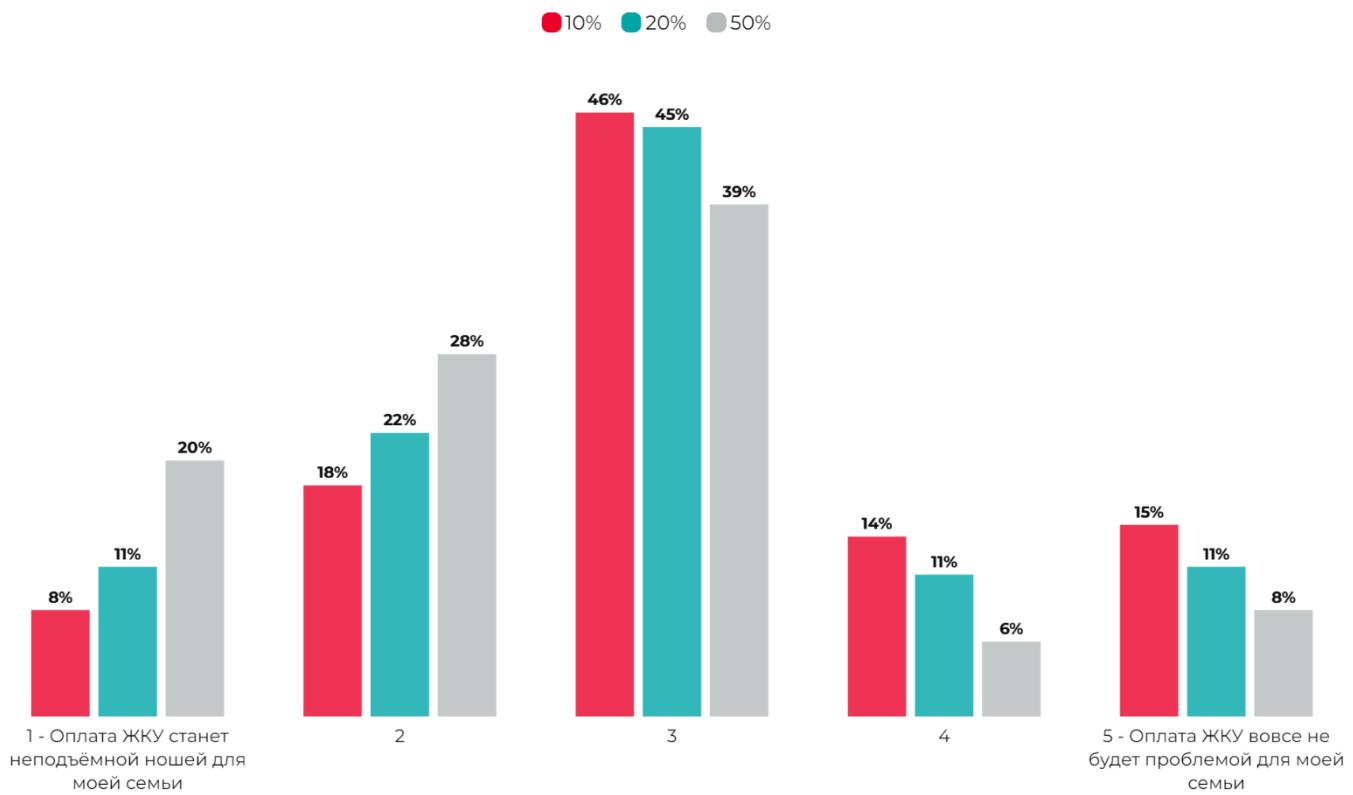
Чтобы узнать отношение домохозяйств к росту стоимости услуг ЖКХ, респондентам было предложено смоделировать следующую ситуацию:

«Представьте, что после длительного обсуждения в правительстве и СМИ в Беларуси был проведен референдум, в результате которого большинством голосов было решено ослабить энергетическую зависимость страны, что впоследствии должно привести к пошаговому увеличению цен на услуги ЖКХ для населения.

После дискуссии в Министерстве жилищно-коммунального хозяйства было решено в первый год внесения изменений увеличить стоимость тарифов на услуги ЖКХ на 10%/20%/50%. Перед Вами два утверждения. Принимая во внимание ваш текущий совокупный доход в семье, оцените, к какому из них больше соответствует ситуация в Вашей семье при увеличении тарифов на услуги ЖКХ».

Вне зависимости от уровня процентного изменения самым популярным оказалось нейтральное отношение к росту тарифов (Рис. 12). В то же время с увеличением процента, на который потенциально может вырасти стоимость ЖКХ, росла и доля респондентов, для которых оплата ЖКХ может скорее стать неподъёмной ношей. Так, при увеличении тарифов на 10% для 26% респондентов оплата ЖКХ станет проблематичной, при увеличении на 20% – для трети респондентов, а при росте на 50% – станет скорее неподъёмной ношей для 48% опрошенных домохозяйств. Напротив, потенциальный рост стоимости услуг ЖКХ на 10% скорее НЕ станет проблемой для 29% респондентов.

Рисунок 12. Как отразится на доходах вашей семьи увеличение тарифов на ЖКУ?



Эксперимент 2. Какими должны быть цены на ЖКУ для населения?

В данном эксперименте тестируется возможность влияния на мнения респондентов через разные информационные посылы касательно энергетической политики в Беларуси. Так, в базовом сценарии (без какого-либо информационного посыла) 56% респондентов считают, что цены на услуги ЖКХ должны быть ниже, чем сейчас, а 33% согласны с текущим уровнем цен. Далее одной из групп респондентов был предоставлен информационный фрагмент, который немного объясняет структуру ценообразования на ЖКУ: «*В настоящий момент тарифы на энергию для населения значительно ниже, чем затраты на её производство. К примеру, затраты на производство тепловой энергии сегодня составляют 132 рубля/Гкал, хотя сами жильцы оплачивают только 24,7 рубля/Гкал. Остальная часть суммы оплачивается предприятиями (что приводит к повышению цен на их продукцию) или из бюджета (т. е. из налогов, уплаченных резидентами Беларуси)*». Результатом такого рода информирования стало сокращение на 9 п.п. доли людей, считающих, что цены на ЖКУ должны быть ниже. Произошло это за счёт роста доли считающих, что цены должны быть примерно на текущем уровне (+12 п.п.).

Следующие 2 информационных посыла были достаточно схожи, однако показали разные результаты. Один из них был сформулирован так: «*В настоящее время тарифы на энергию для населения значительно ниже, чем у других стран-соседей. Это в основном связано с тем, что Беларусь получает энергоресурсы из России по более низким ценам, чем другие страны. Однако это увеличивает энергетическую зависимость Беларуси от России, что является механизмом вмешательства России во внутренние дела Беларуси*». Такой посыл не особо повлиял на мнение респондентов, лишь немного (на 5 п.п.) увеличив долю респондентов, соглашающихся с текущим уровнем цен. Этот результат может сигнализировать о том, что базовое отношение респондентов к уровню цен основывается на информированности касательно энергетической зависимости от России.

Последний посыл был сформулирован похожим образом, однако без акцентирования внимания на политическом вмешательстве: «*В настоящее время тарифы на энергию для населения значительно ниже, чем у других стран-соседей. Это в основном связано с тем, что Беларусь получает энергоресурсы из России по более низким ценам, чем другие страны. Однако это увеличивает энергетическую зависимость Беларуси от России*». Результаты оказались схожи с эффектами от первого посыла: доля респондентов, которые считают, что цены на ЖКУ должны быть ниже, сократилась на 7 п.п., в то время как доля соглашающихся с нынешним уровнем цен возросла на 11 п.п.

Закономерным образом только 1,4% респондентов (в среднем по эксперименту) сообщили, что цены на ЖКУ должны быть выше, чем сейчас. Доля затрудняющихся с ответом была не велика – 6% (в среднем), с минимальным

уровнем в 4% при втором информационном посыле (о политическом вмешательстве России). Таким образом, сильнее всего на мнения респондентов влияют информационные посылы о текущей модели ценообразования в Беларуси.

Заключение

Согласно данным ежеквартального мониторинга домохозяйств, индекс потребительской уверенности вместе с его компонентами немного сократился в мае 2024 и составил -4,8% (по методологии Росстата).

Доходы населения сохранили тенденцию прошлой волны: о сокращении доходов без учёта влияния курса и роста цен сообщили 22% респондентов – среди них стали значительно меньше экономить на еде и досуге. Также беларусские домохозяйства не стремятся сберегать, а доля тех, кто стал тратить больше, выросла с лета 2023 и составила 48% респондентов.

Ситуация на рынке труда стабилизируется: доля потерявших работу сохраняется на минимальном уровне (1,8%), а доля тех, кто сообщает о потере работы кем-то из знакомых, составила 15,4% (рост на 1,7 п.п.).

Разрыв в негативных оценках материального положения семьи и состояния экономики Беларуси сокращается. Ухудшение экономической ситуации по сравнению с годом назад отмечают 36% респондентов, основными вызовами для экономики видят отток квалифицированных кадров из страны, влияние санкций и конфликт между странами-соседями Беларуси.

38% респондентов считают, что экономика успешно справляется с вызовами санкций, а 34% затрудняются с ответом. Позитивное преподнесение экономической аналитики несколько улучшает отношение к экономической ситуации в стране.