

# Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

## Домашние хозяйства

Февраль 2025 г.

---

### Резюме

- Индекс потребительской уверенности в 1-м квартале 2025 года вырос на 2,4 п.п. (по методологии Росстата) и составил 2,4%
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил 3%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за январь 2025 года оказалось значительно ниже: -13,5%
- Наблюдается позитивная динамика в оценке экономической ситуации в стране
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, осталась на низком уровне 2024 года (25%)
- Экономия на еде, досуге, крупных покупках стала менее популярной среди респондентов в феврале 2025 года
- Доля потерявших работу за последние две недели незначительно выросла до 2,9%. Доля респондентов, сообщивших о потере работы кем-то из знакомых, составила 12%.

### Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 12 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 респондента), | 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 респ.),          |
| 6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.),        | 12) 31 января–16 февраля 2025 (973 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

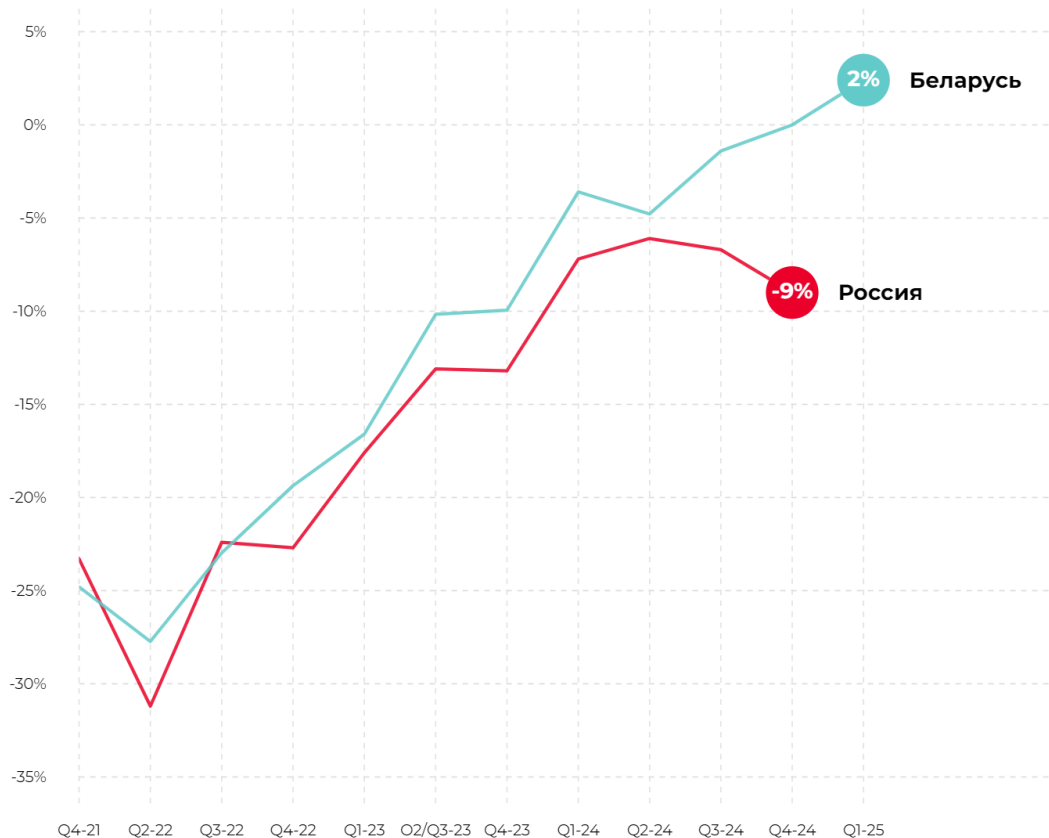
**Индекс потребительской уверенности** — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая 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 всю историю наблюдений достиг положительных значений, составив 2%. В России значение индекса, напротив, осталось в отрицательной зоне, составив -9% (по данным на ноябрь 2024 года). Долгое время восстановление и последующий рост индекса в обеих странах происходили схожими темпами, однако с конца 2024 года их траектории разошлись.

Рисунок 1. Индекс потребительской уверенности в Беларуси и России 2021–2025 гг.

(данные на 1-й квартал 2022-го в Беларуси отсутствовали)



Источник: Росстат, расчёты авторов для Беларуси.

#### 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.

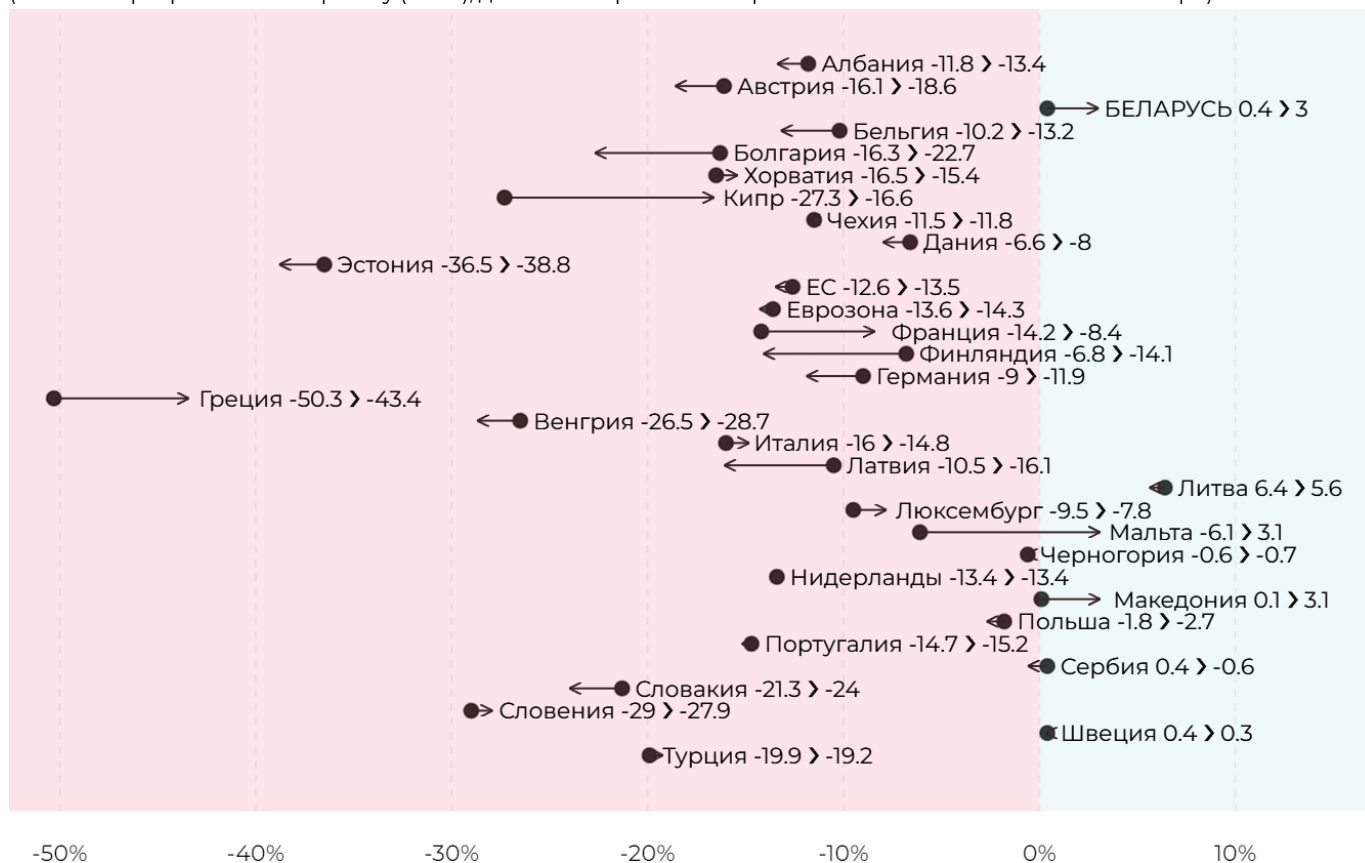
## Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в феврале 2025 укрепились в положительной зоне индекса и составило 3% (рост на 2,6 п.п.). Рост индекса в Беларуси выделяется на фоне соседних стран: после продолжительного подъёма в Литве, Латвии и Польше в этих странах наметился тренд на снижение индекса. Особенно заметно снижение в Латвии – с -7% до -16%. В Литве индекс сократился незначительно – всего на 0,4 п.п. по сравнению с прошлой волной. В целом, нахождение индекса потребительской уверенности в положительной зоне случается достаточно редко, тем не менее данный индекс представлен без сезонной сглаженности, что делает его более волатильным.

За 1-й квартал 2025 года индексы большинства обозреваемых европейских стран в среднем остались неизменными (-0,9 п.п.): значение индекса потребительской уверенности в странах ЕС составило -13,5%. Наибольший рост индекса наблюдался на Кипре (+10,7 п.п.) и Мальте (+9,2 п.п.), наибольшее падение – в Финляндии (-7,3 п.п.) и Болгарии (-6,4 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно зафиксировано в Греции (-43,3%).

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в январе 2025 и октябре 2024

(ось-Y отсортирована по алфавиту (англ.), длина и направление стрелки показывают изменение с октября)



Источник: Eurostat, расчёты авторов для Беларуси.

### 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.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [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 и в 1-м квартале 2025 года разрыв в негативных оценках существенно сократился: 26% и 29% 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 (+4 п.п. г/г), 34% считают, что ситуация не изменилась (+3 п.п. г/г), 26% считают, что ситуация ухудшилась (-7 п.п. г/г).

Оценки материального положения семьи в феврале 2025 не претерпели значительных изменений: 23% респондентов сообщают об улучшении материального положения семьи, 45% не заметили изменений (-1 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом), 29% сообщают об ухудшении (-1 п.п. кв/кв).

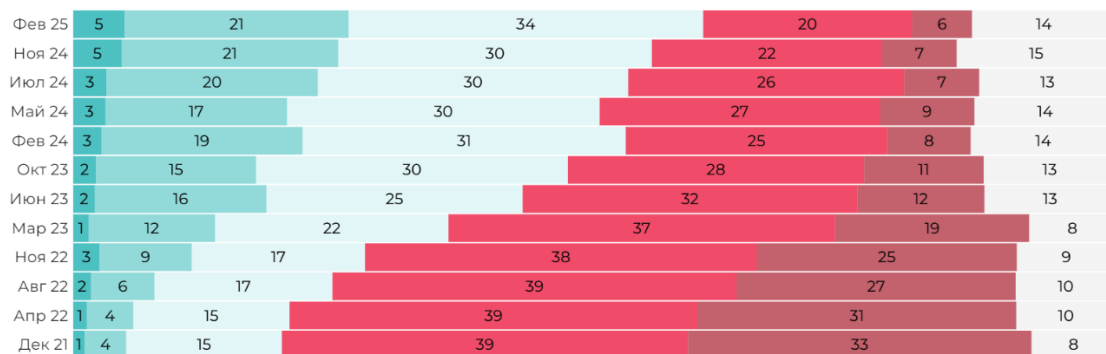
Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 25% респондентов затрудняются в предполагаемой оценке экономической ситуации в стране; 14% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики перестали оценивать однозначно хуже: 19% респондентов ожидают ухудшения и 23% – улучшения экономической ситуации в стране. Ожидания относительно изменения материального положения сохранились на позитивном уровне предыдущей волны: ухудшения своего материального положения ожидают только 16% респондентов, улучшения – 32% (+2 п.п. кв/кв).

Позитивное отношение к распределению свободных денежных средств впервые несколько превысило негативные оценки: благоприятным временем для крупных покупок назвали 23% респондентов, 21% считают, что время скорее плохое, а 42% отмечают равное соотношение плюсов и минусов. Закономерно, что темпы потребительского кредитования не угасают, а потребительский спрос остаётся перегретым. В то же время условия для сбережений назвали благоприятными 27% респондентов (+5 п.п. кв/кв).

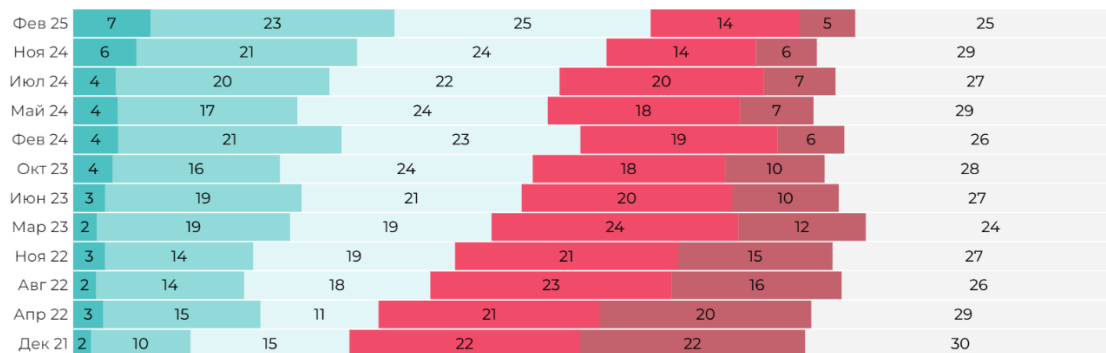
Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

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

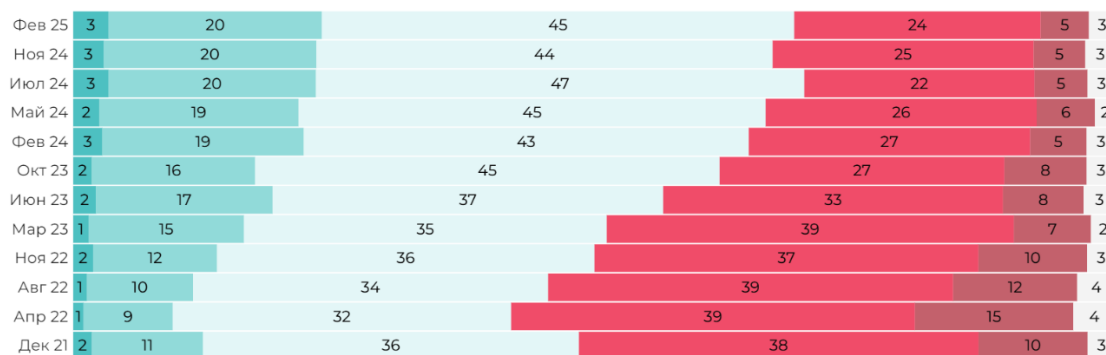
**Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?**



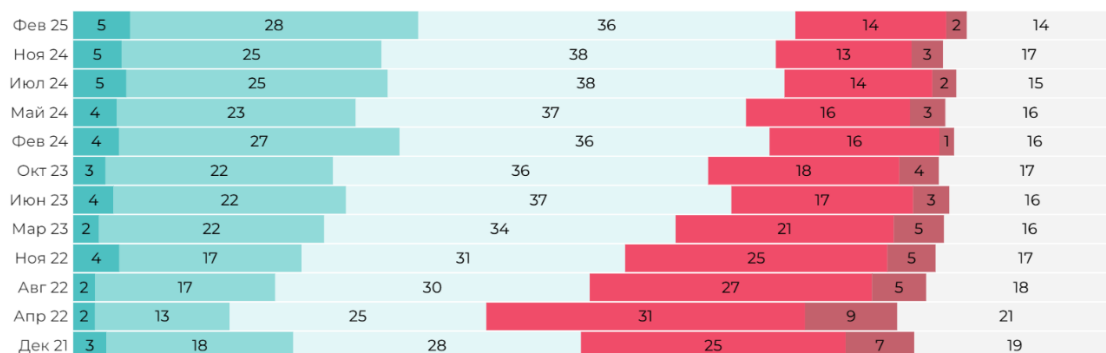
**Q2 А как изменится она через год? Станет**



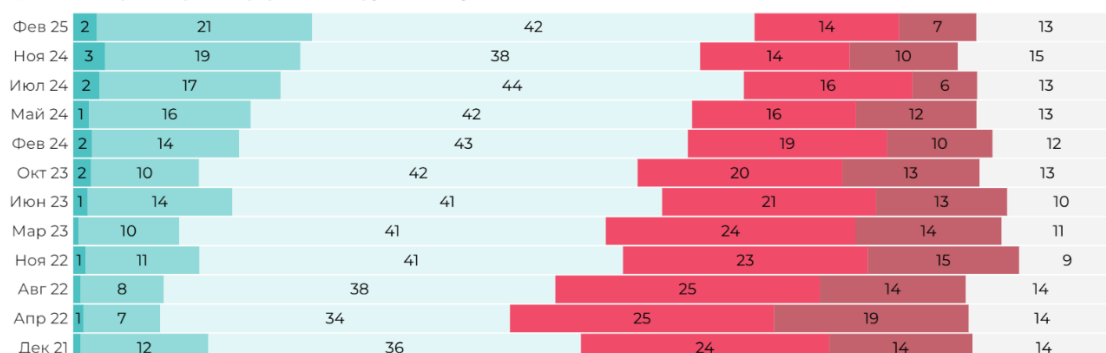
**Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?**



**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 3% (по методологии Евростата), а среднее значение одного из его компонентов – с оценки будущего страны – составило 6,6% (Рис. 4А-В). Значительный вклад в положительное значение индекса также внёс компонент оценки будущего материального положения семьи, составив 10%.

В возрастных группах наименьшими пессимистами в текущем и будущем являлись люди в возрасте 18–24 лет (похожая ситуация наблюдается во многих странах, так как молодёжь выходит на рынок труда и планирует увеличивать свои доходы). Наименьший показатель индекса потребительской уверенности, как в возрастных группах, так и среди других категорий, наблюдается у людей старше 55 лет со значением -7%.

В региональном разрезе самые пессимистичные настроения у жителей Витебской области (их индекс потребительской уверенности в феврале 2025 года составил -1,2%), а самые оптимистичные относительно будущего экономики страны – у жителей Гомельской и Могилёвской областей: значения компонента оценки будущего страны для этих респондентов составили 11,8% и 10,9% соответственно.

В зависимости от уровня доходов хуже всего себя ощущают, ожидаемо, люди с низким доходом (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 -3,4%, а у респондентов с доходом 2000+ BYN остался в положительной зоне и составил 11,8%. Однако то же самое нельзя сказать об ожиданиях от экономики страны: негативнее всего оценивают перспективы экономики респонденты с доходом 2000–3000 BYN (3,95%), а позитивнее всего – респонденты с доходом до 700 BYN (9,91%).

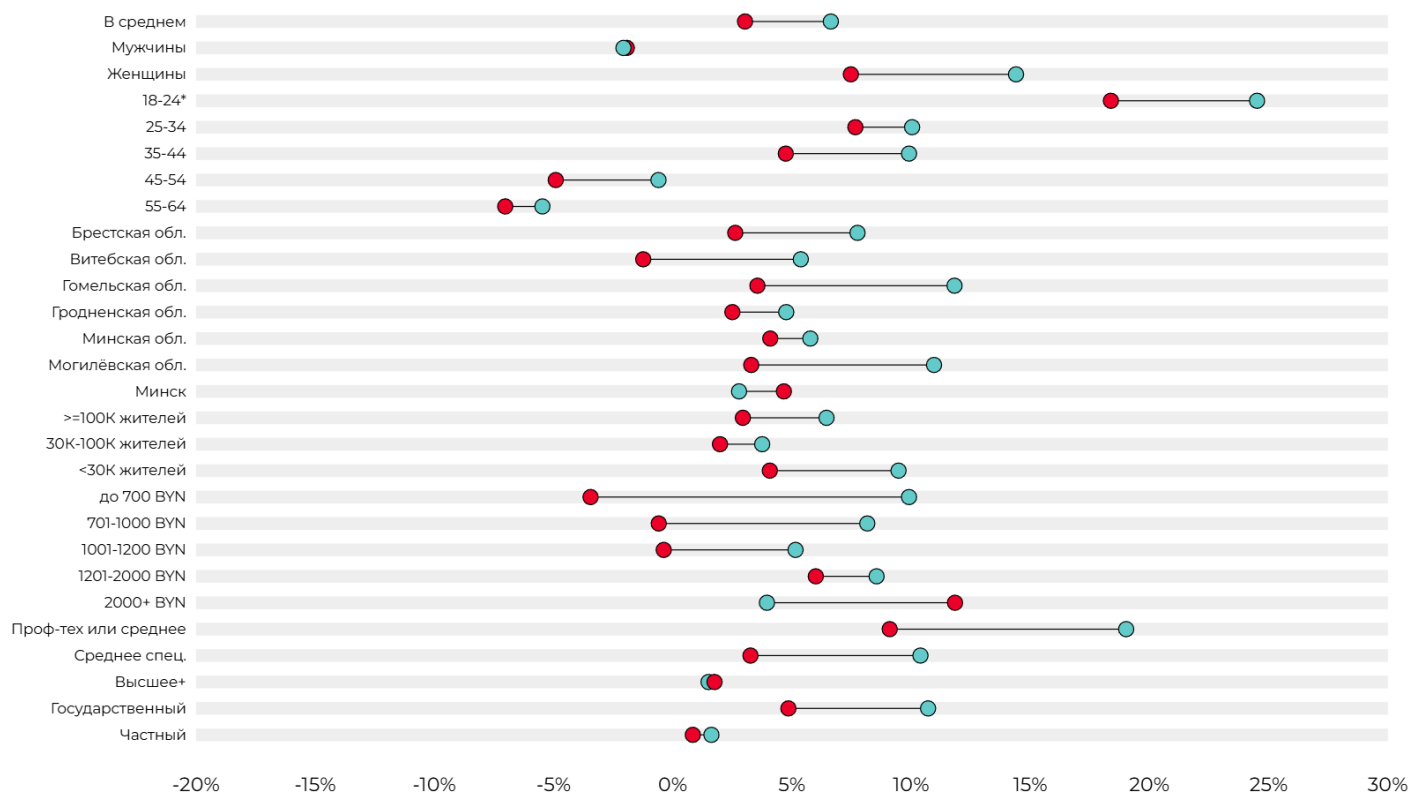
Беларусы с высшим образованием традиционно хуже оценивают как компонент оценки будущего, так и текущий индекс потребительской уверенности по сравнению с беларусами со средним, средним специальным и профессионально-техническим образованием.

Сотрудники частных предприятий по сравнению с работниками государственных компаний традиционно хуже оценили как совокупный индекс потребительской уверенности, так и компонент оценки будущего страны (0,8% и 1,6%).

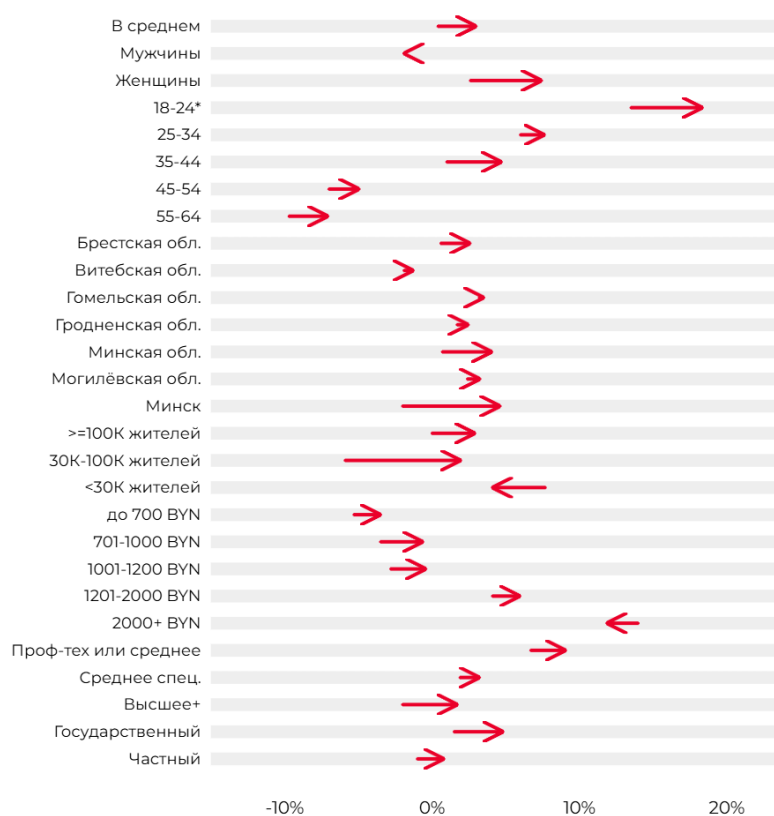
Оба компонента несколько улучшили свои значения в феврале 2025 года. Сильнее всего в позитивную сторону изменились оценки у женщин, молодых людей, жителей средних городов и минчан. Однако жители крупных городов стали хуже оценивать компонент оценки будущего страны (Рис. 4В).

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

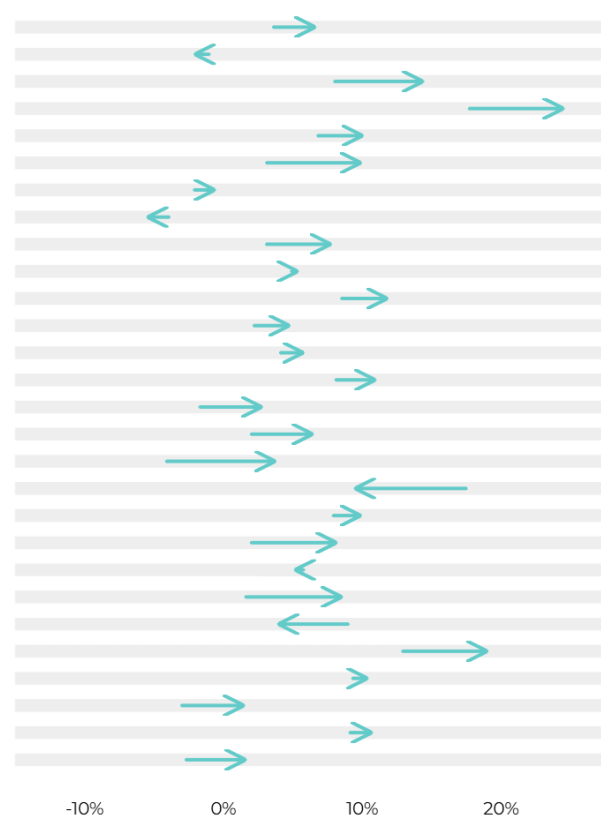
#### 4А. Февраль 2025



#### 4Б. Изменение индекса за период



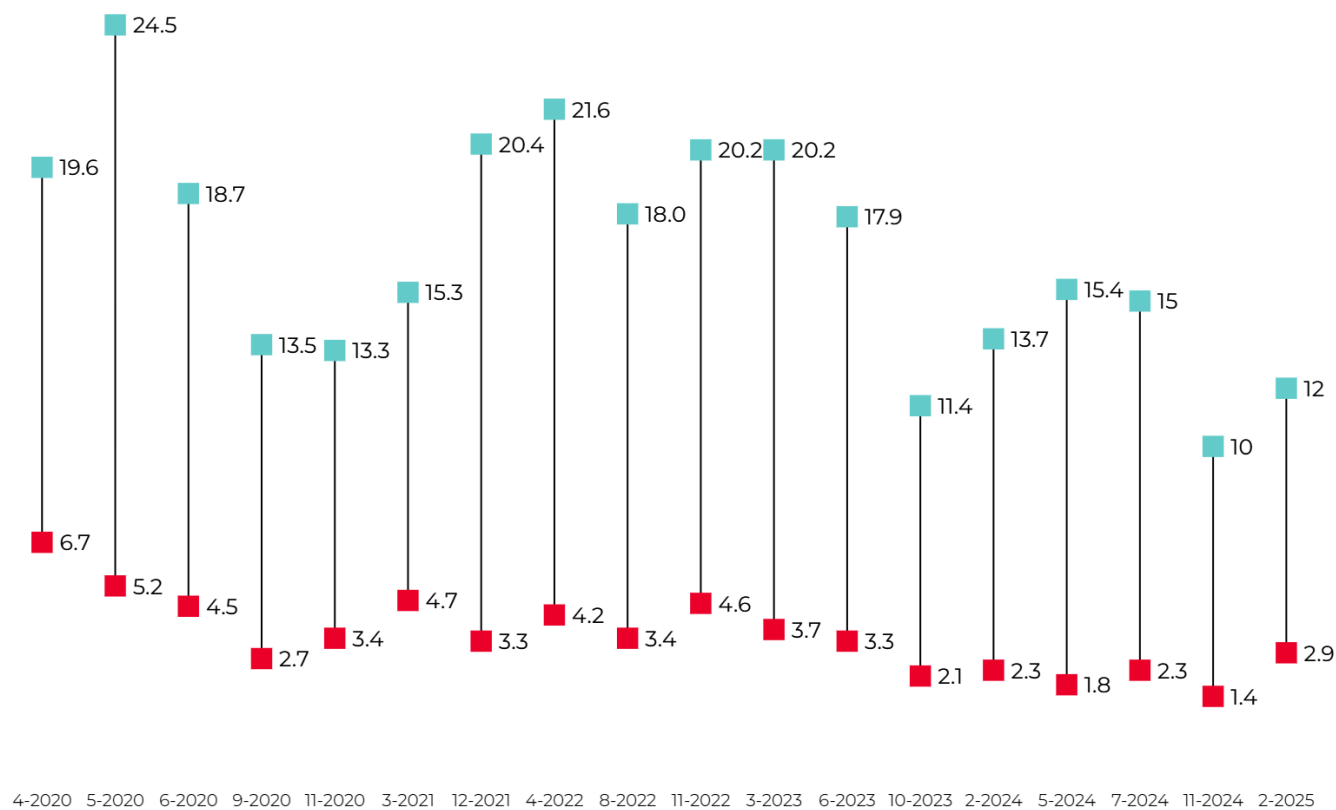
#### 4В. Изменение компонента будущего за период



## 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). Значения 4-го квартала 2024 года обновили минимум, когда лишь 1,4% респондентов сообщили о потере работы, а 10% – об увольнении кого-то из знакомых. Результаты 1-го квартала 2025 года не претерпели значительных изменений по сравнению с предыдущей волной. В то же время, о нехватке кадров в сфере, где они работают, сообщили 56% респондентов (без изменений за квартал).

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



## Доходы населения

Доля людей, которые в феврале 2025 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, сохранилась на среднем уровне 2024 года и составила 25%.

Если не учитывать тех, кто объясняет снижение доходов только изменением курса валют, доля людей, столкнувшихся с сокращением доходов, снижается до 22% (изменение курса белорусского рубля стало важным фактором для 19% респондентов). Основной причиной снижения доходов остаётся рост цен, на который указали 52% участников опроса. Однако если исключить влияние роста

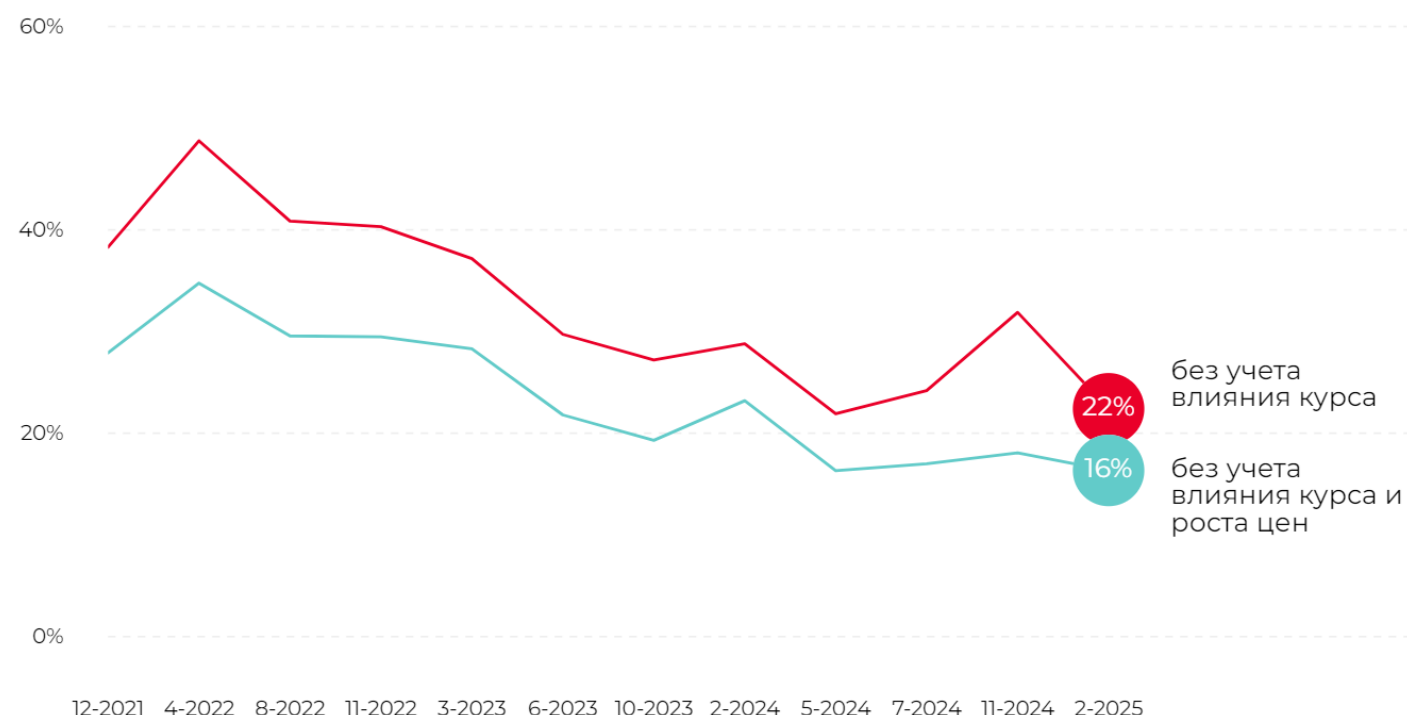
цен и изменения курса, то доля тех, чьи доходы снизились по другим причинам, составляет 16% (Рис. 5А).

Самые высокие темпы снижения доходов без учёта влияния валютного курса и роста цен в этой волне опроса наблюдались у следующих групп респондентов:

- проживающие в Витебской области,
- люди с изначально низким доходом,
- предприниматели и самозанятые,
- квалифицированные рабочие (водители, строители).

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

5А. Изменение доли с конца 2021 года

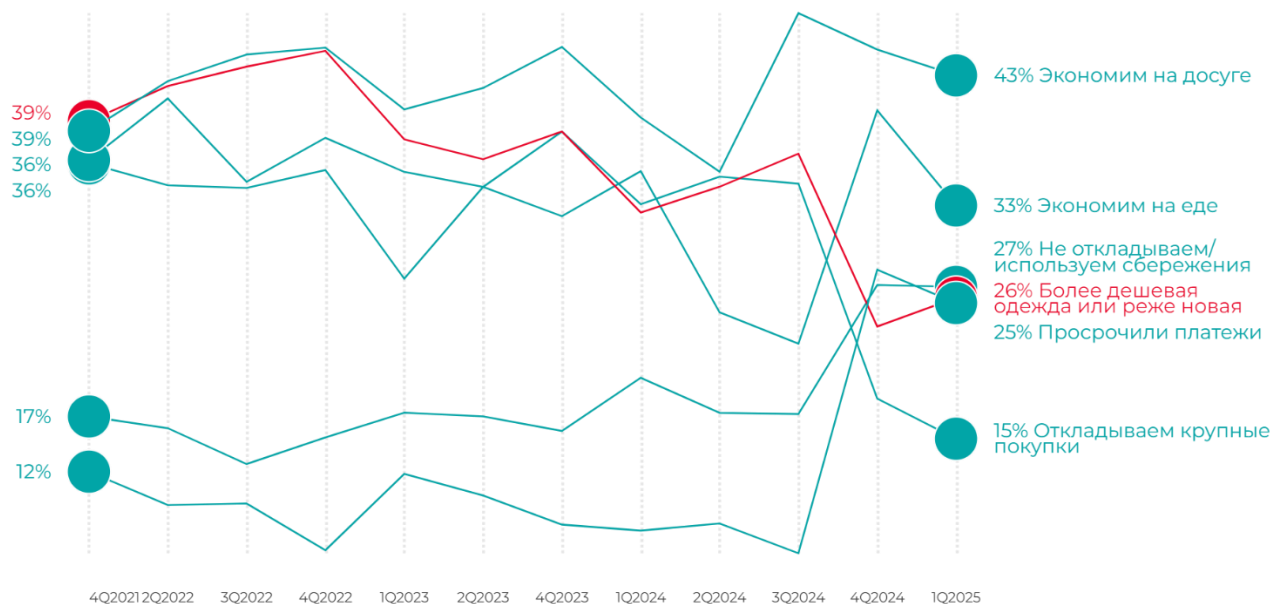


Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), февраль 2025 года показал позитивный результат в отношении стратегий экономии. Респонденты стали реже экономить на еде и досуге, использовать сбережения, откладывать обязательные платежи и крупные покупки. Незначительно чаще стали покупать более дешёвую одежду. Значения всё ещё не достигли минимального уровня 3 квартала 2024, однако наблюдается позитивная тенденция, особенно в части экономии на еде.

## 5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 25%, почувствовавших снижение доходов)

■ Уменьшение ■ Увеличение

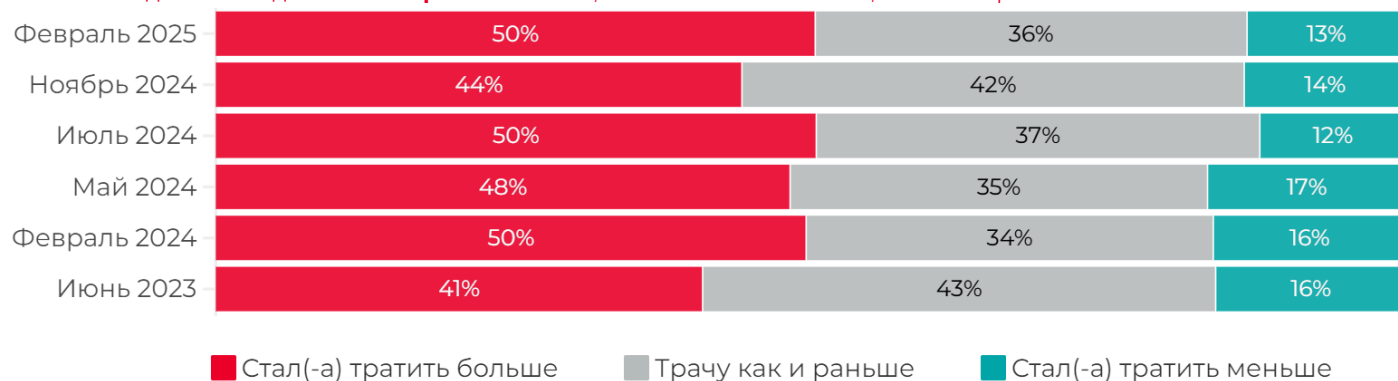


## Сберегательное поведение

Несмотря на зафиксированный в статистике рост заработных плат, домохозяйства больше сберегать не стали. Наоборот, доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, неизменно возвращается к 50%, тогда как о сократившихся тратах сообщают только 13% горожан (Рис. 7А).

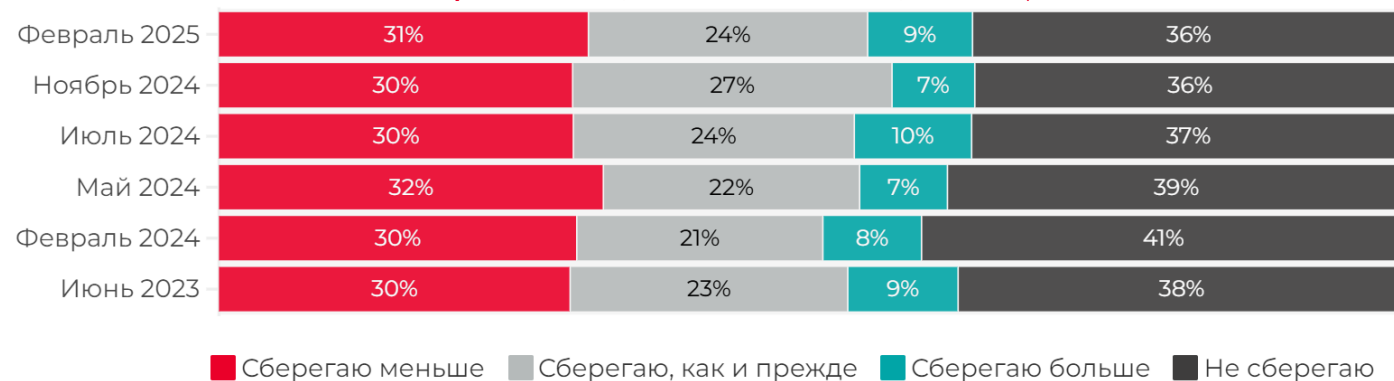
### Рисунок 7. Предпочитают тратить или сберегать?

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



По сравнению с 2024 годом, сберегательное поведение не претерпело значительных изменений за 1 квартал 2025 года: сберегать больше стали только 9% респондентов, 55% 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 есть у 64% респондентов.

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

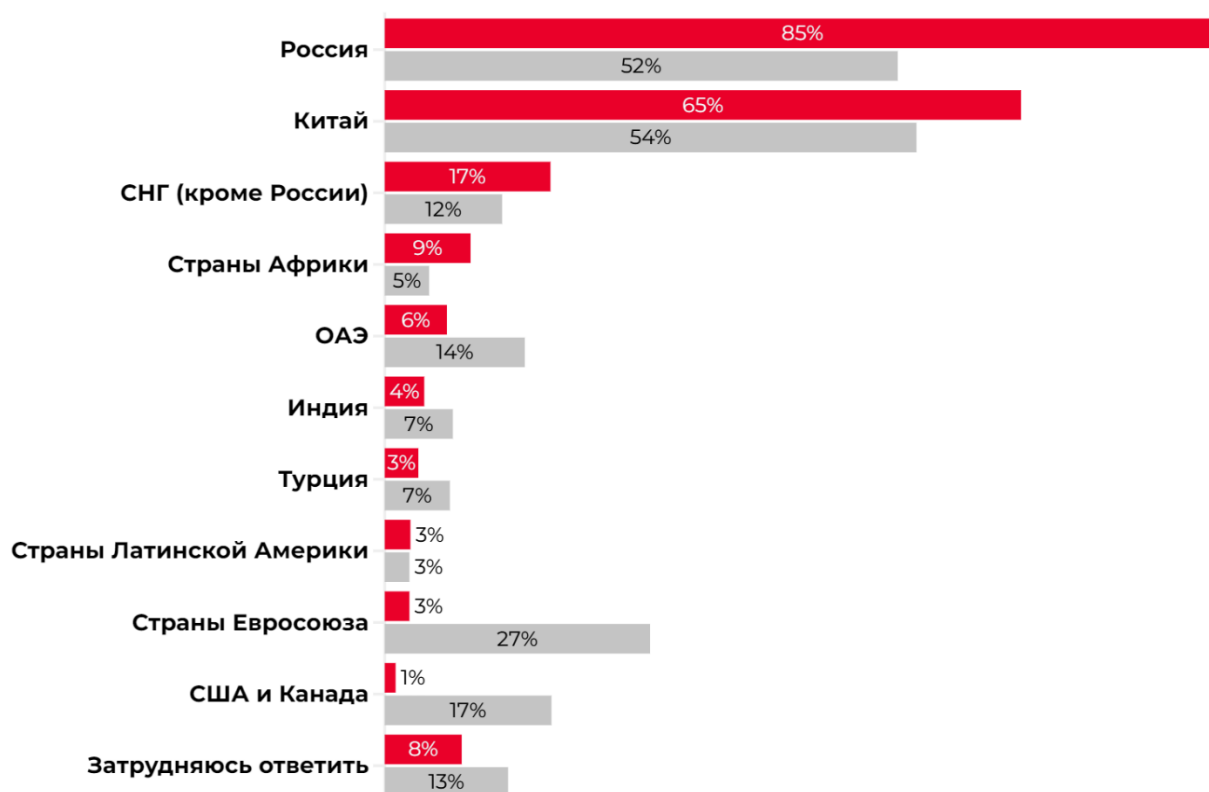


## Экономические партнёры Беларуси и потребительские предпочтения

Согласно данным опроса, 85% респондентов считают Россию главным экономическим партнёром Беларуси, что ожидаемо, учитывая тесные экономические связи между странами (Рис. 8). На втором месте оказался Китай, который упомянули 65% опрошенных. Другие страны СНГ (помимо России) назвали 17% респондентов, при этом доля затруднившихся с ответом составила всего 8%.

Рисунок 8. Ключевые и перспективные экономические партнёры Беларуси

- Каковы ключевые экономические партнёры Беларуси сейчас?
- А каковы перспективные направления сотрудничества?



Когда речь зашла о том, с какими странами экономическое сотрудничество наиболее благоприятно для экономики Беларуси, Россия и Китай вновь заняли лидирующие позиции, но уже в ином соотношении: 52% и 54% соответственно.

При этом около 27% респондентов считают страны Евросоюза перспективным экономическим партнёром. Менее популярными, но всё же значимыми партнёрами были названы США и Канада (17%), а также Объединённые Арабские Эмираты (14%). Однако при ответе на этот вопрос доля затруднившихся с выбором оказалась несколько выше – 13%.

Несмотря на доминирование России и Китая в представлениях респондентов о ключевых и перспективных экономических партнёрах, только 24% респондентов сообщили, что их компании экспортируют товары на российский рынок, тогда как об экспорте в Китай упомянули лишь 4%.

Дополнительный блок опроса был посвящён предпочтениям белорусов на автомобильном рынке, учитывая растущий спрос на китайские автомобили. Респонденты полагают, что основные причины их популярности – это доступная цена и ограниченный выбор других предложений на рынке Беларуси (Рис. 9). Также были отмечены хорошие соотношение цены и качества и более выгодные условия кредитования. Тем не менее только 11% опрошенных считают, что большинство белорусов предпочитают китайские автомобили.

Рисунок 9. Причины приобретения китайских автомобилей (по мнению респондентов)



## Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси вновь обновил исторический максимум: впервые по методологии Росстата он достиг положительных значений (2%), а по методологии Евростата укрепился до 3%. На фоне стран ЕС, где индекс либо остаётся стабильным, либо снижается, Беларусь выделяется ростом показателя. В то же время её траектория разошлась с российской: там индекс остаётся в отрицательной зоне (-9%).

Потребительский спрос остаётся перегретым, однако сберегательное поведение практически не изменилось: доля тех, кто не откладывает средства, остаётся значительной. Доля уволившихся респондентов минимальна, а о дефиците кадров сообщают 56% респондентов, что соответствует ситуации на рынке труда. Доля респондентов с сократившимся доходов находится на минимальном уровне (25%).

Главным экономическим партнёром на данный момент респонденты видят Россию, а потенциально благоприятное экономическое сотрудничество ожидают от партнёрства с Китаем.