

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

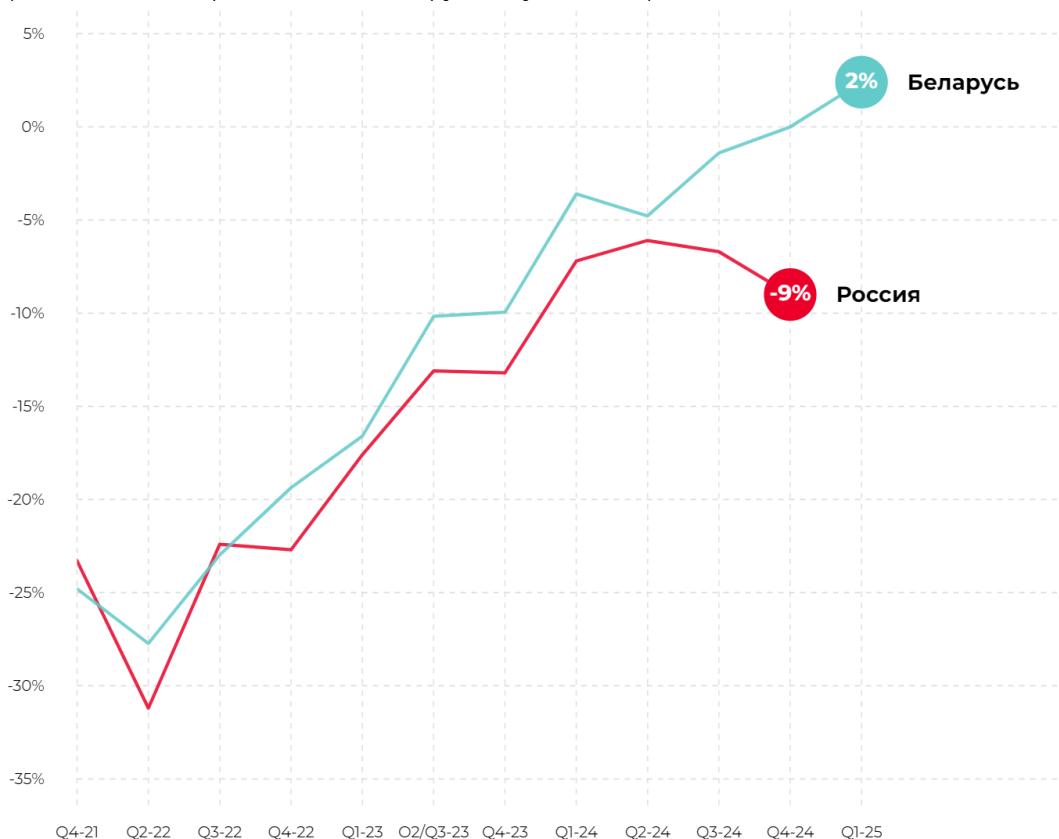
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация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

Беларусь и Россия

Белорусский 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?

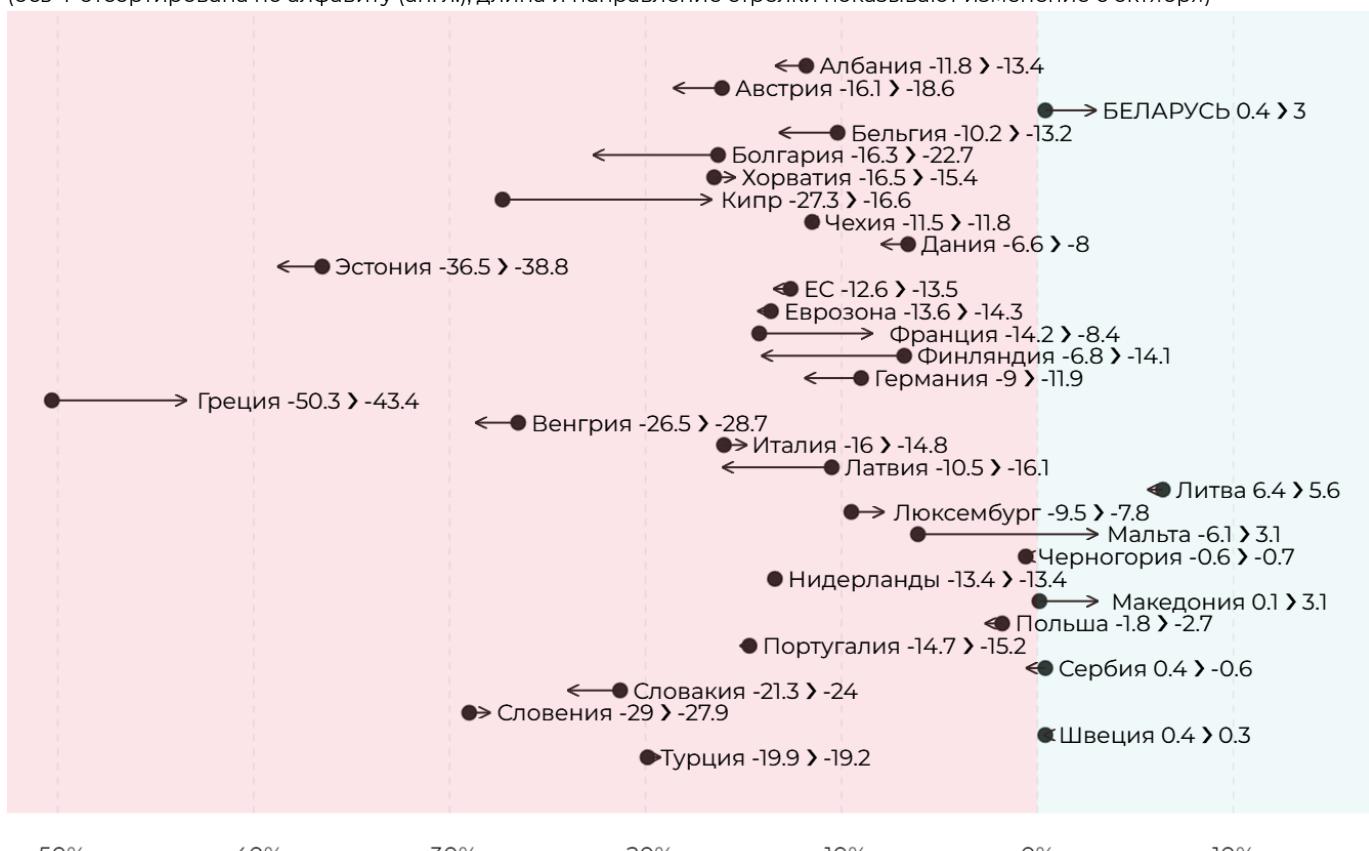
- Российская экономика испытывает проблемы с потенциалом долгосрочного экономического роста, как и Беларусь, и находится в состоянии перегрева.
- Обе страны находятся под влиянием экономических санкций.
- Россия является основным торговым партнёром Беларуси.
- Обе страны сталкиваются с дефицитом на рынке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

Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в феврале 2025 укрепилось 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 – исключающей 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 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

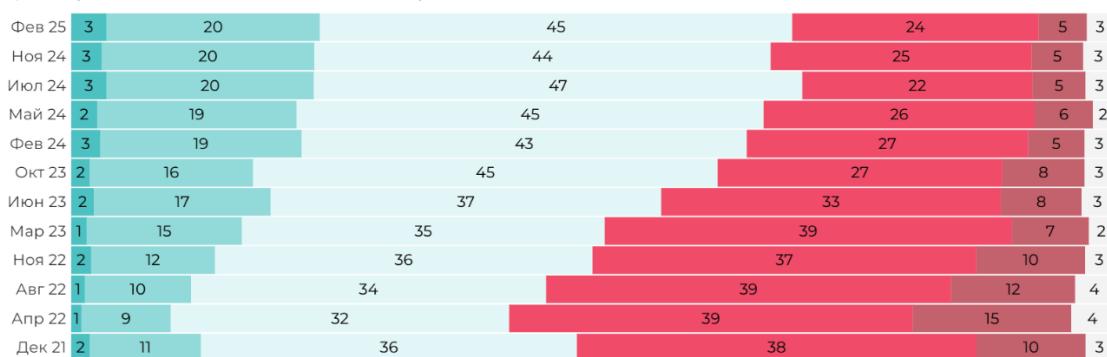
Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?



Q2 А как изменится она через год? Станет



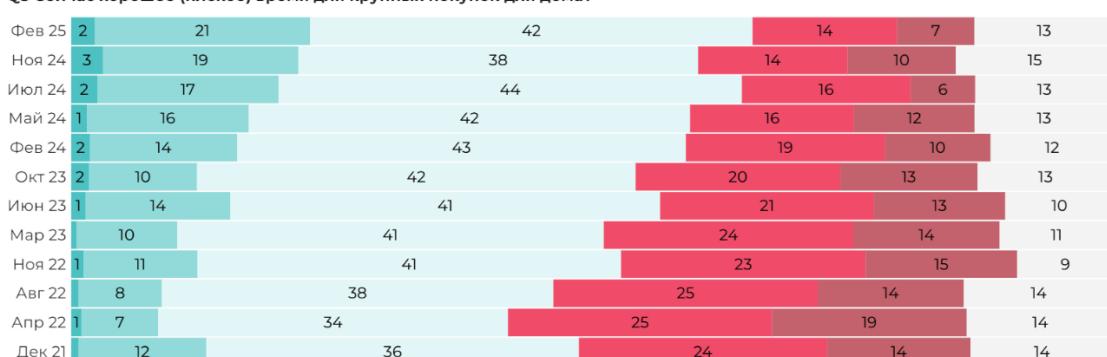
Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



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.

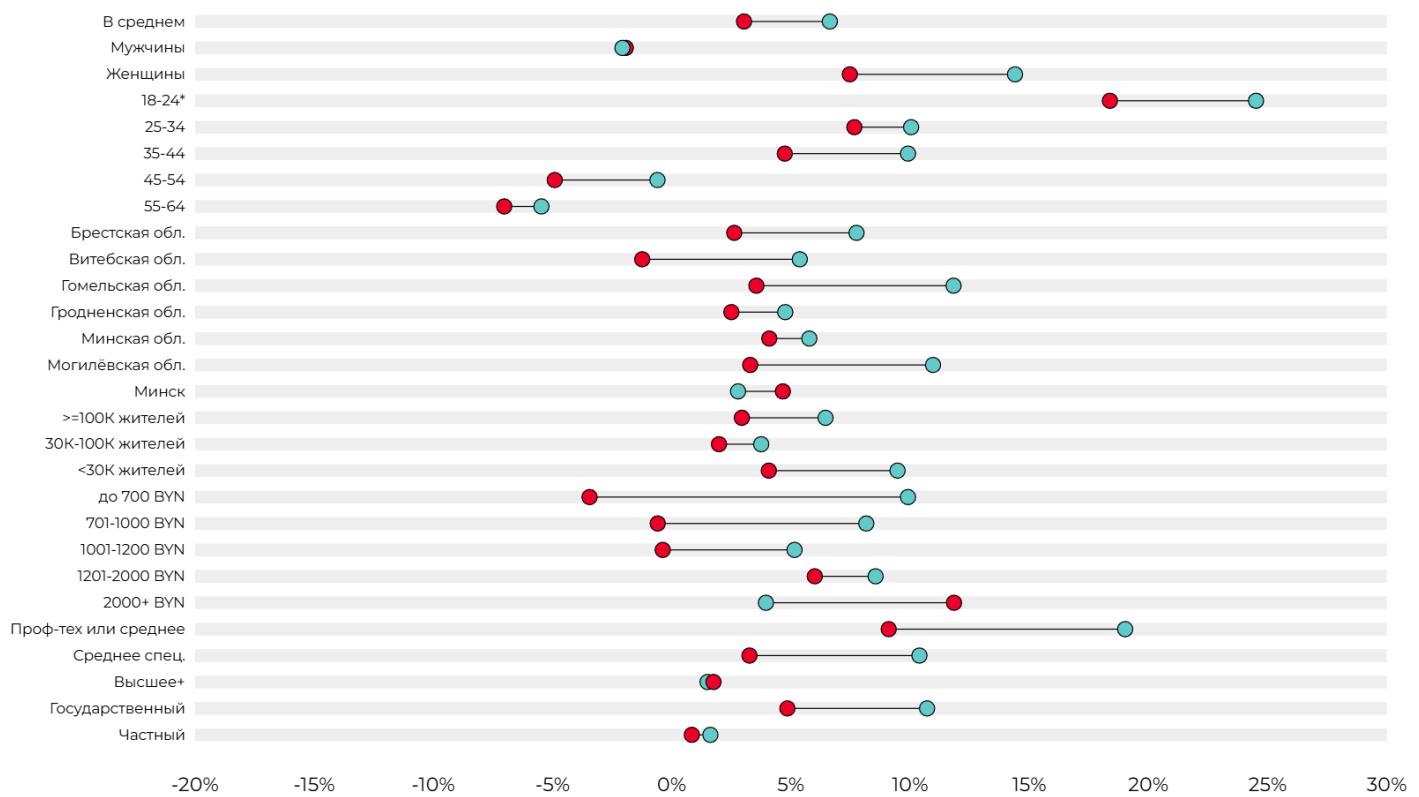
Сотрудники частных предприятий по сравнению с работниками государственных компаний традиционно хуже оценили как совокупный индекс потребительской уверенности, так и компонент оценки будущего страны (0,8% и 1,6%).

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).

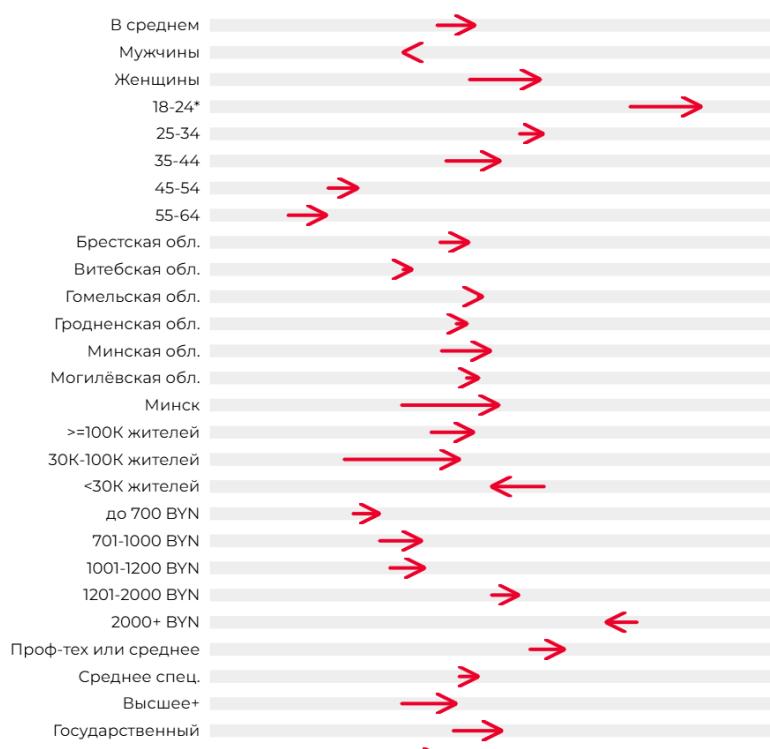
Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности **и компонент будущего страны**

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

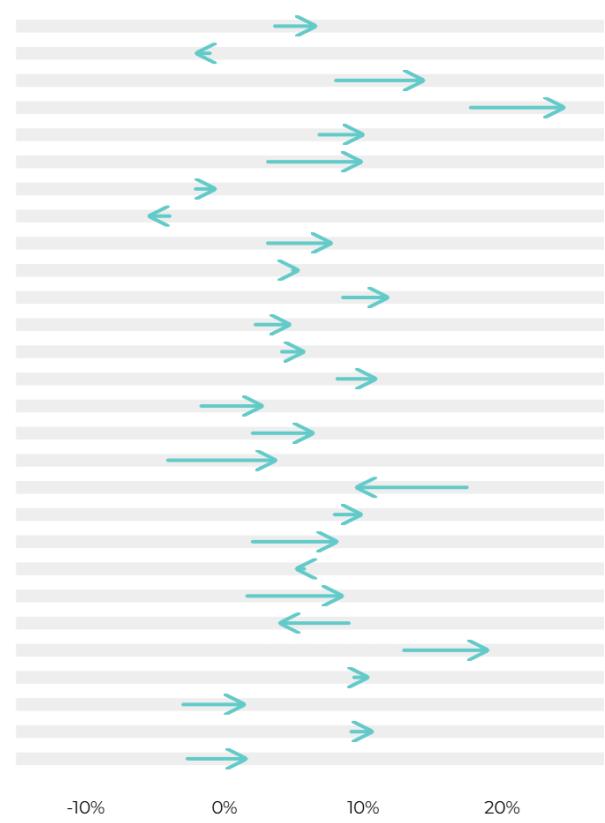
4А. Февраль 2025



4Б. Изменение индекса за период



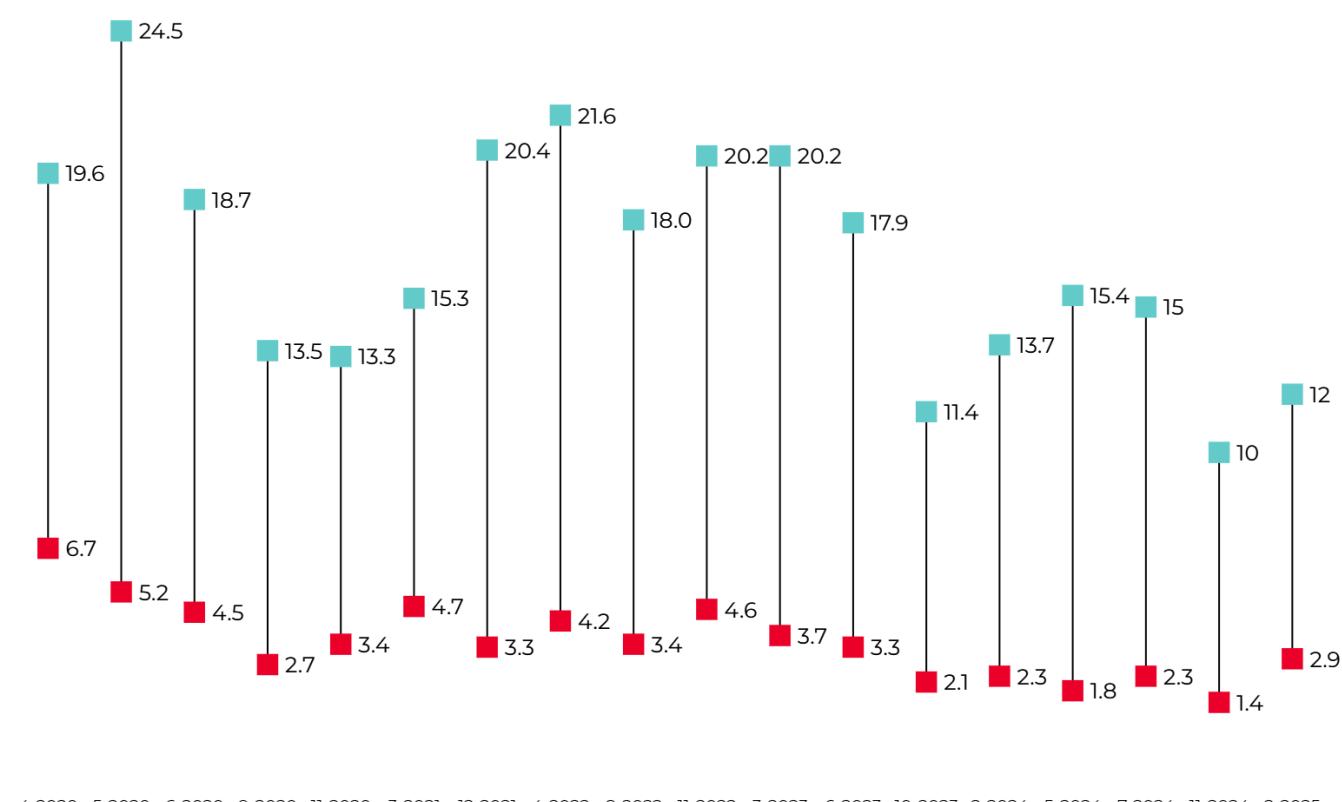
4В. Изменение компонента будущего за период



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 потери 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

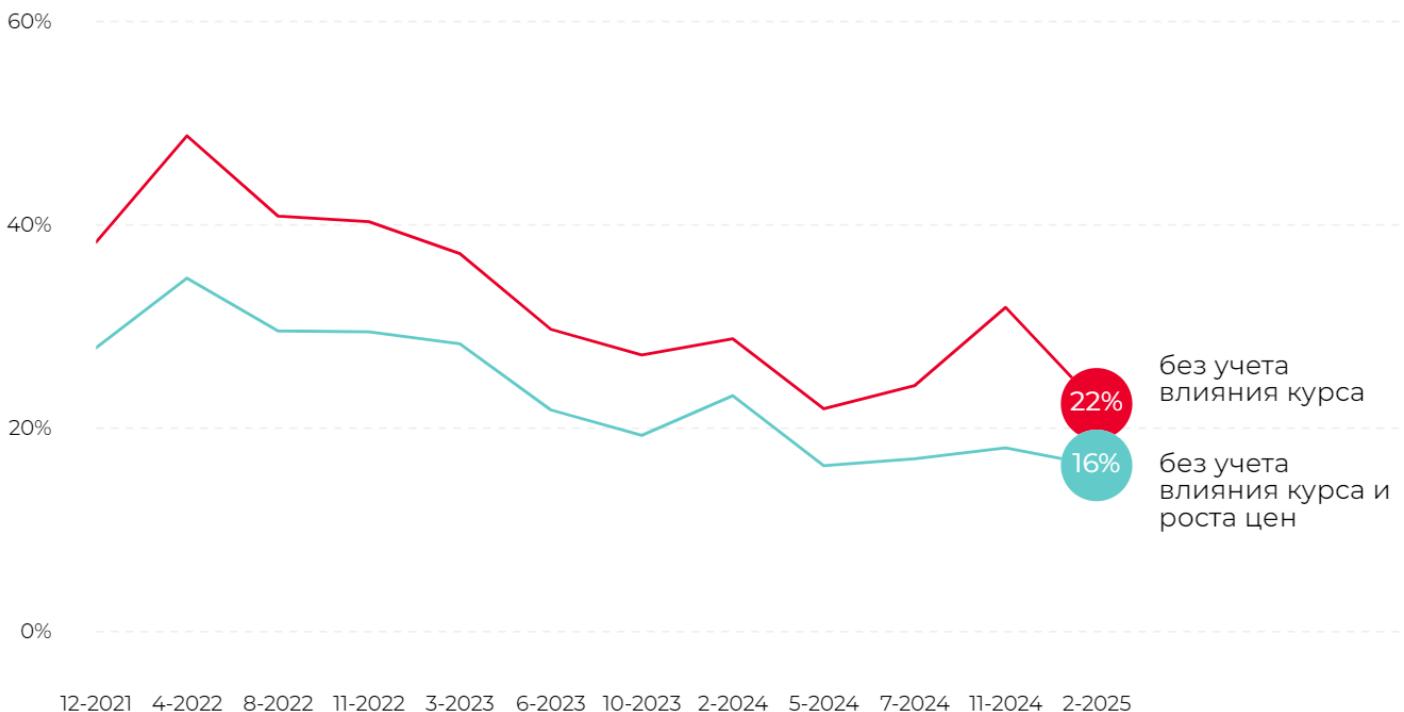
цен и изменения курса, то доля тех, чьи доходы снизились по другим причинам, составляет 16% (Рис. 5А).

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



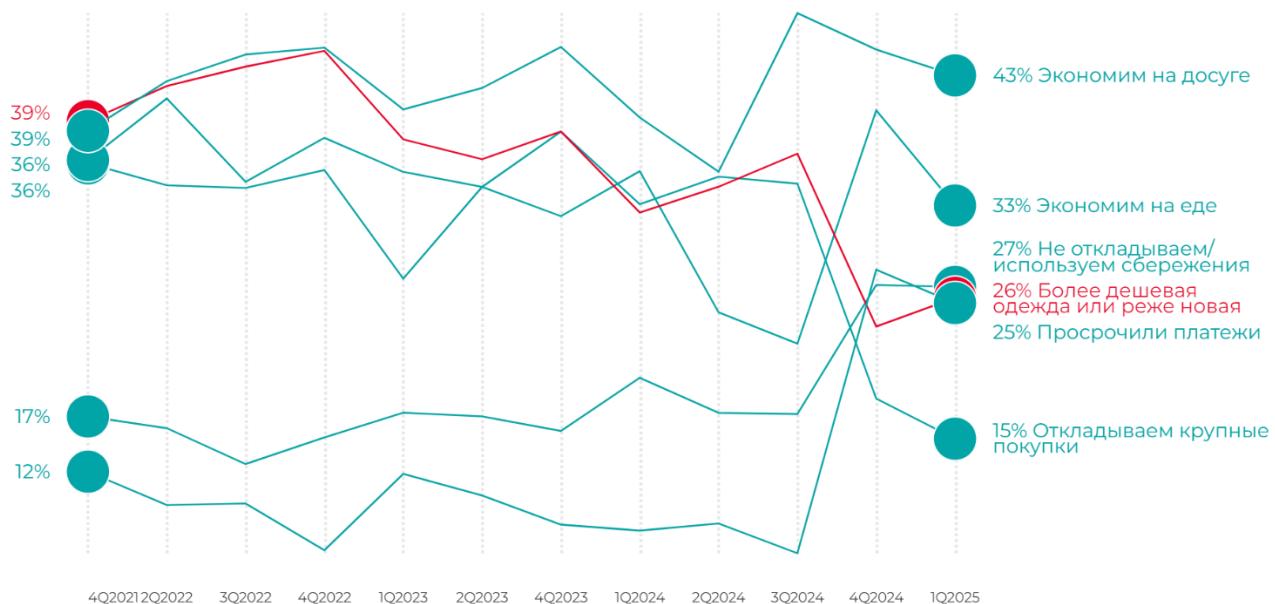
Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), февраль 2025 года показал позитивный результат в отношении стратегий экономии.

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?



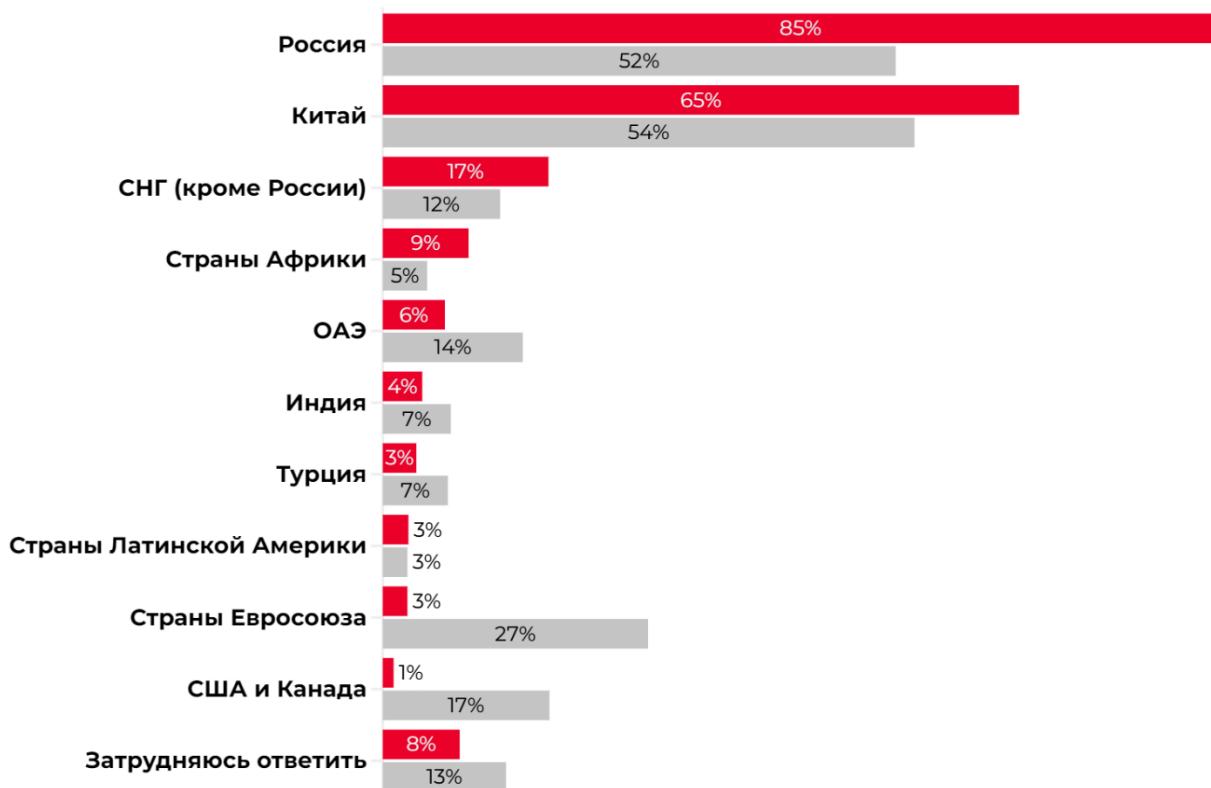
■ Сберегаю меньше ■ Сберегаю, как и прежде ■ Сберегаю больше ■ Не сберегаю

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?



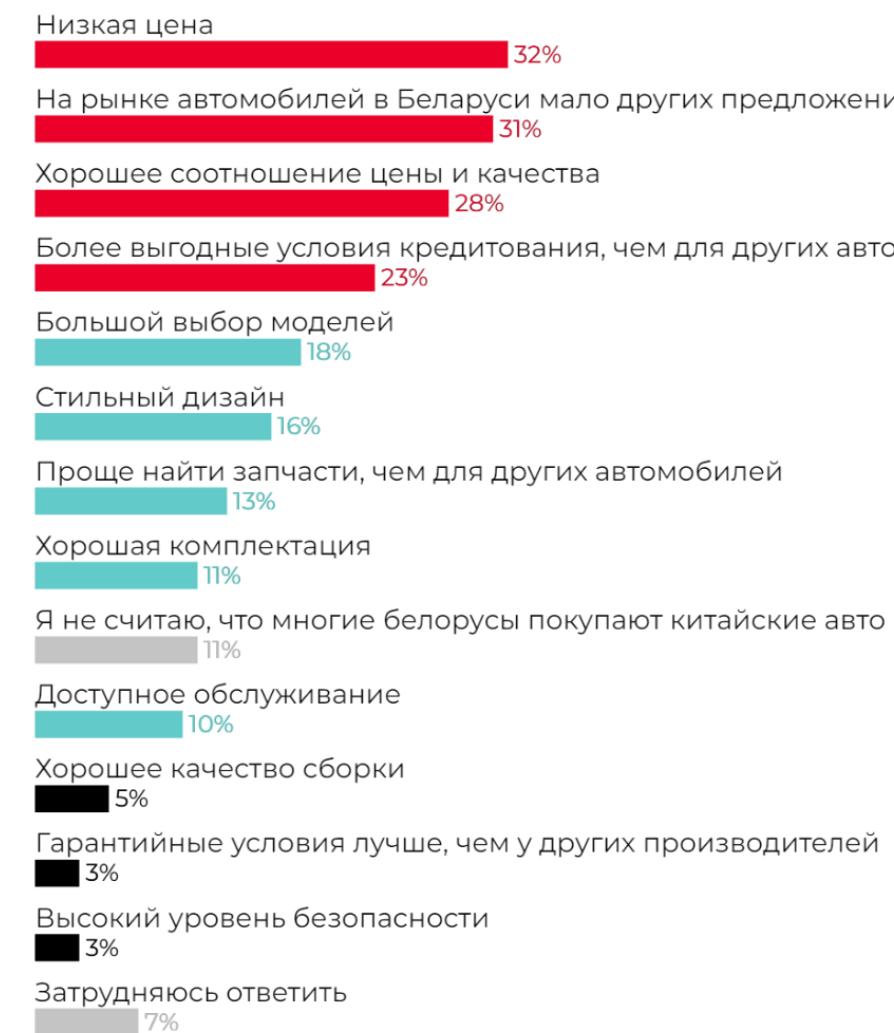
Когда речь зашла о том, с какими странами экономическое сотрудничество наиболее благоприятно для экономики Беларуси, Россия и Китай вновь заняли лидирующие позиции, но уже в ином соотношении: 52% и 54% соответственно.

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 беларусов 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 беларусов 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.