

Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

Домашние хозяйства

Май 2025 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности во 2-м квартале 2025 года сократился на 1,5 п.п. (по методологии Росстата) и составил 1%.
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил 2%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за апрель 2025 года оказалось значительно ниже: -15,7%.
- Оценки экономической ситуации в стране оказались несколько более позитивными по сравнению с оценками собственного материального положения.
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, осталась на низком уровне 2024 года (25%).
- Доля потерявших работу за последние две недели сократилась до 1,6%. Доля респондентов, сообщивших о потере работы кем-то из знакомых, составила 10%.
- О дефиците кадров в сфере, где они работают, сообщили 59% респондентов.

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 13 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), | 8) 6–12 февраля 2024 (998 респ.), |
| 2) 19–25 апреля 2022 (1007 респ.), | 9) 15–22 мая 2024 (1002 респ.), |
| 3) 26–31 августа 2022 (1001 респ.), | 10) 24–25 июля 2024 (1001 респ.), |
| 4) 21–25 ноября 2022 (992 респ.), | 11) 8–10 ноября 2024 (991 респ.), |
| 5) 2–4 марта 2023 (1014 респ.), | 12) 31 января–16 февраля 2025 (973 респ.), |
| 6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.), | 13) 30 апреля–7 мая 2025 (1000 респ.). |
| 7) 9–11 октября 2023 (1003 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

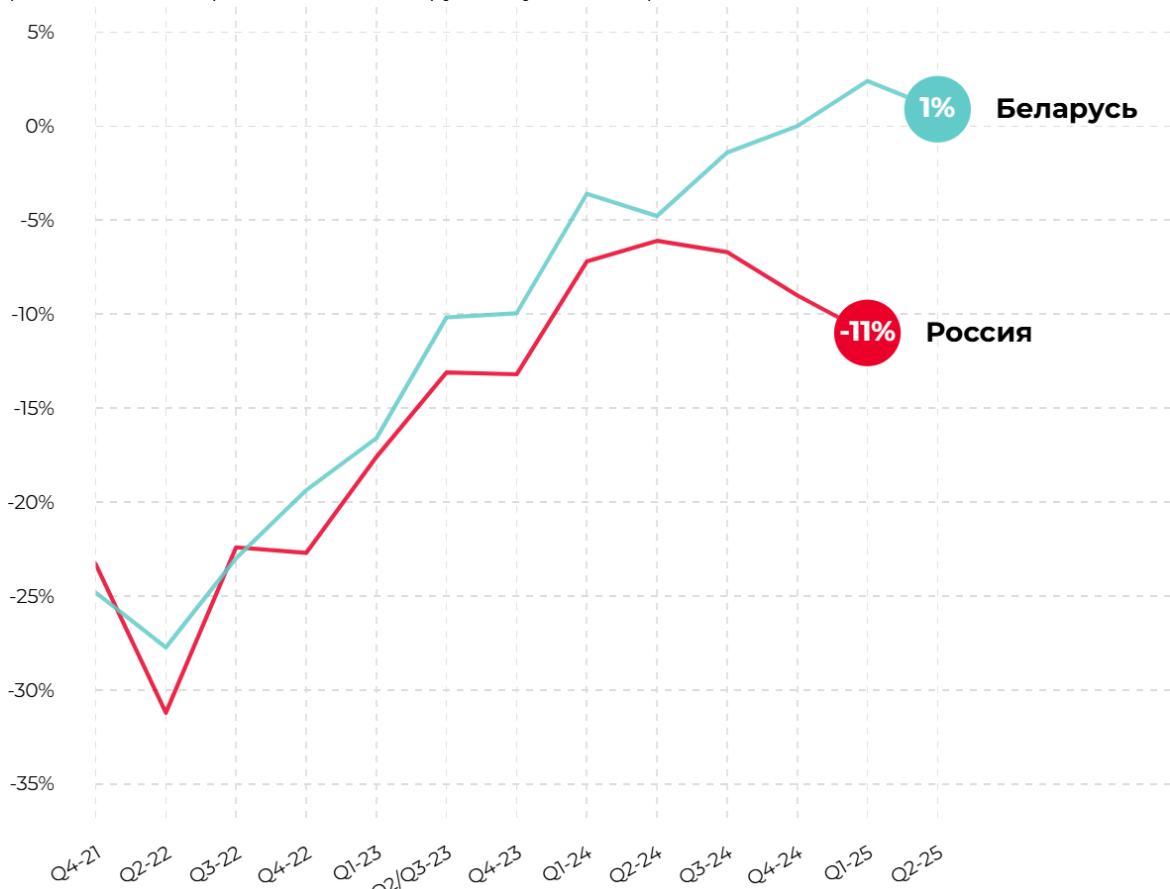
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация 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), закрепился в положительной зоне индекса, составив 0,9%. В России значение индекса, напротив, осталось в отрицательной зоне, сократившись на 2 п.п. и составив -11% (по данным за февраль 2025 года). Долгое время восстановление и последующий рост индекса в обеих странах происходили схожими темпами, однако со второй половины 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.

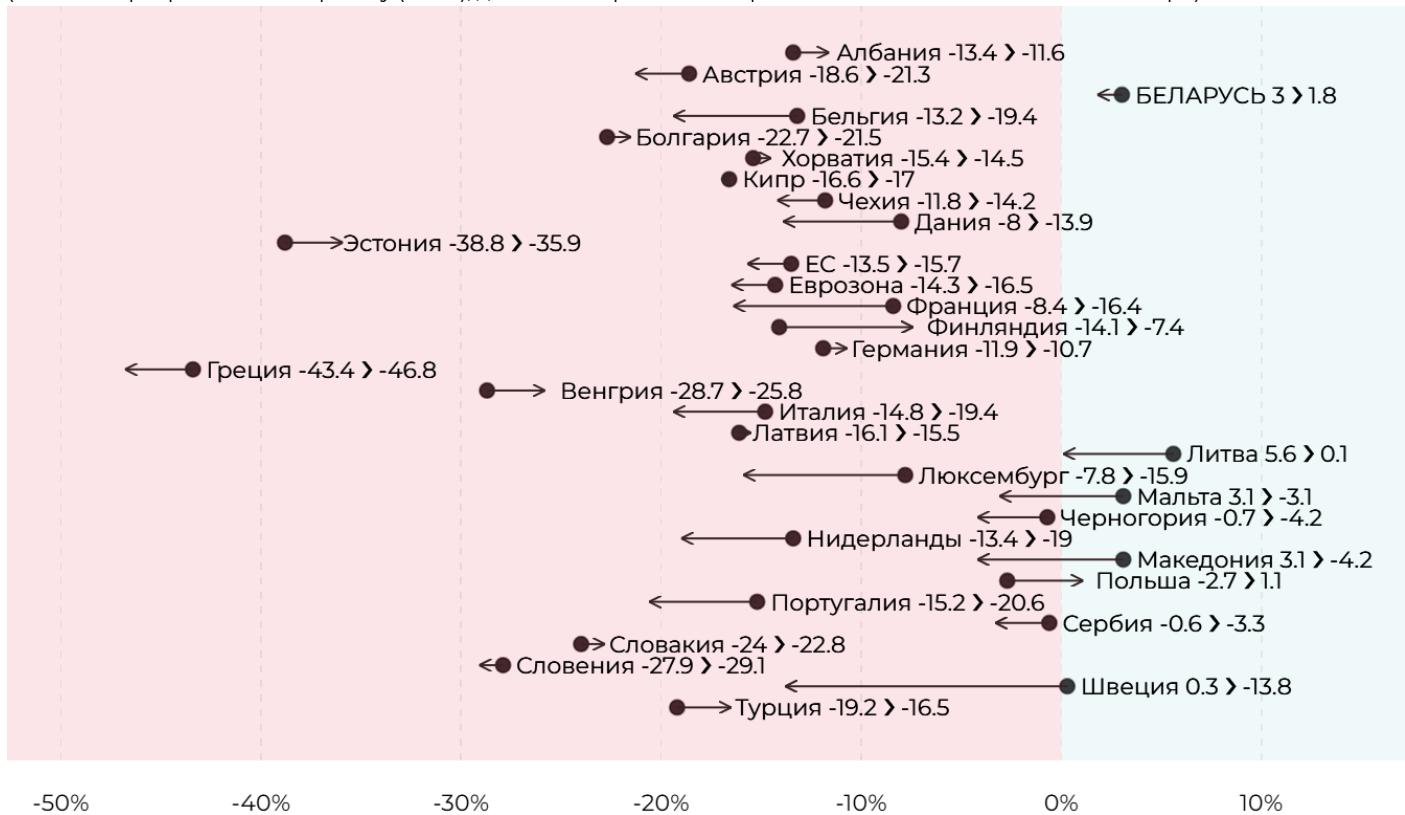
Беларусь и ЕС

Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в апреле/мае 2025 сохранилось в положительной зоне индекса и составило 1,8% (снижение на 1,3 п.п.). Рост индекса в Беларуси выделяется на фоне соседних стран. Несмотря на значительное сокращение индекса в Литве — с 5,6% до 0,1% — он остаётся в положительной зоне. В Латвии индекс практически не изменился, увеличившись лишь на 0,6 п.п. по сравнению с предыдущей волной. Индекс в Польше оказался одним из немногих в ЕС, продемонстрировавших рост: с -2,7% до 1,1% в апреле 2025 года, перейдя в положительную зону. 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 2-й квартал 2025 года индексы большинства обозреваемых европейских стран в среднем сократились на 2,2 п.п.: значение индекса потребительской уверенности в странах ЕС составило -15,7%. Наибольший рост индекса наблюдался в Финляндии (+6,7 п.п.), наибольшее падение – в Швеции (-14,1 п.п.), Люксембурге (-8,1 п.п.) и Франции (-8 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно зафиксировано в Греции (-46,8%).

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в апреле и январе 2025

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



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 первой половине 2025 года разрыв в негативных оценках существенно сократился: 29% и 31% 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 (+6 п.п. г/г), 31% считают, что ситуация не изменилась (+1 п.п г/г), 29% считают, что ситуация ухудшилась (-7 п.п. г/г).

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

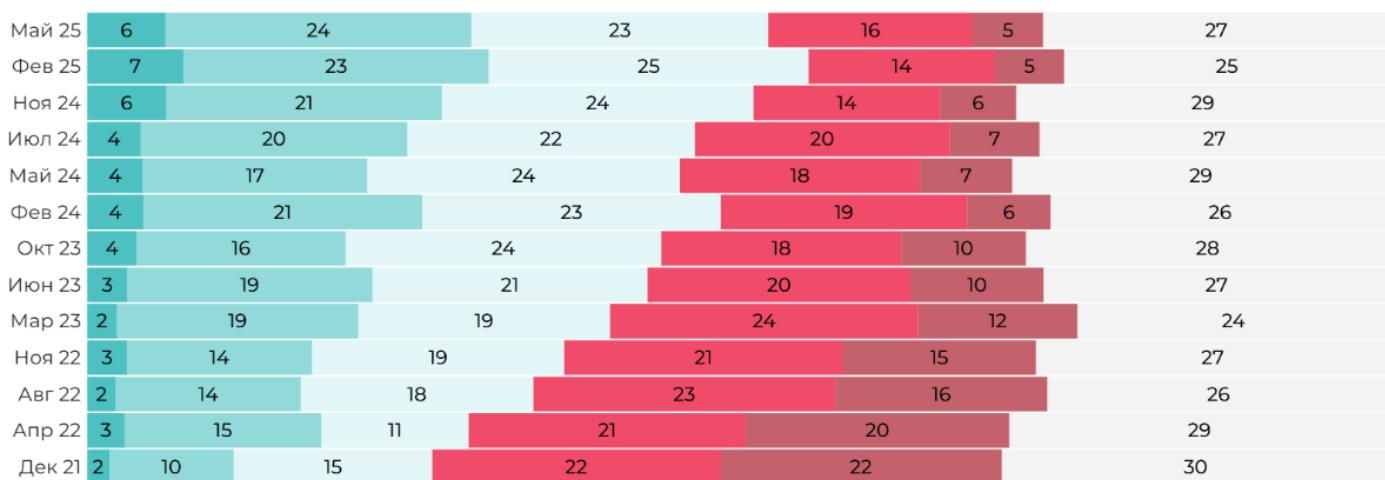
3А. Оценка экономической ситуации в стране

■ 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



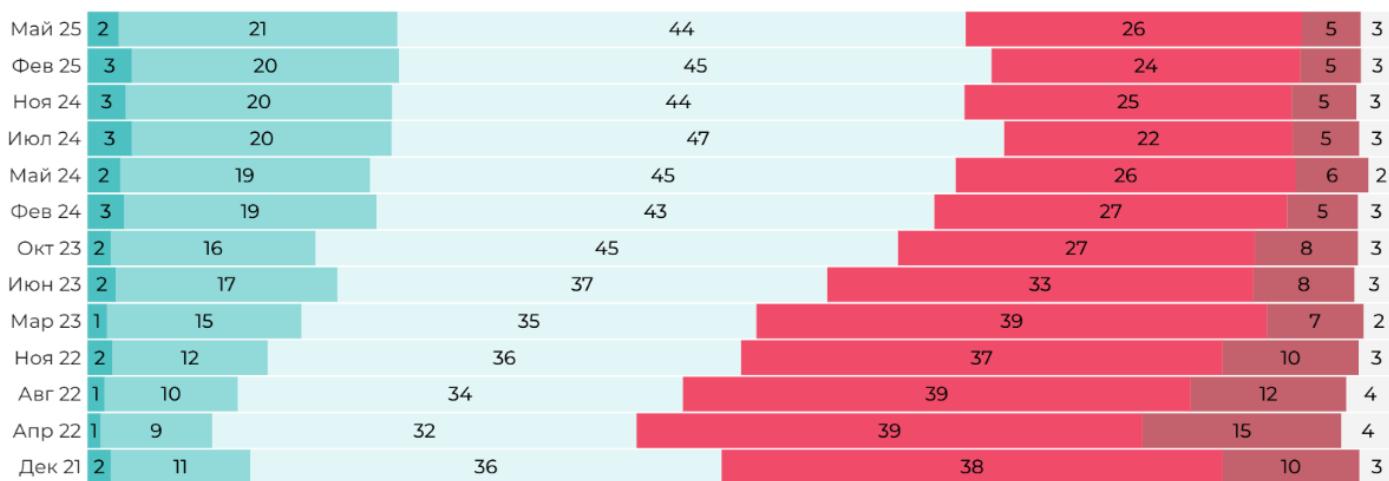
Оценки материального положения семьи в мае 2025 не претерпели значительных изменений: 23% респондентов сообщают об улучшении материального положения семьи, 44% не заметили изменений (-1 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом), 31% сообщают об ухудшении (+2 п.п. кв/кв).

Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределенности и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 27% респондентов затрудняются в предполагаемой оценке экономической ситуации в стране; 15% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики перестали оценивать однозначно хуже: 21% респондентов ожидают ухудшения и 30% – улучшения экономической ситуации в стране. Ожидания относительно изменения материального положения сохранились на позитивном уровне предыдущей волны: ухудшения своего материального положения ожидают только 17% респондентов (+1 п.п. кв/кв), улучшения – 34% (+1 п.п. кв/кв).

3Б. Оценка материального положения семьи

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

Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



Q4 А как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет



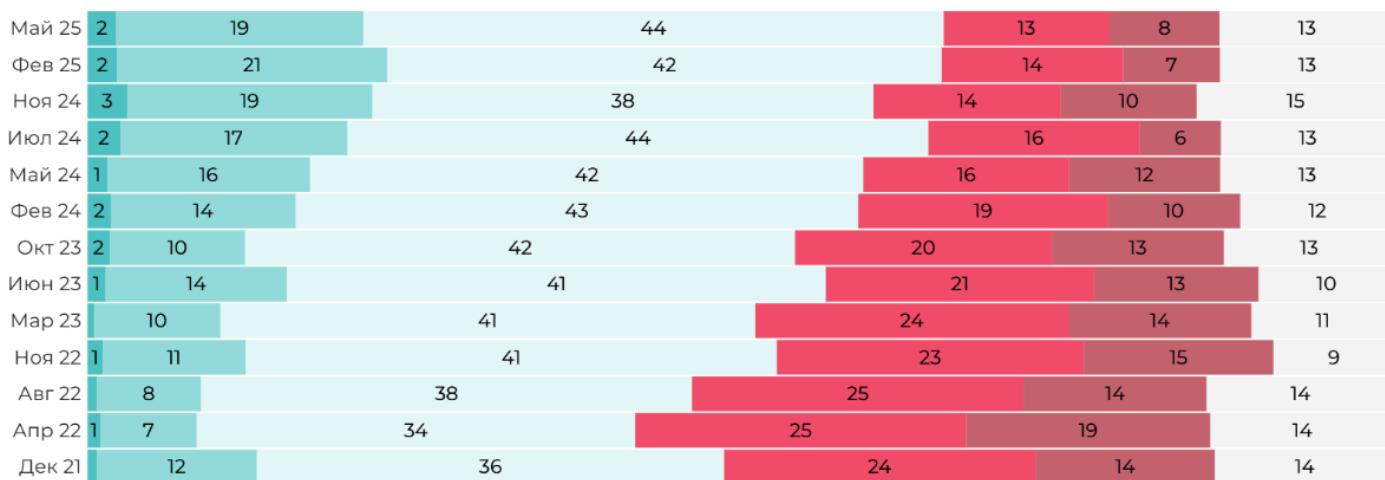
Позитивное отношение к распределению свободных денежных средств сравнялось с негативными оценками: время для крупных покупок назвали благоприятным 21% респондентов, 21% считают, что время скорее плохое, а 44%

отмечают равное соотношение плюсов и минусов (Q5). Закономерно, что темпы потребительского кредитования не угасают, а потребительский спрос остаётся перегретым. В то же время условия для сбережений назвали благоприятными 30% респондентов (+3 п.п. кв/кв).

3В. Восприятие текущего времени как подходящего для крупных покупок

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

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



Оптимисты и пессимисты

Среднее значение индекса потребительской уверенности составило 2% (по методологии Евростата), а среднее значение одного из его компонентов – с оценки будущего страны – составило 4,5% (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 45-54 лет со значением -7%.

В региональном разрезе самые пессимистичные настроения у жителей Витебской области (их индекс потребительской уверенности в мае 2025 года составил -3,5%), а самые оптимистичные относительно будущего экономики страны – у жителей Брестской и Могилёвской областей: значения компонента оценки будущего страны для этих респондентов составили 15% и 10% соответственно.

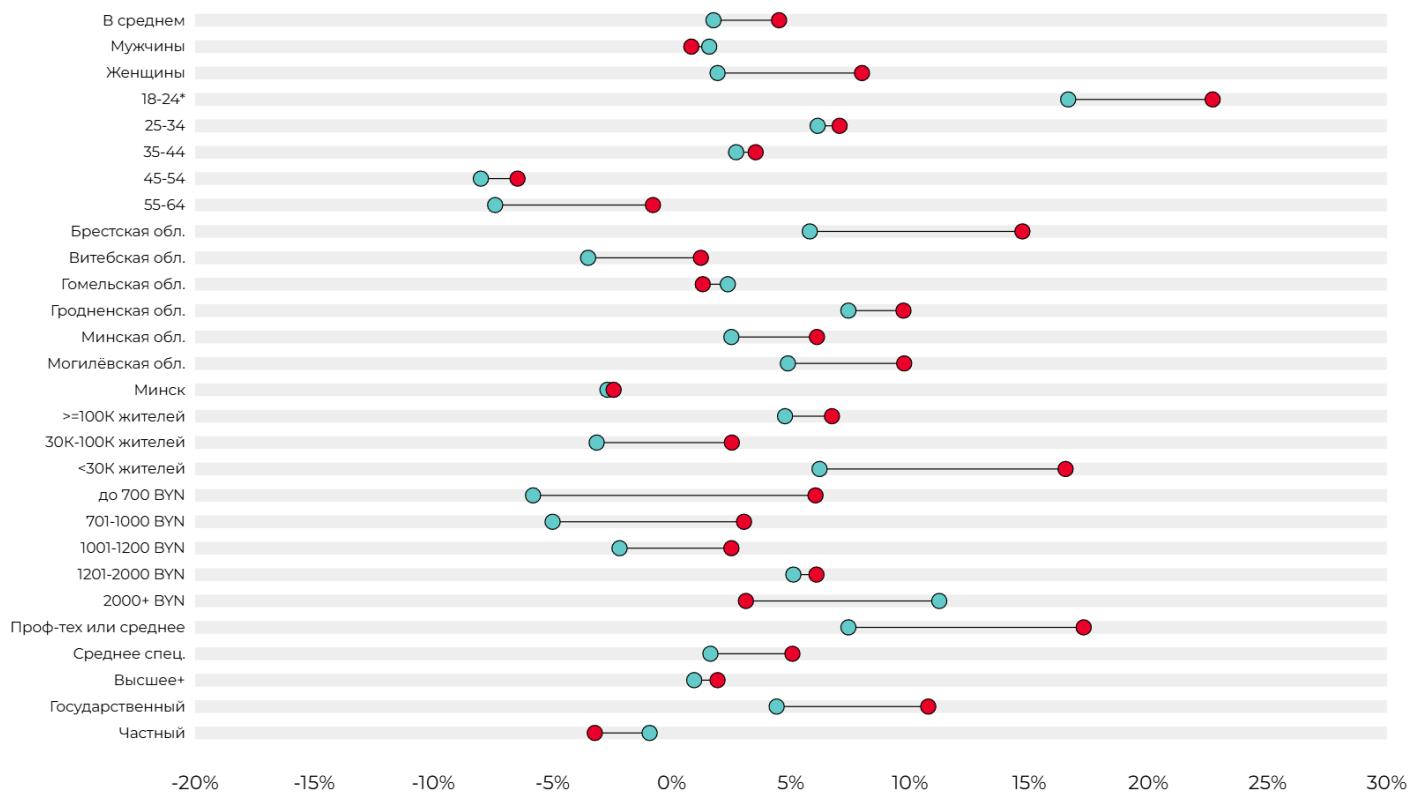
В зависимости от уровня доходов хуже всего себя ощущают, ожидаемо, люди с низким доходом (до 700 BYN). Любопытно, что уровень удовлетворённости экономической ситуацией пропорционально возрастает с ростом дохода: так, индекс потребительской уверенности у респондентов с доходом до 700 BYN составил -6%, а у респондентов с доходом 2000+ BYN остался в положительной

зоне и составил 11%. Однако то же самое нельзя сказать об ожиданиях от экономики страны: негативнее всего оценивают перспективы экономики респонденты с доходом 1001–1200 BYN (2.5%), а позитивнее всего – респонденты с доходом до 700 BYN (6%).

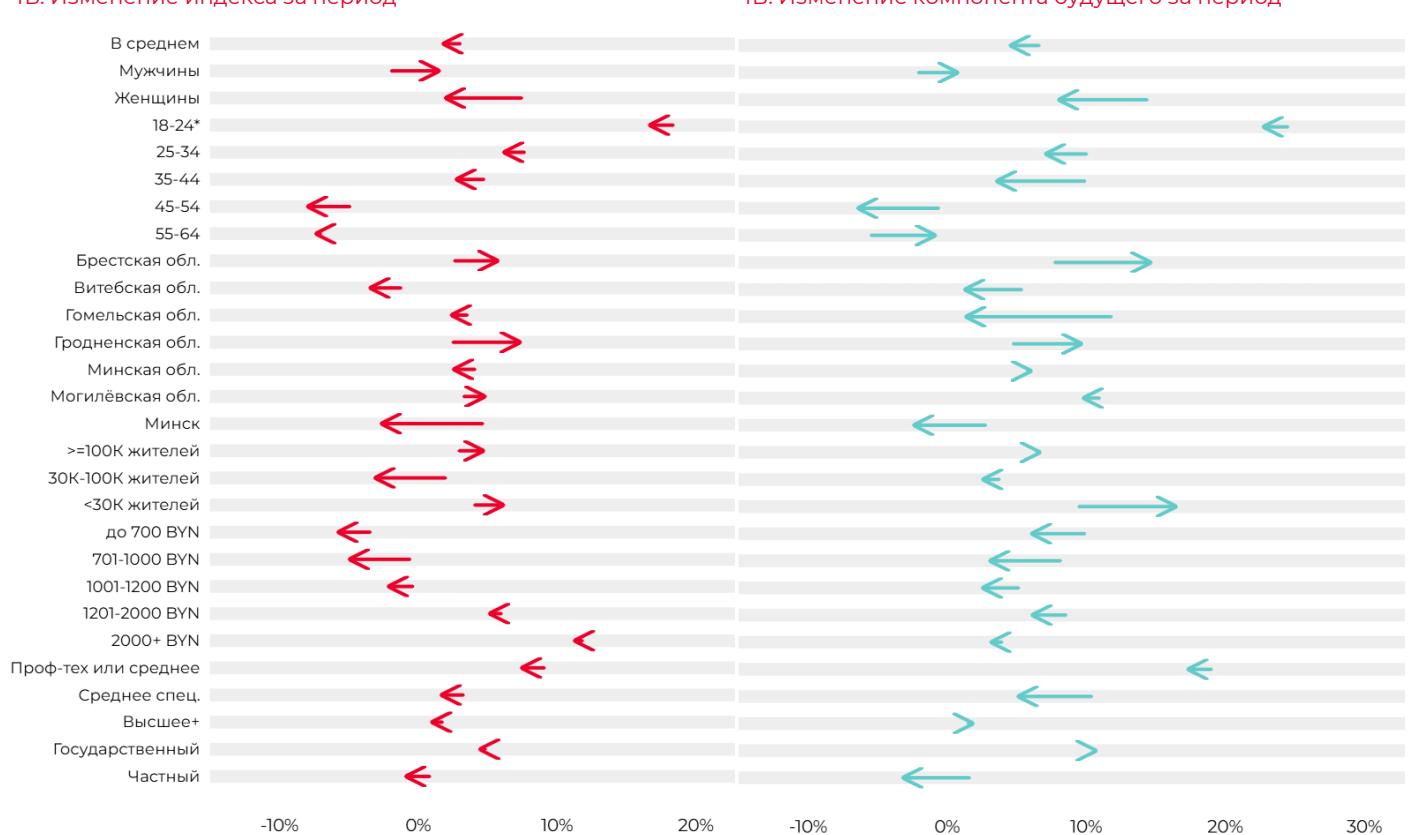
Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности **и компонент будущего страны**

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

4А. Май 2025



4Б. Изменение индекса за период



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 (-1% и -3%).

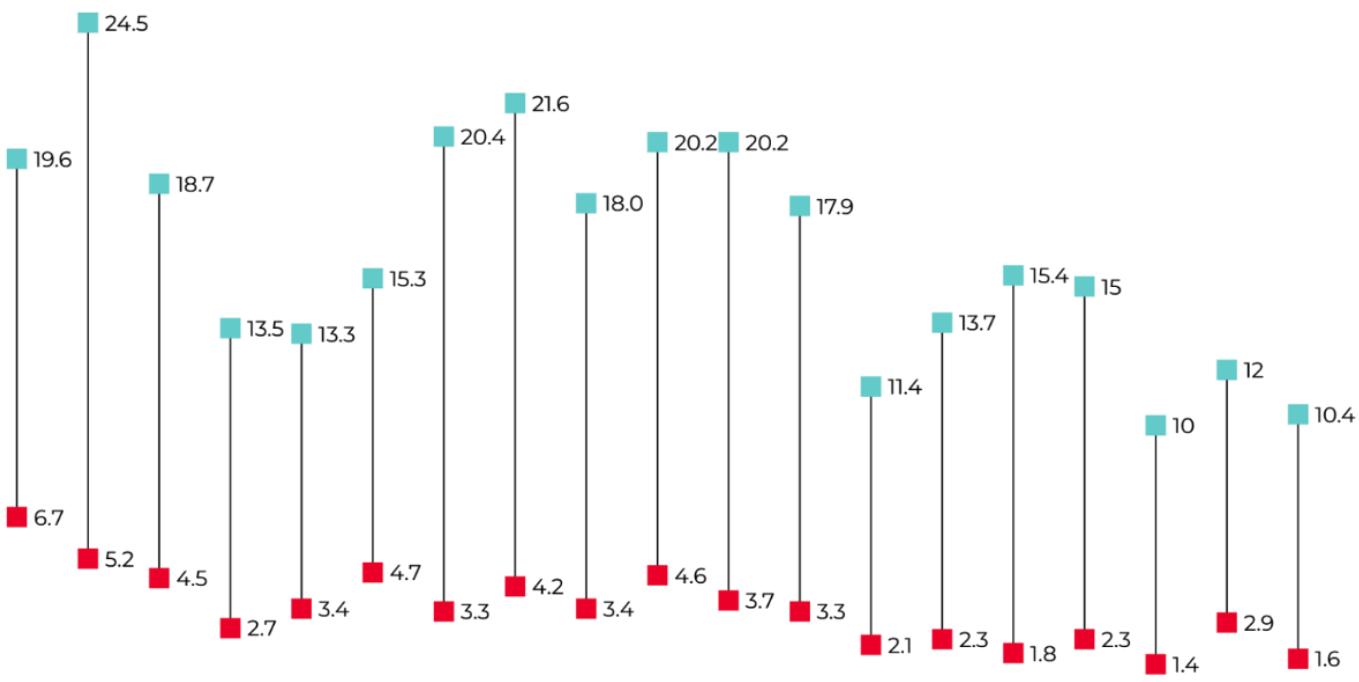
Оба компонента немного ухудшились в мае 2025 года. Сильнее всего в негативную сторону изменились оценки индекса потребительской уверенности у женщин и минчан. Жители Гомельской области стали хуже оценивать компонент оценки будущего страны, а жители Брестской области и небольших городов наоборот оценили компонент будущего лучше (Рис. 4В).

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 первого полугодия 2025 года сохранились на уровне конца 2024 года. В то же время, о нехватке кадров в сфере, где они работают, сообщили 59% респондентов (+3 п.п. кв/кв).

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 мае 2025 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, сохранилась на среднем уровне 2024 года и составила 25%.

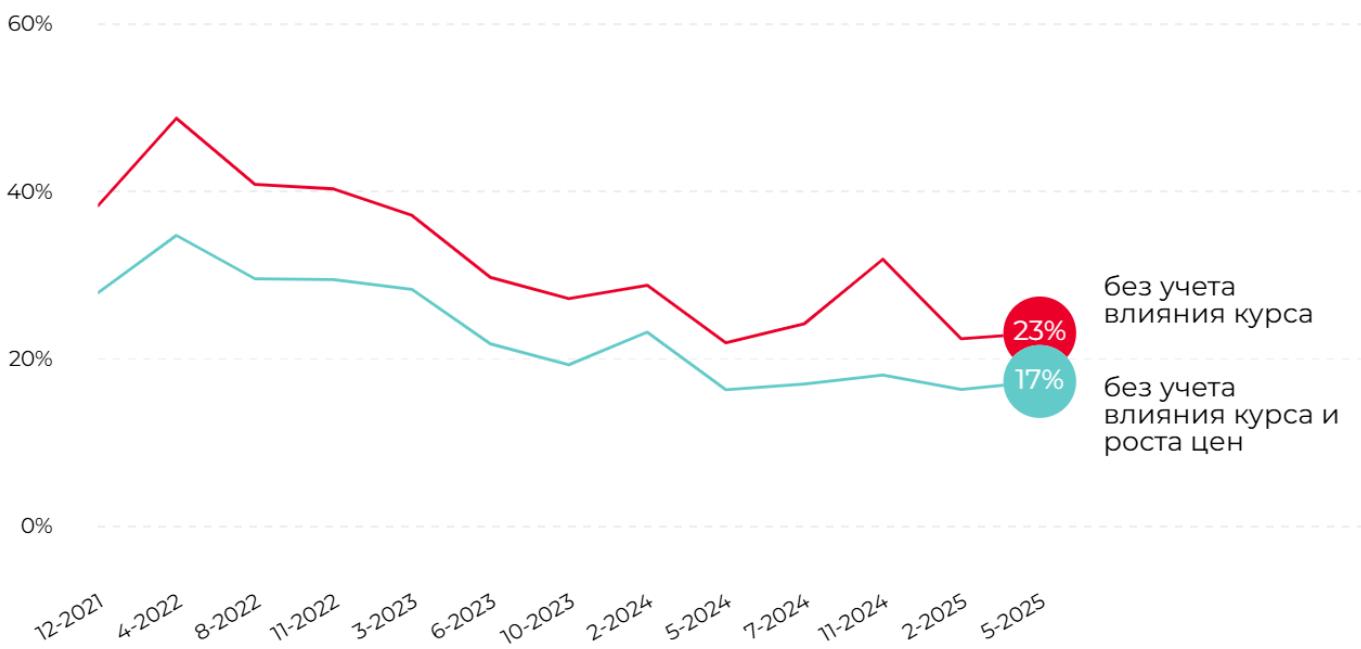
Если не учитывать тех, кто объясняет снижение доходов только изменением курса валют, доля людей, столкнувшихся с сокращением доходов, снижается до 23% (изменение курса беларусского рубля стало важным фактором только для 13% респондентов). Основной причиной снижения доходов остаётся рост цен, на который указали 54% участников опроса. Однако если исключить влияние роста цен и изменения курса, то доля тех, чьи доходы снизились по другим причинам, составляет 17% (Рис. 5А).

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

- люди с изначально низким доходом,
- предприниматели и самозанятые,
- занятые в промышленности.

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

5А. Изменение доли с конца 2021 года



Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), май 2025 года показал скорее негативный результат в отношении стратегий экономии. Респонденты стали реже экономить на досуге и использовать сбережения, но стали чаще экономить на еде, откладывать обязательные платежи и крупные покупки. Незначительно чаще стали покупать более дешёвую одежду.

Разнообразие наблюдаемых стратегий адаптации к снижению доходов может быть обусловлено сокращением доли респондентов, в целом сообщивших о снижении общего уровня доходов в предыдущие кварталы (данний показатель стабилизировался на уровне около четверти от всех опрошенных).

5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 25%, почувствовавших снижение доходов)

■ Уменьшение ■ Увеличение

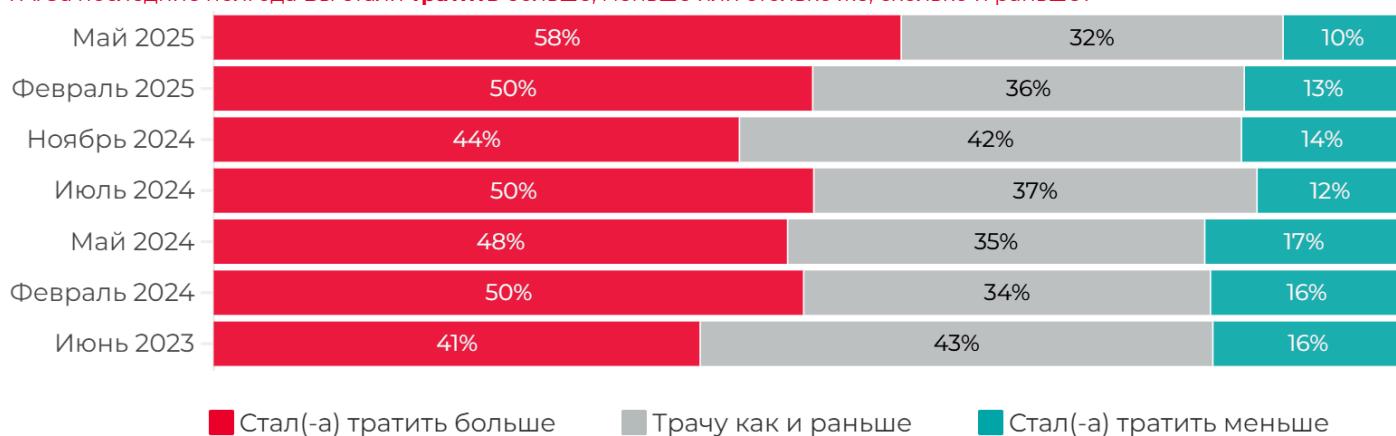


Сберегательное поведение

Несмотря на зафиксированный в статистике рост заработных плат, домохозяйства больше сберегать не стали. Наоборот, доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, в мае 2025 возросла до рекордных 58%, тогда как о сократившихся тратах сообщают только 10% 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, за первое полугодие 2025 года сберегательное поведение не претерпело значительных изменений: сберегать больше стали только 7% респондентов, 55% сберегают на прежнем уровне или меньше, 38% не сберегают вовсе (Рис. 7Б). Таким образом, желание тратить всё ещё превалирует над желанием или возможностью сберегать, а риск потери сбережений беспокоит 71% респондентов.

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

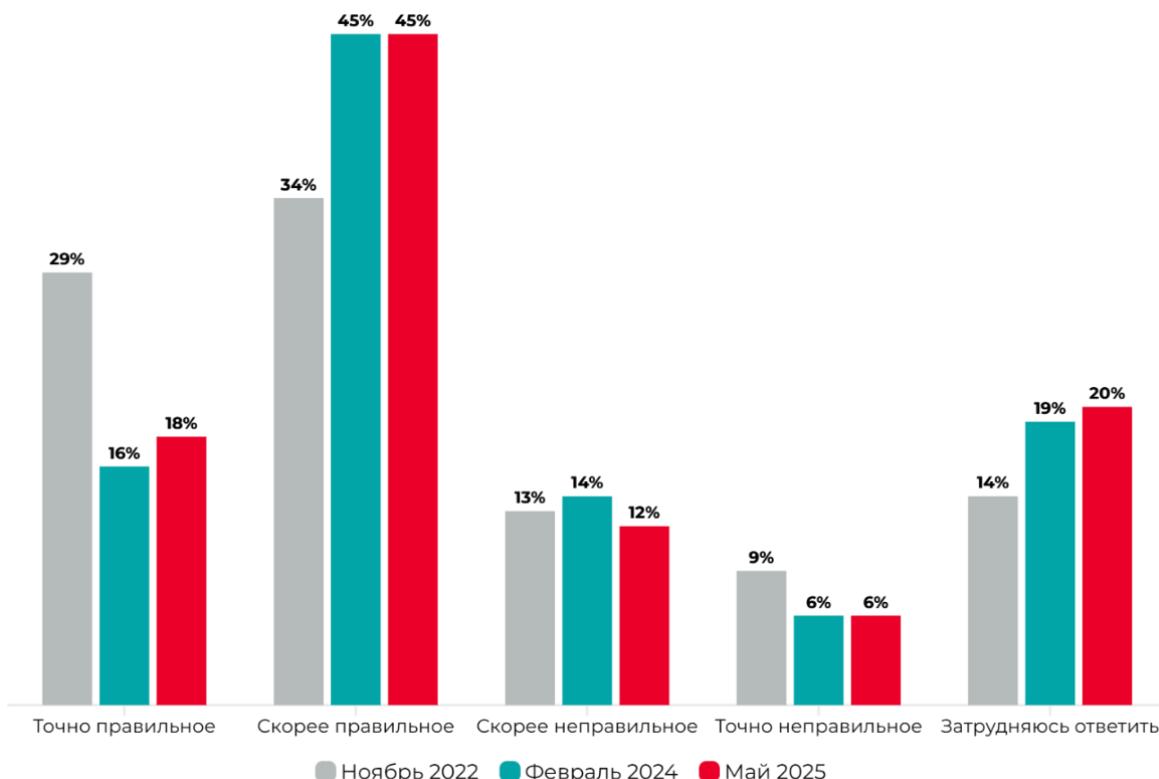


■ Сберегаю меньше ■ Сберегаю, как и прежде ■ Сберегаю больше ■ Не сберегаю

Отношение к ценовому регулированию

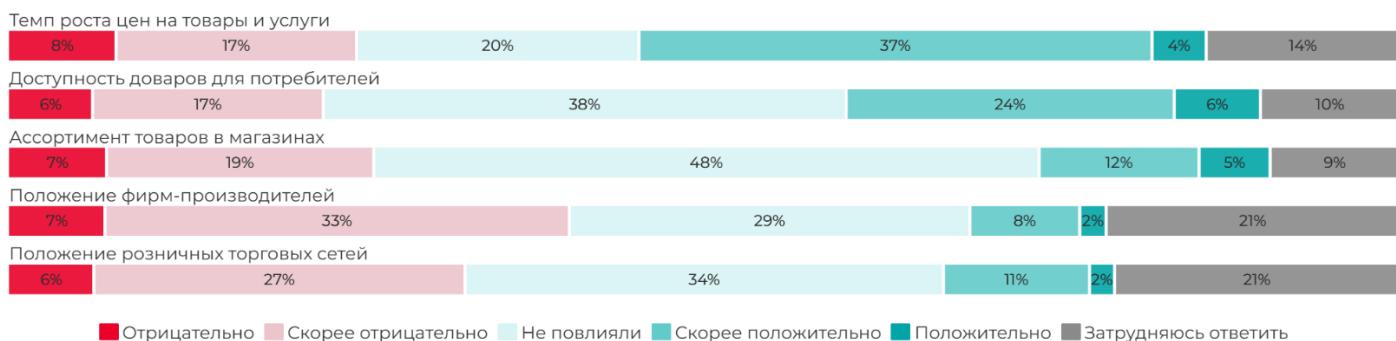
В октябре 2022 года в Беларуси в рамках постановления №713 было принято решение о введении ценового контроля. Спустя месяц (в ноябре 2022) большинство беларусских домохозяйств поддержали такое решение: 29% респондентов высказались, что решение точно правильное, а 34% - за то, что решение скорее правильное. Доля сомневающихся была невелика и составила 14% респондентов (Рис. 8). Спустя 1.3 года, в феврале 2024, доля поддерживающих осталась прежней, однако изменилась пропорция: доля «ярых сторонников» сократилась на 13 п.п. и составила 16%, а о том, что решение скорее правильное сообщили 45% респондентов. Доля затрудняющихся с ответом несколько выросла и составила 19%. Мнение горожан не изменилось спустя 2.5 года ценового регулирования: в мае 2025 года 63% респондентов положительно отзывались о введении ценового контроля.

Рисунок 8. Оценка решения о ценовом регулировании



Говоря об аспектах, на которые повлиял ценовой контроль, респонденты отмечают, что меры по регулированию цен наиболее эффективно сдержали рост цен на товары и услуги – 41% отметили положительное влияние, тогда как 25% – отрицательное, а 14% затруднились с ответом. Влияние на доступность товаров оценивается менее однозначно: 30% считают его положительным, 23% – отрицательным, 38% не заметили изменений, и 10% затруднились ответить. По остальным направлениям – ассортимент, положение производителей и розничных сетей – положительные оценки оказались менее выражеными, при этом доля негативных превышает долю позитивных. Особенно критично воспринимается влияние на бизнес: около 40% считают, что меры ухудшили положение фирм-производителей. Закономерным образом вопросы о положении производителей и розничных сетей оказались сложными для респондентов: около 21% затруднились с ответом (Рис. 9).

Рисунок 9. Влияние мер по регулированию цен на потребительский рынок и бизнес



Далее был проведён эксперимент, направленный на выявление условий, при которых респонденты согласились бы на дерегуляцию цен (Рис. 10).

У первой трети участников – базовой группы для сравнения – без дополнительных уточнений спросили, как они относятся к идее снятия действующих с октября 2022 года ограничений на повышение цен на товары. Большинство – 57% – высказались против, тогда как 28% поддержали эту идею.

Второй трети респондентов задали вопрос с дополнительным уточнением о роли Национального банка в сфере ценового регулирования: "Как Вы относитесь к идее снятия действующих с октября 2022 года ограничений на повышение цен на товары при условии, что Национальный банк получит дополнительные полномочия для сдерживания роста цен?" В этой группе доля поддержавших идею дерегуляции увеличилась до 34%, а доля затруднившихся с ответом существенно выросла – до 29%, что может свидетельствовать как о сложности формулировки, так и об неоднозначном восприятии роли Национального банка.

Последней трети респондентов перед постановкой вопроса предложили выбрать несколько товаров, рост цен на которые был бы для них критически важным. Наиболее часто выбирали следующие категории товаров: мясо, рыба и продукты из них (45%), овощи (включая картофель) (37%), медикаменты (35%), одежда и обувь

(31%), топливо (30%). После этого респондентам был задан вопрос: "Как Вы относитесь к идее снятия действующих с октября 2022 года ограничений на повышение цен на товары, если цены на самые важные для Вас товары не будут расти?" Указанное условие оказало наибольшее влияние: доля поддержавших дерегуляцию выросла до 51%, доля несогласных снизилась до 35%. Несмотря на это, доля затруднившихся с ответом осталась существенной и составила 15%.

Рисунок 10. Эксперимент «Когда дерегуляция получает одобрение»



Респондентам также был задан вопрос о предпочтительном подходе к контролю цен. Им предлагалось выбрать между централизованным, рыночным и комбинированным подходом. Наименьшую поддержку получил вариант **рыночного регулирования**, при котором «никто конкретно не ответственен за контроль цен, предприятия, розничные сети и потребители сами эффективно регулируют цены через рыночные механизмы» – его выбрали 14% участников. **Централизованное регулирование**, при котором контроль осуществляется конкретный государственный орган (например, Национальный банк), обладающий необходимыми полномочиями и инструментами для сдерживания роста цен, получило поддержку 18% респондентов. Наибольшее предпочтение было отдано **комбинированному подходу**, предполагающему сочетание государственного регулирования и рыночных механизмов: за него проголосовали 57% опрошенных.

Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси зафиксировался в положительной зоне: по методологии Росстата он составил 1%, по методологии Евростата – 2%. На фоне стран ЕС, где индекс за последний квартал сократился, Беларусь выделяется ростом показателя. Вдобавок, его траектория разошлась с российским, где индекс укрепляется в отрицательной зоне (-11%).

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 продолжает находиться на минимальном уровне (25%).

Проведённый опрос выявил, что меры по регулированию цен воспринимаются респондентами как частично эффективные: большинство считают, что они способствовали сдерживанию роста цен, но при этом негативно отразились на положении производителей и розничных сетей, а также не всегда улучшили доступность и ассортимент товаров. Эксперимент с тремя формулировками вопроса о дерегуляции показал, что готовность поддержать снятие ограничений возрастает, если акцент делать на роли Национального банка или гарантировать защиту «критически важных» товаров. В вопросе о предпочтительном подходе к ценовому контролю большинство респондентов выбрали комбинированную модель, сочетающую государственное и рыночное регулирование, тогда как полностью рыночный и централизованный варианты получили существенно меньшую поддержку.