

Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

Домашние хозяйства

Февраль 2026 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности в 1-м квартале 2026 года вырос на 3.5 п.п. (по методологии Росстата) и составил -1.2%.
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил -0.2%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за январь 2026 года оказалось ниже: -11.8%.
- Индекс увеличился в основном за счёт оптимизма относительно будущего материального положения семьи.
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, сохраняется на уровне 30%.
- Доля потерявших работу за последние две недели и доля респондентов, сообщивших о потере работы кем-то из знакомых, остаются минимальными.
- О дефиците кадров в сфере, где они работают, сообщили 50% респондентов.

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 16 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), | 9) 15–22 мая 2024 (1002 респ.), |
| 2) 19–25 апреля 2022 (1007 респ.), | 10) 24–25 июля 2024 (1001 респ.), |
| 3) 26–31 августа 2022 (1001 респ.), | 11) 8–10 ноября 2024 (991 респ.), |
| 4) 21–25 ноября 2022 (992 респ.), | 12) 31 января–16 февраля 2025 (973 респ.), |
| 5) 2–4 марта 2023 (1014 респ.), | 13) 30 апреля–7 мая 2025 (1000 респ.), |
| 6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.), | 14) 14–18 июля 2025 (1005 респ.), |
| 7) 9–11 октября 2023 (1003 респ.), | 15) 24–29 октября 2025 (1003 респ.), |
| 8) 6–12 февраля 2024 (998 респ.), | 16) 3–6 февраля 2026 (1005 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

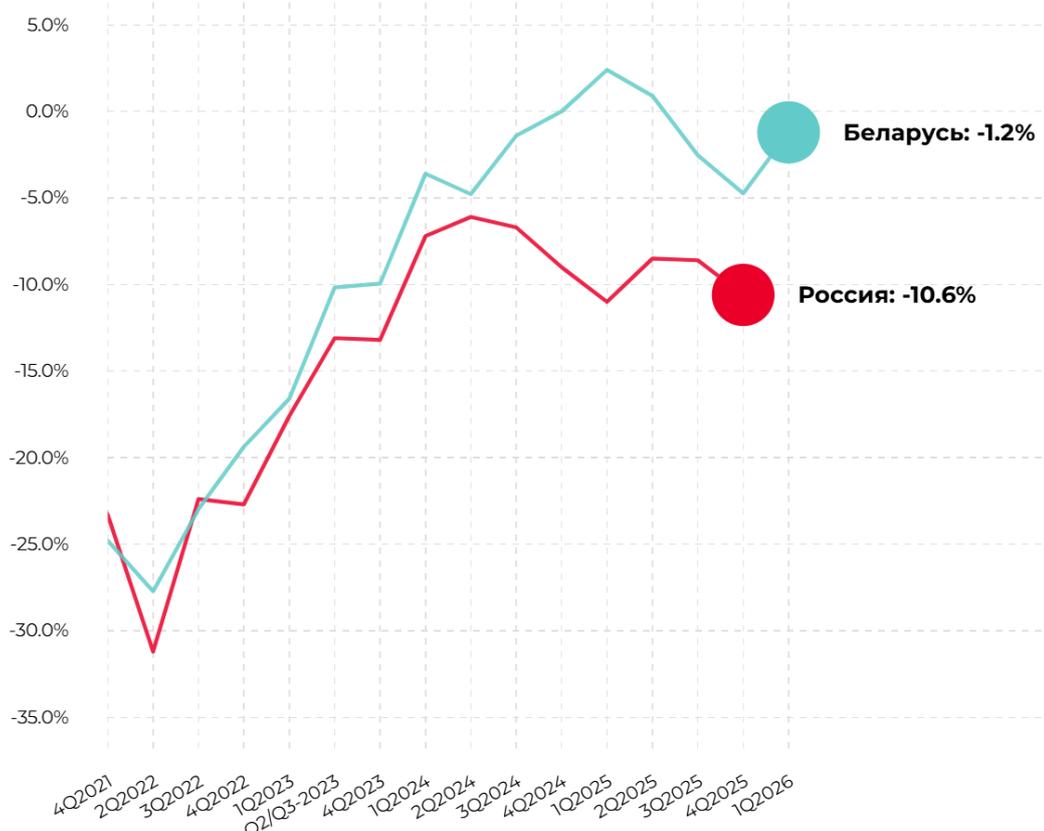
Индекс потребительской уверенности — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая ситуация 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), вырос на 3.5 п.п., оставаясь в негативной зоне индекса и составив -1.2%. В России значение индекса сохраняется в отрицательной зоне, сократившись на 2 п.п. и составив -10.6% (по данным за ноябрь 2025 года). Долгое время восстановление и последующий рост индексов в обеих странах происходили схожими темпами, однако со второй половины 2024 года их траектории разошлись.

Рисунок 1. Индекс потребительской уверенности в Беларуси и России 2021–2026 гг.

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



Источник: Росстат (последние данные на ноябрь 2025), для Беларуси – расчёты авторов.

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

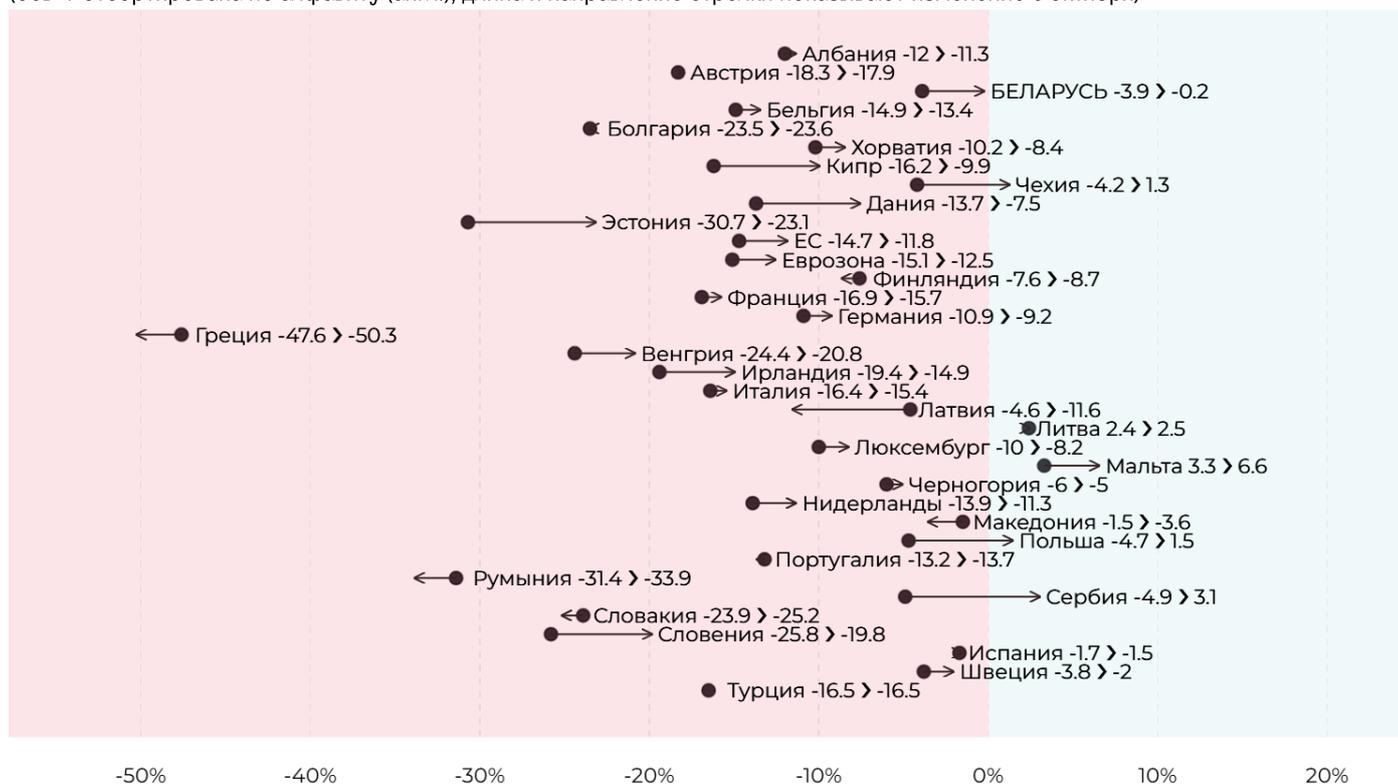
Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в феврале 2026 составило -0.2%, приближаясь к положительной зоне индекса.

В большинстве европейских стран также наблюдается рост индекса: так, с октября 2025 по январь 2026 года среднее значение индекса по странам ЕС увеличилось на 2.9 п.п., составив -11.8%. Самое значительное падение индекса зафиксировано в Латвии (-7 п.п.), Румынии (-2.5 п.п.) и Греции (-2.7 п.п.), а наибольший рост – в Сербии (+8 п.п.), Эстонии (+7.6 п.п.) и на Кипре (+6.3 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно наблюдается в Греции (-50.3%), самое высокое – на Мальте (6.6%).

Что касается соседних стран, динамика индексов была разнонаправленной. В Польше зафиксирован рост индекса (+6.2 п.п.), составив 1.5%. Индекс в Литве практически не изменился за квартал, составив 2.5%. Напротив, индекс потребительской уверенности в Латвии значительно сократился и составил -11.6%.

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в январе 2026 и октябре 2025

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



Источник: Eurostat, для Беларуси – расчёты авторов.

Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь со странами Евросоюза?

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

¹ [A Revised Consumer Confidence Indicator. European Commission, official website, 2018.](#)

Компоненты индекса потребительской уверенности

Примечание. Формула подсчёта компонента

$$\text{Компонент} = (\text{ПП} + \text{П} \div 2) - (\text{НН} + \text{Н} \div 2)$$

где ПП — наиболее положительные ответы,
П — положительные,
НН — наиболее отрицательные,
Н — отрицательные.

В волнах опроса 2021–2023 гг. население Беларуси более негативно оценивало экономическую ситуацию в стране, чем материальное положение своей семьи (Рис. 3 – Q1 и Q3). К концу 2024 года разрыв в негативных оценках существенно сократился, а к первому кварталу 2026 года восприятие состояния экономики страны перестало быть однозначно негативным: 32% респондентов отметили, что материальное положение их семьи ухудшилось за прошедший год, тогда как 29% негативно оценили экономическую ситуацию в стране. Тем не менее оценки экономического положения страны несколько ухудшились по сравнению с предыдущим годом: 29% считают, что ситуация ухудшилась (+3 п.п. г/г), 34% – что она не изменилась (без изменений г/г), и 21% – что ситуация улучшилась (-5 п.п. г/г).

Также ухудшились и оценки материального положения семьи в феврале 2026 года по сравнению с годом назад: 32% респондентов сообщают об ухудшении материального положения семьи (+3 п.п. г/г), 42% не заметили изменений (-3 п.п. г/г), а 22% сообщают об улучшении финансового положения семьи (-1 п.п. г/г).

Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 28% респондентов затрудняются с оценкой предполагаемой экономической ситуации в стране; 15% не знают, каким будет их материальное положение. Перспективы экономики страны были оценены скорее позитивно: только 22% респондентов ожидают ухудшения и 27% – улучшения экономической ситуации в стране. Позитивные ожидания относительно изменения материального положения стали одним из основных драйверов роста индекса потребительской уверенности: ухудшения своего материального положения ожидают только 16% респондентов (без изменений г/г), а улучшения – 33% (-1 п.п. г/г).

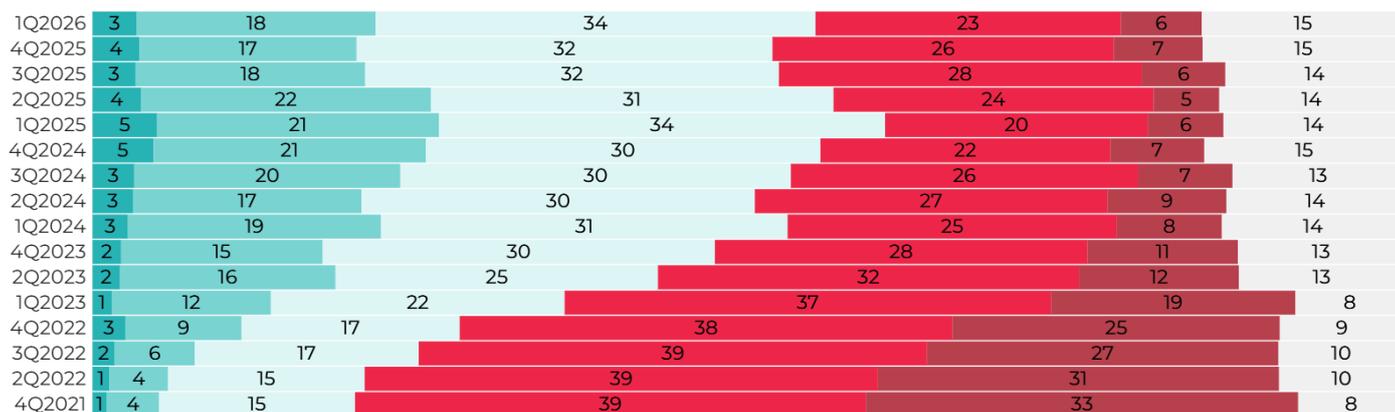
Оценка условий для совершения крупных покупок также несколько ухудшилась за прошедший год (Рис. 3 – Q5): так, время для крупных покупок назвали благоприятным лишь 17% респондентов (-6 п.п. г/г), 28% считают, что время скорее плохое (+7 п.п. г/г), а 43% отмечают равное соотношение плюсов и минусов (-1 п.п. г/г). В то же время условия для сбережений назвали благоприятными 25% респондентов (+3 п.п. к предыдущему кварталу).

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

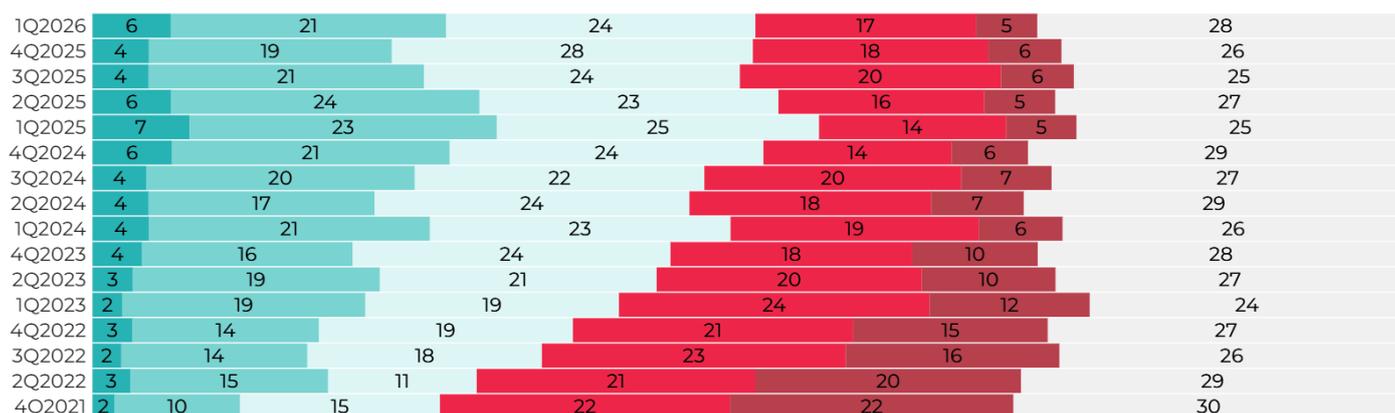
3А. Оценка экономической ситуации в стране и материального положения семьи

■ 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?



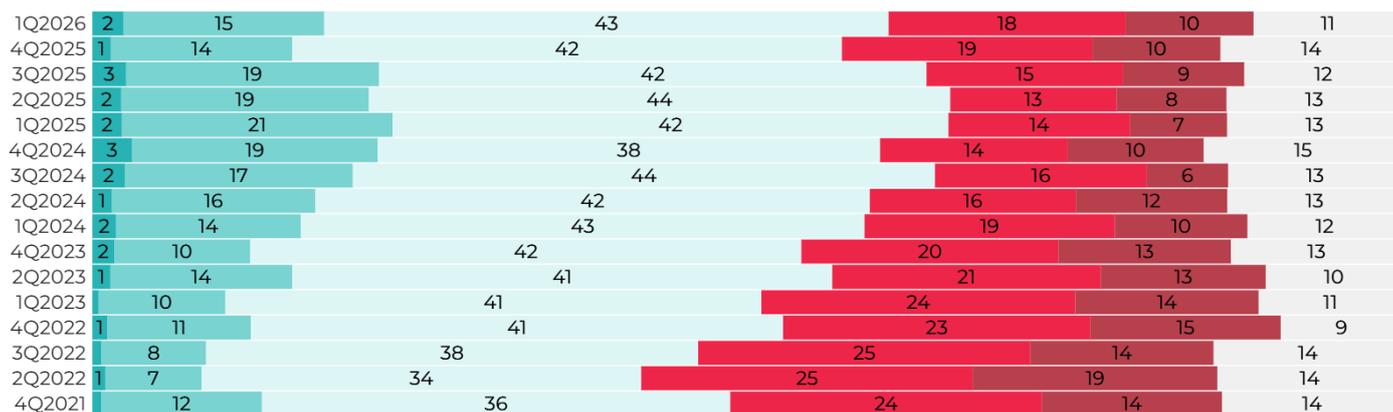
Q4 А как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет



3Б. Восприятие текущего времени как подходящего для крупных покупок

■ Очень благоприятное
 ■ Скорее благоприятное, чем неблагоприятное
 ■ «Плюсов» и «минусов» одинаково
 ■ Скорее неблагоприятное, чем благоприятное
 ■ Совсем неблагоприятное
 ■ Затрудняюсь ответить

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



Оптимисты и пессимисты

Среднее значение индекса потребительской уверенности по методологии Евростата составило -0.2%, а среднее значение одного из его компонентов – оценки будущего состояния экономики страны – достигло 3.4% (Рис. 4А). Наиболее позитивный вклад в общее значение индекса внёс компонент оценки будущего материального положения семьи, составив 11.1%.

В гендерном разрезе женщины перестали демонстрировать существенно более высокий уровень оптимизма: значение индекса потребительской уверенности составило -0.1% среди женщин и -0.3% среди мужчин. Оценки будущего состояния экономики страны также практически совпадают: соответствующий компонент составил 3.3% и 3.5% среди женщин и мужчин соответственно.

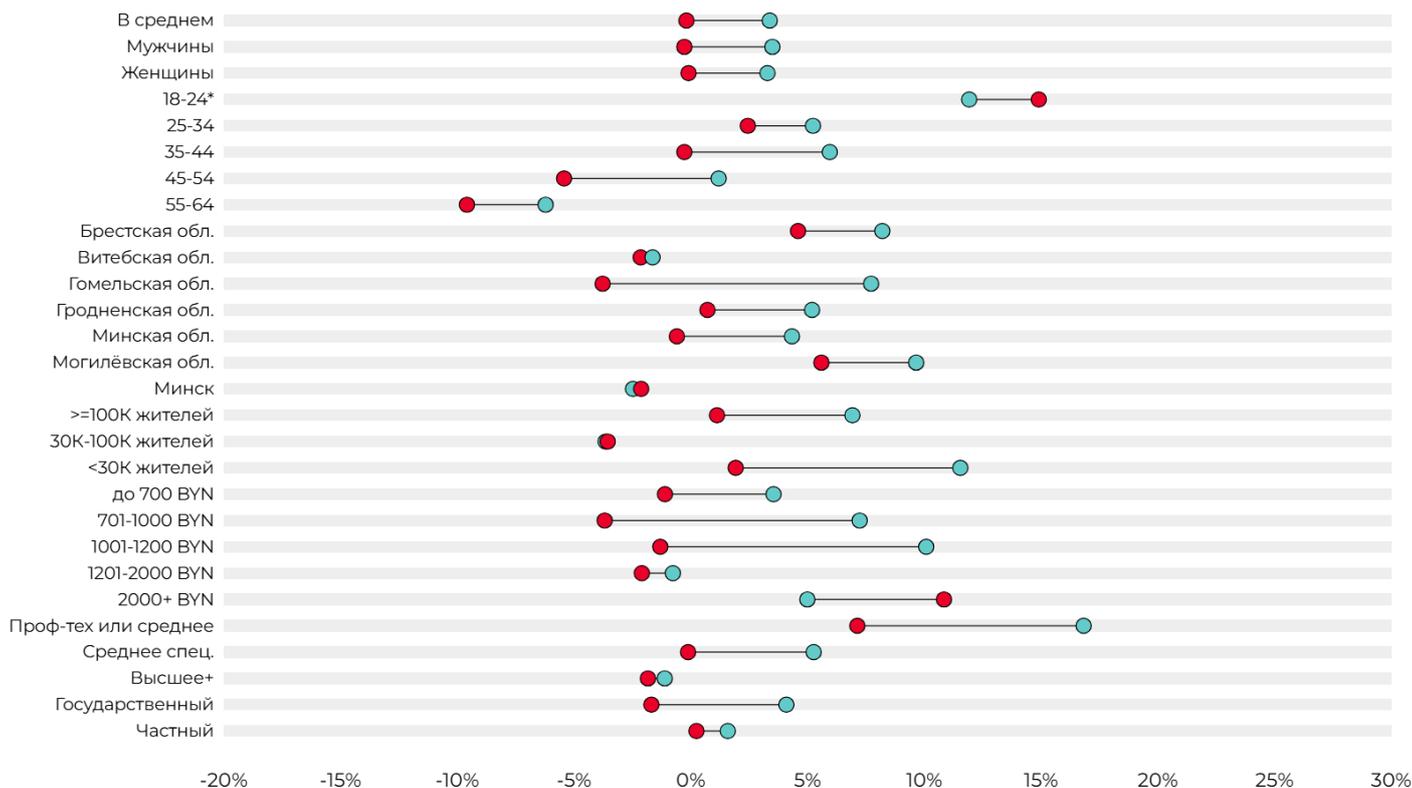
В возрастном разрезе наименее пессимистичные оценки текущей и будущей ситуации демонстрируют респонденты 18–24 лет (аналогичная тенденция наблюдается во многих странах, что может быть связано с выходом молодёжи на рынок труда и ожиданиями роста доходов). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности среди возрастных групп зафиксировано у респондентов 55–64 лет (-9.6%).

В региональном разрезе наиболее пессимистичные настроения зафиксированы в Гомельской области (индекс потребительской уверенности в феврале 2026 года составил -3.8%), тогда как наиболее оптимистичные – в Могилёвской (5.6%) и Брестской (4.6%) областях. Наиболее позитивные оценки будущего экономики страны также демонстрируют жители Могилёвской, Брестской и Гомельской областей: значения соответствующего компонента находятся в положительной зоне и варьируются от 7.7% до 9.7%. Наиболее пессимистичные ожидания относительно будущего экономики зафиксированы в Минске и Витебской области: -2.5% и -1.6% соответственно.

Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности и компонент будущего страны

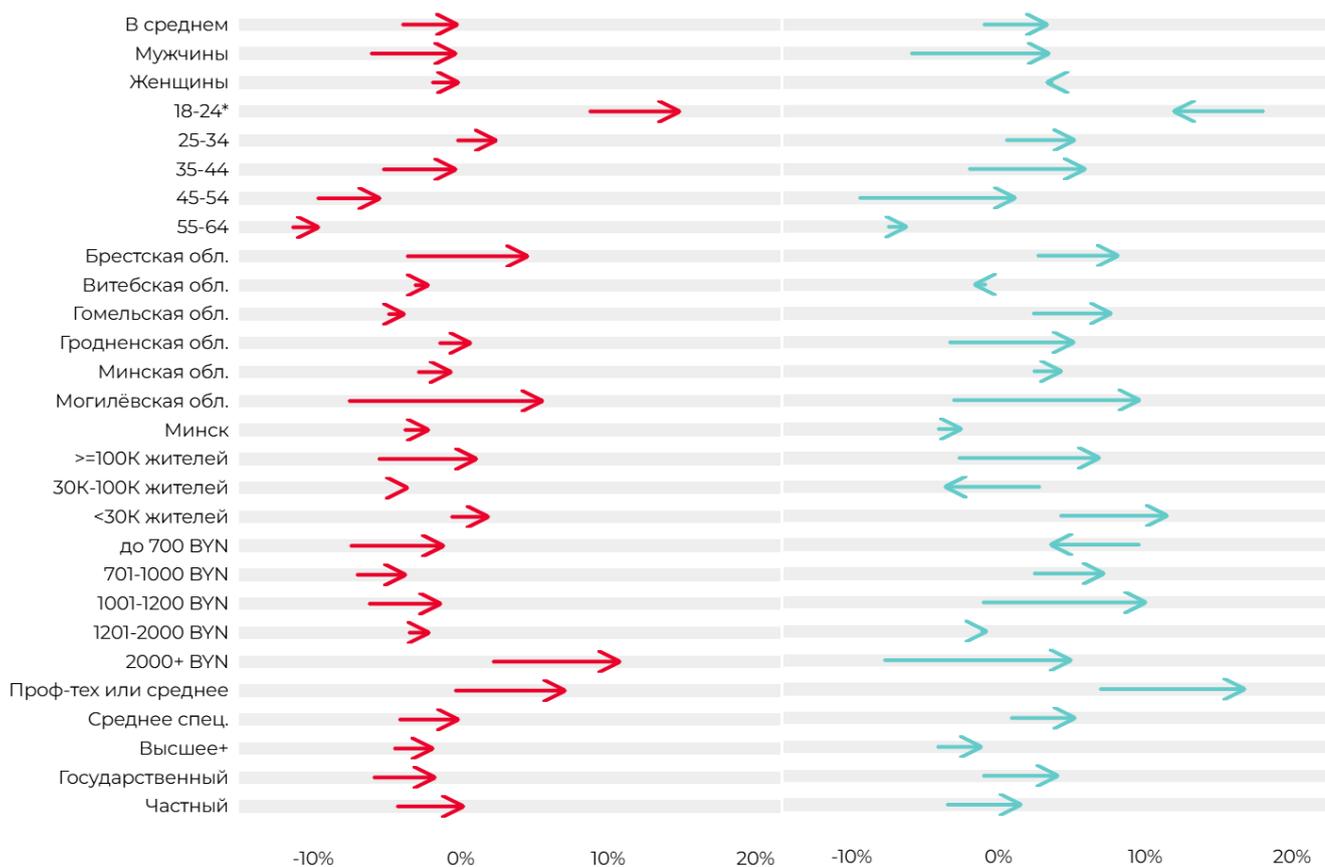
(показаны группы по полу, возрасту, региону, доходу, образованию, форме собственности)

4А. Февраль 2026



4Б. Изменение индекса за квартал

4В. Изменение компонента будущего за квартал



Беларусы с высшим образованием традиционно более сдержанно оценивают как компонент ожиданий относительно будущего, так и текущее значение индекса потребительской уверенности по сравнению с респондентами со средним, средним специальным и профессионально-техническим образованием.

Уровень негативных оценок экономической ситуации был примерно одинаковым среди респондентов с доходом до 2000 BYN и находился в отрицательной зоне индекса. Более позитивные значения зафиксированы среди респондентов с доходом 2001–3000 BYN: их индекс потребительской уверенности составил 1.7%, тогда как у респондентов с доходом свыше 3000 BYN показатель достиг 20%. Что касается ожиданий относительно экономики страны, наиболее позитивные оценки демонстрируют респонденты с доходом 700–1200 BYN, а также свыше 3000 BYN.

Сотрудники государственных предприятий продолжают давать более низкие оценки совокупного индекса потребительской уверенности: их показатель составил -1.7%, тогда как сотрудники частных предприятий оценили его немного выше (-0.2%). При этом сотрудники частного сектора проявляют больший пессимизм относительно будущего экономического состояния страны: их оценки составили 1.6% против 4.1% у работников государственных предприятий.

Значения как компонента будущего страны, так и индекса потребительской уверенности выросли в феврале 2026 года (Рис. 4Б и 4В). Наиболее заметное улучшение наблюдалось среди жителей Могилёвской и Брестской областей, а также среди респондентов с доходом выше 2000 BYN. Улучшение оценок будущего экономического состояния страны зафиксировано среди мужчин, респондентов в возрасте 45–54 лет, жителей Могилёвской области, а также среди респондентов с доходом 1001–1200 BYN и выше 2000 BYN.

Доходы населения

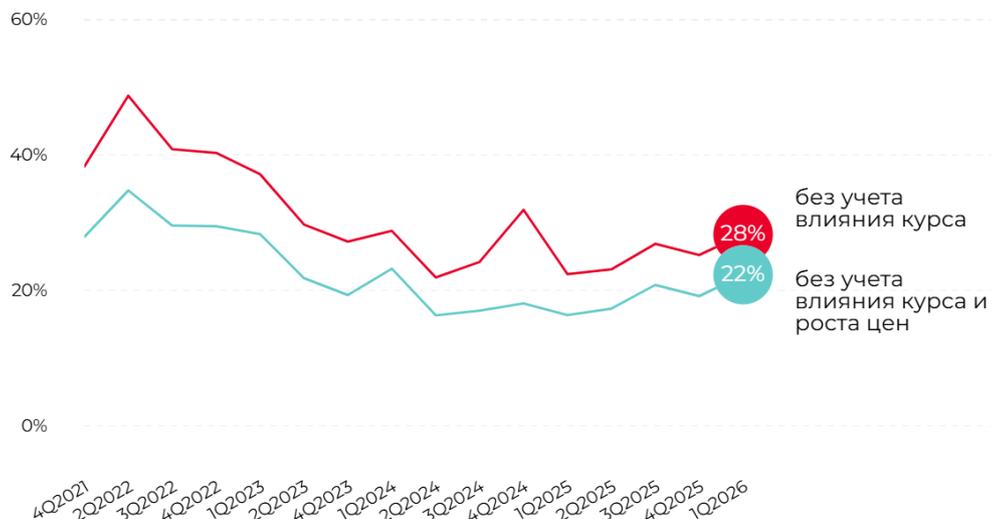
Доля респондентов, которые в феврале 2026 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, составила 30% (+3 п.п. кв/кв).

Если не учитывать тех, кто объясняет снижение доходов только изменением курса валют, доля людей, столкнувшихся с сокращением доходов, снижается до 28% (изменение курса белорусского рубля стало важным фактором только для 11% 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 22% (Рис. 5А). Фактор изменения курса валют был на втором месте по значимости после роста цен в волнах опроса 2021–2024 годов, однако с 2025 года перестал быть актуальной причиной сокращения дохода.

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

- самозанятые и предприниматели,
- занятые в сельском хозяйстве и сфере услуг,
- работники третьего сектора,
- жители городов с населением 30–100 тыс. человек.

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



Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), в феврале 2026 респонденты чаще экономили на досуге и еде, а также откладывали обязательные платежи (коммунальные услуги, выплаты по кредиту). Реже использовали сбережения, и откладывали крупные покупки. Любопытно, что в 2024 году респонденты более охотно откладывали крупные покупки, когда как в 2025 и в начале 2026 годов популярным вариантом стали просроченные обязательные платежи.

Рисунок 5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 30%, почувствовавших снижение доходов)



Один из вопросов исследования касался ожиданий респондентов относительно темпов роста доходов их семьи по сравнению с ценами (рис. 6). Пессимизм достиг пика в 2021–2022 годах, когда около 75% участников опроса считали, что цены будут расти быстрее личных доходов. В 2025 году доля крайне пессимистичных ответов снизилась с примерно 45% до 25–32%. Доля респондентов, полагающих, что их личные или семейные доходы вырастут быстрее цен, в феврале 2026 года составила 7%. Тем не менее «уверенный оптимизм» так и не сформировался – большинство участников опроса по-прежнему ожидает, что рост доходов отстанет от роста цен.

Рисунок 6. Как изменятся доходы вашей семьи по сравнению с ценами в этом году?



Сберегательное поведение

Доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, в феврале 2026 сохраняется на высоком уровне (52% респондентов), тогда как о сократившихся тратах сообщают только 17% горожан (Рис. 7А). Узнавая у тех, кто стал тратить больше, с чем, по их мнению, это связано, подавляющее большинство указало на рост цен (77%), второй по популярности причиной стал вариант ответа «взял(-а) рассрочку на некоторые товары» (21%), в то время как рост зарплат заметили только 7%.

Напротив, доля респондентов, которые сообщили о том, что начали больше сберегать, остаётся минимальной (7%), тогда как 25% респондентов сберегают прежними темпами, а 31% горожан сберегают меньше (Рис. 7Б). Около 37% респондентов не сберегают вовсе. Таким образом, желание и необходимость тратить больше 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, как и раньше?



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



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. 8). 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 2026 года сохраняют плато 2025 года: о потере работы сообщили 2.3% респондентов, о потере работы кем-то из друзей и знакомых — 11.2%.

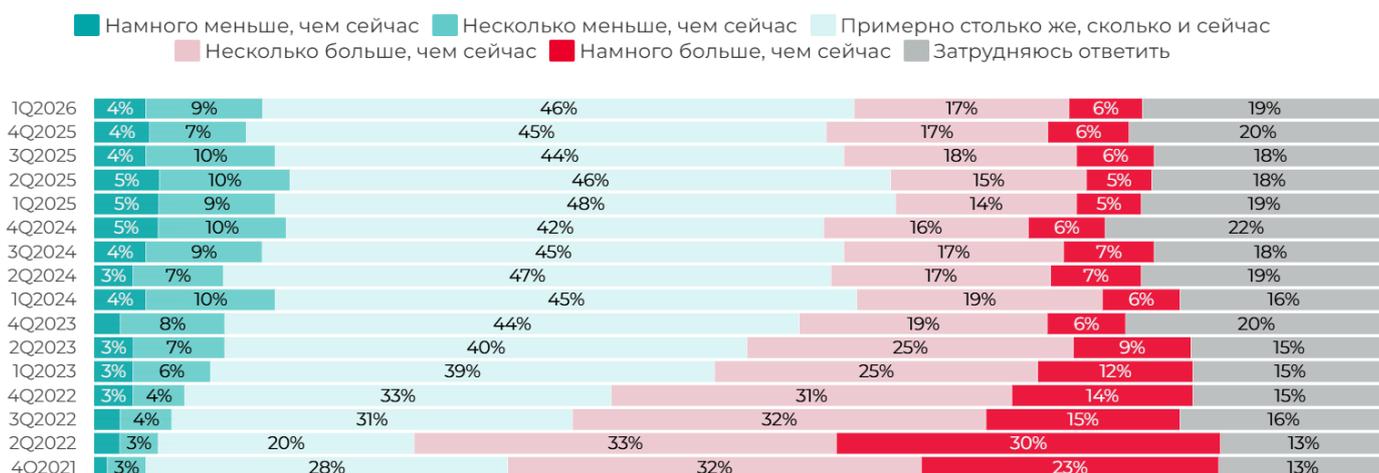
Рисунок 8. Какова доля безработных? Я потерял работу ■ и кто-то из моих знакомых ■ (доля тех, кто сообщает о потере работы, в %)



О нехватке кадров в сфере своей работы сообщили 50% респондентов (–4 п.п. кв/кв). Категории респондентов, отмечающих дефицит кадров, меняются с каждой волной опроса. Так, в феврале 2026 года о нехватке кадров несколько чаще других сообщали жители Витебской области, респонденты, занятые в сельском хозяйстве, здравоохранении и предоставлении коммунальных услуг, а также сотрудники государственных предприятий. Любопытно, что в этой волне опроса о дефиците кадров сообщили как читатели государственных СМИ, так и независимых медиа.

Узнавая у респондентов об их восприятии безработицы, заметен позитивный тренд (Рис. 9): так, доля тех, кто ожидает роста безработицы, за четыре года снизилась с 55% до 23% в последнем квартале 2025 и первом квартале 2026 годов. Доля респондентов, считающих, что безработица останется на прежнем уровне, выросла с 28–33% в 2021–2022 годах до 46% в феврале 2026.

Рисунок 9. В течение года число безработных людей будет...



Респонденты также стали реже выражать опасения относительно риска потери работы (Рис. 10). В 2021–2022 годах около 40% опрошенных считали, что «многие боятся лишиться основного источника дохода», тогда как в феврале 2026 года эта доля снизилась до 26%. В то же время доля тех, кто отмечает, что «некоторые опасаются потерять работу», остаётся практически неизменной на протяжении всех волн исследования. Напротив, доля респондентов, полагающих, что «никто не опасается», за тот же период увеличилась на 9 п.п., достигнув 23% в первом квартале 2026 года.

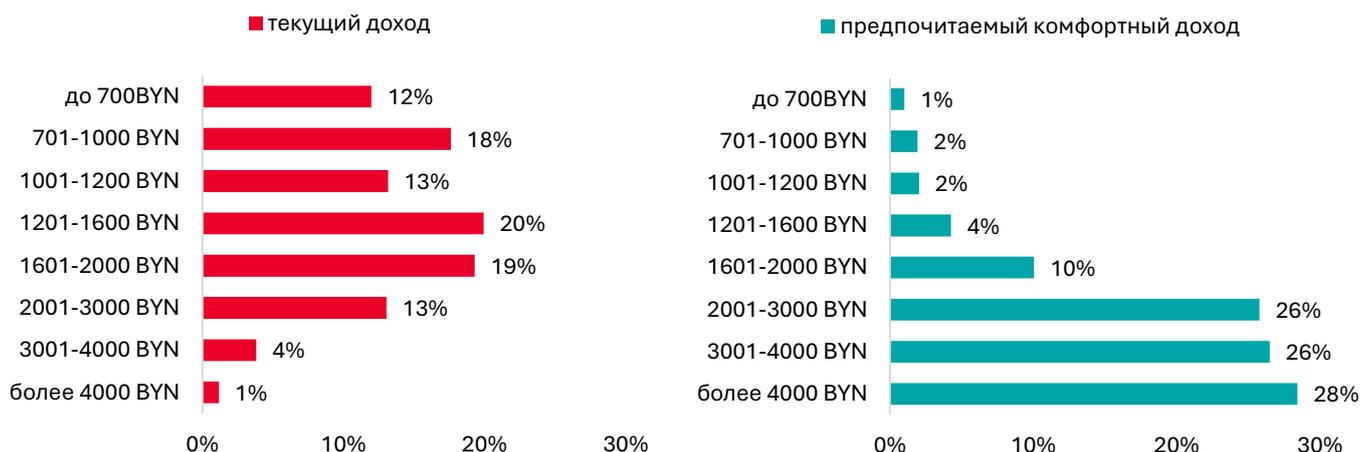
Рисунок 10. Многие ли опасаются потерять работу, лишиться основного источника дохода?



Стратегии и возможности повышения доходов среди белорусских горожан

В выборке опроса несколько недопредставлены респонденты с высоким уровнем дохода, однако это не мешает делать общие выводы о предпочтениях белорусских горожан относительно уровня дохода и способов его повышения. Так, 43% респондентов сообщили, что их личный ежемесячный доход не превышает 1200 BYN, около 40% отметили доход на уровне 1201–2000 BYN, 13% – от 2001 до 3000 BYN, и только 5% сообщили, что зарабатывают более 3001 BYN (Рис. 11). В то же время, отвечая на вопрос о том, какой минимальный уровень дохода может обеспечить им комфортный образ жизни (включая досуг, сбережения и развитие) в текущих условиях в Беларуси, подавляющее большинство респондентов (80%) указали сумму свыше 2001 BYN. Только 10% респондентов отметили, что им было бы достаточно дохода на уровне 1601–2000 BYN, и лишь 9% указали доход менее 1600 BYN. Таким образом, представления о необходимом для комфортной жизни доходе существенно выше фактических доходов большинства респондентов.

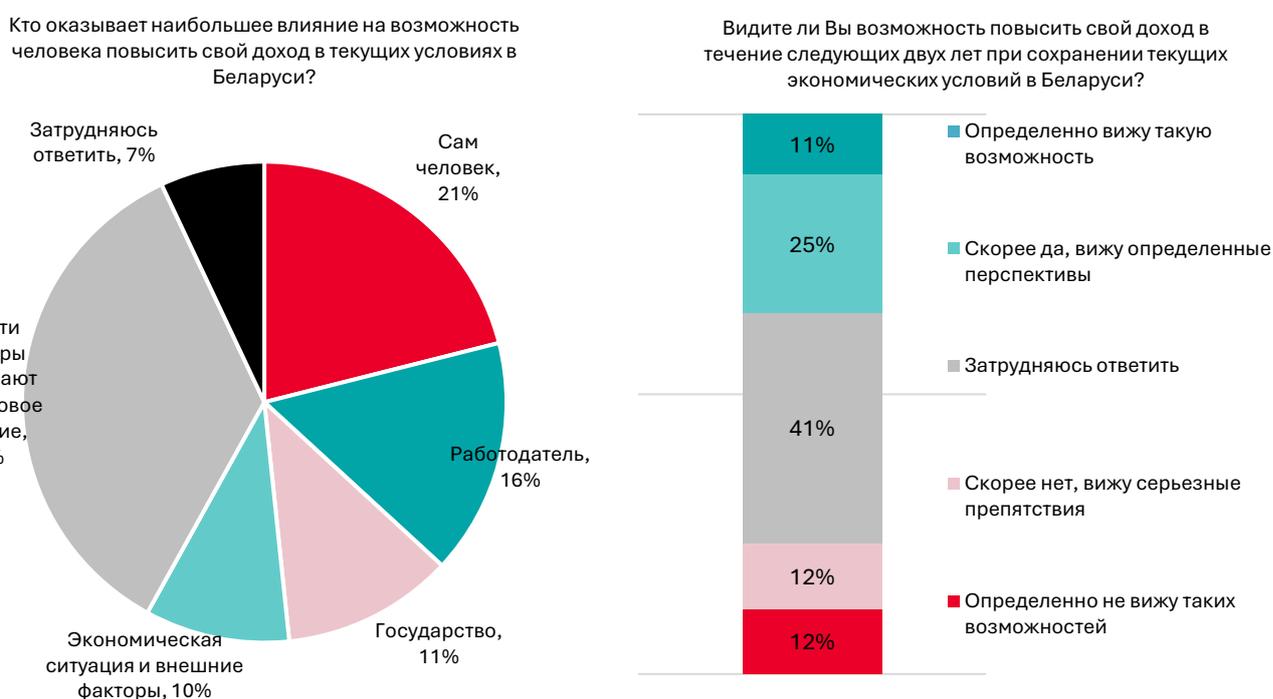
Рисунок 11. Личный ежемесячный уровень дохода и минимальный уровень дохода, который может обеспечить комфортный образ жизни



Отвечая на вопрос о том, кто, по мнению респондентов, оказывает наибольшее влияние на возможность человека повысить свой доход в текущих условиях в Беларуси (Рис. 12), среди четырёх основных категорий наиболее популярным оказался ответ «сам человек» (его образование, инициатива, трудоспособность) – его выбрали 21% респондентов. 16% указали работодателя (размер заработной платы, условия работы, возможности развития), 11% – государство (политика, социальные программы, законодательство), и 10% – экономическую ситуацию и экономические факторы. В то же время 35% респондентов отметили, что все перечисленные факторы оказывают примерно одинаковое влияние на возможность повысить доход, а 7% затруднились с ответом.

Оптимизм относительно возможности повышения дохода в Беларуси несколько преобладает над пессимизмом (Рис. 12): 36% респондентов сообщили, что видят возможности для повышения своего дохода в течение следующих двух лет при сохранении текущих экономических условий в Беларуси, тогда как 24% отметили, что не видят таких возможностей. В то же время этот вопрос оказался для респондентов достаточно сложным: 41% затруднились с ответом.

Рисунок 12. Ответственность и возможности повысить свой доход в Беларуси



Следующим вопросом респондентам предлагалось выбрать, какие государственные и социальные меры могли бы помочь именно им повысить доход (Рис. 13). При множественном выборе наиболее популярным вариантом оказалось развитие удалённой и гибкой занятости (39%), далее следуют доступ к информации о возможностях заработка, карьерного роста и финансовой грамотности (23%) и поддержка малого и среднего бизнеса (22%). Около 18% респондентов предложили усилить контроль за соблюдением законодательства в области оплаты труда в

государственных компаниях, и 15% – в частных. В то же время 13% респондентов считают, что ни одна из перечисленных государственных и социальных мер не поможет.

Рисунок 13. Какие из следующих государственных и социальных мер помогли бы именно Вам повысить доход?



Говоря о конкретных шагах, 71% респондентов предпринимали определённые действия для увеличения дохода за последние пять лет, а 70% планируют делать это в ближайшие два года. Наиболее распространёнными стратегиями стали поиск подработки, повышение квалификации, увеличение объёма работы на основном месте и смена работодателя (Рис. 14). Наиболее результативными оказались смена работы, увеличение объёма работы и дополнительная занятость: 60–67% респондентов отметили рост дохода благодаря этим шагам. Повышение квалификации оказалось менее эффективным – лишь 35% прошедших обучение сообщили об увеличении дохода.

Среди менее распространённых стратегий выделяются смена профессии, переход на удалённую работу и фриланс, которые примерно в половине случаев сопровождались ростом дохода. Аналогичный результат показали поиск работы в другом городе Беларуси и открытие собственного бизнеса. Наименее распространённой стратегией стал поиск работы за границей: её выбрали лишь 3% опрошенных, однако 90% из них отметили рост дохода, что делает этот вариант наиболее эффективным.

Говоря о планах на будущее, респонденты чаще всего выбирают стратегии, уже показавшие высокую эффективность. Так, 39% планируют искать подработку, а 30% – сменить работодателя. Далее следуют повышение квалификации и смена профессии,

хотя ранее эти меры не всегда приводили к значительному росту дохода. Обращает на себя внимание и разрыв между долей тех, кто уже открыл собственный бизнес (4%), и тех, кто планирует сделать это для увеличения дохода (12%).

Таким образом, наиболее эффективными стратегиями роста дохода оказываются смена работы, дополнительная занятость и трудоустройство за рубежом, тогда как повышение квалификации демонстрирует наименее выраженный эффект.

Рисунок 14. Стратегии повышения доходов в Беларуси



Примечание: красным цветом выделены варианты, показавшие наибольшую эффективность (более 60% респондентов, сообщивших об эффективности этих опций).

Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси приблизился к позитивной зоне: он составил -1.2% по методологии Росстата и -0.2% по методологии Евростата. Беларусский индекс схож по траектории с большинством стран ЕС, где также наблюдался рост показателя. Вдобавок, начиная с 2 квартала 2024 года, траектория индекса разошлась с российским, который в течение этого периода находился в отрицательной зоне.

Среди компонентов индекса потребительской уверенности хуже всего респонденты оценили благоприятность времени для крупных покупок (-8.8%), материальное положение семьи (-6.5%) и состояние экономики Беларуси (-5.3%) за прошедший год, а лучше всего – ожидаемое материальное положение семьи (11.1%) и экономическую ситуацию в стране в течение следующего года (3.4%).