

Домашние хозяйства

Август 2026 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности в третьем квартале 2026 года увеличился на 1.4 п.п. (по методологии Росстата) и составил -0.8%.
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил -0.2%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за июль 2026 года увеличилось и составило -14.3%.
- Индекс несколько вырос в основном за счёт сокращения негативных оценок текущего состояния экономики страны и материального положения семьи.
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, сохраняется на уровне 25%.
- О дефиците кадров в сфере, где они работают, сообщили 55% респондентов.

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 18 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), | 10) 24–25 июля 2024 (1001 респ.), |
| 2) 19–25 апреля 2022 (1007 респ.), | 11) 8–10 ноября 2024 (991 респ.), |
| 3) 26–31 августа 2022 (1001 респ.), | 12) 31 января–16 февраля 2025 (973 респ.), |
| 4) 21–25 ноября 2022 (992 респ.), | 13) 30 апреля–7 мая 2025 (1000 респ.), |
| 5) 2–4 марта 2023 (1014 респ.), | 14) 14–18 июля 2025 (1005 респ.), |
| 6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.), | 15) 24–29 октября 2025 (1003 респ.), |
| 7) 9–11 октября 2023 (1003 респ.), | 16) 3–6 февраля 2026 (1005 респ.), |
| 8) 6–12 февраля 2024 (998 респ.), | 17) 22–27 апреля 2026 (1005 респ.), |
| 9) 15–22 мая 2024 (1002 респ.), | 18) 27–29 июля 2026 (1003 респ.). |

Индекс потребительской уверенности – это сводный индикатор, отражающий восприятие населением текущей и ожидаемой экономической ситуации в стране, а также собственного материального положения. Индекс характеризует **настроения и ожидания** домохозяйств, позволяя оценить их восприятие экономической ситуации и связанные с ним потребительские решения.

Оценка значений индекса потребительской уверенности

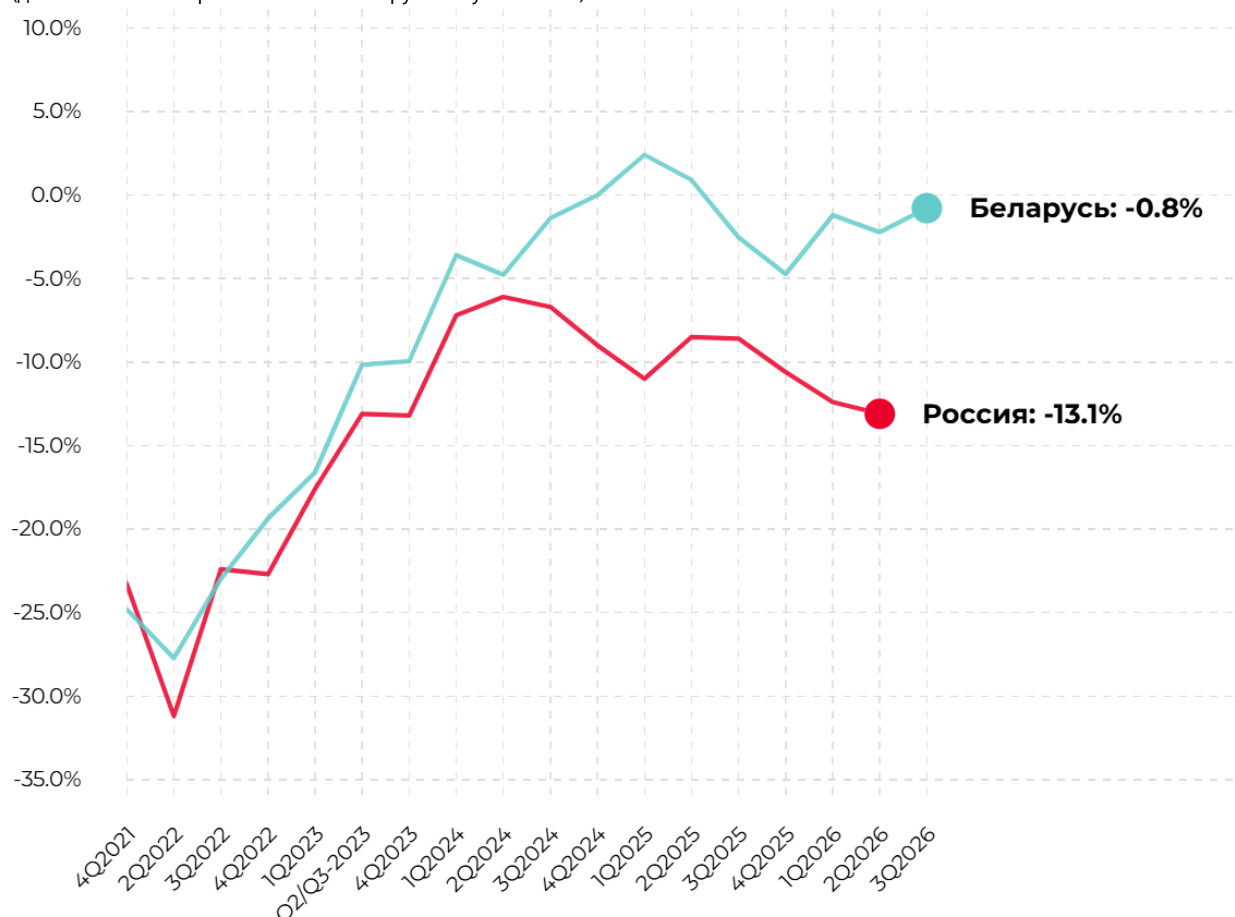
Индекс рассчитан по методологии, используемой Росстатом и Евростатом, и включает оценки текущего и прогнозируемого материального положения семьи, готовности совершать крупные покупки и ожиданий относительно экономического развития страны в ближайший год. Методология Росстата дополнительно учитывает оценку экономической ситуации в стране по сравнению с предыдущим годом.

Беларусь и Россия

Беларусский индекс потребительской уверенности, включающий 5 компонентов (методология Росстата), вырос на 1.4 п.п., оставаясь в негативной зоне индекса и составив -0.8%. В России значение индекса сохраняется в отрицательной зоне, сократившись на 0.7 п.п. и составив -13.1% (по данным за май 2026 года). С конца 2021 года 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 — май 2026), для Беларуси — расчёты авторов.

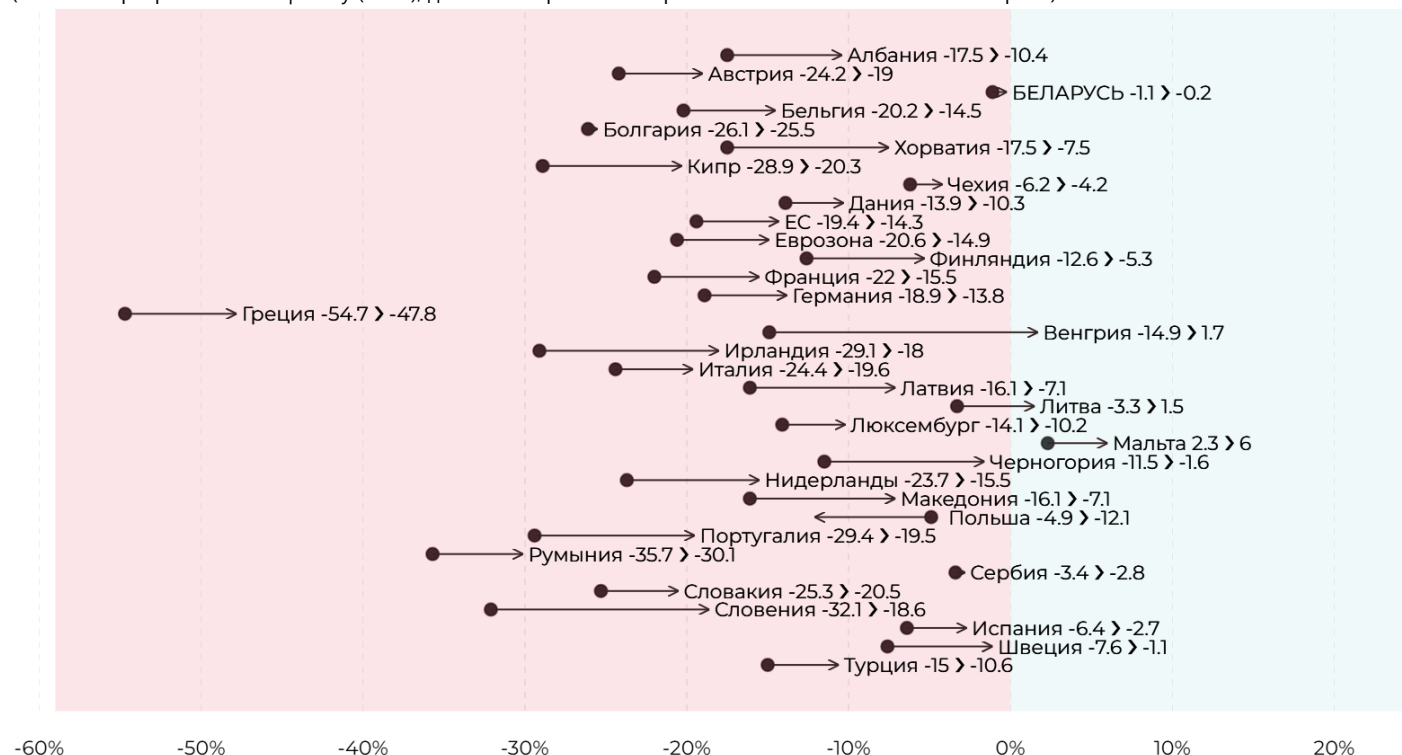
Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в июле 2026 составило -0.2%, сохраняясь вблизи положительной зоны индекса.

В большинстве европейских стран наблюдается восстановление индекса: так, с апреля по июль 2026 года среднее значение индекса по странам ЕС выросло на 5.1 п.п., составив -14.3%. Наибольший рост индекса зафиксирован в Венгрии (+16.6 п.п.), Словении (+13.5 п.п.) и Ирландии (+11.1 п.п.), а снижение – только в Польше (-7.2 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно наблюдается в Греции (-47.8%), самое высокое – второй квартал подряд на Мальте (6.0%), укрепившись в положительной зоне индекса. Восстановление индекса произошло после значительного падения в прошлом квартале.

Динамика индексов в соседствующих с Беларусью странах оказалась интенсивнее: индекс значительно снизился в Польше, но вырос в Латвии (+9.0 п.п.) и в Литве (+4.8 п.п.). Литовский индекс вернулся в положительную зону индекса.

Рисунок 2. Индекс потребительской уверенности в Европе в июле и апреле 2026

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



Источник: Eurostat, для Беларуси – расчёты авторов.

Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь со странами Евросоюза?

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

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

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. городское 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 2025 года восприятие состояния экономики страны перестало быть однозначно негативным: 29% респондентов отметили, что материальное положение их семьи ухудшилось за прошедший год, тогда как 26% негативно оценили экономическую ситуацию в стране.

В третьем квартале 2026 года доля негативных оценок текущего состояния экономики и материального положения семьи сократилась, составив 28% (-6 п.п. к предыдущему кварталу) и 27% (-5 п.п. к предыдущему кварталу) соответственно. Вместе с этим выросла доля респондентов, считающих, что в экономической ситуации за прошедший год не произошло никаких изменений (37%; +6 п.п. к предыдущему кварталу), а доля позитивных ответов выросла на 3 п.п. и составила 23%. Об улучшении материального положения семьи также сообщили 23% респондентов (+3 п.п.), об отсутствии изменений – 47% горожан (+3 п.п.).

Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 25% респондентов затрудняются с оценкой предполагаемой экономической ситуации в стране; 14% не знают, каким будет их материальное положение. Перспективы экономики страны были оценены скорее позитивно: только 21% респондентов ожидают ухудшения и 25% – улучшения экономической ситуации в стране. Позитивные ожидания относительно изменения материального положения остаются одним из основных драйверов индекса потребительской уверенности: ухудшения своего материального положения ожидают только 13% респондентов, а улучшения – 31% горожан.

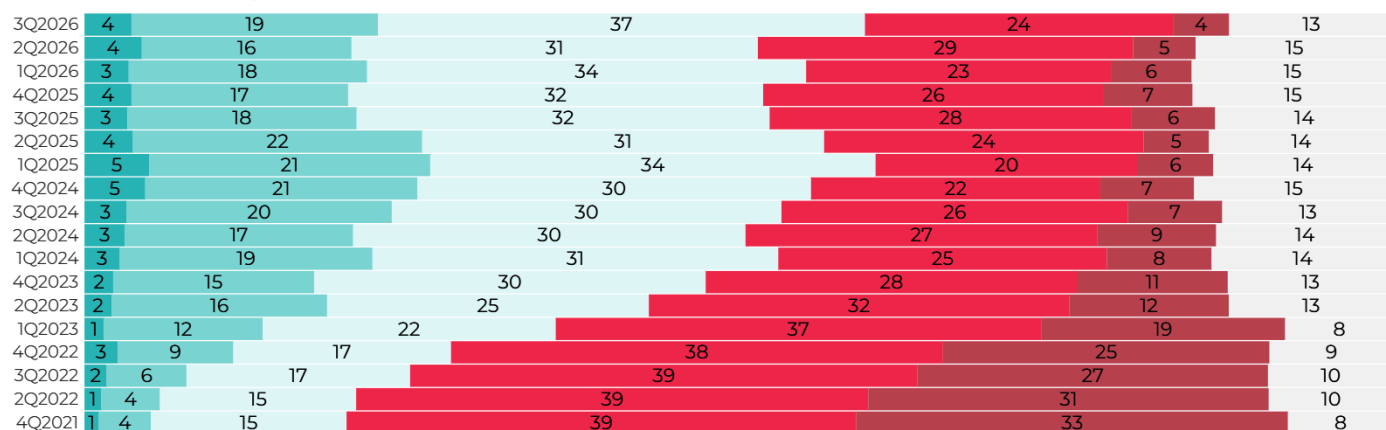
Оценка условий для совершения крупных покупок также несколько ухудшилась за прошедший год (Рис. 3 – Q5): так, время для крупных покупок назвали благоприятным 19% респондентов (-3 п.п. г/г), 28% считают, что время скорее неблагоприятное (+4 п.п. г/г), а 41% отмечают равное соотношение плюсов и минусов для совершения крупных покупок (-1 п.п. г/г). В то же время условия для сбережений назвали благоприятными 25% респондентов (+1 п.п. к предыдущему кварталу).

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

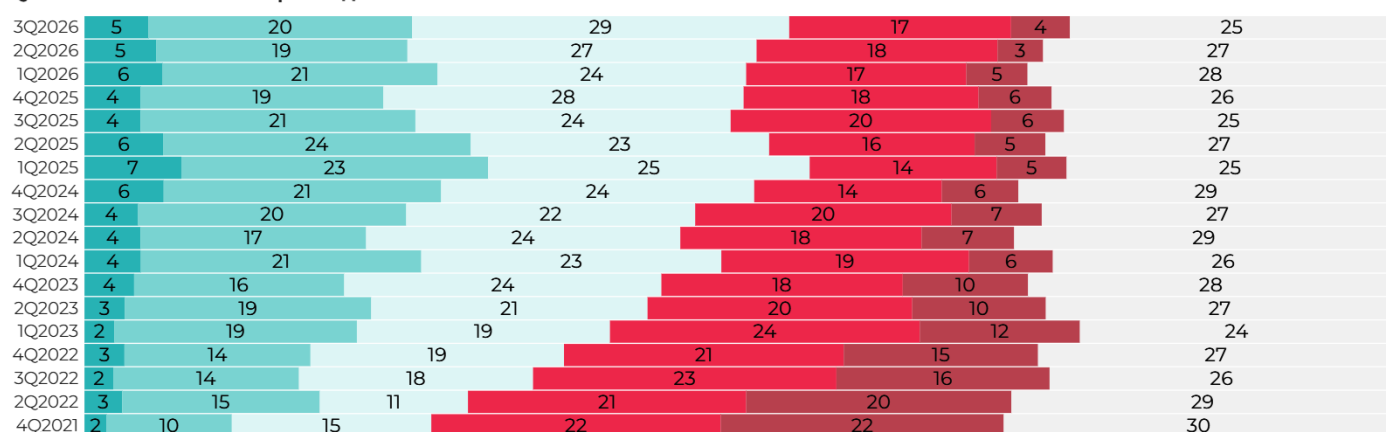
3А. Оценка экономической ситуации в стране и материального положения семьи

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

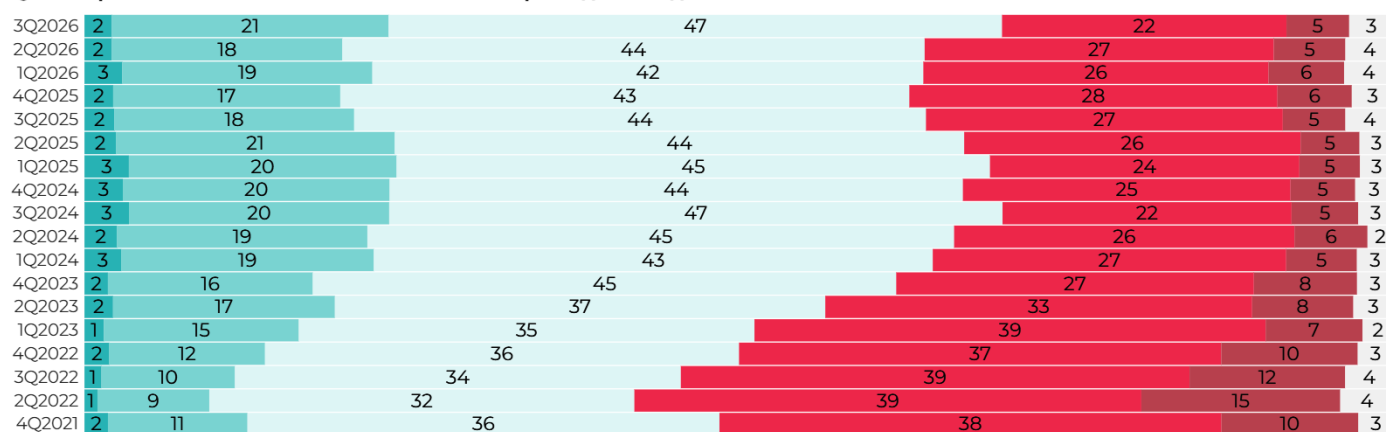
Q1 Экономическая ситуация по сравнению с годом назад?



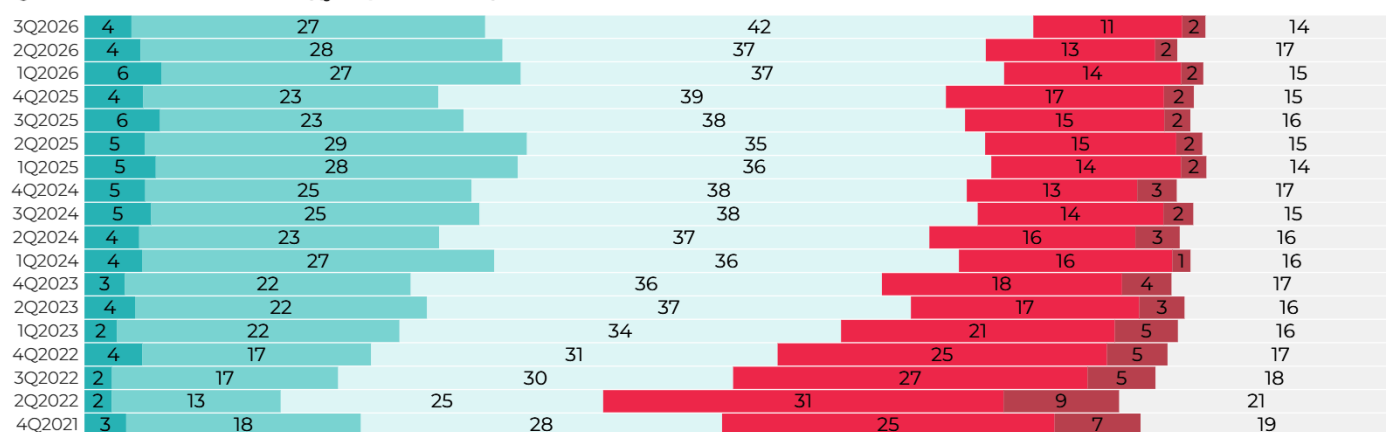
Q2 Как изменится она через год? Станет



Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?



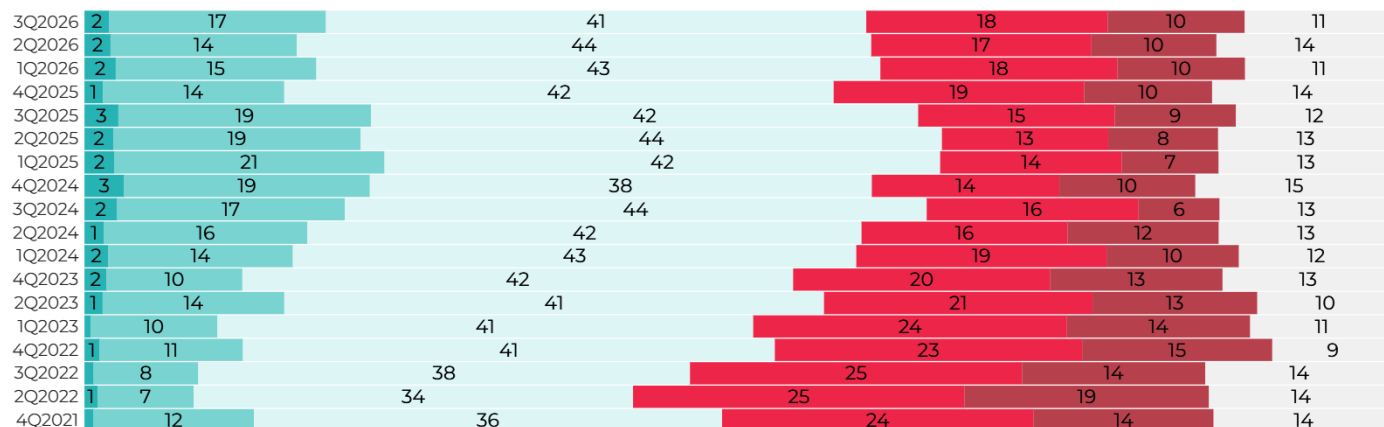
Q4 Как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет



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 2% (Рис. 4А). Наиболее позитивный вклад в общее значение индекса внёс компонент оценки будущего материального положения семьи, составив 9.6%.

В гендерном разрезе женщины демонстрируют более высокий уровень оптимизма: значение индекса потребительской уверенности составило 2.2% среди женщин и -2.8% среди мужчин. Женщины также более оптимистично оценивают перспективы для экономики: значение компонента будущего составило 5.8% среди женщин и -2% среди мужчин.

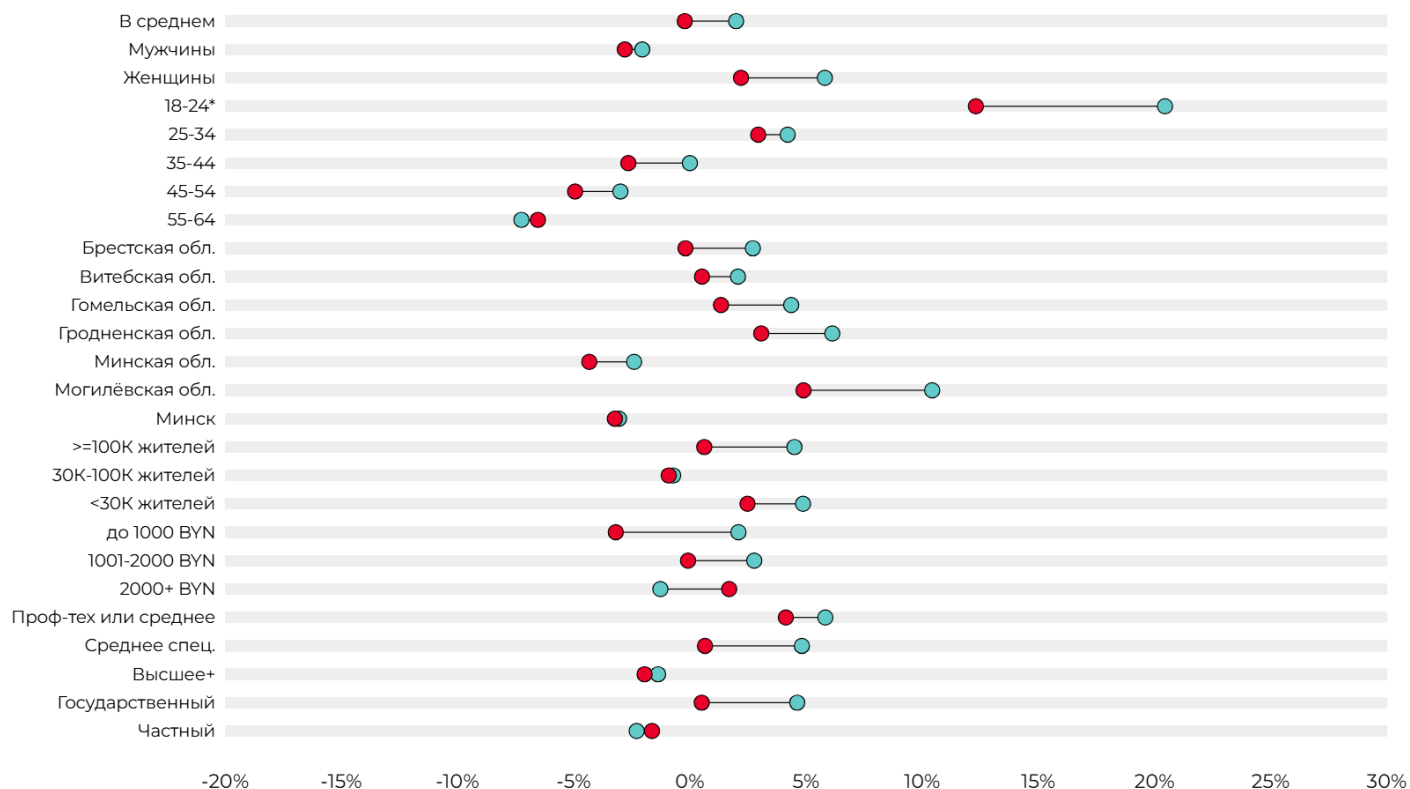
В возрастном разрезе наименее пессимистичные оценки текущей и будущей ситуации демонстрируют респонденты 18–24 лет (аналогичная тенденция наблюдается во многих странах, что может быть связано с выходом молодёжи на рынок труда и ожиданиями роста доходов). Самое низкое значение индекса и компонента среди возрастных групп традиционно зафиксировано у респондентов 55–64 лет: значение индекса составило -6.5%, значение компонента будущего составило -7.3%.

В региональном разрезе наиболее пессимистичные настроения зафиксированы в Минской области (индекс потребительской уверенности составил -4.3% в июле 2026 года), тогда как наиболее оптимистичные – в Могилёвской (4.9%) и Гродненской (3.1%) областях. Наиболее позитивные оценки будущего экономики страны демонстрируют жители Могилёвской, Гродненской и Гомельской областей: значения соответствующего компонента находятся в положительной зоне и варьируются от 4.4% до 10.4%. Наиболее пессимистичные ожидания относительно будущего экономики зафиксированы в Минске и Минской области: -3.1% и -2.4% соответственно.

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

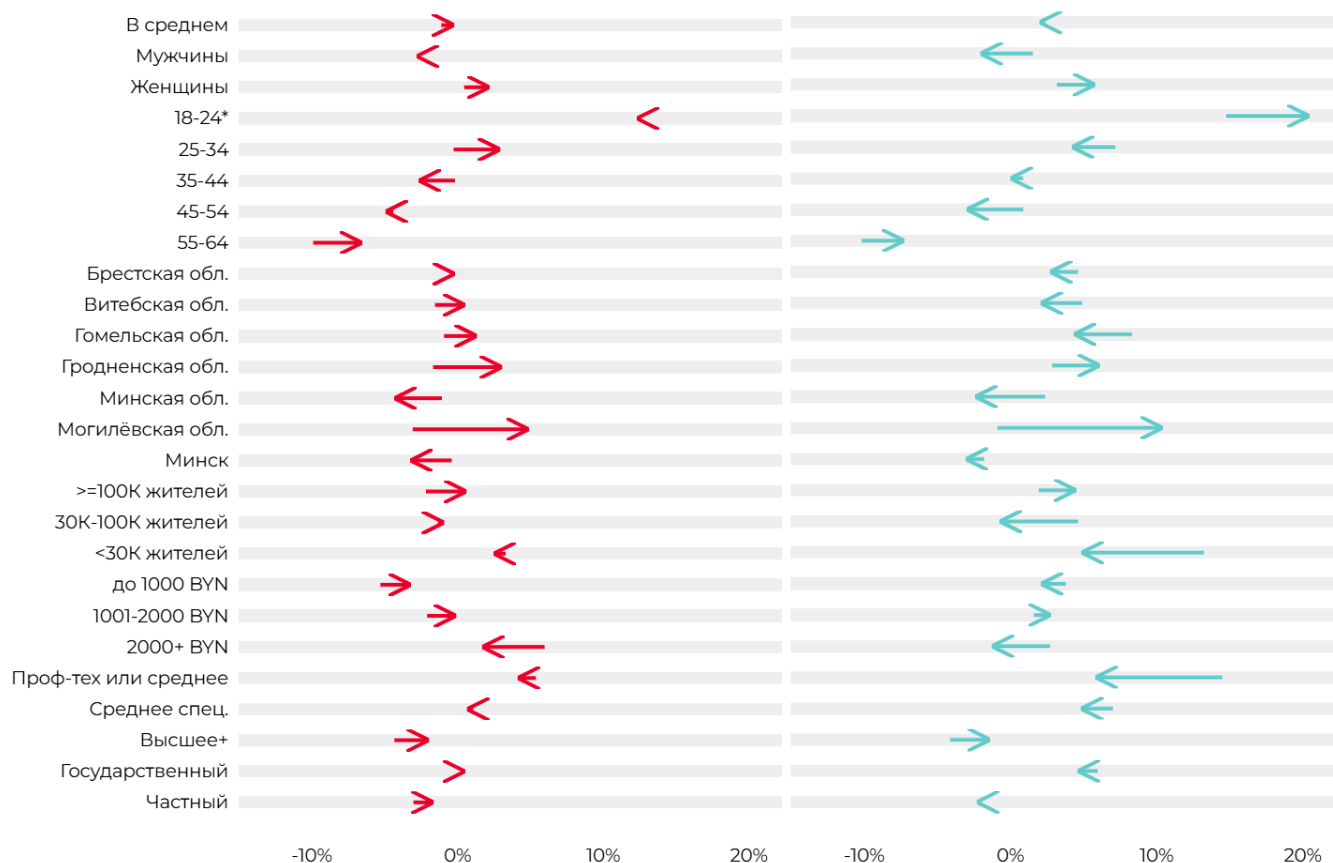
(показаны группы по полу, возрасту, региону, доходу, образованию, форме собственности)

4А. Июль 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 удовлетворённости состоянием экономики страны возрастает вместе с личными доходами респондентов: так, среди горожан с доходами до 1000BYN значение индекса составляет -3.2%, а среди респондентов с доходами свыше 2001BYN значение положительное и составляет 3%. Наоборот, респонденты с высоким уровнем дохода наименее оптимистично оценивают будущую экономическую ситуацию в стране: значение компонента будущего составило -1.3% в сравнении со значениями компонента среди респондентов с доходами до 2000BYN, которые составили 2.1–2.8%.

Сотрудники частных предприятий оказались более пессимистичны в третьем квартале 2026 года по сравнению с сотрудниками государственных компаний: так, индекс потребительской уверенности составил -1.6% среди работников частных компаний и 0.5% – среди государственных. Более того, сотрудники государственных компаний лучше оценили перспективы для экономики (4.6%) в сравнении с сотрудниками частных компаний (-2.3%).

Значения как компонента будущего страны, так и индекса потребительской уверенности демонстрировали разнонаправленную динамику с апреля по июль 2026 (Рис. 4Б и 4В). Улучшение оценок индекса потребительской уверенности зафиксировано среди жителей Могилёвской и Гродненской областей, ухудшение – среди респондентов с доходами свыше 2000BYN. Наиболее заметное улучшение в оценках будущего экономического состояния страны наблюдалось также среди жителей Могилёвской области и среди более молодых респондентов, ухудшение оценок – среди жителей городов с населением до 30 тысяч и респондентов со средним образованием.

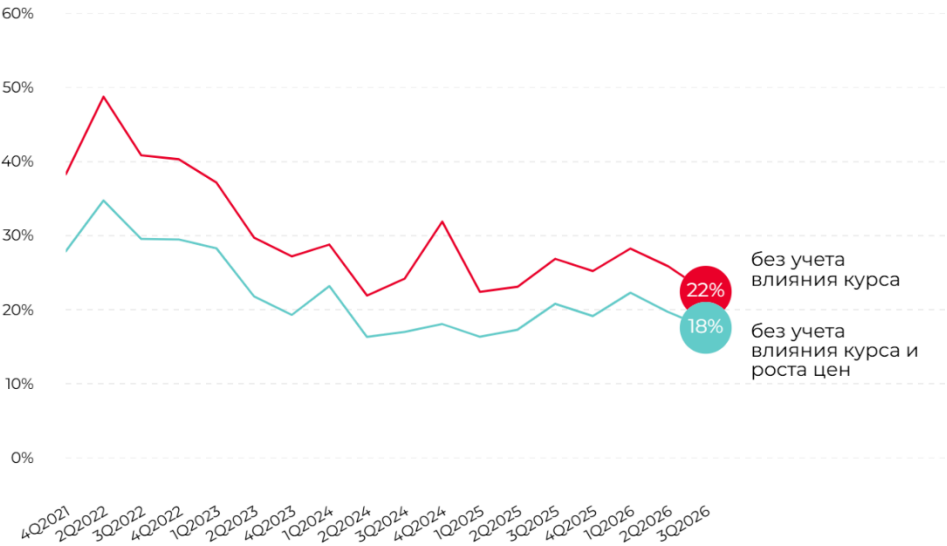
Доходы населения

Доля респондентов, которые в июле 2026 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, составила 25% (-3.5 п.п. к предыдущему кварталу). 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 только для 6.5% респондентов). Основной причиной снижения доходов остаётся рост цен, на который указали 52% респондентов. Однако если исключить влияние роста цен и изменения курса, то доля респондентов, чьи доходы снизились по другим причинам, составляет 18% (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.

Самая высокая доля респондентов, сообщивших о снижении доходов без учёта влияния валютного курса и роста цен, в этой волне опроса наблюдалась среди следующих групп:

- самозанятые,
- занятые в промышленности и IT-секторе,
- занятые в «третьем секторе» (негосударственных/некоммерческих общественных организациях).

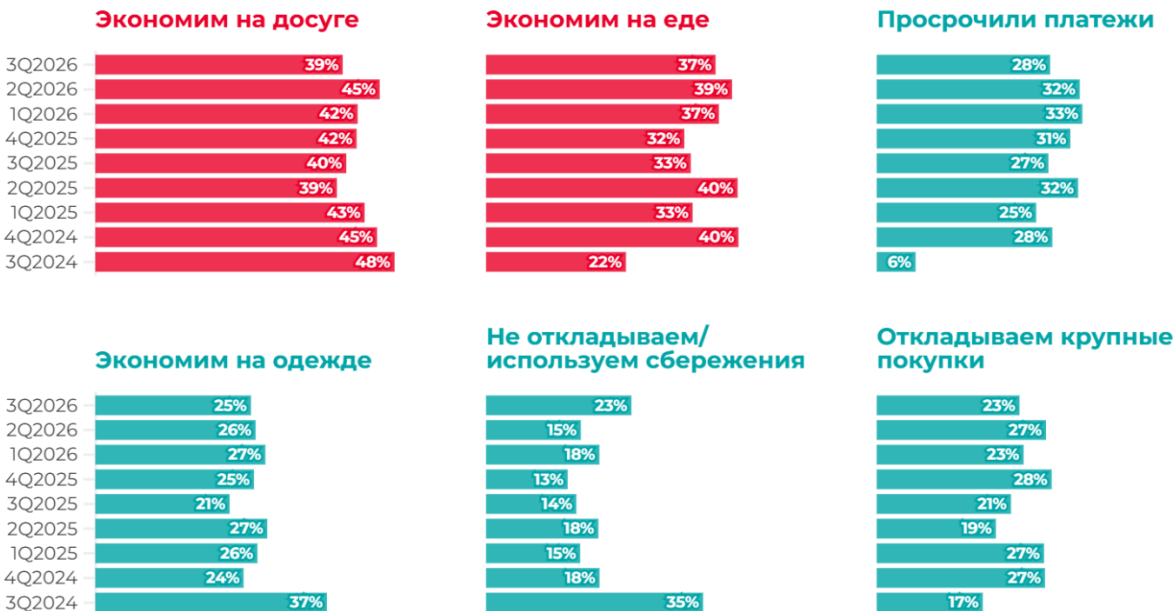
Рисунок 5А. Доля населения, сообщающего о сокращении доходов (%)



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

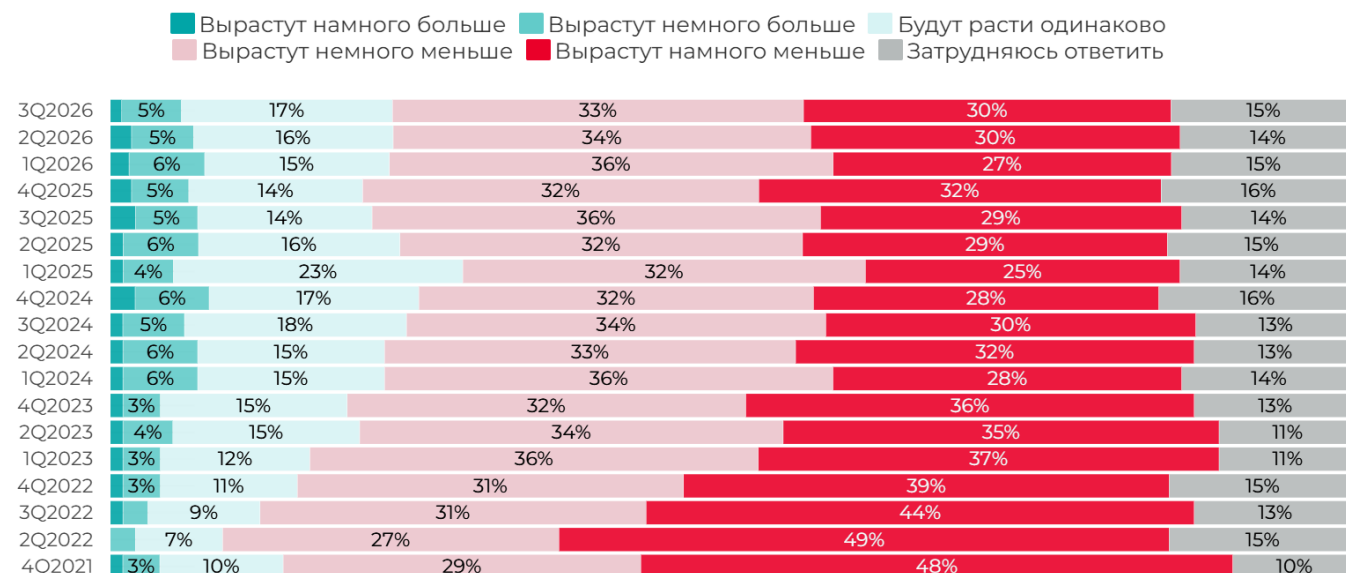
Рисунок 5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 25%, 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. С конца 2021 года доля крайне пессимистичных ответов снизилась с 48% до 25–32% к 2025 году. Доля респондентов, полагающих, что их личные или семейные доходы вырастут быстрее цен, в июле 2026 года составила 6%. Тем не менее «уверенный оптимизм» так и не сформировался – большинство участников опроса по-прежнему ожидает, что рост доходов отстанет от роста цен (63% респондентов в июле 2026).

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



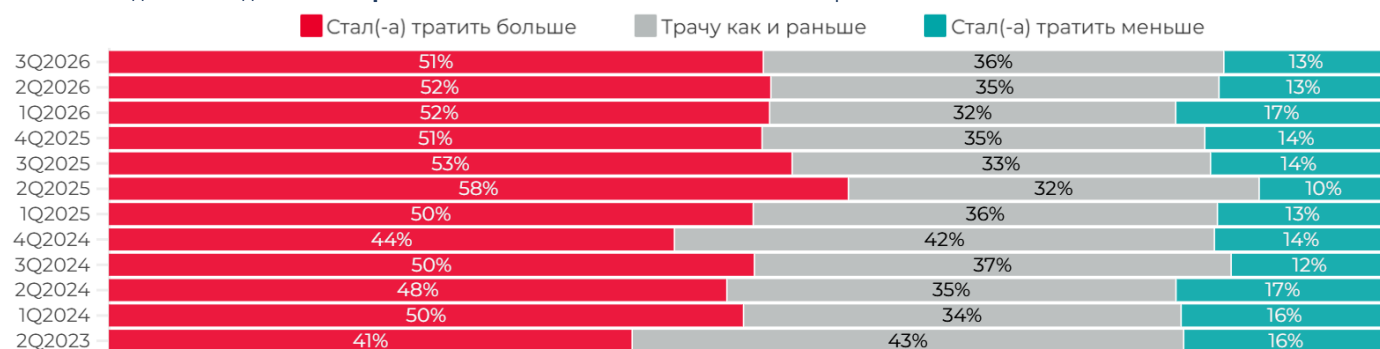
Сберегательное поведение

Доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, в июле 2026 сохраняется на высоком уровне (51% респондентов), тогда как о сократившихся тратах сообщают только 13% 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» (27%), в то время как рост зарплат заметили только 10%.

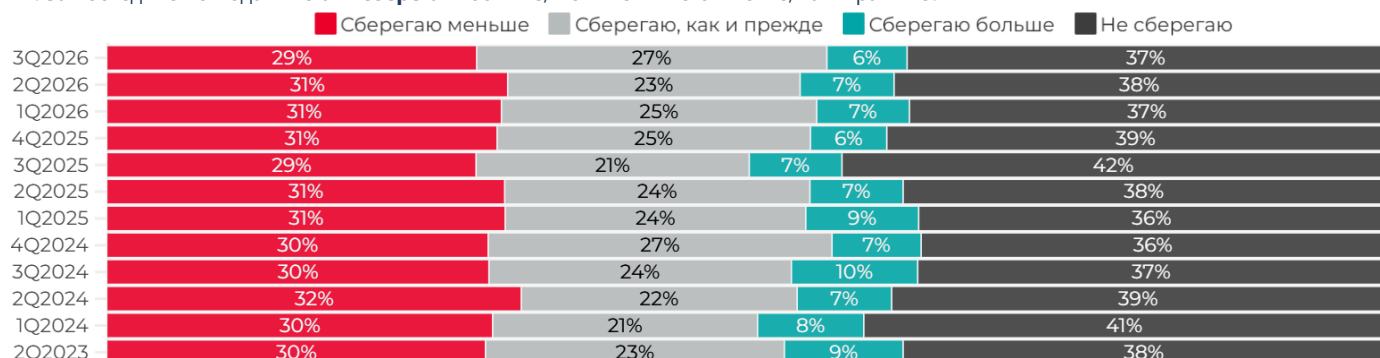
Напротив, доля респондентов, которые сообщили о том, что начали больше сберегать, остаётся минимальной (6%), тогда как 27% респондентов сберегают прежними темпами, а 29% горожан сберегают меньше (Рис. 7Б). Около 37% респондентов не сберегают вовсе. Таким образом, желание и необходимость тратить больше 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?



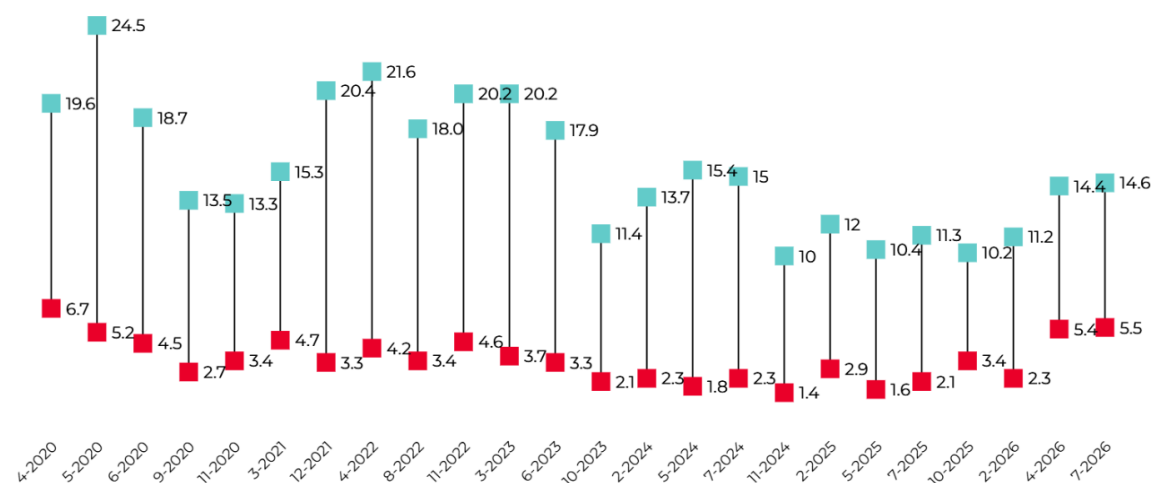
7Б. За последние полгода Вы стали **сберегать** больше, меньше или столько же, как и раньше?



Рынок труда

На рынке труда долгое время сохранялась парадоксальная ситуация: при низкой доле потерявших работу (в среднем 3.8%) уровень потери работы среди друзей и знакомых оставался высоким – 19.7% (Рис. 8). В 4-м квартале 2024 года показатели обновили минимум: лишь 1.4% респондентов сообщили о потере работы, а 10% – об увольнении кого-то из знакомых. Во втором и третьем кварталах 2026 года о потере работы сообщили уже 5.4–5.5% респондентов, а о потере работы среди друзей и знакомых – 14.4–14.6% горожан. Среди потерявших работу в июле 2026 об увольнениях чаще сообщают жители городов с населением 5–30 тыс. человек, а также респонденты, работавшие в гостиницах и ресторанах, что говорит о сезонной занятости в этой сфере.

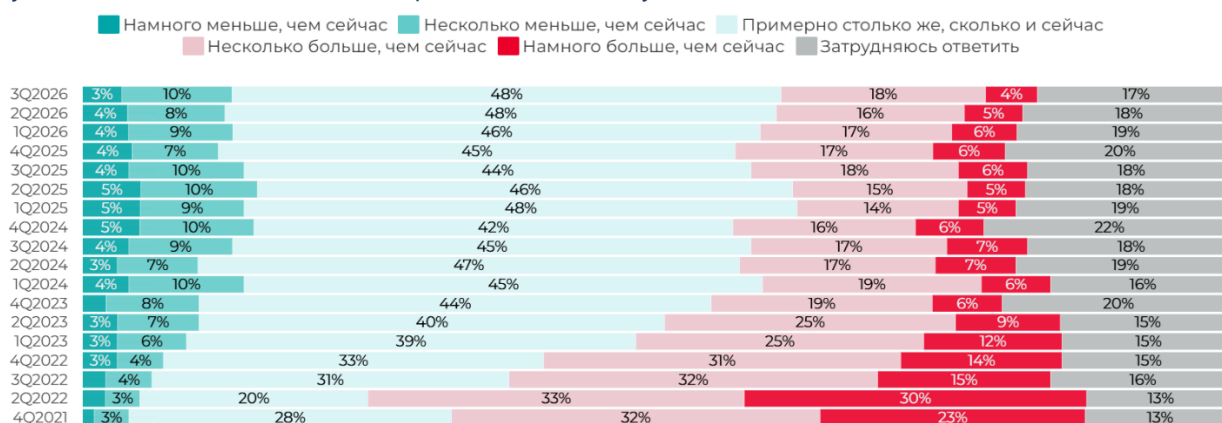
Рисунок 8. Какова доля безработных? Я потерял работу ■ и кто-то из моих знакомых ■
(доля тех, кто сообщает о потере работы, в %)



О нехватке кадров в сфере своей занятости сообщили 55% респондентов (+3 п.п. к предыдущему кварталу). Категории респондентов, отмечающих дефицит кадров, остаются стабильными на протяжении последних волн вопрос. Так, в июле 2026 года о нехватке кадров несколько чаще других сообщали респонденты, занятые в промышленности, сельском хозяйстве, здравоохранении и медицине, а также сотрудники государственных предприятий. Традиционно о дефиците кадров в своей сфере сообщают менеджеры и управляющие. В этой волне опроса о дефиците кадров также сообщили работники, занятые в сфере предоставления коммунальных услуг, а также читатели независимых медиа.

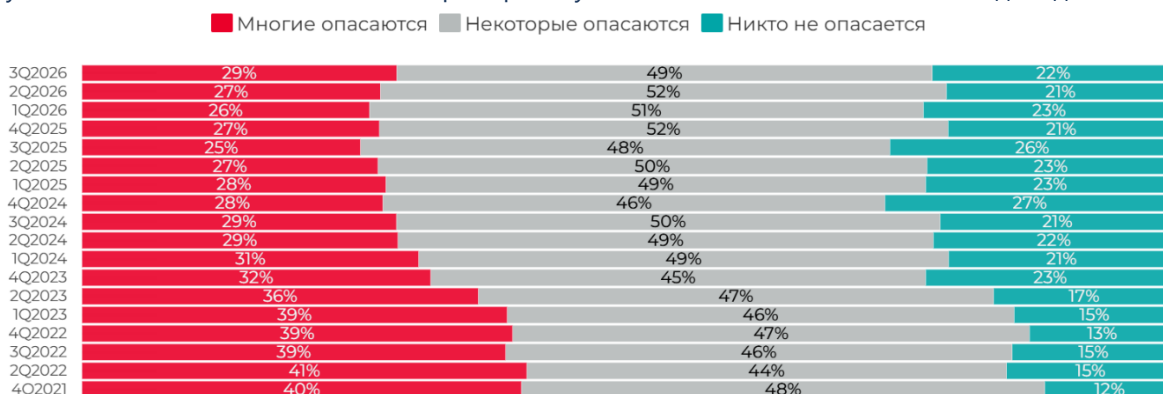
Узнавая у респондентов об их восприятии безработицы, замечен позитивный тренд (Рис. 9): доля тех, кто ожидает роста количества безработных, за четыре года снизилась с 47% в третьем квартале 2022 до 22% в третьем квартале 2026 года. Доля респондентов, считающих, что безработица останется на прежнем уровне, выросла с 28–33% в 2021–2022 годах до 48% в июле 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 июле 2026 года эта доля снизилась до 29%. 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 потерять работу, за тот же период увеличилась на 8 п.п., достигнув 22% в третьем квартале 2026 года.

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



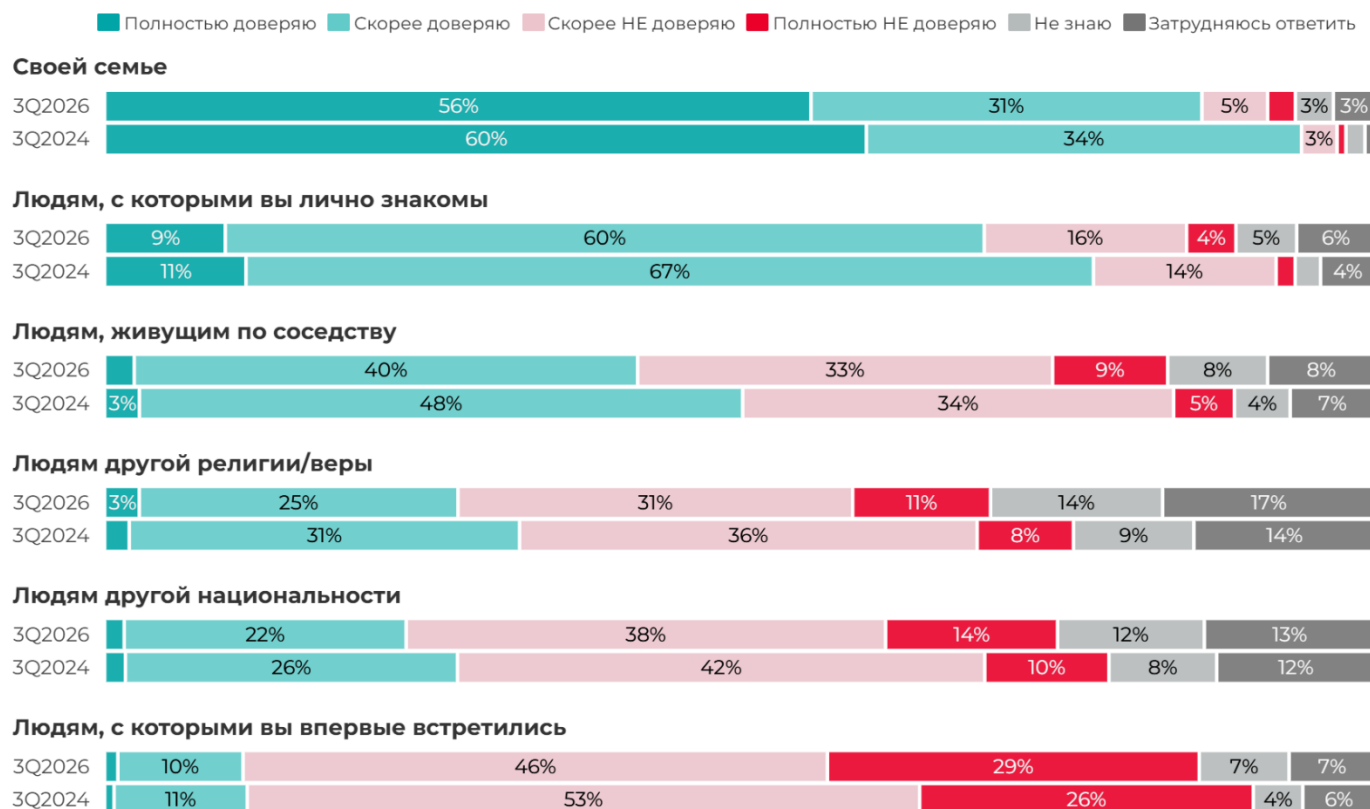
Уровень доверия в Беларуси

В рамках данного опроса респондентов также попросили оценить, насколько они доверяют или не доверяют другим людям, организациям и институтам. Подобные вопросы были также заданы респондентам в июле 2024 года: текущий анализ позволяет оценить динамику за два прошедших года. Так, в данной волне опроса только 15% респондентов согласились с утверждением, что большинству людей можно доверять: два года назад эта доля составляла 23% (сокращение на 8 п.п.). Несколько чаще склонны доверять другим людям жители городов с населением менее 5 тысяч человек, а также респонденты, работающие в IT-сфере, и предприниматели. Тем не менее, доля респондентов, которые считают, что большинству людей нельзя доверять также сократилась: в июле 2024 эта доля составляла 61%, в июле 2026 несколько меньше – 55% горожан. Примечательно, что среди респондентов, склонных не доверять людям, чаще встречаются респонденты 25–34 лет (66% склонны не доверять большинству людей), медицинские работники, люди, занятые в торговле, а также работающие в «третьем секторе» (негосударственных общественных организациях). Вместе с этим значительно выросла доля респондентов, выбравших варианты ответа «не знаю» и «затрудняюсь ответить»: два года назад эта доля составляла 17% респондентов, в текущей волне опроса – 30% респондентов. Среди респондентов, которые нашли этот вопрос сложным для ответа, чаще встречаются пенсионеры и студенты.

Как и прежде, наиболее высокие уровни доверия респонденты демонстрируют по отношению к своей семье (Рисунок 11): 86% респондентов полностью доверяют и скорее доверяют своей семье, однако два года назад этот показатель был на 8 п.п. выше. Что касается людей, с которыми респонденты знакомы лично, доля доверяющих респондентов сократилась с 78% в июле 2026 до 69% в июле 2026. Людям, с которыми респонденты живут по соседству, доверяют 42% респондентов, эта доля также сократилась на 8 п.п. за два года. Около 16% респондентов затрудняются с ответом на этот вопрос, что на 5 п.п. больше, чем в июле 2024. Людям другой веры или национальности доверяют 28% и 24% респондентов соответственно, а затрудняются с ответом схожие доли: 30% и 25% респондентов соответственно. Людям, с которыми респонденты впервые встретились, доверяют лишь 11% белорусских горожан, 75% респондентов предпочитают не доверять (без статистически значимых изменений за два года).

Что касается доверия отдельным институтам (Рисунок 12), 59% и 54% респондентов склонны доверять системе здравоохранения и системе образования, соответственно, без значительных изменений в уровне доверия за два года. За ними следуют милиция и армия, этим институтам склонны доверять 52% и 48% респондентов, соответственно. Примечательно, что в обеих категориях наблюдается сокращение на 8 п.п. доли респондентов, склонных не доверять этим институтам: недоверие перераспределилось отчасти в доверие для милиции и отчасти в неопределённость с ответом (сумма ответов «не знаю» и «затрудняюсь ответить») для армии.

Рисунок 11. Уровень доверия людям



Системе социальной защиты склонны доверять 47% горожан (без статистически значимых изменений за два года), а судам – 46% респондентов. Как и с предыдущими категориями, уровень недоверия к судам также сократился (на 10 п.п.) и перераспределился в ответ «затрудняюсь ответить» (+8 п.п. за два года). Схожая тенденция соответствует уровню доверию правительству: 44% респондентов сообщили, что склонны доверять правительству, а уровень недоверия сократился на 10 п.п. и перераспределился в категорию «затрудняюсь ответить» (29% респондентов склонны не доверять правительству, в то время как 27% затрудняются с ответом).

Экологическим организациям склонны доверять 44% респондентов, следом – церкви – 40% горожан. Уровень недоверия церкви статистически значимо сократился на 7 п.п., перераспределившись отчасти в неопределённость с ответом. Крупным предприятиям и профсоюзам склонны доверять 39–38% респондентов без статистически значимых различий за два года.

Переходя к институтам с наиболее низкими уровнями доверия, отдельного внимания заслуживают уровни доверия различным средствам массовой информации (СМИ). Так, уровни доверия государственным СМИ, российским СМИ и негосударственным СМИ составили 35%, 24% и 20%, соответственно. Статистически значимо больше респондентов не смогли определиться с уровнем доверия российским СМИ и негосударственным СМИ: доля затрудняющихся с ответом выросла на 7 п.п. с июля 2024 года. Уровень недоверия государственным СМИ за два года сократился на 8 п.п. и полностью перераспределился в категорию «затрудняюсь ответить». Социальным сетям и социальным медиа склонны

доверять 22% респондентов, эта категория также получила наивысший уровень недоверия: 55% респондентов склонны не доверять социальным сетям и медиа (без статистически значимых изменений за два года). Негосударственные СМИ оказались на втором месте по уровню недоверия, об этом сообщили 50% респондентов.

Организации Объединённых Наций (ООН) и Европейскому союзу склонны доверять лишь 25% и 20% респондентов, соответственно. Парламенту, государственным чиновникам и политическим партиям в Беларуси склонны доверять 32%, 23% и 17% респондентов, где политические партии получили минимальный уровень доверия из всех перечисленных институтов. Уровень неопределённости с ответом статистически значимо вырос в оценке уровня доверия как парламенту (+10 п.п.), так и политическим партиям (+8 п.п.).

В данной волне опроса не наблюдается статистически значимых различий в повышении уровня доверия перечисленным институтам. Напротив, наблюдается тенденция со статистически значимым перераспределением ответов из категории «не доверяю» в категорию «не знаю» и «затрудняюсь с ответом». Это может указывать как на действительное снижение уровня недоверия среди белорусских респондентов, так и на страх давать ответ на вопрос о доверии социальным институтам.

Рисунок 12. Уровень доверия институтам



Примечание: график сформирован исходя из ответов респондентов на вопрос, доверяют или не доверяют респонденты перечисленным институтам; значения на графике отображают изменения в долях респондентов с июля 2024 по июль 2026; *** выделены институты со статистически значимыми различиями в ответах за два года; жирным шрифтом выделены статистически значимые различия.

Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси приблизился к положительной зоне индекса, составив -0.8% по методологии Росстата и -0.2% по методологии Евростата. По сравнению со значительным улучшением значения индекса в большинстве европейских странах, белорусский индекс практически не изменил своего значения (увеличение индекса на 0.9 п.п. в Беларуси по сравнению с 5.1 п.п. в среднем по европейским странам). Начиная со второго квартала 2024 года, траектория белорусского индекса разошлась с российским, который в течение этого периода закрепился в отрицательной зоне. Среди компонентов индекса потребительской уверенности хуже всего респонденты оценили благоприятность времени для крупных покупок (-9.5%), состояние экономики Беларуси (-3%) и материальное положение семьи (-3%) за прошедший год, а лучше всего – ожидаемое материальное положение семьи (9.6%) и экономическую ситуацию в стране в течение следующего года (2%).