Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания

Co-funded by the European Union

FREE NETWORK

Sweden Sverige

Домашние хозяйства

Ноябрь 2026 г.

Резюме

- Индекс потребительской уверенности в четвёртом квартале 2026 года сократился на 0.2 п.п. (по методологии Росстата) и составил -1%.
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил -0.8%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за октябрь 2026 года снизилось и составило -18.3%.
- Индекс несколько снизился в основном за счёт роста негативных оценок материального положения семьи и ожиданий от изменения материального положения.
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, составила 27%.
- О дефиците кадров в сфере, где они работают, сообщили 53% респондентов.

Методология

Бюллетень подготовлен на основе данных 19 онлайн-опросов городских жителей в возрасте 18–64 лет; выборка соответствует структуре городского населения Беларуси и скорректирована по полу, региону и возрасту:

1) 2–8 декабря 2021 (1004 респондента),
2) 19–25 апреля 2022 (1007 респ.),
3) 26–31 августа 2022 (1001 респ.),
4) 21–25 ноября 2022 (992 респ.),
5) 2–4 марта 2023 (1014 респ.),
6) 28–30 июня 2023 (1009 респ.),
7) 9–11 октября 2023 (1003 респ.),
8) 6–12 февраля 2024 (998 респ.),
9) 15–22 мая 2024 (1002 респ.),
10) 24–25 июля 2024 (1001 респ.),
11) 8–10 ноября 2024 (991 респ.),
12) 31 января–16 февраля 2025 (973 респ.),
13) 30 апреля–7 мая 2025 (1000 респ.),
14) 14–18 июля 2025 (1005 респ.),
15) 24–29 октября 2025 (1003 респ.),
16) 3–6 февраля 2026 (1005 респ.),
17) 22–27 апреля 2026 (1005 респ.),
18) 27–29 июля 2026 (1003 респ.),
19) 22–23 октября 2026 (1000 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.

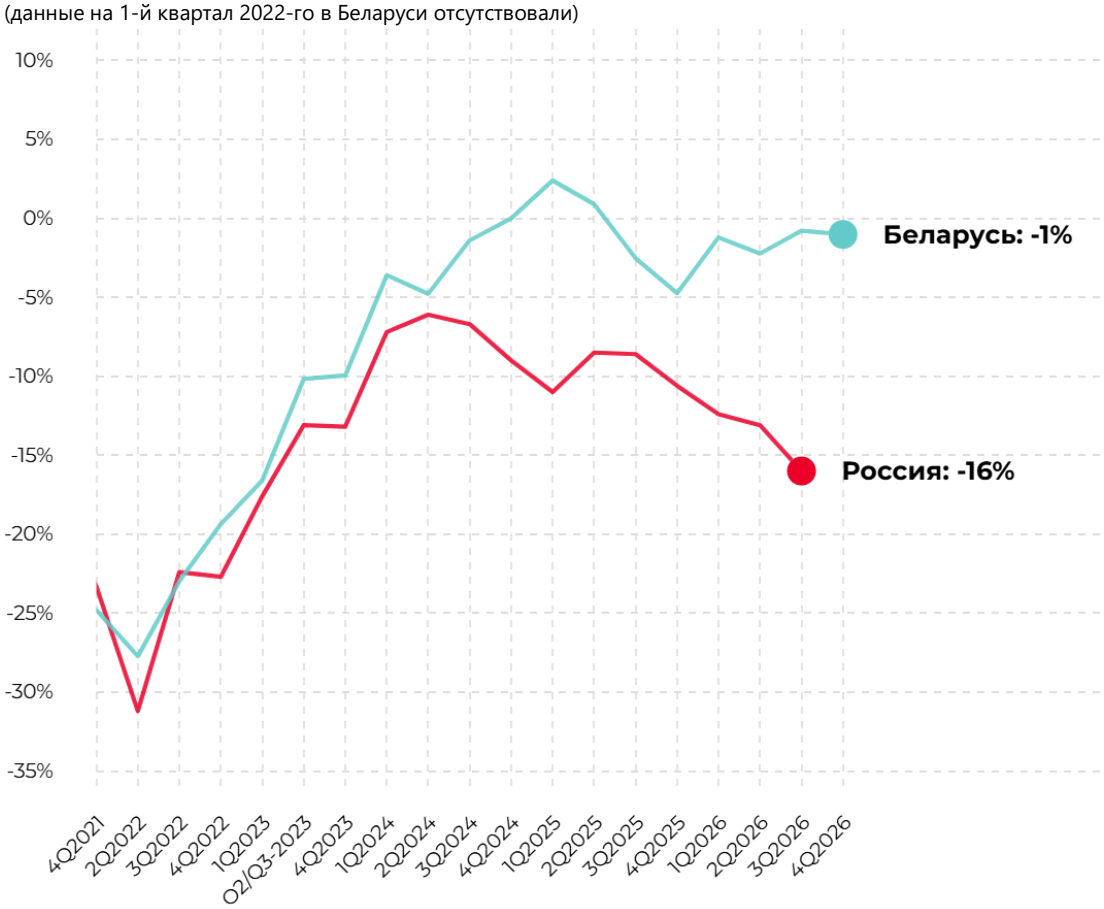
Оценка значений индекса потребительской уверенности

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

Белорусский индекс потребительской уверенности, включающий 5 компонентов (методология Росстата), сократился на 0.2 п.п., оставаясь в близкой к нейтральной зоне индекса и составив -1%. В России значение индекса сохраняется в отрицательной зоне, сократившись на 2.9 п.п. и составив -16% (по данным за август 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 – август 2026), для Беларуси – расчёты авторов.

Беларусь и ЕС

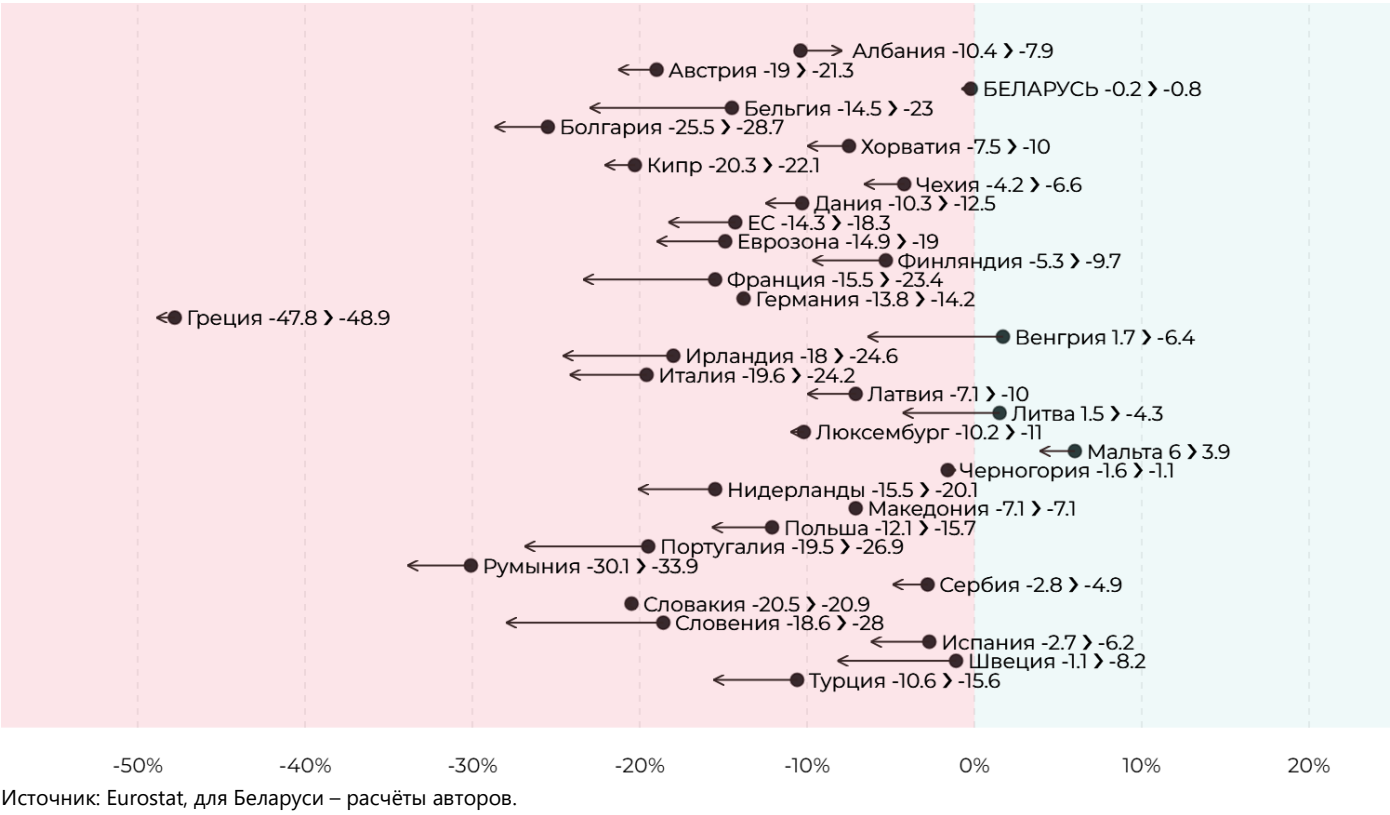
Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси, рассчитанного по методологии Евростата, в октябре 2026 составило -0.8%, сохраняясь вблизи нейтральной зоны индекса.

В большинстве европейских стран наблюдалось ухудшение индекса: так, с июля по октябрь 2026 года его среднее значение по странам ЕС сократилось на 4 п.п., составив -18.3%. Рост индекса зафиксирован только в Албании (+2.5 п.п.) и Черногории (+0.5 п.п.), а наибольшее снижение – в Словении (-9.4 п.п.), Бельгии (-8.5 п.п.) и Венгрии (-8.1 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности наблюдалось в Греции (-48.9%), самое высокое – третий квартал подряд на Мальте (3.9%). При этом снижение индекса последовало за его восстановлением в предыдущем квартале.

В соседних с Беларусью странах ухудшение индексов было более выраженным: в Литве индекс сократился на 5.8 п.п., в Польше – на 3.6 п.п., в Латвии – на 2.9 п.п. Литовский индекс вернулся в отрицательную зону.

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

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



Источник: Eurostat, для Беларуси – расчёты авторов.

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. 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 четвёртом квартале 2026 года доля негативных оценок текущего состояния экономики сократилась до 26% (-2 п.п. к предыдущему кварталу), тогда как доля негативных оценок материального положения семьи выросла до 31% (+4 п.п. к предыдущему кварталу). Таким образом, негативные оценки по семье впервые за несколько волн заметно выше, чем по экономике. Доля респондентов, считающих, что в экономической ситуации за прошедший год не произошло никаких изменений, составила 36% (-1 п.п. к предыдущему кварталу), а доля позитивных ответов выросла на 1 п.п. и составила 24%. Об улучшении материального положения семьи сообщили 21% респондентов (-2 п.п.), об отсутствии изменений – 46% горожан (-1 п.п.).

Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 27% 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 20% 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 16% респондентов, а улучшения – 32% горожан.

Оценка условий для совершения крупных покупок несколько улучшилась за прошедший год (Рис. 3 – Q5): так, время для крупных покупок назвали благоприятным 17% респондентов (+2 п.п. г/г), 28% считают, что время скорее неблагоприятное (-1 п.п. г/г), а 43% 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 (+4 п.п. г/г).

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?

4Q2026	3	21	36	21	5	14
3Q2026	4	19	37	24	4	13
2Q2026	4	16	31	29	5	15
1Q2026	3	18	34	23	6	15
4Q2025	4	17	32	26	7	15
3Q2025	3	18	32	28	6	14
2Q2025	4	22	31	24	5	14
1Q2025	5	21	34	20	6	14
4Q2024	5	21	30	22	7	15
3Q2024	3	20	30	26	7	13
2Q2024	3	17	30	27	9	14
1Q2024	3	19	31	25	8	14
4Q2023	2	15	30	28	11	13
2Q2023	2	16	25	32	12	13
1Q2023	1	12	22	37	19	8
4Q2022	3	9	17	38	25	9
3Q2022	2	6	17	39	27	10
2Q2022	1	4	15	39	31	10
4Q2021	1	4	15	39	33	8

Q2 Как изменится она через год? Станет

4Q2026	5	20	29	16	4	27
3Q2026	5	20	29	17	4	25
2Q2026	5	19	27	18	3	27
1Q2026	6	21	24	17	5	28
4Q2025	4	19	28	18	6	26
3Q2025	4	21	24	20	6	25
2Q2025	6	24	23	16	5	27
1Q2025	7	23	25	14	5	25
4Q2024	6	21	24	14	6	29
3Q2024	4	20	22	20	7	27
2Q2024	4	17	24	18	7	29
1Q2024	4	21	23	19	6	26
4Q2023	4	16	24	18	10	28
2Q2023	3	19	21	20	10	27
1Q2023	2	19	19	24	12	24
4Q2022	3	14	19	21	15	27
3Q2022	2	14	18	23	16	26
2Q2022	3	15	11	21	20	29
4Q2021	2	10	15	22	22	30

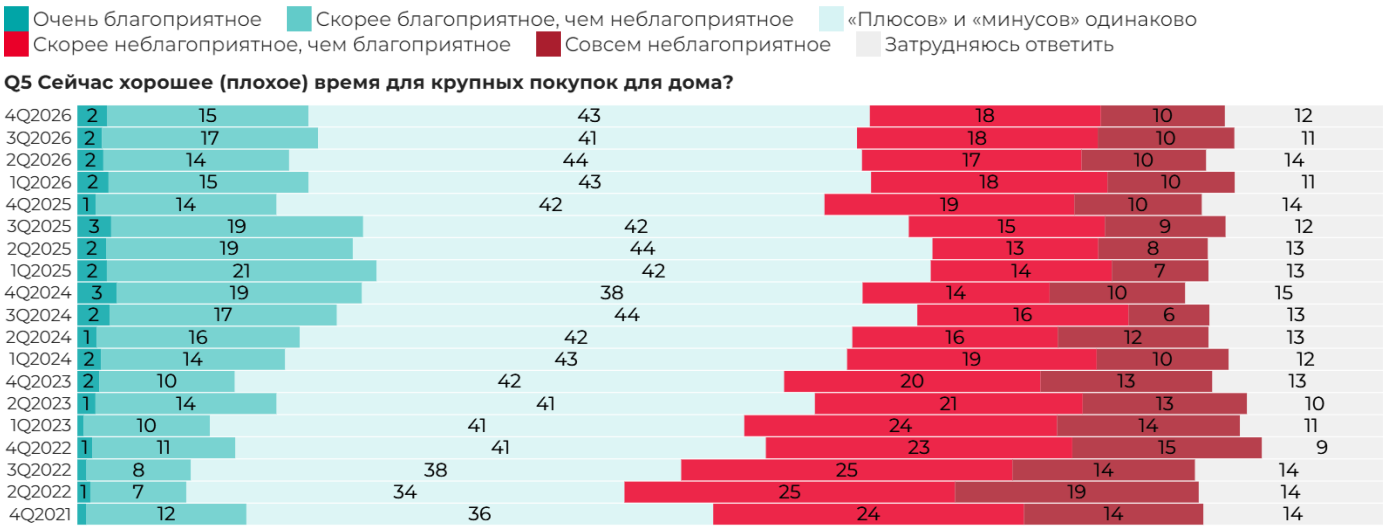
Q3 Материальное положение Вашей семьи за прошедший год?

4Q2026	2	19	46	26	5	2
3Q2026	2	21	47	22	5	3
2Q2026	2	18	44	27	5	4
1Q2026	3	19	42	26	6	4
4Q2025	2	17	43	28	6	3
3Q2025	2	18	44	27	5	4
2Q2025	2	21	44	26	5	3
1Q2025	3	20	45	24	5	3
4Q2024	3	20	44	25	5	3
3Q2024	3	20	47	22	5	3
2Q2024	2	19	45	26	6	2
1Q2024	3	19	43	27	5	3
4Q2023	2	16	45	27	8	3
2Q2023	2	17	37	33	8	3
1Q2023	1	15	35	39	7	2
4Q2022	2	12	36	37	10	3
3Q2022	1	10	34	39	12	4
2Q2022	1	9	32	39	15	4
4Q2021	2	11	36	38	10	3

Q4 Как оно изменится в следующие 12 месяцев? Станет

4Q2026	4	28	39	14	2	14
3Q2026	4	27	42	11	2	14
2Q2026	4	28	37	13	2	17
1Q2026	6	27	37	14	2	15
4Q2025	4	23	39	17	2	15
3Q2025	6	23	38	15	2	16
2Q2025	5	29	35	15	2	15
1Q2025	5	28	36	14	2	14
4Q2024	5	25	38	13	3	17
3Q2024	5	25	38	14	2	15
2Q2024	4	23	37	16	3	16
1Q2024	4	27	36	16	1	16
4Q2023	3	22	36	18	4	17
2Q2023	4	22	37	17	3	16
1Q2023	2	22	34	21	5	16
4Q2022	4	17	31	25	5	17
3Q2022	2	17	30	27	5	18
2Q2022	2	13	25	31	9	21
4Q2021	3	18	28	25	7	19

3Б. Восприятие текущего времени как подходящего для крупных покупок



Оптимисты и пессимисты

Среднее значение индекса потребительской уверенности по методологии Евростата составило -0.8%, а компонента оценки будущего состояния экономики страны – 2.8% (Рис. 4А). Наиболее позитивный вклад в индекс внёс компонент оценки будущего материального положения семьи, составив 8.4%.

В гендерном разрезе мужчины демонстрируют более высокий уровень потребительской уверенности: индекс составил 0.2% среди мужчин и -1.7% среди женщин. При этом женщины более оптимистично оценивают перспективы для экономики: компонент будущего составил 4% среди женщин и 1.5% среди мужчин.

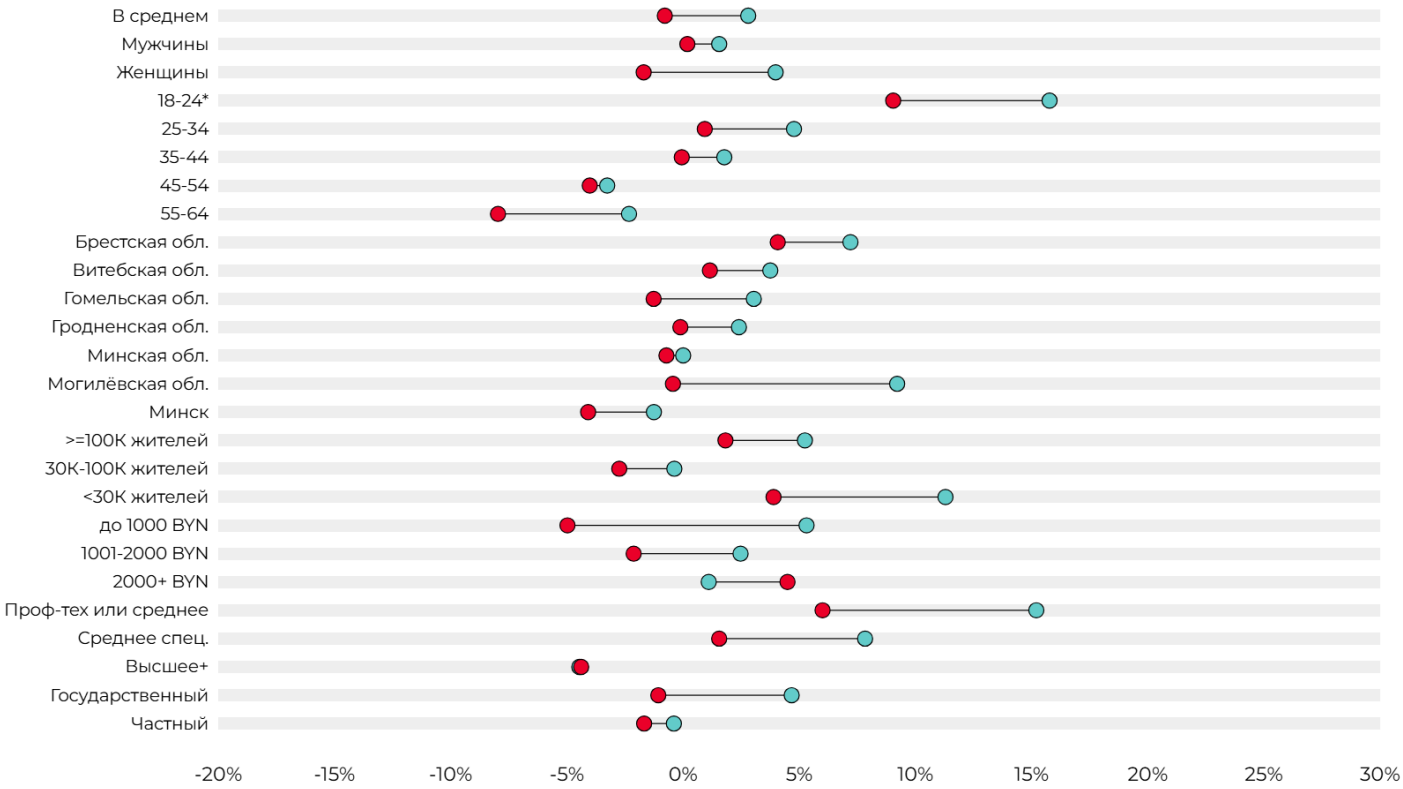
В возрастном разрезе наименее пессимистичные оценки текущей и будущей ситуации демонстрируют респонденты 18–24 лет (аналогичная тенденция наблюдается во многих странах, что может быть связано с выходом молодёжи на рынок труда и ожиданиями роста доходов). Самое низкое значение индекса традиционно зафиксировано у респондентов 55–64 лет (-8%); значение компонента будущего в этой группе составило -2.3%, тогда как наиболее низкий – у респондентов 45–54 лет (-3.3%).

В региональном разрезе наиболее пессимистичные настроения зафиксированы в Минске (индекс составил -4.1% в октябре 2026 года), тогда как наиболее оптимистичные – в Брестской (4.1%) и Витебской (1.1%) областях. Наиболее позитивные оценки будущего экономики страны демонстрируют жители Могилёвской, Брестской и Витебской областей: значения соответствующего компонента находятся в положительной зоне и варьируются от 3.8% до 9.2%. Наиболее пессимистичные ожидания относительно будущего экономики зафиксированы в Минске (-1.3%), тогда как в Минской области значение компонента находится на нулевой отметке.

Рисунок 4. Индекс потребительской уверенности и компонент будущего страны

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

4А. Октябрь 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 -5%, а среди респондентов с доходами 2001BYN и выше значение положительное и составляет 4.5%. Наоборот, респонденты с высоким уровнем дохода наименее оптимистично оценивают будущую экономическую ситуацию в стране: значение компонента будущего составило 1.1% в сравнении со значениями компонента среди респондентов с доходами до 2000BYN, которые составили 2.5–5.3%.

Сотрудники частных предприятий оказались чуть более пессимистичны в четвёртом квартале 2026 года по сравнению с сотрудниками государственных компаний: так, индекс потребительской уверенности составил -1.7% среди работников частных компаний и -1.1% – среди государственных. Более того, сотрудники государственных компаний лучше оценили перспективы для экономики (4.7%) в сравнении с сотрудниками частных компаний (-0.4%).

Значения как компонента будущего страны, так и индекса потребительской уверенности демонстрировали разнонаправленную динамику с июля по октябрь 2026 (Рис. 4Б и 4В). Улучшение оценок индекса потребительской уверенности зафиксировано среди жителей Брестской и Минской областей, ухудшение – среди жителей Могилёвской области и среди женщин. Наиболее заметное улучшение в оценках будущего экономического состояния страны наблюдалось среди респондентов со средним и профессионально-техническим образованием и среди жителей городов с населением до 30 тысяч, ухудшение оценок – среди самых молодых респондентов (18–24 лет) и жителей Гродненской области.

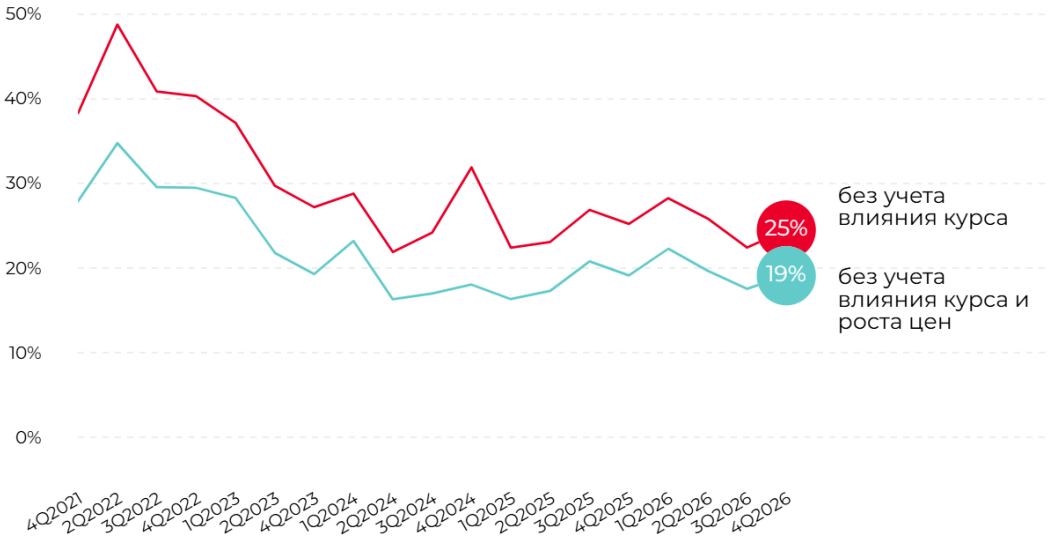
Доходы населения

Доля респондентов, которые в октябре 2026 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, составила 27% (+2 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 25% (изменение курса белорусского рубля стало важным фактором только для 6% респондентов). Основной причиной снижения доходов остаётся рост цен, на который указали 49% респондентов. Однако если исключить влияние роста цен и изменения курса, то доля респондентов, чьи доходы снизились по другим причинам, составляет 19% (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 IT-секторе.

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



Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), в октябре 2026 респонденты чаще экономили на досуге и еде, а также откладывали обязательные платежи (коммунальные услуги, выплаты по кредиту). Любопытно, что в 2024 году респонденты более охотно откладывали крупные покупки и экономили на одежде, тогда как с 2025 года более популярным вариантом стали просроченные обязательные платежи.

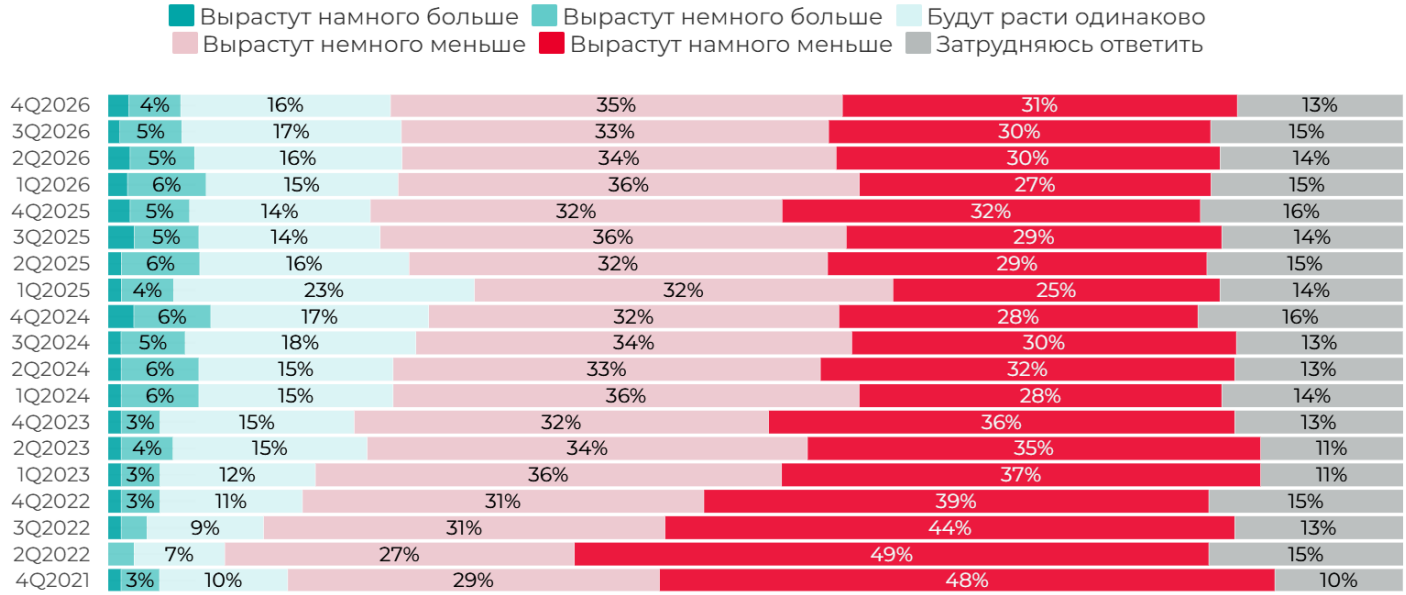
Рисунок 5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 27%, 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. К началу 2025 году доля пессимистичных ответов снизилась в район 60%. В октябре 2026 года доля респондентов, полагающих, что их личные или семейные доходы вырастут быстрее цен, составила 5%. Тем не менее «уверенный оптимизм» так и не сформировался – большинство участников опроса по-прежнему ожидает, что рост доходов отстанет от роста цен (66% респондентов в октябре 2026).

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



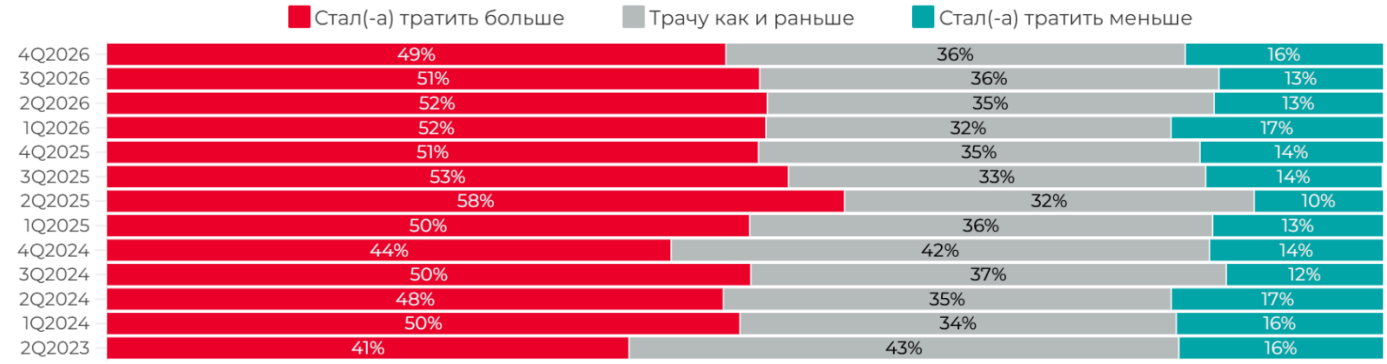
Сберегательное поведение

Доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, в октябре 2026 сохраняется на высоком уровне (49% респондентов), тогда как о сократившихся тратах сообщают только 16% горожан (Рис. 7А). На вопрос о причинах подавляющее большинство тех, кто стал тратить больше, указало на рост цен (79%). Второй по популярности причиной стал вариант ответа «просто стал(-а) тратить больше своих денег, чем раньше; перестал(-а) сберегать» (21%), в то время как рост зарплат заметили только 10%.

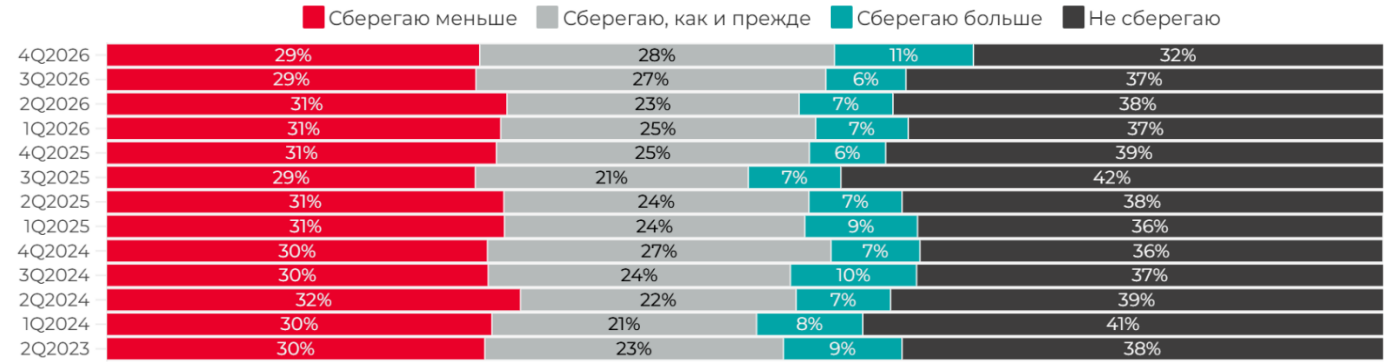
Доля респондентов, которые сообщили о том, что начали больше сберегать, выросла на 5 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом и составила 11%. Рост произошёл за счёт сокращения доли респондентов, не сберегающих вовсе: их доля снизилась с 37% до 32% в октябре 2026. Около 28% респондентов сберегают прежними темпами, а 29% горожан сберегают меньше (Рис. 7Б). Таким образом, желание и необходимость тратить больше всё ещё превалируют 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?



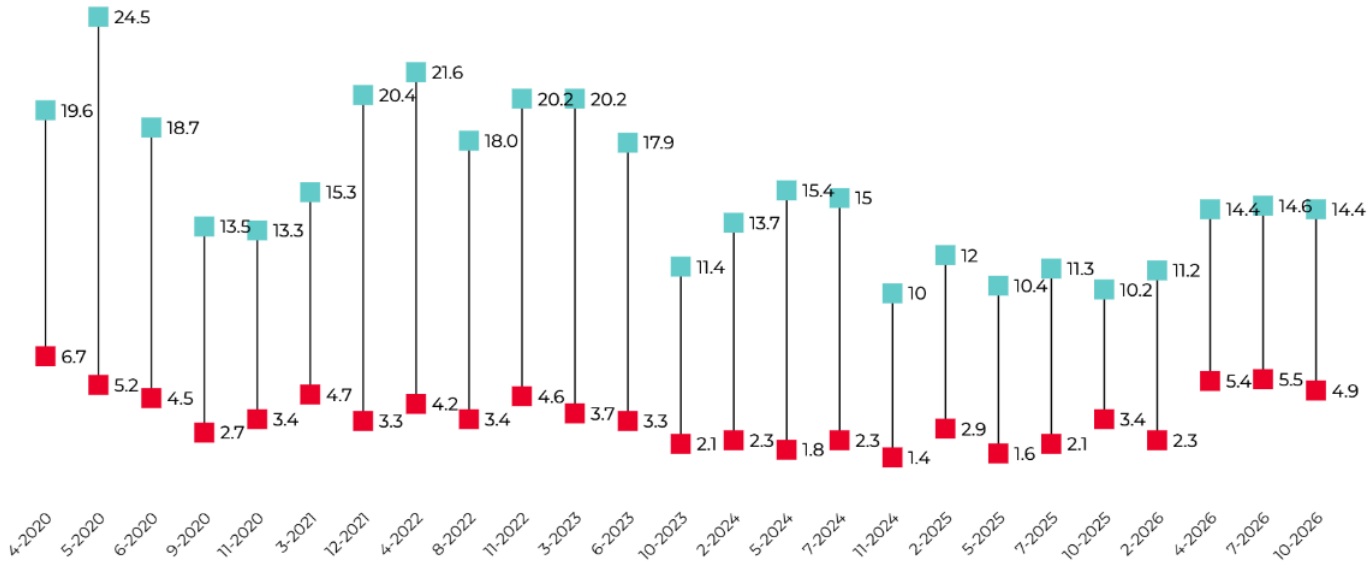
Рынок труда

На рынке труда долгое время сохранялась парадоксальная ситуация: при низкой доле потерявших работу (в среднем 3.8%) о потере работы среди друзей и знакомых сообщали значительно чаще – в среднем 19.7% респондентов (Рис. 8). Со временем разрыв между этими показателями начал сокращаться, и к концу 2024 года оба заметно снизились: в 4-м квартале 2024 года они достигли минимума, когда о собственной потере работы сообщили лишь 1.4% респондентов, а об увольнении кого-то из знакомых – 10%.

Однако в 2026 году ситуация изменилась: во втором и третьем кварталах доля потерявших работу выросла до 5.4–5.5%, а доля сообщивших об увольнении знакомых – до 14.4–14.6% горожан. В четвёртом квартале 2026 года оба показателя немного снизились: до 4.9% (-0.6 п.п. к предыдущему кварталу) и 14.4% (-0.2 п.п.) соответственно, но по-прежнему остаются заметно выше минимума конца 2024 года. Среди тех, кто потерял работу в октябре 2026 года, несколько чаще встречались самозанятые/предприниматели, неквалифицированные рабочие (курьеры, уборщики и т.д.) и работники сферы обслуживания (парикмахеры, повара и т.д.).

Рисунок 8. Какова доля безработных? Я потерял работу и кто-то из моих знакомых

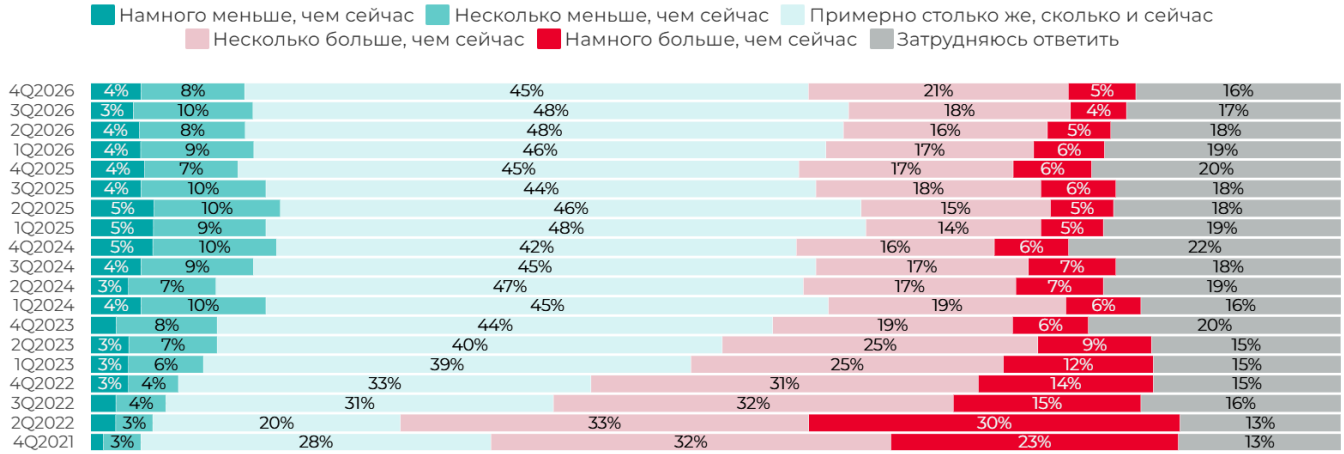
(доля тех, кто сообщает о потере работы, в %)



О нехватке кадров в сфере своей занятости сообщили 53% респондентов (-2 п.п. к предыдущему кварталу). Категории респондентов, отмечающих дефицит кадров, вновь изменились после периода стабильности предыдущих нескольких волн опроса. Так, в октябре 2026 года о нехватке кадров несколько чаще других сообщали респонденты, занятые в транспорте и связи, образовании и здравоохранении, а также сотрудники государственных предприятий. Традиционно о дефиците кадров в своей сфере сообщают менеджеры и управляющие.

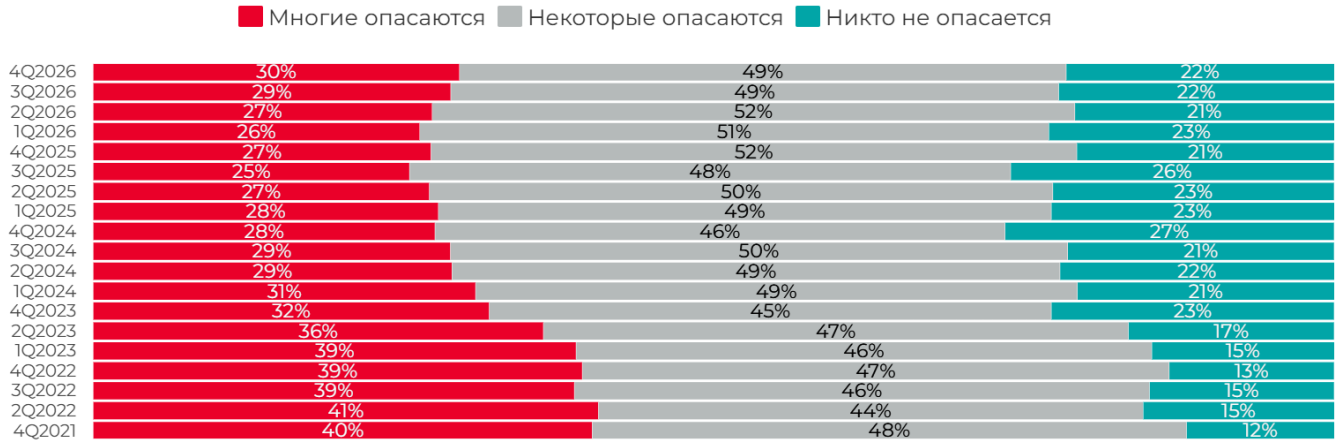
Закономерно, что в условиях дефицита на рынке труда в восприятии безработицы респондентами за четыре года наблюдается позитивный тренд (Рис. 9): доля тех, кто ожидает роста количества безработных, снизилась с 45% в четвёртом квартале 2022 года до 26% в четвёртом квартале 2026 года. Вместе с тем в последнем квартале показатель вырос на 4 п.п. (с 22% в третьем квартале) и стал самым высоким с начала 2024 года. Доля респондентов, считающих, что безработица останется на прежнем уровне, выросла с 33% в четвёртом квартале 2022 года до 45% в октябре 2026 года.

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



Респонденты в целом 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 октябре 2026 года эта доля составила 30%. Вместе с тем с минимума в 25% в третьем квартале 2025 года показатель вырос, превысив все значения 2025–2026 годов. В то же время доля тех, кто отмечает, что «некоторые опасаются потерять работу», остаётся практически неизменной на протяжении всех волн исследования (44–52%). Напротив, доля респондентов, полагающих, что никто не опасается потерять работу, за тот же период увеличилась на 8 п.п., достигнув 22% в четвёртом квартале 2026 года.

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

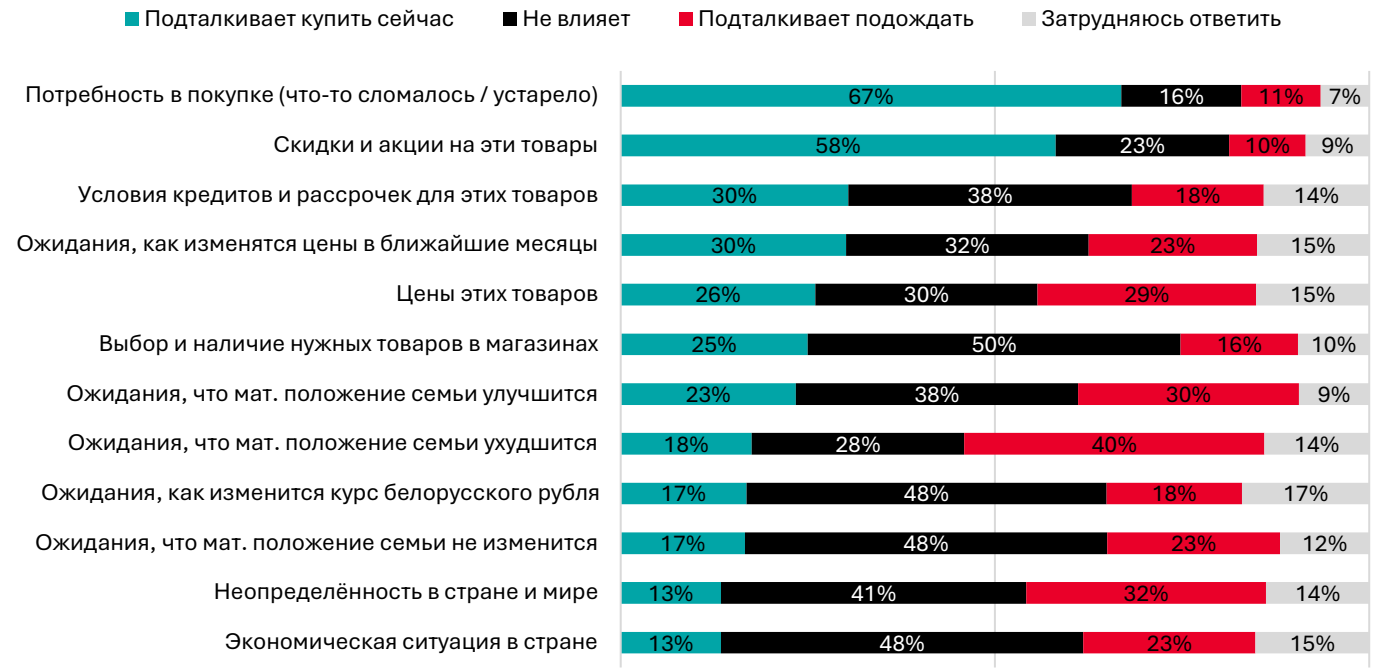


Крупные покупки: лучше сейчас, чем потом

Помимо оценок экономики и личных ожиданий, важно понять, как эти настроения отражаются на потребительском поведении. Для этого респондентам было предложено ответить на вопрос, как на решение о крупной покупке повлиял бы каждый из ряда факторов, и какое из двух противоположных утверждений о выборе момента для покупки лучше отражает их мнение.

Решение о покупке в первую очередь определяется практическими соображениями, а не макроэкономическим фоном (Рис. 11). Сильнее всего к покупке «сейчас» подталкивает потребность (67%: что-то сломалось или устарело) и скидки с акциями (58%). На третьем месте среди факторов, ускоряющих покупку, находятся условия кредитов и рассрочек (30% респондентов они подталкивают купить сейчас). Столь же умеренно действуют ожидания респондентов о том, как изменятся цены в ближайшие месяцы: 30% респондентов предпочли бы купить сейчас, 23% – подождать. Заметнее респонденты реагируют на ожидаемую динамику цен, чем на сами цены на товары: сами цены подталкивают купить сейчас 26%, а подождать – 29%, тогда как ожидание изменения цен, наоборот, смещает баланс в сторону немедленной покупки.

Рисунок 11. Как на решение о покупке повлиял бы каждый из факторов?



Ожидания относительно доходов работают в обратную сторону и склоняют к осторожности. Среди тех, кто ожидает ухудшения материального положения семьи, 40% предпочли бы подождать и лишь 18% купить сейчас (-22 п.п.): это самый сильный сдерживающий фактор. Ожидание улучшения материального положения тоже слегка смещает баланс в сторону отсрочки (30% против 23%, -7 п.п.). Схожим образом на покупки влияет неопределённость в стране и мире: 32% она подталкивает подождать, 13% – купить сейчас (-19 п.п.).

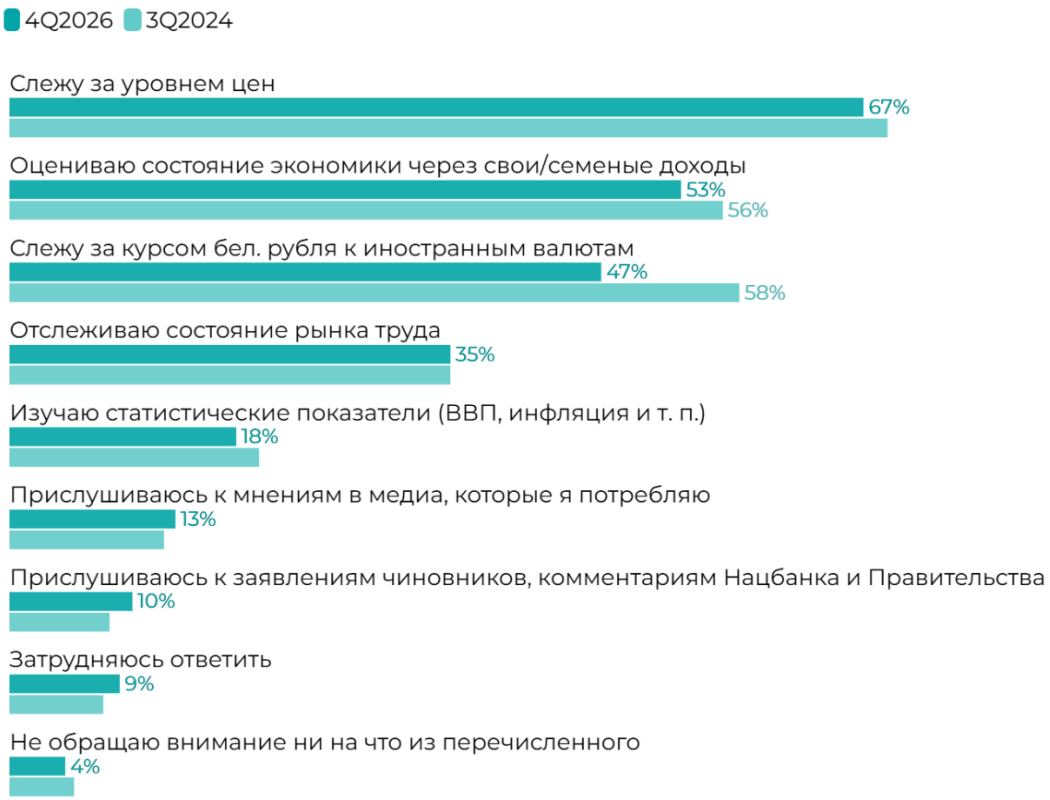
Менее значимы общая экономическая ситуация в стране и курс белорусского рубля: для 48% респондентов ни один из этих факторов на решение о покупке не влияет. Таким образом, макроэкономический фон учитывается преимущественно через личные ожидания и неопределённость, а не напрямую.

Эти тенденции подтверждает и общая оценка выбора момента для покупки. Почти половина респондентов (49%) считает, что «нужные крупные вещи лучше покупать сейчас, пока есть возможность, поскольку потом условия могут ухудшиться». С покупками предпочли бы подождать в расчёте на улучшение условий 27% опрошенных, то есть почти вдвое меньше. Ещё 21% затрудняются ответить. Преобладание ориентации на «покупать сейчас» согласуется с тем, что главными причинами покупок названы потребность и скидки, и свидетельствует о настороженных ожиданиях: респонденты скорее опасаются ухудшения условий, чем рассчитывают на их улучшение. При этом, согласно Рис. 3 (Q5), только 17% считают нынешнее время благоприятным для крупных покупок, а 28% – неблагоприятным. Иными словами, респонденты не считают момент хорошим, но предпочитают не откладывать нужные покупки.

Высокая тревога, неопределённость и желаемые перемены

В рамках данного опроса респондентов попросили рассказать, на что они обращают внимание, оценивая состояние экономики страны (Рис. 12). Подобные вопросы были также заданы респондентам в третьем квартале 2024 года: текущий анализ позволяет оценить динамику за два прошедших года. Так, главным индикатором состояния экономики остаётся уровень цен: за ним следят 67% опрошенных. Почти так же часто экономику оценивают через собственные и семейные доходы (53%). При этом заметно снизилась значимость изменения курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам: если в третьем квартале 2024 года за ним следили 58% респондентов, то в октябре 2026 года – 47% (-11 п.п.), и по значимости он уступил личным доходам. Состояние рынка труда отслеживает каждый третий респондент (35%), тогда как статистические показатели (ВВП, инфляция) изучают 18%, прислушиваются к мнениям в медиа 13%, а к заявлениям чиновников, Нацбанка и Правительства – 10%. Таким образом, при оценке состояния экономики респонденты в первую очередь ориентируются на факторы, непосредственно влияющие на их повседневную жизнь, и в этом контексте значимость обменного курса белорусского рубля за последние два года снизилась.

Рисунок 12. Когда оцениваете состояние экономики страны, на что Вы обращаете внимание?



Общий уровень тревоги растёт (Рис. 13). Почти всё время или большую часть времени за последний месяц нервничали, тревожились или чувствовали себя напряжённо 36% респондентов, тогда как год назад, по их собственной оценке, таких было 23%. Доля ответивших «почти всё время» выросла с 6% до 16% респондентов. Одновременно

сократилась доля тех, кто испытывал такие чувства редко (с 23% до 15%), а наиболее распространённым ответом остаётся «время от времени» (42% против 41%).

Рисунок 13. Как часто Вы нервничали, тревожились или чувствовали себя напряжённо?



Рисунок 14. Легко ли предсказать, как сложится финансовое положение семьи в ближайший год?



Тревожность усиливается тем, что будущее трудно планировать (Рис. 14): 65% респондентов считают, что финансовое положение их семьи в ближайший год предсказать «скорее трудно» (36%) или «трудно» (29%), и лишь 22% оценивают это как «легко» или «скорее легко». Ещё 15% затрудняются ответить, что делает оценку будущих личных финансов ещё более неопределённой.

Рисунок 15 демонстрирует, что именно вызывает беспокойство. Сильнее всего респондентов волнуют бытовые и личные вопросы: рост цен на товары и услуги (73%), будущее детей или молодых родственников (72%) и собственное финансовое положение (71%). Далее следуют состояние здоровья (67%) и надёжность работы или источника дохода (59%). Перспектива расширения конфликта в регионе и ход конфликта в Украине беспокоят 57% и 55% респондентов, соответственно. Заметно реже называют отношения Беларуси с ЕС и США (43%), экономическую и политическую ситуацию в России (38%), колебания валютных курсов (37%) и отношения Беларуси с Россией (36%). Меньше всего беспокоят сложности с выездом за границу и возможность общаться и видеться с друзьями и родственниками (по 31%), а также с переводом денег за рубеж (19%). Вопросы о войне и международных отношениях при этом вызывают наибольшую долю затруднившихся ответить (9–10%).

Рисунок 15. Насколько сильно Вас беспокоит…



Желаемые изменения во многом отражают эти беспокойства. Респондентам было предложено выбрать 3 изменения (из 11), которые они больше всего хотели бы увидеть в течение ближайшего года. На первом месте закономерно оказался рост зарплат и пенсий – это изменение выбрали 58% респондентов. На втором месте по значимости оказалось завершение конфликта в Украине – об этом сообщили 47% респондентов. На третьем месте – стабилизация цен (40%). Каждый четвёртый (27%) ожидает больше возможностей найти работу или подработку. Нормализацию отношений Беларуси с ЕС и США назвали 21%, стабилизацию курса белорусского рубля – 15%, восстановление транспортного сообщения с ЕС – 14%, упрощение виз – 13%. Более доступные кредиты выбрали 9% респондентов, более широкий выбор товаров из ЕС и США и упрощение денежных переводов – по 5%.

Запрос на улучшение благосостояния и социальной защищённости прослеживается и в представлениях о том, на что государство должно тратить бюджетные средства (Рис. 16). В первую очередь респонденты хотели бы финансировать здравоохранение (58%), далее – социальную защиту и пенсии (34%), образование (31%) и поддержку семей с детьми (22%). Наиболее однозначно респонденты высказались о государственном управлении: 40% потратили бы на него бюджетные средства в последнюю очередь и лишь 1% – в первую. Поддержку частного бизнеса и государственных предприятий в последнюю очередь поставили 18% и 16% соответственно, что почти вдвое больше, чем выбравших их в первую очередь (по 9%). Мнения о расходах на оборону разделились (12% в первую очередь и 14% в последнюю), а общественную безопасность и правоохранительные органы (8% и 15%), а также культуру (3% и 13%) чаще назвали направлениями низкого приоритета.

Рисунок 16. На что государство должно тратить бюджетные средства?



Примечание: респондентам предлагалось выбрать до трёх приоритетов, на которые государство должно тратить бюджетные средства в первую очередь, и до трёх – в последнюю очередь.

Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси оставался в близкой к нейтральной зоне индекса, составив -1% по методологии Росстата и -0.8% по методологии Евростата. По сравнению с ухудшением значения индекса в большинстве европейских стран, белорусский индекс практически не изменил своего значения (снижение индекса на 0.6 п.п. в Беларуси по сравнению с 4 п.п. в среднем по европейским странам). Со второй половины 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 (-8.4%), материальное положение семьи (-6%), состояние экономики Беларуси (-2%) за прошедший год, а лучше всего – ожидаемое материальное положение семьи (8.4%) и экономическую ситуацию в стране в течение следующего года (2.8%).