

## **Резюме**

- Индекс потребительской уверенности в 3-м квартале 2025 года сократился на 3,4 п.п. (по методологии Росстата) и составил -2,5%.
- Индекс потребительской уверенности без учёта компонента текущего состояния экономики (методология Евростата) составил -1,1%, в то время как среднее значение по странам Евросоюза за июль 2025 года оказалось значительно ниже: -13,5%.
- Индекс сократился в основном за счёт оценок экономической ситуации в стране, оценки собственного материального положения остались на уровне предыдущей волны.
- Доля респондентов, сообщивших о сокращении доходов, несколько выросла и составила 28%.
- 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 58% респондентов.

## **Методология**

Бюллетень подготовлен на основе данных 14 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.),      | 14) 14–18 июля 2025 (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

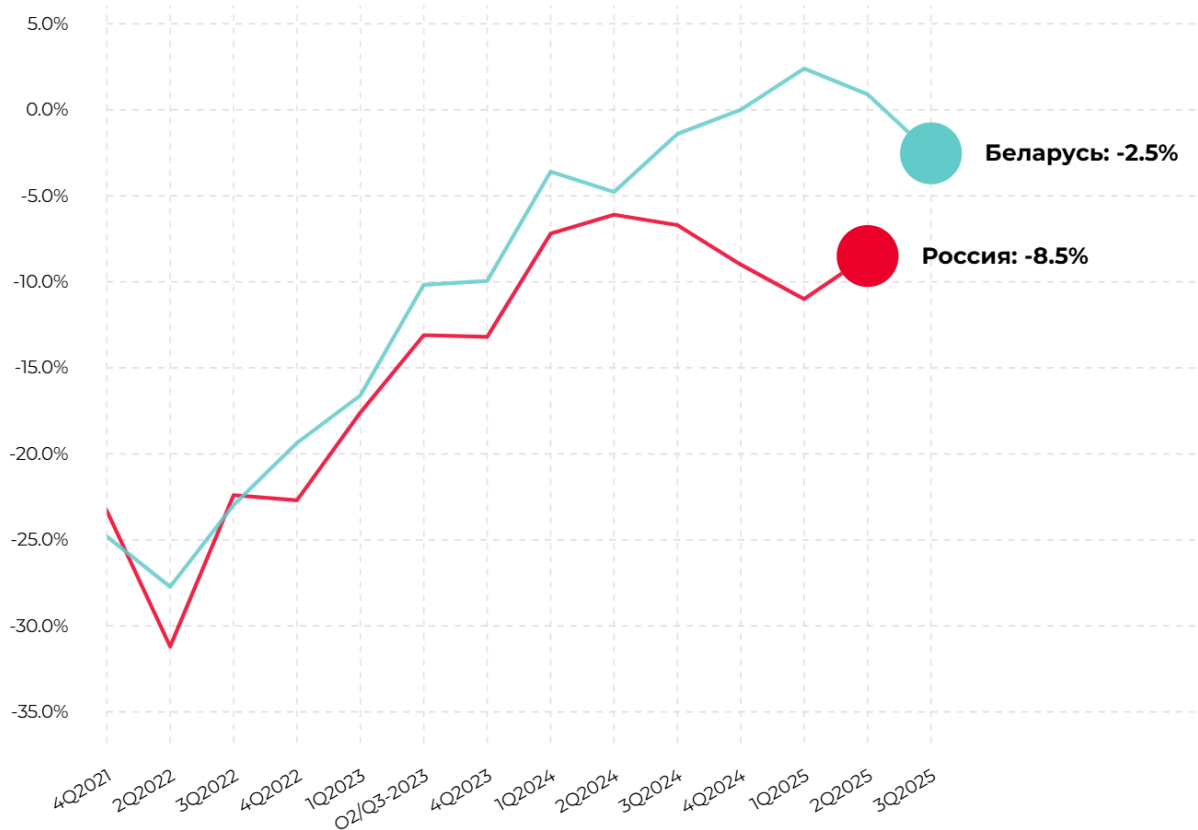
**Индекс потребительской уверенности** — сводный индикатор, который отражает оценку населением экономической ситуации в стране в целом и своего материального положения в частности. Помимо фактической оценки в индекс также включены вопросы, связанные с восприятием будущего: как изменится экономическая 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), покинул положительную зону индекса, составив -2,5%. Сокращение индекса на 3,4 п.п. стало самым значительным за все волны опроса, однако само значение по-прежнему остаётся высоким. В России значение индекса сохраняется в отрицательной зоне, увеличившись на 2,5 п.п. и составив -8,5% (по данным за май 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 2021–2025 гг.

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



Источник: Росстат, BEROС

#### Справочно. Почему актуально сравнивать Беларусь с Россией?

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

## Беларусь и ЕС

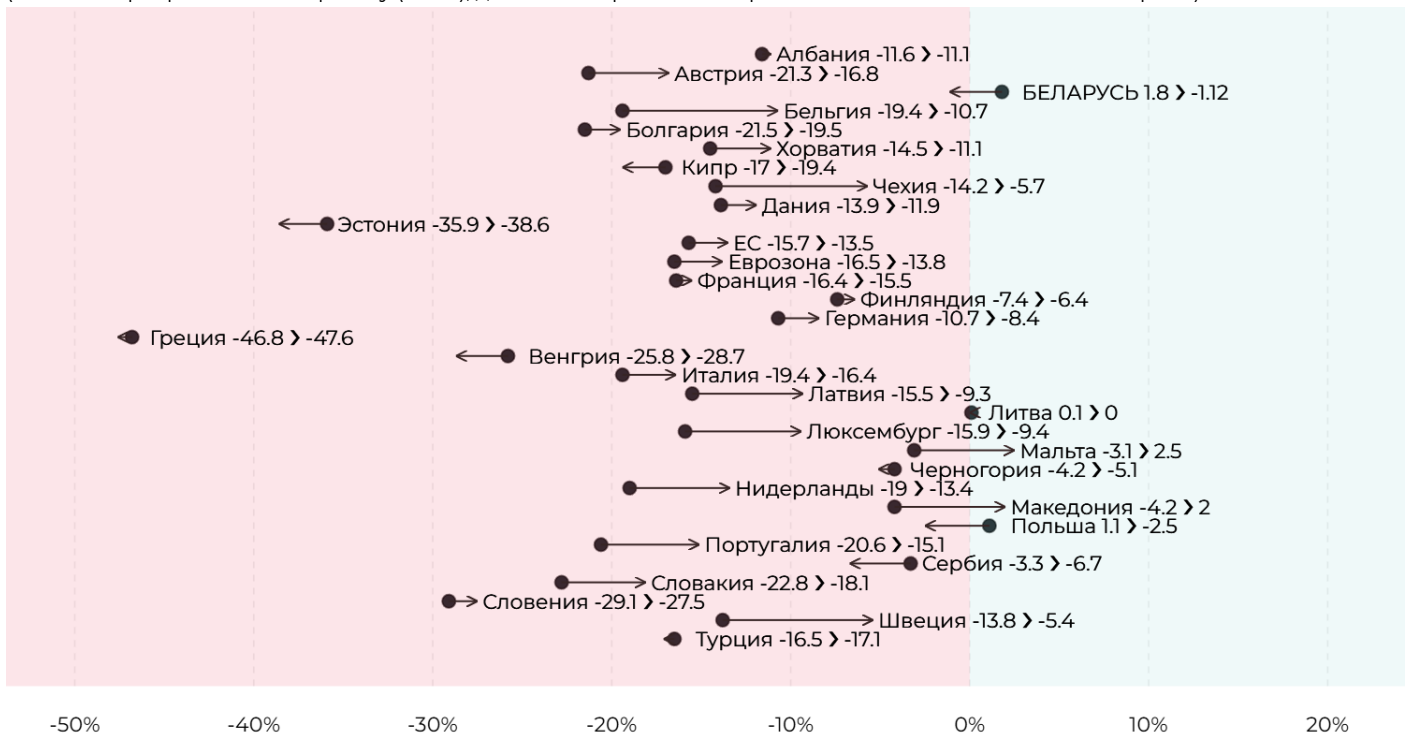
Значение индекса потребительской уверенности в Беларуси по методологии Евростата в июле 2025 вернулось в негативную зону индекса и составило -1,1%.

Падение индекса в Беларуси выделяется на фоне европейских стран: за 3-й квартал 2025 года индексы большинства обозреваемых европейских стран в среднем выросли на 2,2 п.п., составив -13,8%. Наибольший рост индекса наблюдался в Бельгии (+8,7 п.п.), Чехии (+8,5 п.п.) и Швеции (+8,4 п.п.), а наибольшее падение – в Польше (-3,6 п.п.), Сербии (-3,4 п.п.) и Беларуси (-2,9 п.п.). Самое низкое значение индекса потребительской уверенности традиционно зафиксировано в Греции (-47,6%), самое высокое – на Мальте (2,5%).

Что касается соседних стран, динамика индексов была разнонаправленной. В Литве показатель практически не изменился, сохранившись в нейтральной зоне (0%). В Польше индекс снизился и вернулся в негативную зону, достигнув -2,5%. В Латвии, напротив, зафиксирован заметный рост — до -9,3%.

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

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



Источник: Eurostat, BEROС

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.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [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.

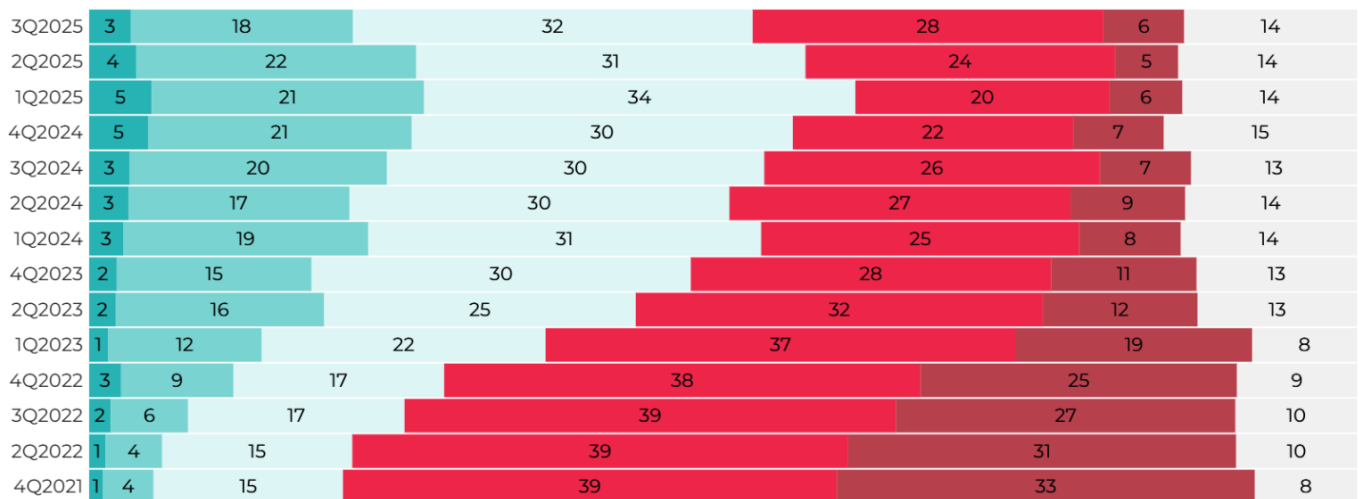
В волнах опроса 2021–2023 гг. население Беларуси более негативно оценивало экономическую ситуацию в стране, чем материальное положение семьи (Рис. 3 – Q1 и Q3). К концу 2024 и в 2025 годах разрыв в негативных оценках существенно сократился: в июле 34% и 32% респондентов соответственно отметили, что экономическая ситуация в стране и материальное положение семьи ухудшились за прошедший год. В оценках экономического состояния страны ситуация в июле 2025 схожа с ситуацией год назад: 21% считают, что ситуация улучшилась (-2 п.п. г/г), 32% считают, что ситуация не изменилась (+2 п.п. г/г), 34% считают, что ситуация ухудшилась (+1 п.п. г/г).

Рисунок 3. Компоненты индекса потребительской уверенности (%)

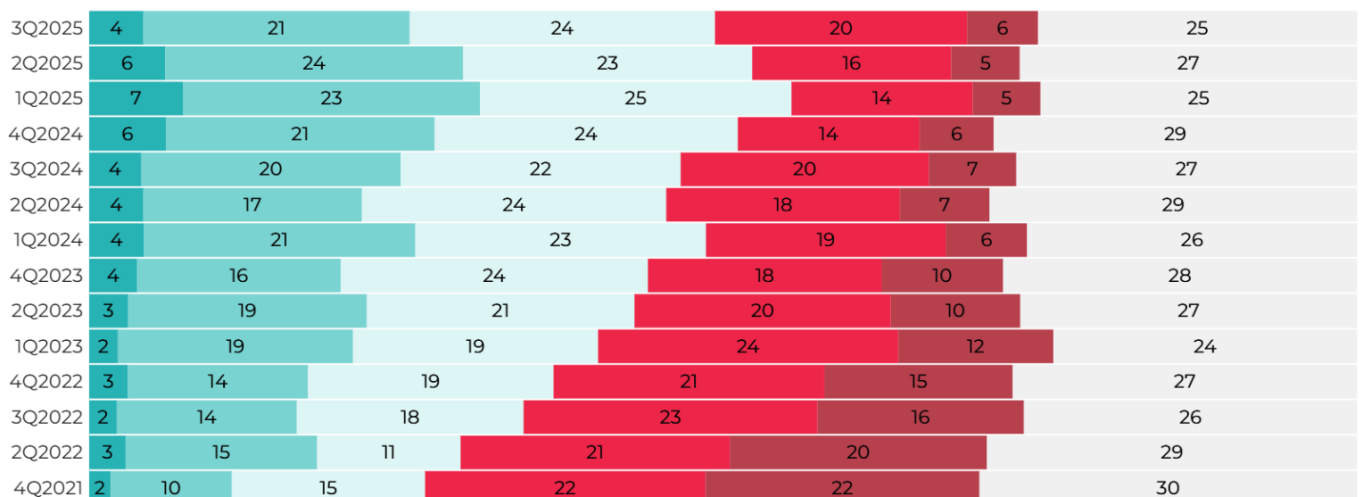
3А. Оценка экономической ситуации в стране

■ 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



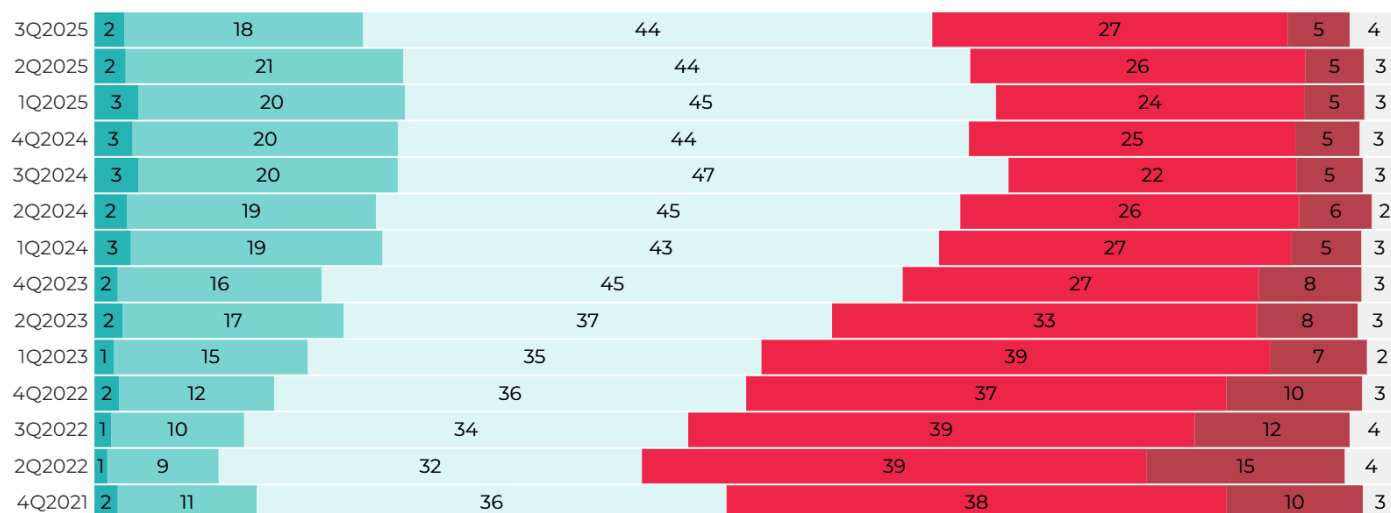
Оценки материального положения семьи в июле 2025 не претерпели значительных изменений: 20% респондентов сообщают об улучшении материального положения семьи (-3 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом), 44% не заметили изменений (-1 п.п. кв/кв), 32% сообщают об ухудшении (+1 п.п. кв/кв).

Говоря об оценках будущего, среди населения традиционно высок уровень неопределённости и невозможности прогнозирования (Q2 и Q4): так, 25% респондентов затрудняются в предполагаемой оценке экономической ситуации в стране; 16% не знают, что будет происходить с их материальным положением. Перспективы для экономики перестали оценивать однозначно хуже: 26% респондентов ожидают ухудшения и 25% – улучшения экономической ситуации в стране. Ожидания относительно изменения материального положения сохранились на позитивном уровне предыдущей волны: ухудшения своего материального положения ожидают только 17% респондентов, а улучшения – 29% (-5 п.п. кв/кв).

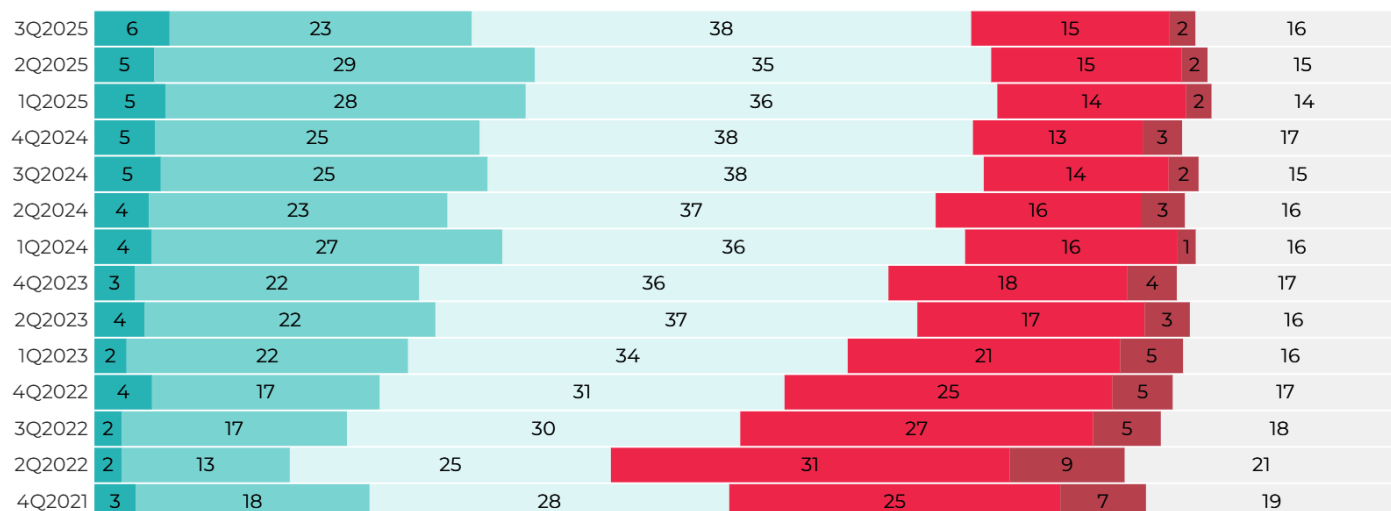
### 3Б. Оценка материального положения семьи

■ 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

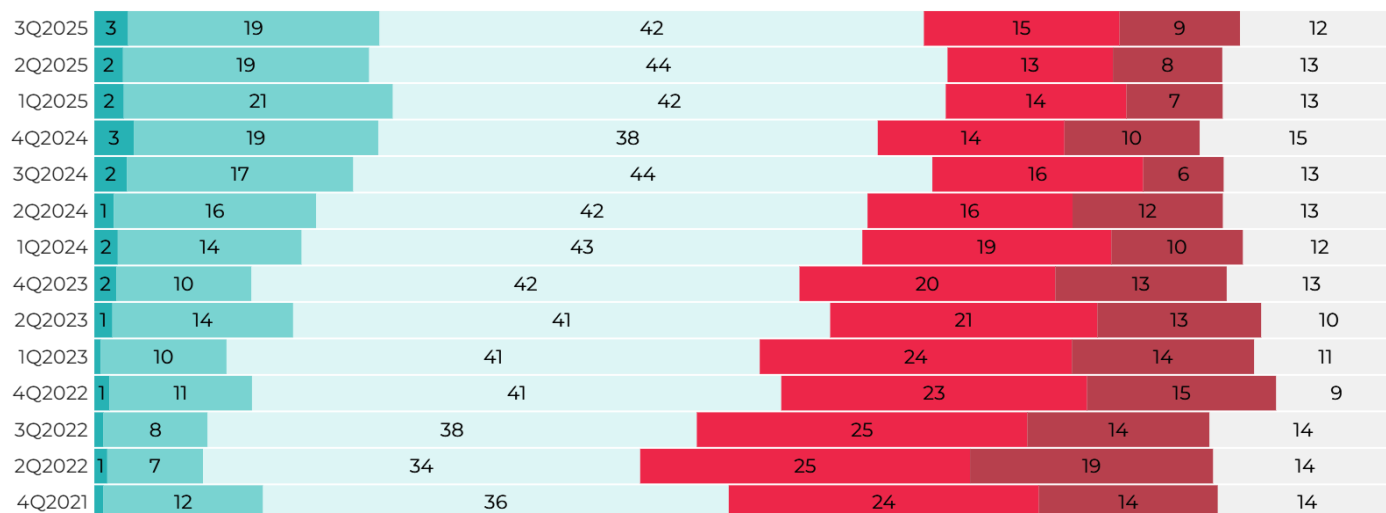


Оценка условий для совершения крупных покупок несколько ухудшилась за квартал: время для крупных покупок назвали благоприятным 22% респондентов (+1 п.п. кв/кв), 24% считают, что время скорее плохое (+3 п.п. кв/кв), а 42% отмечают равное соотношение плюсов и минусов (-2 п.п. кв/кв) (Q5). В то же время условия для сбережений назвали благоприятными 24% респондентов (-6 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 -1,1% (по методологии Евростата), а среднее значение одного из его компонентов – с оценки будущего страны – составило -0,75% (Рис. 4А-В). Значительный вклад в высокое значение индекса также внёс компонент оценки материального положения семьи за прошедший год, составив 7,8%.

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 55–64 лет со значением -11%.

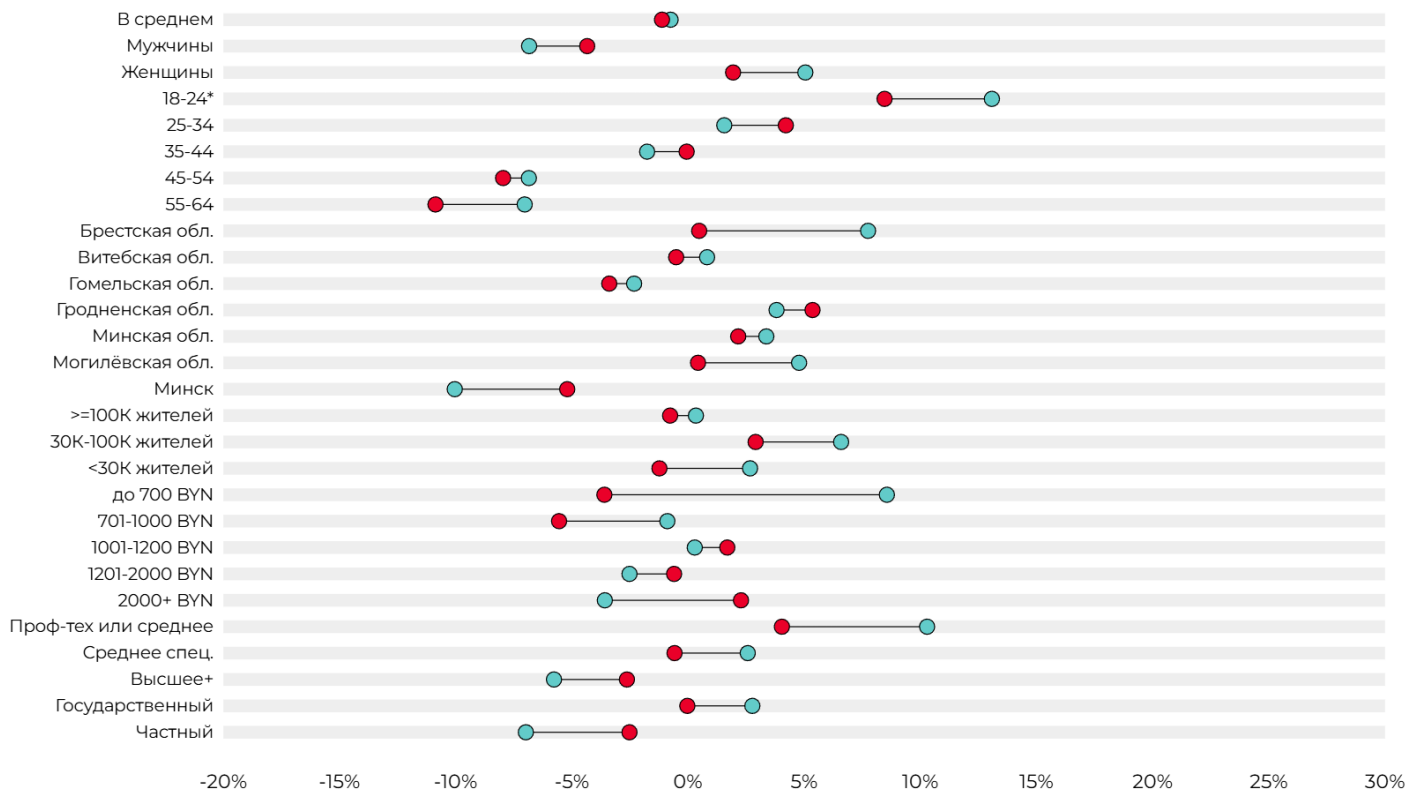
В региональном разрезе самые пессимистичные настроения у жителей города Минска (индекс потребительской уверенности в июле 2025 года составил -5%), а самые оптимистичные – у жителей Гродненской (5,4%) и Минской (3,4%) областей. Самые оптимистичные значения компонента оценки будущего страны были зафиксированы в Брестской области на уровне 7,8%.

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.

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

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

### 4А. Июль 2025



### 4Б. Изменение индекса за период



### 4В. Изменение компонента будущего за период



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 -3,6%, а у респондентов с доходом 2000+ BYN остался в положительной зоне и составил 2,3%. Однако то же самое нельзя сказать об ожиданиях от экономики страны: негативнее всего оценивают перспективы экономики респонденты с доходом 2000+ BYN (-3,6%), а позитивнее всего – респонденты с доходом до 700 BYN (8,6%).

Сотрудники частных предприятий по сравнению с работниками государственных компаний традиционно хуже оценили как совокупный индекс потребительской уверенности, так и компонент оценки будущего страны (-2,5% и -7%).

Значения как компонента будущего страны, так и индекса потребительской уверенности снизились в июле 2025 года. Больше всего в негативную сторону изменились оценки индекса потребительской уверенности у молодых людей и зарабатывающих 2000+ BYN. Молодые люди также и жители городов с населением меньше 30 тыс. человек стали хуже оценивать компонент оценки будущего страны, а жители средних городов и люди с небольшим доходом наоборот оценили компонент будущего лучше (Рис. 4В).

## **Доходы населения**

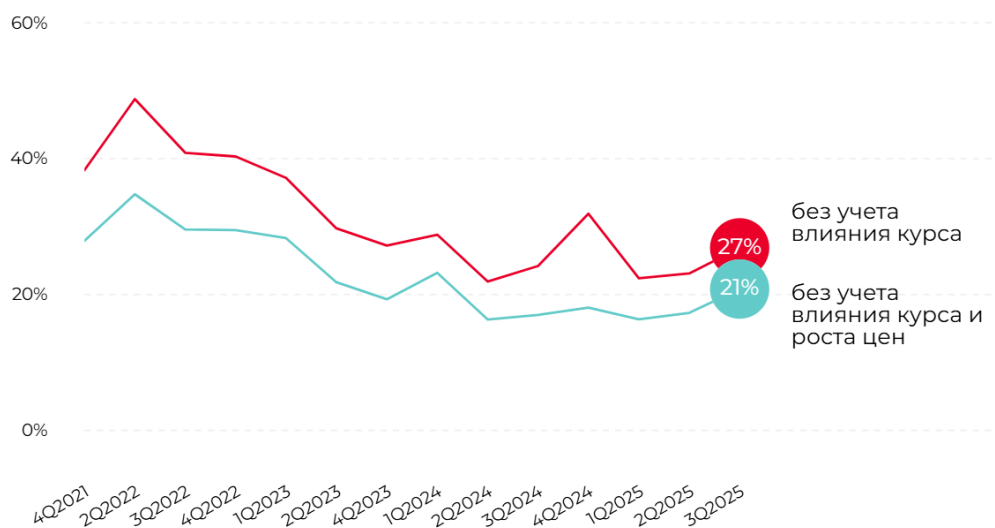
Доля людей, которые в июле 2025 года сообщили о снижении своих доходов за последний месяц, выросла на 3 п.п. со среднего уровня 2024 года и составила 28%.

Если не учитывать тех, кто объясняет снижение доходов только изменением курса валют, доля людей, столкнувшихся с сокращением доходов, снижается до 27% (изменение курса белорусского рубля стало важным фактором только для 9% 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 21% (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,
- самозанятые,
- квалифицированные рабочие,
- занятые в промышленности,
- занятые в «третьем секторе».

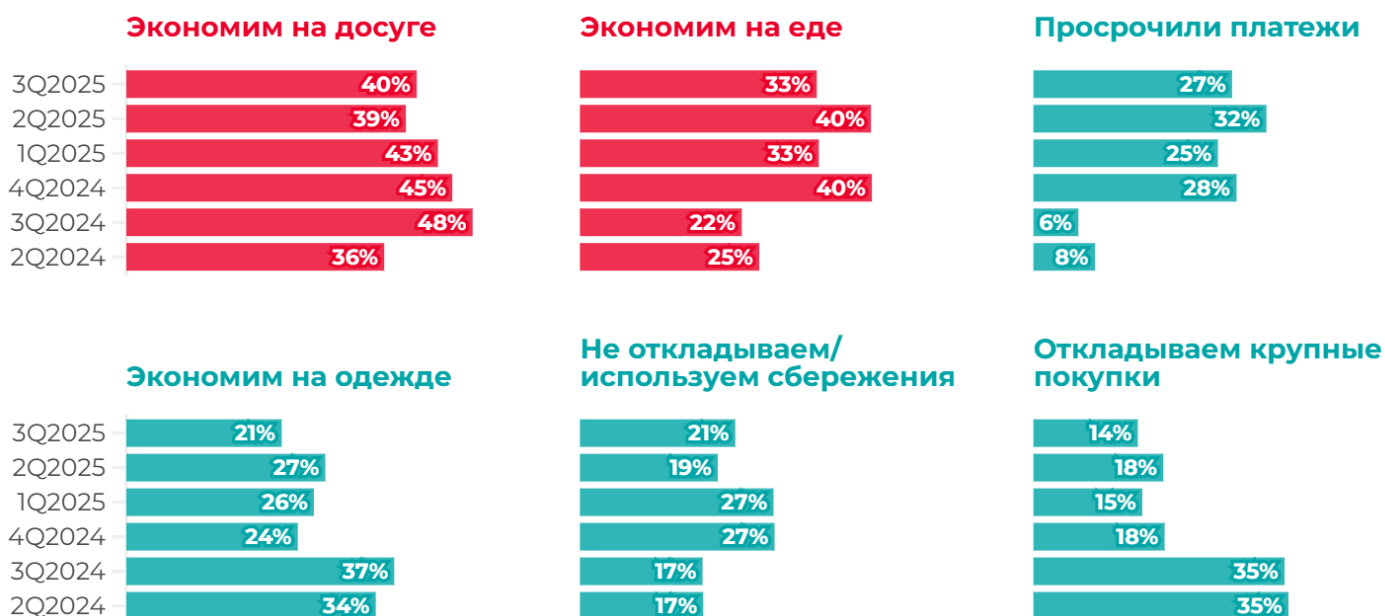
Рисунок 5А. Доля населения, сообщающего о сокращении доходов (%)



Рассматривая способы реагирования на снижение доходов (Рис. 5Б), в июле 2025 респонденты чаще сэкономили на досуге и еде, а также откладывали обязательные платежи (коммунальные услуги, выплаты по кредиту). Реже сэкономили на одежде, использовали сбережения и откладывали крупные покупки.

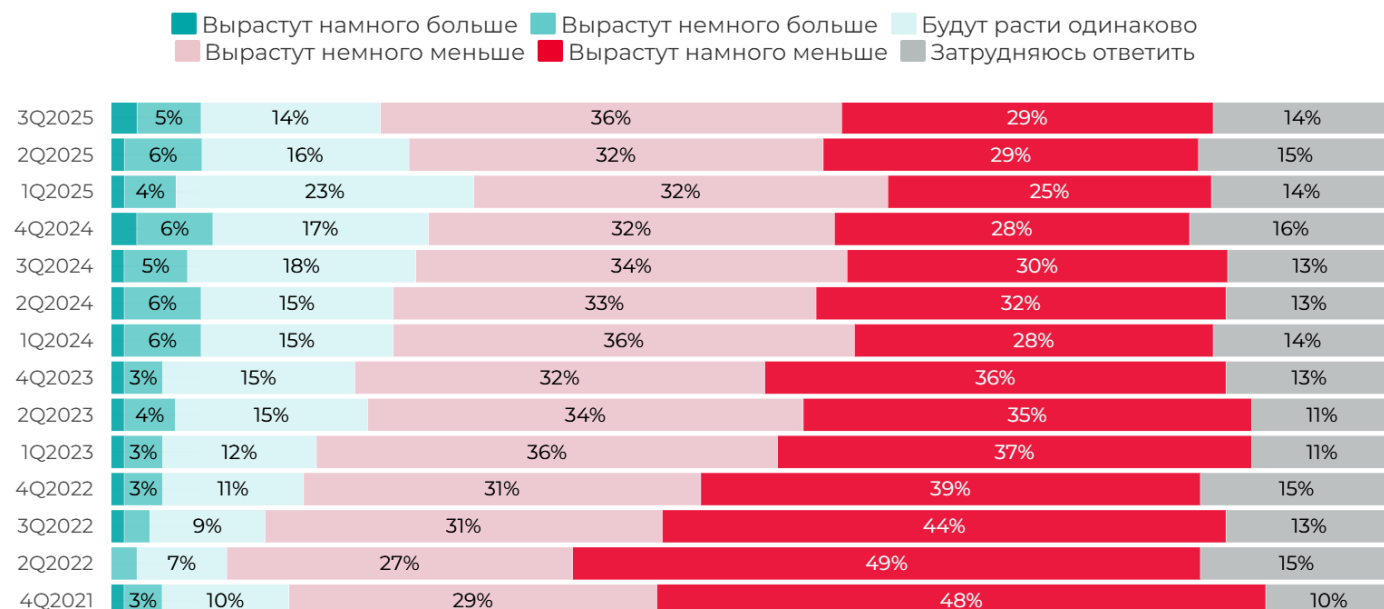
Рисунок 5Б. Как домохозяйства справляются со снижением доходов?

(из 28%, почувствовавших снижение доходов)



Один из вопросов исследования касался ожиданий респондентов относительно темпов роста доходов их семьи по сравнению с ценами (Рис. 6). Пессимизм был максимальным в 2021–2022 годах, когда около 75% участников опроса считали, что доходы вырастут меньше цен. В 2025 году доля крайне пессимистичных ответов («намного меньше») снизилась с примерно 45% до 25–29%. Доля тех, кто полагает, что их личные или семейные доходы вырастут больше цен, в июле 2025 составила 7%. Тем не менее «уверенный оптимизм» так и не сформировался — большинство респондентов по-прежнему ожидает отставания доходов от цен.

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

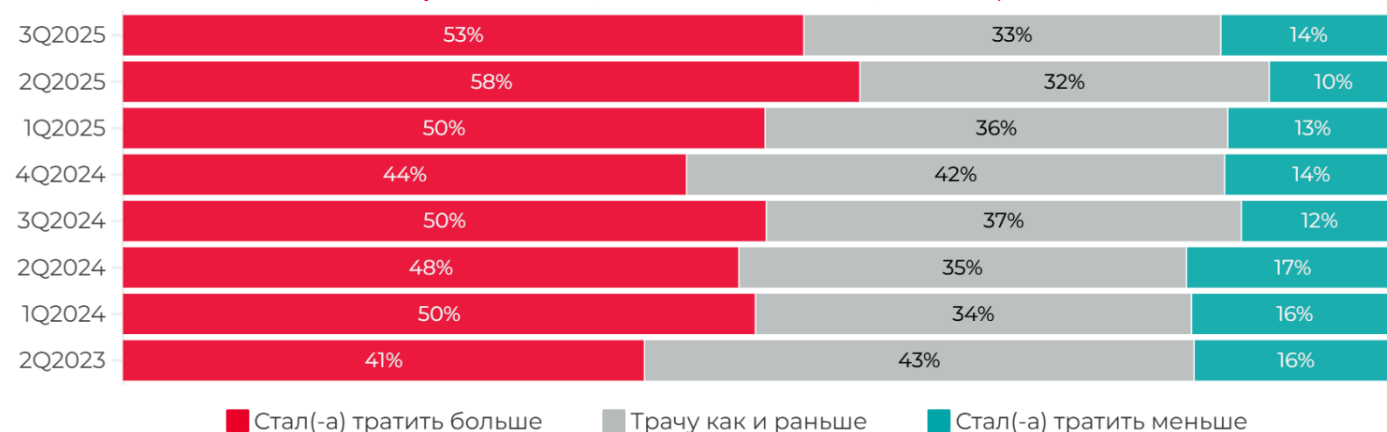


## Сберегательное поведение

Несмотря на рост заработных плат, домохозяйства больше сберегать не стали. Наоборот, доля респондентов, которые стали тратить больше за последние полгода, в июле 2025 сохраняется на высоком уровне 53% респондентов, тогда как о сократившихся тратах сообщают только 14% горожан (Рис. 7А). Узнавая у тех, кто стал тратить больше, с чем, по их мнению, это связано, подавляющее большинство указало на рост цен (79%), второй по популярности причиной стал вариант ответа «просто стал(а) больше тратить или перестал(а) сберегать» (21%), в то время как рост зарплат заметили только 8%.

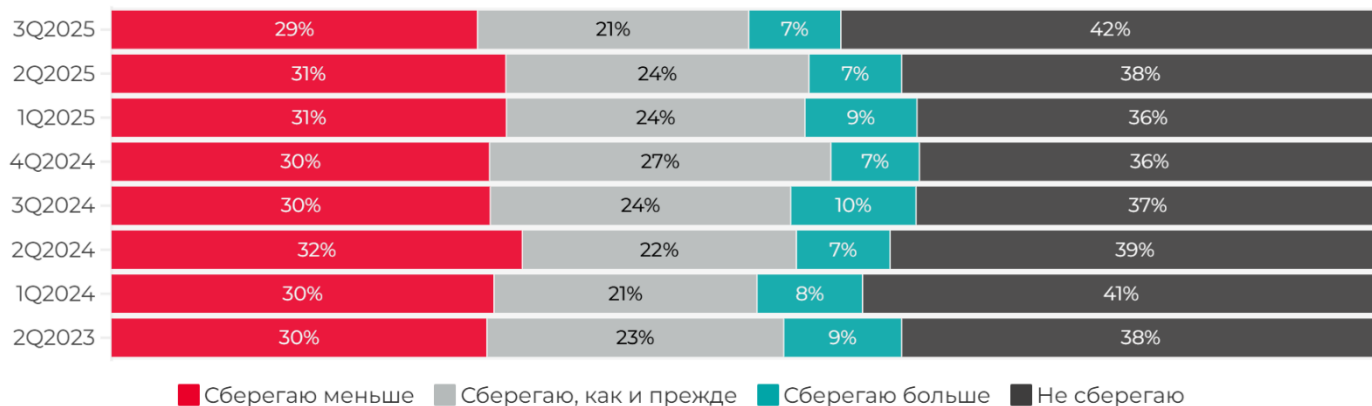
Рисунок 7. Предпочитают тратить или сберегать?

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



В июле выросла доля респондентов, сообщивших, что они перестали сберегать: с 37% год назад до 42%. Сберегать больше стали только 7% респондентов, 50% сберегают на прежнем уровне или меньше (Рис. 7Б). Таким образом, желание тратить всё ещё превалирует над желанием или возможностью сберегать.

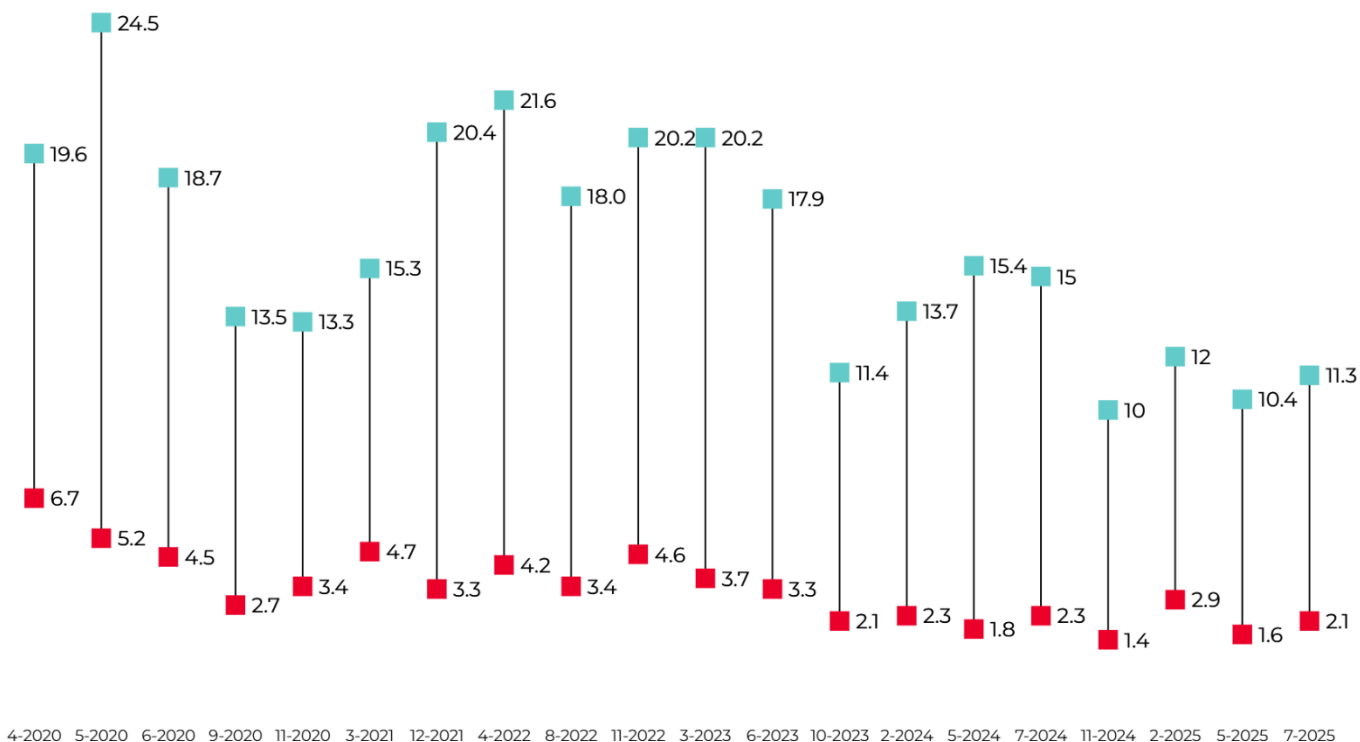
7Б. За последние полгода Вы стали **сберегать** больше, меньше или столько же, сколько и раньше?



## 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 трёх кварталов 2025 года вышли на плато: о потере работы в июле сообщили 2% респондентов, о потере работы кем-то из друзей и знакомых — 11%.

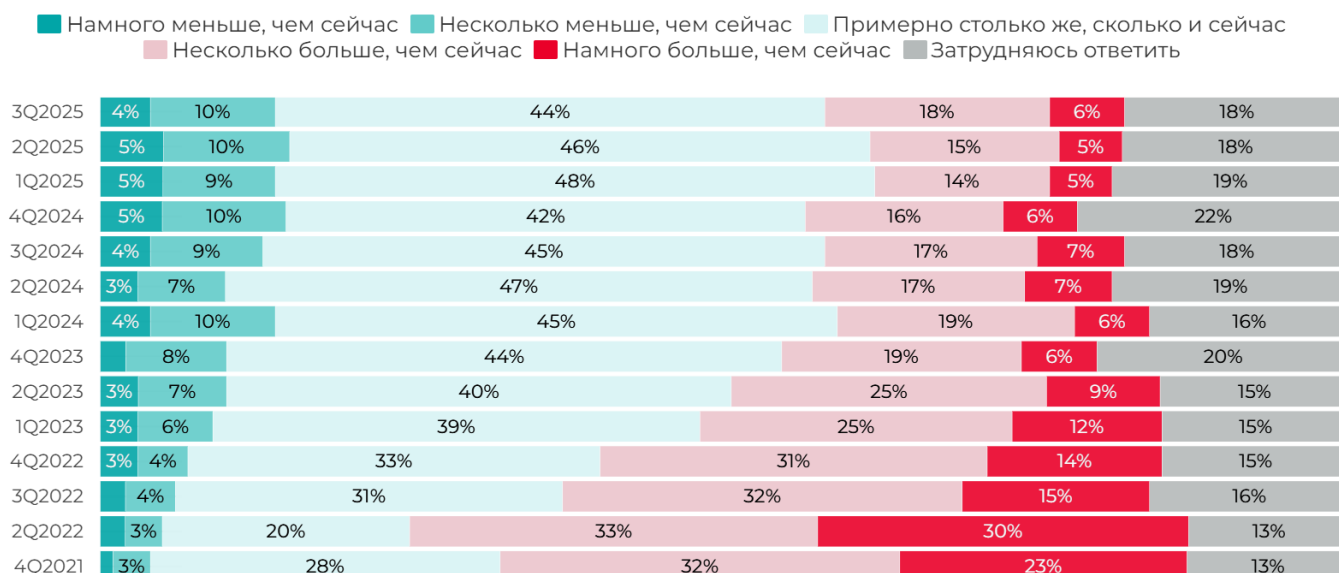
Рисунок 8. Какова доля безработных? Я потерял работу ■ и кто-то из моих знакомых ■ (доля тех, кто сообщает о потере работы, в %)



О нехватке кадров в сфере, где они работают, сообщили 58% респондентов (-1 п.п. кв/кв). Узнавая у респондентов об их восприятии безработицы, заметен позитивный тренд (Рис. 9): так, с конца 2021 года доля тех, кто ожидает роста безработицы, снизилась с 55% в 4 кв. 2021 до 24% в 3 кв. 2025. Доля респондентов,

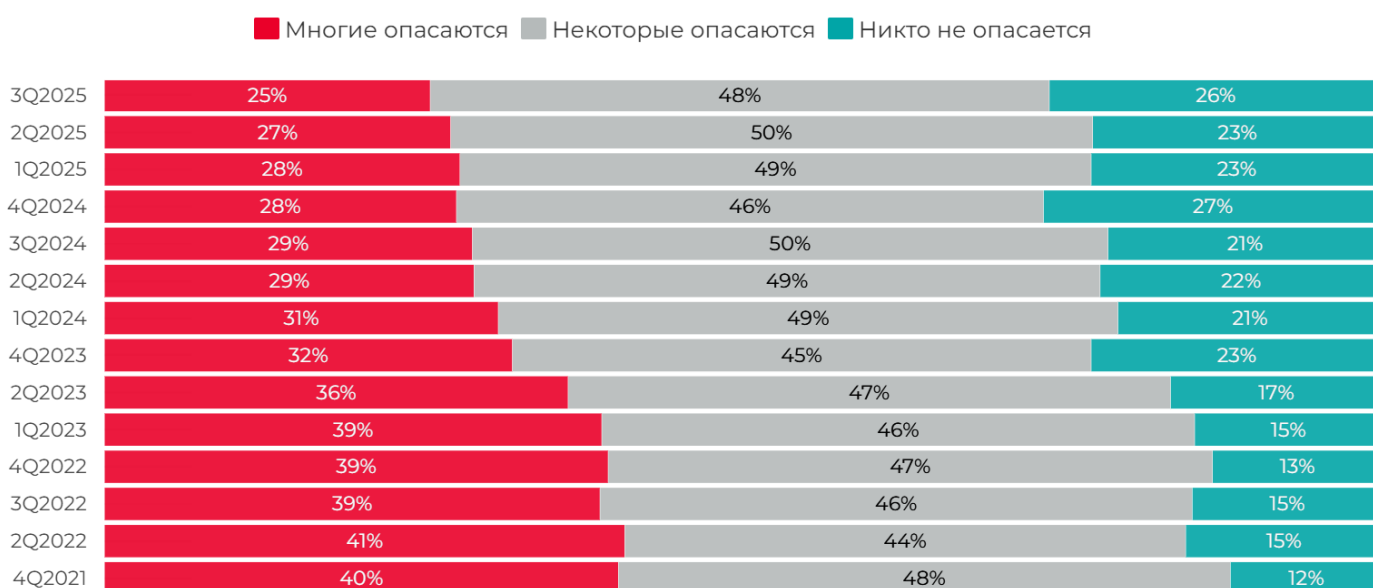
считающих, что безработица останется на прежнем уровне, выросла с 28–33% в 2021–2022 годах до 44% в июле 2025.

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



Респонденты также стали меньше опасаться потери работы (Рис. 10): в 2021–2022 годах около 40% считали, что многие боятся лишиться основного источника дохода, тогда как в июле 2025 эта доля снизилась до 25%. При этом доля тех, кто отмечает, что «некоторые опасаются потерять работу», остаётся стабильной на протяжении всех волн исследования. Доля респондентов, полагающих, что «никто не опасается», за тот же период сократилась на 10 п.п., до 26% в третьем квартале 2025 года.

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



## Удовлетворённость, потребности и ощущение времени

Индекс потребительской уверенности сохраняется на очень высоком уровне на протяжении всего 2025 года. На этом фоне у респондентов спросили, насколько они удовлетворены различными аспектами жизни (Рис. 11.). По всем категориям, не связанным с личными финансами или состоянием экономики, большинство участников опроса выразили удовлетворённость. Чаще всего положительные оценки давали в отношении человеческих отношений: 79% довольны отношениями в семье, 78% – с коллегами, 74% – кругом общения в целом. Образованием удовлетворены 74% респондентов, работой – 63%. Наименее благоприятно оценивается экономическая ситуация в Беларуси: 39% респондентов высказались позитивно, 46% негативно. Материальное положение своей семьи считают удовлетворительным 44% опрошенных, тогда как 52% оценивают его негативно.

Рисунок 11. Насколько в настоящее время удовлетворены следующими составляющими жизни:

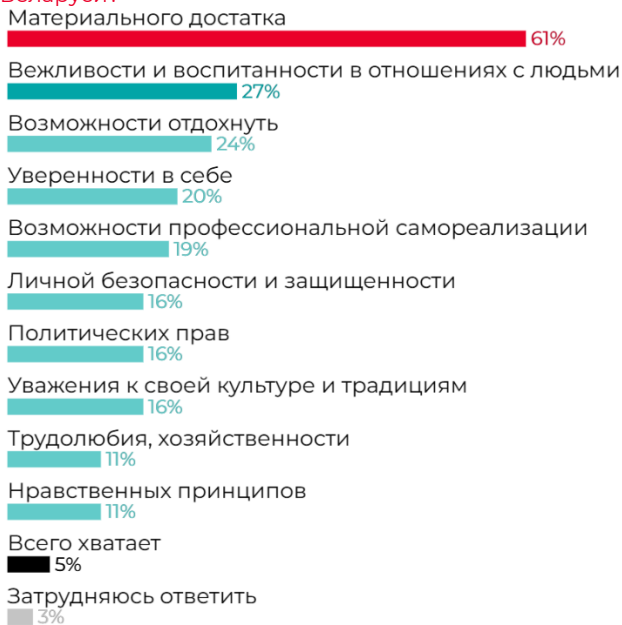


Отвечая на вопрос о том, чего, по мнению горожан, сегодня в первую очередь не хватает человеку в Беларуси, большинство вновь назвали материальные вещи: 61% отметили недостаток материального достатка (Рис. 12А). Вежливости и воспитанности в отношениях с людьми, по мнению 27% опрошенных, также не хватает, а 24% указали на недостаток возможностей для отдыха. Нравственных принципов и трудолюбия, по оценке респондентов, не хватает лишь 11%.

На философский вопрос (Рис. 12Б) об ощущении времени большинство (54%) ответили: «время, в которое я сейчас живу, – это моё время». По 19% респондентов считают, что их время либо уже прошло, либо ещё не наступило. Затруднились с ответом 9% горожан.

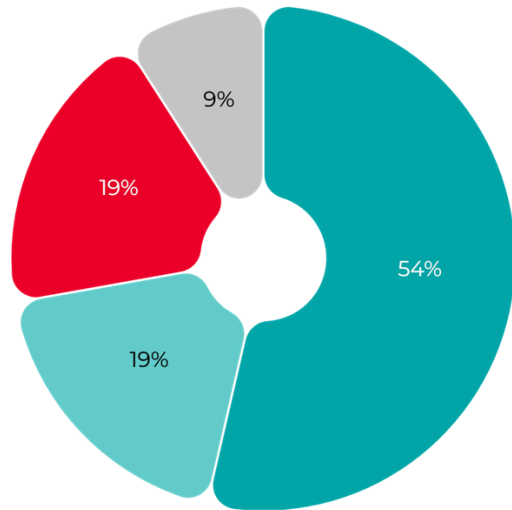
## Рисунок 12. Потребности и ощущение времени

12А. Чего в первую очередь не хватает сегодня человеку в Беларуси?



12Б. С каким из этих утверждений скорее бы согласились?

- Время, в которое я сейчас живу, — это мое время
- Мое время еще не пришло
- Мое время уже ушло
- Затрудняюсь ответить



## Заключение

Индекс потребительской уверенности в Беларуси покинул положительную зону: по методологии Росстата он составил -2,5%, по методологии Евростата – 1,1%. На фоне стран ЕС, где индекс за последний квартал вырос, Беларусь выделяется спадом показателя. Вдобавок, начиная с 2 квартала 2024 года, его траектория разошлась с российским, который за весь рассматриваемый период находится в отрицательной зоне (-8%).

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 58% респондентов, что соответствует ситуации на рынке труда. Доля респондентов с сократившимся доходов продолжает находиться на минимальном уровне (28%).

В 2025 году индекс потребительской уверенности остаётся на высоком уровне, при этом респонденты в целом удовлетворены аспектами жизни, не связанными с финансами. Наибольшее удовлетворение связано с человеческими отношениями, образованием и работой, тогда как экономическая ситуация в стране и материальное положение семьи оцениваются значительно хуже. Главным дефицитом жители называют материальный достаток, реже — вежливость, воспитанность и возможность для отдыха. Более половины опрошенных ощущают, что живут в «своём времени», тогда как пятая часть считает, что их время ещё не наступило или уже прошло.