

# Инфляционные ожидания и потребительские настроения населения

## сентябрь 2013 года

Банк России представляет результаты очередной волны исследования инфляционных ожиданий, проведенного Фондом «Общественное Мнение» (ФОМ) по заказу Банка России.

### *Источники данных*

Регулярные опросы населения от 18 лет и старше проводятся ежеквартально по репрезентативной общероссийской выборке в 100 населенных пунктах в 43 субъектах Российской Федерации (2000 респондентов). Опросы проводятся по месту жительства респондентов в режиме личного интервью («face-to-face»).

Срок проведения опроса: 2–9 сентября 2013 года.

### *Основные результаты*

Основополагающие тенденции в динамике инфляционных ожиданий в сентябре 2013 г. оставались неизменными. Оценки текущей и ожидаемой инфляции несколько повысились по сравнению с июнем, что в целом соответствует тенденциям предыдущих лет. Вместе с тем основные показатели инфляционных ожиданий в сентябре 2013 г. оставались ниже уровня сентября 2012 года.

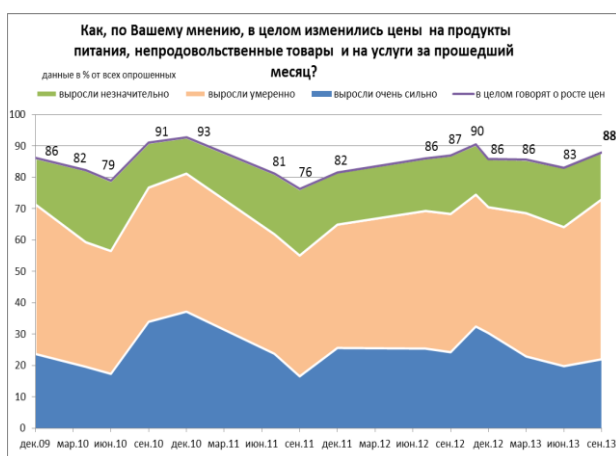
Потребительские настроения россиян с началом осени ухудшились. Большая часть респондентов считает, что в следующем году их доходы будут расти медленнее цен. Отношение населения к совершению крупных покупок, в том числе в кредит, несколько ухудшилось, склонность к сбережению также снизилась. Учитывая динамику этих индикаторов, вероятно, что в условиях экономической неопределенности и ожиданий ухудшения личного материального положения население предпочитает тратить часть сбережений на текущее потребление.

Индекс потребительских настроений (ИПН) в сентябре незначительно снизился в результате ухудшения оценок как текущей, так и ожидаемой ситуации. Оценки перспектив развития экономики на год и на 5 лет изменились разнонаправленно, при этом впервые за время наблюдений годовые перспективы были оценены более высоко, чем пятилетние.

## Оценка динамики уровня цен в целом

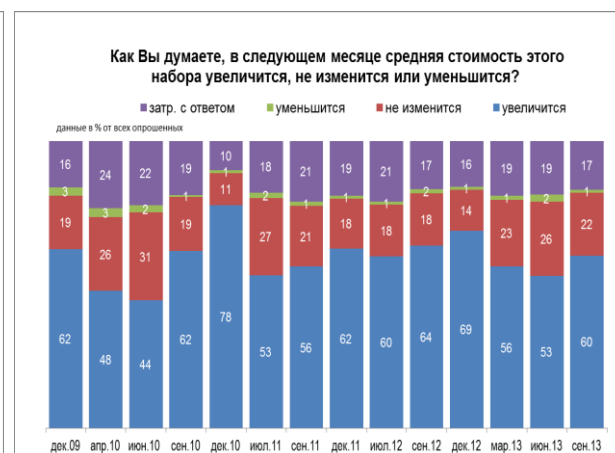
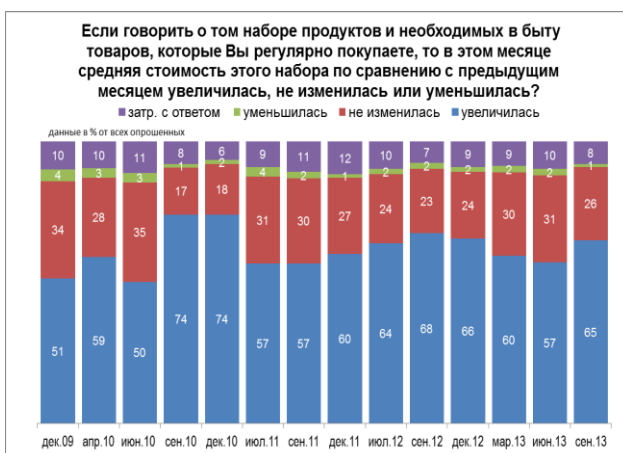
В сентябре 2013 г. население России более высоко, чем в июне, оценило рост общего уровня цен за прошедший месяц. Доля респондентов, отметивших очень сильный рост цен, возросла с 19 до 22%, умеренный рост цен – с 45 до 51%. В целом о росте цен говорят 88% опрошенных, что примерно соответствует уровню сентября 2012 г. (87%) и заметно выше результата сентября 2011 г. (76%).

В то же время ожидания населения относительно роста цен в следующем месяце существенно не изменились по сравнению с июнем и оставались ниже уровня сентября 2012 года. Несмотря на то, что доля респондентов, которые прогнозируют умеренный рост цен, заметно выросла (с 38 до 43%), в целом инфляционные ожидания можно охарактеризовать как умеренные, поскольку сильный рост цен прогнозируют всего 13% опрошенных<sup>1</sup> (столько же, сколько в июне).



## Оценка динамики стоимости «потребительской корзины»

В сентябре повысились оценки произошедшего и ожидаемого изменения стоимости набора регулярно приобретаемых продуктов, товаров и услуг. Об увеличении стоимости такого набора за прошедший месяц говорят 65% опрошенных (на 8 п.п. больше, чем в июне), 60% прогнозируют её рост в следующем месяце (на 7 п.п. больше, чем в июне). Однако эти показатели ниже, чем в сентябре 2012 года.

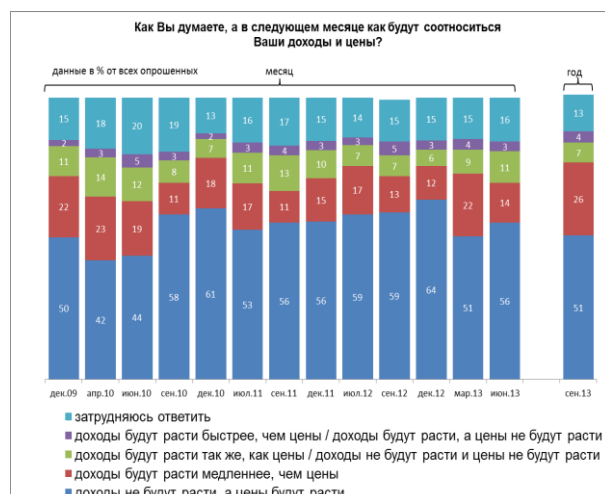
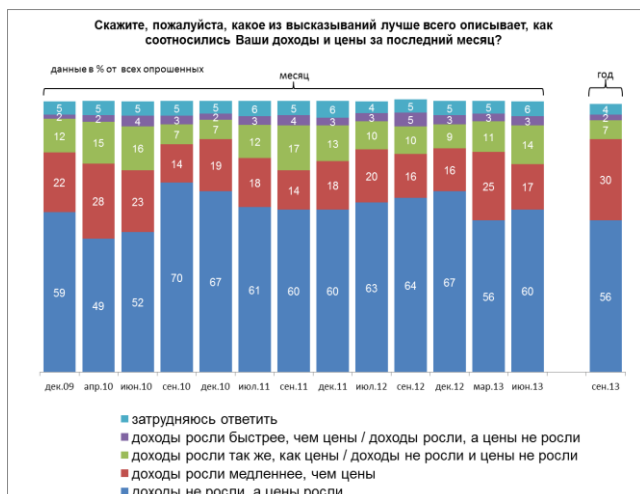


<sup>1</sup> Проведенные ранее расчеты показали, что показатель «доля указавших на сильный рост цен» в наибольшей мере коррелирует с динамикой фактической инфляции. Использование аналогичного показателя при прогнозировании инфляции также даёт наиболее надежные результаты. Поэтому при анализе ответов респондентов на данную группу обычно обращается большее внимание.

## Инфляционные ожидания и рост доходов населения

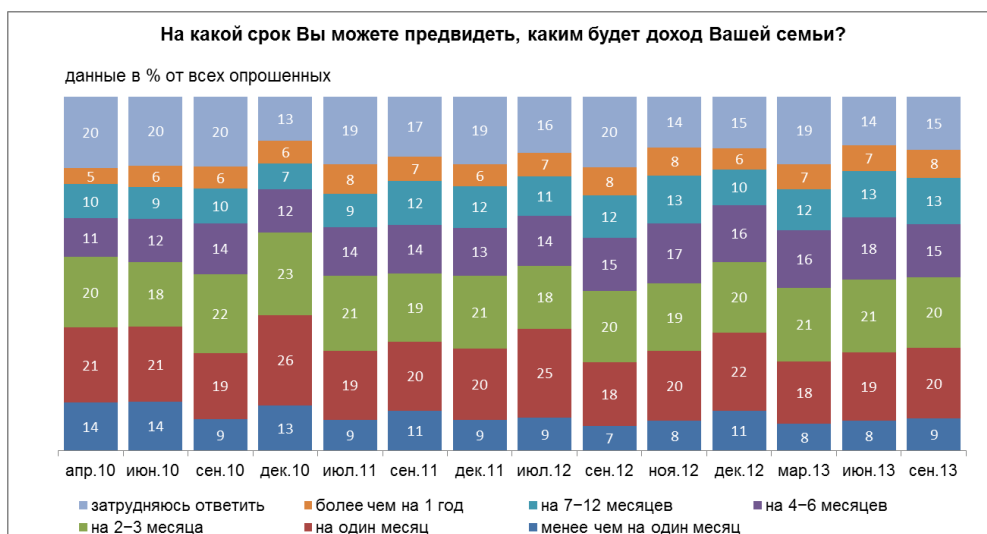
Формулировка вопроса о соотношении доходов и цен была изменена в сентябре 2013 года. В настоящее время респондентов просят оценить сравнительное изменение данных показателей на горизонте 1 год (ранее – 1 месяц). Поэтому сентябрьские данные несопоставимы с результатами предыдущих опросов.

Немногим более половины опрошенных полагают, что их доходы не растут, а цены растут, и того же мнения придерживаются относительно будущего. Доля людей, считающих, что за последний год их доходам удалось обогнать или хотя бы не отстать от инфляции, составляет всего 10%; почти столько же опрошенных ожидают аналогичной динамики в течение следующего года.

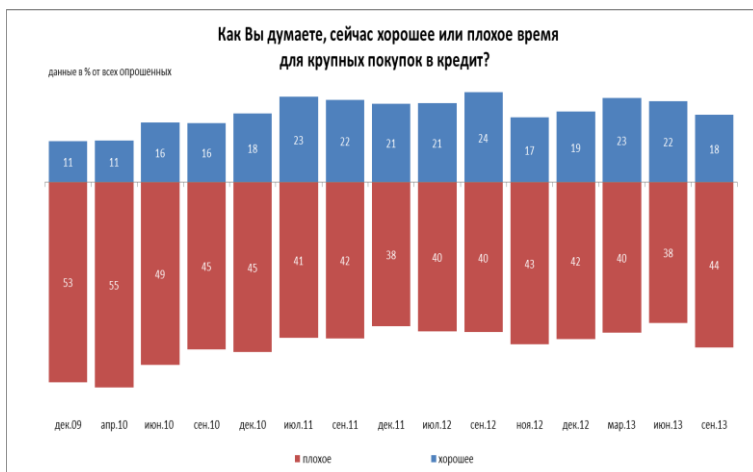


## Горизонт финансового планирования

Горизонт финансового планирования по результатам сентябрьского опроса существенно не изменился: 21% опрошенных осуществляют средне- и долгосрочное планирование на срок более чем полгода (в июне – 20%), 29% респондентов утверждают, что не планируют свои доходы более чем на один месяц (в июне – 28%). Вероятно, это может свидетельствовать о сохраняющейся неопределенности общеэкономической ситуации и перспектив личного материального положения.



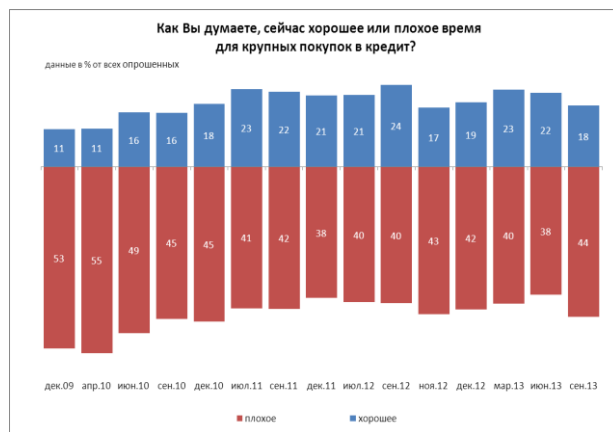
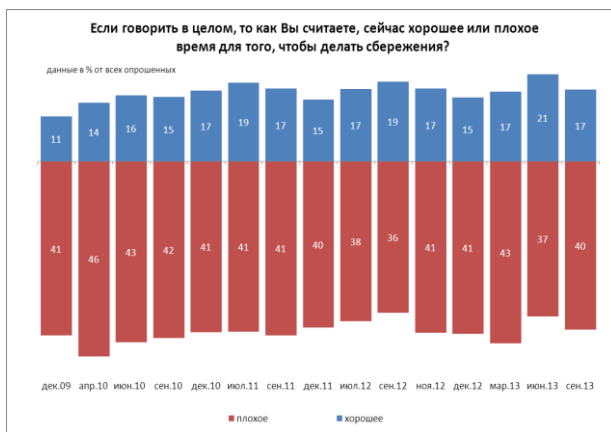
## Отношение к крупным покупкам<sup>2</sup>



Потребительский оптимизм россиян, возросший в начале лета, постепенно начинает уменьшаться. В сентябре 2013 г. выросла доля людей, считающих нынешнее время плохим для осуществления крупных покупок (с 22 до 26%), при этом доля тех, кто положительно ответил на данный вопрос, по сравнению с июнем уменьшилась на 1 п.п.

## Кредитно-сберегательное поведение

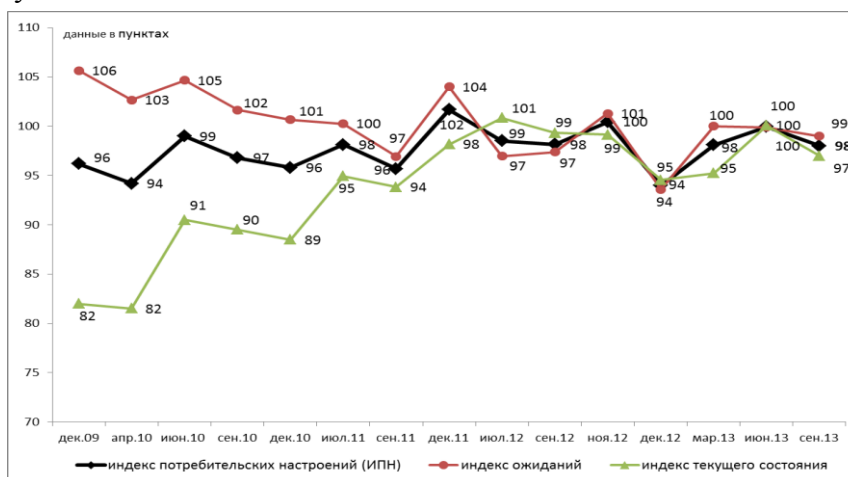
Одновременно со снижением потребительского оптимизма произошло заметное ухудшение оценок благоприятности времени для сбережений: доля отрицательных ответов превысила долю положительных ответов на 23 п.п. (в июне – на 16 п.п.). Аналогичная динамика наблюдалась и в оценках благоприятности времени для крупных покупок в кредит: доля положительных ответов снизилась на 4 п.п., в то время как доля отрицательных возросла на 6 п.п. При этом сопоставление с данными прошлых лет позволяет сделать вывод о том, что изменение кредитно-сберегательных установок не может быть целиком объяснено действием сезонного фактора.



<sup>2</sup> Согласно мировой практике интерпретации результатов аналогичных опросов предполагается, что привлекательность крупных покупок может быть использована в качестве индикатора средне- и долгосрочных инфляционных ожиданий, т.к. в случае, когда субъективно ожидается ускорение инфляции, т.е. более быстрое обесценение денег, у населения возникает больше стимулов потратить сбережения на крупные покупки, пока они не обесценились.

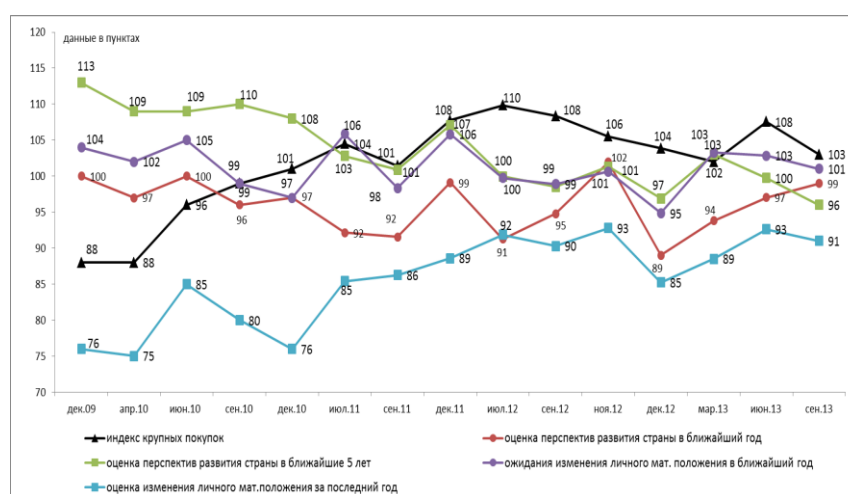
### Динамика индекса потребительских настроений<sup>3</sup>

Индекс потребительских настроений (ИПН) после достижения в июне нейтрального уровня (100 пунктов) в сентябре незначительно снизился, при этом негативную динамику продемонстрировал как индекс текущего состояния, так и индекс ожиданий. Исключая данные декабря 2012 г., на протяжении последнего года значения ИПН и его субагрегатов изменялись незначительно и колебались около уровня 98–100 пунктов, поэтому динамику данных показателей можно в целом охарактеризовать как стабильную.



Что касается частных компонентов ИПН, то в сентябре 2013 г. наиболее существенно снизился индекс крупных покупок (на 4,8 пункта). Таким образом, перелом длительного негативного тренда, произошедший в июне 2013 г., когда этот индекс резко вырос, оказался временным явлением. Синхронно снизились индексы, характеризующие оценку изменения личного материального положения за последний год и перспективы его изменения в следующем году.

Оценки перспектив развития страны на ближайший год и на ближайшие пять лет, точно так же, как и в июне, изменились разнонаправлено. Впервые за время наблюдений годовые перспективы оценивались более высоко, чем пятилетние.



<sup>3</sup> Индекс потребительских настроений – индикатор, вычисляемый по данным массовых социологических опросов с целью объяснения и краткосрочного прогнозирования поведения потребителей. Методика его измерения была разработана в 1950-е гг. в США в Мичиганском университете (т.н. Consumer Sentiment Index). Для расчёта ИПН используются пять базовых вопросов, отражающих оценки и ожидания населения относительно личного благосостояния, экономического развития страны и ситуации на потребительском рынке. Он вычисляется как разница между долей положительных и долей отрицательных ответов плюс 100. Значения ИПН выше 100 свидетельствуют о позитивных ожиданиях потребителей, ниже 100 – о негативных ожиданиях.