О методике исследования инфляционных ожиданий и потребительских настроений населения РФ

Опросы являются ключевым источником информации об инфляционных ожиданиях и потребительских настроениях населения. Сегодня они используются центральными банками во многих странах мира при разработке и осуществлении денежно-кредитной политики. В России регулярные исследования инфляционных ожиданий и потребительских настроений населения проводятся с 2009 года по заказу Банка России.

Методика проводимых опросов использует международный опыт таких исследований[1] и одновременно учитывает российскую экономическую и социокультурную специфику. Она включает в себя опросный инструментарий, технологию сбора данных, выборку для проведения опросов, инструкции и правила проведения опроса, методы обработки и анализа данных. Согласно разработанной методике, исследования проводятся с помощью стандартизированного опроса населения по выборке, являющейся репрезентативной для взрослого населения РФ (18 лет и старше). В настоящее время в выборку включены 100 населенных пунктов в 54 субъектах РФ; в каждом опросе принимают участие 2000 респондентов. Опрос проводится по месту жительства респондентов в режиме личного интервью («face-to-face»).

Анкета включает в себя следующие блоки вопросов:

- Вопросы, отражающие оценку фактической инфляции (за месяц и за год) и инфляционные ожидания на разных временных горизонтах (месячном, годовом, трехлетнем и пятилетнем);
- вопросы, нацеленные на оценку потребительских настроений, по которым затем рассчитывается Индекс потребительских настроений (ИПН)[2];
- вопросы о сберегательном и кредитном поведении;
- вопросы о практиках использования финансовых инструментов и особенностях финансового поведения.

Основной акцент при разработке инструментария сделан на вопросах о восприятии инфляции и об инфляционных ожиданиях, специально разработанных для этого проекта, поскольку прямая адаптация западных методик и формулировок в данном случае невозможна.

---

[1] В частности, использовался опыт исследований потребительских настроений и инфляционных ожиданий Мичиганского университета: http://www.sca.isr.umich.edu.

[2] ИПН рассчитывается по международной методике, адаптированной к российским условиям в рамках проекта Фонда «Содействие развитию и построению Индекса потребительских настроений» (Фонд ИПН): http://ipn.socpol.ru/. См. Ибрагимова Д.Х., Николаенко С.А. Индекс потребительских настроений. М.: Поматур, 2005.

В анкету включены вопросы об оценке и ожиданиях относительно роста цен на **месячном горизонте** в «качественной» формулировке: респондентов просят словесно оценить степень наблюдаемого и ожидаемого изменения цен (с использованием так называемой «масштабной» шкалы ответов), варианты ответов предлагаются на карточке.

- **Вопрос об оценке изменения цен за месяц:**

«Как, по Вашему мнению, в целом изменились цены на продукты питания, непродовольственные товары и на услуги за прошедший месяц?»

Карточка

1. выросли очень сильно 2. выросли умеренно 3. выросли незначительно 4. не изменились 5. снизились

6. затрудняюсь ответить

- **Вопрос об ожиданиях изменения цен через месяц:**

«Как, по Вашему мнению, в целом изменятся цены на продукты питания, непродовольственные товары и на услуги в следующем месяце?»

Карточка

1. вырастут очень сильно 2. вырастут умеренно 3. вырастут незначительно 4. не изменятся 5. снизятся

6. затрудняюсь ответить

Дополнительно к вопросам об оценке роста цен за месяц задается вопрос о том, на какие именно категории продуктов, товаров и услуг, по мнению респондентов, цены выросли особенно сильно, для ответов респондентам предъявляется карточка.

- **Вопрос о сильном росте цен:**

По Вашим наблюдениям, на какие основные продукты, товары и услуги, перечисленные на карточке, цены за последний месяц выросли очень сильно?

Карточка

Продукты:
1. хлеб и хлебобулочные изделия
2. мясо и птица
3. рыба и морепродукты
4. яйца
5. молоко и молочная продукция (творог, кефир, масло и т.д.)
6. сыр, колбасы
7. растительное масло
8. сахар, соль
9. крупы, макаронные изделия
10. фрукты и овощи
11. соки, воды, газированные напитки
12. алкогольные напитки
13. чай, кофе
14. кондитерские изделия

Товары:
15. бытовая химия, моющие и чистящие средства
16. одежда, обувь, кожгалантерея
17. электроника и бытовая техника
18. мебель
19. строительные материалы
20. лекарства, медикаменты
21. товары для детей (детское питание, подгузники, игрушки и т.п.)
22. бензин
23. табак, сигареты
24. парфюмерно-косметические товары
25. печатная продукция (газеты, журналы и т.п.)

Услуги:
26. жилищно-коммунальные услуги
27. медицинские услуги
28. услуги пассажирского транспорта
29. туристические услуги
30. услуги кафе, ресторанов
31. бытовые услуги (парикмахерская, химчистка, ателье и т.д.)
32. интернет, услуги сотовой связи
33. образовательные услуги
34. услуги учреждений культуры (музеи, театры, кинотеатры и т.п.)

35. другое *(напишите, что именно)* _____
36. ни на какие
37. затрудняюсь ответить

После вопроса об ожиданиях относительно роста цен через месяц респондентам задается открытый вопрос с просьбой обосновать свои ожидания: **«Почему Вы так думаете?»**. Интервьюер читает формулировку вопроса, тем самым предлагая респонденту самому сформулировать свой вариант ответа, и дословно записывает слова респондента. Ответы респондентов затем кодируются и объединяются в группы по смысловому сходству.

Далее в анкету включены вопросы о восприятии инфляции и ожиданиях относительно роста цен на **горизонте 12 месяцев** также с использованием качественной шкалы, но на этот раз не «масштабной», а «временно́й» – респонденты должны указать, как изменились (изменятся) темпы роста цен по сравнению с предыдущим (текущим) периодом.

- **Вопрос об оценке изменения цен за год:**

Как, по Вашему мнению, в целом менялись цены за прошедшие 12 месяцев (год)?

Карточка

1. росли быстрее, чем раньше
2. росли так же, как и раньше
3. росли медленнее, чем раньше
4. остались на прежнем уровне / не изменились
5. снижались

6. затрудняюсь ответить

- **Вопрос об ожиданиях изменения цен в течение года:**

Как, по Вашему мнению, в целом будут меняться цены в следующие 12 месяцев (год), то есть до *[указывается месяц и год]***?**

Карточка

1. будут расти быстрее, чем сейчас
2. будут расти так же, как и сейчас
3. будут расти медленнее, чем сейчас
4. останутся на нынешнем уровне / не изменятся
5. будут снижаться

6. затрудняюсь ответить

Тем респондентам, кто в вопросах об инфляции на годовом горизонте с использованием «качественных» шкал выбрал любые варианты ответов, кроме поз. 4-6, далее задаются вопросы с количественной шкалой – на этот раз респондентов просят оценить наблюдаемую и ожидаемую инфляцию в процентах, диапазоны которых указаны на карточке с ответами.

- **Вопрос об процентном изменении цен:**

На сколько именно, по Вашему мнению, выросли цены <u>за прошедшие 12 месяцев (год)</u>?

Карточка

1. на 2% и менее
2. на 3–5%
3. на 6–8%
4. на 9–12%
5. на 13–16%
6. на 17–20%
7. на 21–25%
8. на 26–30%
9. на 31–40%
10. на 41–50%
11. на 51% и более

12. затрудняюсь ответить

- **Вопрос об ожиданиях изменения цен в процентах:**

На сколько именно, по Вашему мнению, вырастут цены <u>в следующие 12 месяцев</u> (год)?

Карточка

1. на 2% и менее
2. на 3–5%
3. на 6–8%
4. на 9–12%
5. на 13–16%
6. на 17–20%
7. на 21–25%
8. на 26–30%
9. на 31–40%
10. на 41–50%
11. на 51% и более
12. затрудняюсь ответить

На основе вопросов о темпах и процентах наблюдаемого и ожидаемого изменения цен на годовом горизонте рассчитываются медианные значения наблюдаемой и ожидаемой инфляции.

Для расчёта медианных оценок ответы респондентов на вопросы о темпах инфляции, то есть, о том, как менялись (или будут меняться) цены, перекодируются следующим образом: «не изменились» / «не изменятся» – как 0%, «снижались» / «будут снижаться» – как минус 5%. Всем, кто выбрал любые другие ответы, задается вопрос о том, на сколько именно выросли (или вырастут) цены, а их ответы на эти вопросы перекодируются следующим образом: 1) используются средние значения интервалов; 2) ответ «на 2% и менее» перекодируется как 1%, «на 51% и более» – как 75%. Ответы «затрудняюсь ответить» не учитываются. Таким образом, используется следующая перекодировка ответов:

Значения для расчёта медианы	Ответы респондентов
– 5	«снижались», «будут снижаться»
0	«остались на прежнем уровне / не изменились», «останутся на нынешнем уровне / не изменятся»
1	на 2% и менее
4	на 3-5%
7	на 6-8%
10,5	на 9-12%
14,5	на 13-16%
18,5	на 17-20%
23	на 21-25%
28	на 26-30%
35	на 31-40%
45	на 41-50%
75	на 51% и более
не учитывается в расчётах	«затрудняюсь ответить»

Медианное значение отражает такое пороговое значение инфляции, при котором ровно половина всех респондентов называют бóльшие значения, говоря о росте цен, а вторая половина, наоборот, считают, что инфляция была меньше, чем это значение. Таким образом, оно представляет собой отражение некоторого общественного консенсуса и делит всех респондентов на две равные по численности группы.

При описанном выше способе перекодирования ответов для расчёта медианы (применяемом с сентября 2013 года) используются 13 значений, повторяющихся от волны к волне (-5, 0, 1, …, 75). Вследствие этого в середину упорядоченного ряда для расчёта медианы попадает одно из 13 значений, которое, как правило, выбирает значительная доля респондентов, т.е. данные являются концентрированными. Во избежание повторения одного и того же медианного значения на протяжении нескольких замеров производится расчёт уточнённой медианы (медианы по сгруппированным данным).

Метод расчёта медианы по сгруппированным данным используется, поскольку респондентам предлагается выбрать не конкретный процент инфляции, а диапазон значений, в который этот процент укладывается, – как описано выше в расчёте медианы наблюдаемой и ожидаемой инфляции. При расчёте уточнённой медианы сначала определяется интервал, в который попадает медианное значение, а затем рассчитывается точное значение медианы, исходя из предположения о равномерном распределении ответов внутри этого интервала. В результате, если обычная медиана всегда располагается в середине одного из представленных в правом столбце таблицы интервалов, то уточнённая смещается к одной из его границ и поэтому более точно отражает распределение мнений респондентов.

В анкету также включены вопросы об инфляционных ожиданиях на трехлетнем и пятилетнем горизонте. Во избежание создания у респондента ощущения монотонности опроса, эти вопросы задаются в принципиально разных формулировках и в разных местах анкеты.

- **Вопрос об инфляционных ожиданиях на трехлетнем горизонте:**

По официальным данным, в XX году *[указывается предыдущий к моменту опроса год]* **рост цен в России составил XX%** *[указывается инфляция за предыдущий к моменту опроса год]***. Банк России (Центральный банк) стремится удерживать рост цен на уровне около 4% в год. Как Вы считаете, <u>через три года, в XX году</u>** *[указывается год проведения опроса]* **рост цен будет выше или ниже, чем 4%? Или он будет составлять примерно 4%?**

Карточка

Через три года рост цен будет:
1. заметно выше, чем 4% в год
2. примерно 4% в год
3. заметно ниже, чем 4% в год

4. затрудняюсь ответить

- **Вопрос об инфляционных ожиданиях на пятилетнем горизонте:**

Попробуем заглянуть немного дальше в будущее. Можете ли Вы хотя бы приблизительно предположить, что́ будет с ценами через пять лет, т.е. какой будет годова́я инфляция примерно в XX году? *[указывается год через пять лет относительно момента опроса]***.** *(Интервьюер! Если респондент говорит, что <u>не может предположить</u>, то отмечайте <u>поз.13</u> и <u>вторую часть вопроса не зачитывайте</u>. Если респондент говорит, что <u>цены расти не будут</u>, то отмечайте <u>поз.12</u> и <u>вторую часть вопроса не зачитывайте</u>.)* **Если да – посмотрите на карточку и выберите подходящий ответ.**

Карточка

Через пять лет уровень инфляции, роста цен будет…
1. 2% в год и менее
2. 3–5% в год
3. 6–8% в год
4. 9–12% в год
5. 13–16% в год
6. 17–20% в год
7. 21–25% в год
8. 26–30% в год
9. 31–40% в год
10. 41–50% в год
11. более 50% в год
12. через пять лет цены не будут расти

13. не могу предположить, что будет происходить с ценами в России через пять лет
14. затрудняюсь ответить

В ходе проекта опросный инструментарий постоянно совершенствуется, в анкету включаются новые блоки вопросов, в том числе по актуальным на текущий момент темам.