



Банк России

Декабрь 2025 г.



Вмененные инфляционные ожидания

Серия докладов об экономических исследованиях, № 156

Болячин Ю., Воинова А., Кротова Ю., Пеникас Г.,
Поташев Н., Свиридова С., Сергеева К., Снегирева О.,
Строева Г., Сукманова Н.

Болячин Ю.¹, Воинова А.², Кротова Ю.³, Пеникас Г.⁴, Поташев Н.⁵,
Свиридова С.¹, Сергеева К.⁶, Снегирева О.¹, Строева Г.¹, Сукманова Н.¹

¹ Сибирское Главное управление Банка России

² Департамент кадровой политики Банка России

³ Северо-Западное Главное управление Банка России

⁴ Департамент исследований и прогнозирования Банка России

⁵ Базовая кафедра Банка России

⁶ Уральское Главное управление Банка России

Авторы благодарят Заботкина А.Б. (заместителя Председателя Банка России), Морозова А.Г., Харламову М., Стародубцеву М., Пономаренко А., Бессонову Е. (Департамент исследований и прогнозирования Банка России), Преснякову Л. (Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России), Андреева А., Щубина И. (Департамент денежно-кредитной политики Банка России), Дормидонтову Ю. («инФОМ»); Иващенко С., Михалева О. (Северо-Западное Главное управление Банка России); Андрейюка Д., Гурова И., Лаврентьеву О. (МГУ им. М.В. Ломоносова) – за предварительное обсуждение, рекомендации и идеи. Отдельная благодарность представителям региональных органов исполнительной власти Сибири – за сбор данных; коллегам из Банка России – за регулярное участие в крауд-опросе; анонимному рецензенту – за ценные рекомендации и Лебедевой А., Михалевой Т., Смирнову Д., Улаевой А. (Департамент по связям с общественностью Банка России) – за подготовку материала к публикации.

Содержание настоящего доклада по экономическим исследованиям отражает личную позицию авторов. Результаты исследования являются предварительными и публикуются с целью стимулировать обсуждение и получить комментарии для возможной дальнейшей доработки материала. Содержание и результаты доклада не следует рассматривать, в том числе цитировать в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решение регулятора. Любые ошибки в данном материале являются исключительно авторскими.

Все права защищены. Воспроизведение представленных материалов допускается только с разрешения авторов.

Фото на обложке: Shutterstock/FOTODOM

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12, к. В

Тел.: +7 495 771-91-00

Факс: +7 495 621-64-65

Официальный сайт Банка России: www.cbr.ru

Вмененные инфляционные ожидания

Болячин Ю.¹, Воинова А.², Кротова Ю.³, Пеникас Г.⁴, Поташев Н.⁵,
Свиридова С.¹, Сергеева К.⁶, Снегирева О.¹, Строева Г.¹, Сукманова Н.¹

¹ Сибирское Главное управление Банка России

² Департамент кадровой политики Банка России

³ Северо-Западное Главное управление Банка России

⁴ Департамент исследований и прогнозирования Банка России

⁵ Базовая кафедра Банка России

⁶ Уральское Главное управление Банка России

2 декабря 2025 г.

Аннотация

Вмененные инфляционные ожидания – это значения ожиданий, рассчитанные из ответов на вопросы о ценах отдельных товаров или корзины товаров. Мы используем внутренний и внешний опросы, чтобы сравнить вмененные оценки с прямыми (традиционными), когда выбирается один из нескольких интервалов в процентах. Проверив собранные данные на соответствие стилизованным фактам об инфляционных ожиданиях, мы сравниваем все вариации вопросов об ожиданиях. Фиксируем, что вмененные оценки наблюдаемой инфляции и инфляционных ожиданий выше прямых оценок. Оценки из более сложных вопросов, где расчет ожиданий переложен на интервьюера, как правило, ниже, чем из более простых. Заключаем, что оценки респондентов об изменениях цен конкретных товаров более осознанны, но вызывают больше сложностей для респондентов из-за многообразия спецификаций товаров и услуг. Вмененные оценки ожиданий из вопросов о стоимости корзины еженедельных расходов семьи могут быть привлекательнее для отдельных респондентов, хотя дают более высокие значения и могут улавливать эффект дохода (удорожания/удешевления корзины при соответствующем изменении дохода семьи без изменения цен самих товаров). Поэтому мы формулируем рекомендации задавать вопрос о корзине в открытом виде (без привязки к круглой сумме расходов), а в качестве общей оценки инфляционных ожиданий рассматривать только ответы тех, у кого не было и не предвидится изменений в уровне благосостояния. Полученные таким образом вмененные оценки может быть в перспективе полезно рассматривать в комбинации с прямыми.

Ключевые слова: инфляционные ожидания, денежно-кредитная политика, индекс цен.

Коды JEL: E31, E52, G53.

Содержание

1 Введение	4
1.1 Контекст и актуальность	4
1.2 Базовые понятия	5
1.3 Цель исследования	5
1.4 Краткие результаты	6
1.5 Структура работы	6
2 Обзор литературы	6
2.1 Истоки ИО как фактора потребительского поведения при гиперинфляции	6
2.2 Теоретические механизмы формирования ИО	7
2.3 Заякоренность ИО как условие для успеха таргетирования инфляции	8
2.4 Выводы из обзора литературы	8
3 Методология	9
3.1 Дизайн опроса	9
3.1.1 Вариации в вопросах	9
3.1.2 Вариации в ответах	12
3.2 Формирование выборок	12
4 Данные	13
4.1 Внутренний крауд-опрос в Банке России в феврале, мае, июле 2025 года	14
4.2 Внешний опрос в Сибири в июле 2025 года	15
4.3 Исключение выбросов и обработка цен	16
5 Результаты	17
5.1 Осознанность, уверенность, сложность, время прохождения	17
5.2 НИ и ИО по товарам	19
5.3 НИ и ИО в целом	20
5.4 Порядок ответов (интервалов НИ/ИО)	22
5.5 Факторы НИ и ИО	23
6 Проверка устойчивости результатов	25
7 Заключение и обсуждение	25
7.1 Выводы по итогам опросов	25
7.2 Перспективы измерения ИО	27
7.2.1 Методологические	27
7.2.2 Технологические	27
А Вопросы о прямых и вмененных оценках ИО	29
Библиография	31
Технические приложения	34
В Описание источников в Сибири	36
B.1 Сводная информация	36

C Цены	37
C.1 Обработка выбросов	37
C.2 Год назад	39
C.3 Текущие	39
C.4 Через один год	39
D Приросты цен	40
D.1 НИ	40
D.2 ИО	40
E Описательные статистики	41
E.1 Крауд-опрос	41
E.2 Сибирь	41
E.3 ИПЦ	41
F Оценки регрессий	41
F.1 Описание переменных	42
F.2 Крауд-опрос	42
F.3 Сибирь	42
G Распределения ответов по вопросу	42
G.1 «инФОМ» (13 инт.)	42
G.2 «инФОМ» (10 тыс.)	42
G.3 Ответы по ценам товаров	42

*Почему нас беспокоят инфляционные ожидания?
 Они вполне материальны, хотя называются «ожидания».
 Потому что именно исходя из своих ожиданий о том,
 как будут в будущем расти цены,
 люди принимают решение о том,
 что им делать в настоящий момент:
 тратить, сберегать, если есть возможность,
 тратить больше, меньше.*

Набиуллина Э.С.
 Председатель Банка России
 Пресс-конференция по ключевой ставке
 г. Москва, 25 июля 2025 года
 (Банк России, 2025b, время на записи: 54:05 – 54:30)

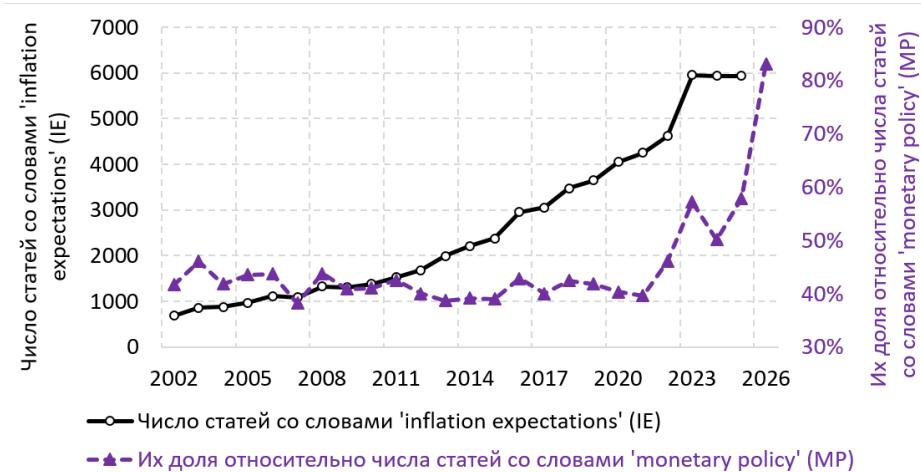
1. Введение

1.1. Контекст и актуальность

Инфляционные ожидания давно привлекают внимание экономистов. Хотя в целом их исследуют более 150 лет, как подробнее расскажем в разделе 2 с обзором литературы, особенный интерес они вызывают в последние годы. Так, в текущем 2025 г. (по состоянию на 20 августа) в мире вышло почти 6 тыс. статей, упоминающих инфляционные ожидания. Причем в каждом новом году им посвящают на 250 академических статей больше, чем в предыдущем, см. рис. 1.

Однако более важно то, что в последние 5 лет существенно вырос интерес к теме инфляционных ожиданий. Например, если в течение 20 лет до этого в мире про инфляционные ожидания говорилось в 4 статьях о денежно-кредитной политике из 10, то в последние 5 лет – в 6 из 10 (прирост в 1,5 раза по доле), а в уже одобренных статьях для публикации в 2026 г. еще больше – в 8 из 10, правда, по небольшой выборке (64 из 77 статей).

Рис. 1: Инфляционные ожидания привлекают все больше исследовательского интереса



Источник: <https://www.sciencedirect.com/search?q=inflation+expectations>.

Поэтому для нас оказалось важным дополнительно изучить инфляционные ожидания, предложив альтернативные способы верификации оценок инфляционных ожиданий, получаемых в ходе стандартных опросов населения. Поскольку, как мы выяснили в ходе исследования и описали в разделе 3, такие альтернативные оценки уже были ранее апробированы, причем в Банке России при первых экспериментах в целях выработки дизайна опроса населения об инфляционных ожиданиях в 2010 и 2017 гг., то нам стало интересно рассмотреть, как эволюционировали такие альтернативные

оценки инфляционных ожиданий с поправкой на изменение общеэкономической ситуации за 15 лет и с поправкой на изменение выборки.

1.2. Базовые понятия

Перед дальнейшим обсуждением введем понятия, которые будем использовать далее. Обозначим оценки воспринимаемой (наблюдаемой) населением инфляции как **НИ** (это мнение людей о том, что *уже* произошло с ценами). Оценки будущей инфляции – инфляционные ожидания – будем традиционно сокращать как **ИО**. Для обоих индикаторов разделим два типа оценок:

- **Прямыми** будем называть оценки НИ или ИО, полученные из ответов на вопрос о **процентах**. Термин «прямые» (непосредственные) используем, поскольку именно в таком формате все центральные банки мира, включая Банк России, собирают данные об ИО (кроме 2 раз в истории мира – в 2017–2018 гг., когда Банк России сформулировал вопрос об ИО не только в терминах процентов, но и иначе, что будем называть вмененными оценками).
- **Вмененными** (косвенными, опосредованными) будем называть оценки НИ и ИО, выраженные так же, как и прямые, в процентных пунктах, но полученные опосредованно **из ответов на вопрос о ценах** корзины или отдельных товаров в денежных единицах.

Логика названия термина «вмененные» идет из сферы финансов, где, например, есть понятие вмененной (*implied*) волатильности, которую выводят из цен опционов. Так, фактическую (реализовавшуюся) волатильность цены выбранного актива можно рассчитать напрямую (непосредственно) как меру разброса (стандартное отклонение) приростов цен активов. Но ожидаемая волатильность нигде в явном виде не доступна. Однако, учитывая логику ценообразования производных финансовых инструментов, которые зависят от ожидаемых цен базовых активов и их ожидаемой волатильности, можно обратным счетом получить ожидаемую волатильность, зная ожидаемые (или текущие) цены базовых активов и цены деривативов на них.

Формально понятие вмененных инфляционных ожиданий (*implied inflation expectations*) уже встречалось в литературе, см. статьи Scharnagl and Stapf (2015); Orlowski and Soper (2019). Но указанные работы были опубликованы еще до пандемии и трактовали вмененность именно в упомянутом выше смысле финансовых инструментов, извлекая инфляционные ожидания из котировок опционов и из *вмененной инфляции* (*breakeven inflation*), то есть из разницы доходностей стандартных облигаций и облигаций с купоном, привязанным к темпу инфляции, соответственно.

1.3. Цель исследования

Цель нашего исследования – глубже изучить, как простые граждане России воспринимают изменение цен в условиях, когда инфляция превышает таргет Банка России (по состоянию на июнь 2025 г. 9,5% г/г против 4,0%; ключевая ставка – 20,00% на момент проведения опросов в начале июля 2025 г.). Восприятие граждан будем смотреть в разрезе прямых и вмененных оценок, для того чтобы сопоставить с их восприятием в противоположных условиях – в ситуации 2017–2018 гг., когда инфляция была ниже таргета (по состоянию на июнь 2025 г. 2,5% г/г против 4,0%; ключевая ставка – 7,75%). Сравнение с периодом 2017–2018 гг. интересно тем, что именно тогда Банк России вместе с Фондом «Общественное мнение» («инФОМ») провел единственный – к нашему сведению – в мире замер **вмененных** инфляционных ожиданий.

Для достижения поставленной цели провели исследование на двух выборках: среди сотрудников Банка России с помощью **крауд-опроса** в продолжение волн обследования, описанных в работе Гуров et al. (2024), и среди жителей трех регионов Сибири. Оба опроса провели в такие же сроки (в начале июля 2025 г.), когда опрос запускал «инФОМ», для возможной большей методологической сопоставимости результатов (прежде всего всем респондентам потенциально доступна одинаковая информация о состоянии экономики страны, но, например, до решения Банка России по ключевой ставке 25 июля 2025 г.).

1.4. Краткие результаты

Предвосхищая итоги нашей работы, можем обоснованно утверждать, что вмененные оценки НИ и ИО населения выше прямых. Нельзя исключать, что это одна из причин недоверия населения данным Росстата по инфляции, что характерно не только для России, но и для развитых стран¹ (люди могут воспринимать инфляцию через свои вмененные оценки НИ и ИО, сопоставляя их с прямыми оценками по методологии Росстата). Более того, оценки ИО из сложных вопросов ниже, чем из простых. Мы это фиксировали ранее в исследовании неопределенности прямых оценок ИО, сейчас проследили в отношении вмененных (по отдельным товарам оценки ИО ниже, чем по общей корзине товаров). От этих выводов мы приходим к рекомендации модифицировать простой вопрос для вмененных ИО (условно предложив вопрос средней сложности, когда респондент самостоятельно называет стоимость корзины, не привязываясь к круглым числам, как, например, 1 тыс. или 10 тыс. руб.). Такой вопрос средней сложности о вмененных НИ и ИО может быть целесообразно пропилотировать на общероссийских репрезентативных обследованиях «инФОМ» и «Демоскоп».

1.5. Структура работы

Далее мы покажем, как пришли к этим выводам. Для этого в разделе 2 приведем перечень релевантных источников. Методологию изложим в разделе 3. Данные опишем в разделе 4. Результаты приведены в разделе 5, в разделе 6 обсуждается их устойчивость при контроле на эффект дохода. В разделе 7 подведем итоги и сформулируем предложения для реализации.

2. Обзор литературы

2.1. Истоки ИО как фактора потребительского поведения при гиперинфляции

О важности инфляционных ожиданий знали уже более 100 лет назад. Например, об этом можно прочитать у Мизеса в исследовании 1912 г. В нем он описывает ситуацию, в которой с ростом цен домохозяйка ждет и откладывает покупки необходимого в ожидании будущего снижения цен; когда снижения цен не происходит, а продолжается их рост, домохозяйка решает с упреждением приобрести то, что хотела купить позднее. Но основные проблемы начинаются, когда цены продолжают расти, поскольку тогда домохозяйка решает приобрести даже совсем не нужные товары, чтобы не столкнуться с полным обесценением своих сбережений (Mises, 1953, pp. 418–419)².

Наиболее печальным из недавних проявлений высокой инфляции и существенно высоких и незакоренных инфляционных ожиданий является ситуация в Зимбабве 2008–2009 гг., когда пик гиперинфляции в стране был связан с выпуском банкнот номиналом 100 млрд (10^{11}) и 100 трлн (10^{14}) в 2008 и 2009 гг. соответственно, Chingono (2022); Mutsaka (2024), что на порядок выше, чем за столетие до этого в Веймарской Республике. Для сравнения: тогда в период гиперинфляции в Германии в 1923 г. самый большой номинал новой банкноты был в 10 раз меньше и составлял только 1 трлн (10^{12}), Polleit (2023). Непереносимость же ситуации 2008–2009 гг. в Зимбабве явственно подтверждается посещением кафе и закусочных, где в меню не указывались цены, поскольку цены росли за время, пока посетитель ел и пил, Mutsaka (2024).

Возвращаясь к историческому аспекту, отметим, что внимание к инфляционным ожиданиям более 100 лет назад в работе Мизеса было продиктовано маржиналистской революцией 1870-х гг., см. исследование Макашева (2022), где во главу угла ставилась теория ценности, предельной полезности и цены как отражения первых двух элементов. В развитие теории цен последовала череда работ на тему, как охарактеризовать изменение цен, а именно стали развиваться теории индексов цен.

¹Благодарим анонимного рецензента за обращение внимания на это явление.

²В оригинале: ...housewife thinks: 'I need a new frying pan badly. But prices are too high to-day; I shall wait until they drop again.' It comes to an abrupt end when people discover that the inflation will continue, that it causes the rise in prices, and that therefore prices will sky-rocket infinitely... housewife thinks: 'I don't need a new frying pan to-day; I may need one in a year or two. But I'll buy it to-day because it will be much more expensive later.' Then the catastrophic end of the inflation is close. In its last stage the housewife thinks: 'I don't need another table; I shall never need one. But it's wiser to buy a table than keep these scraps of paper that the government calls money, one minute longer (Mises, 1953, pp. 418–419).

Вероятно, первым был Этьен Ласпейрес, предложивший в 1871 г. индекс по неизменным прошлым объемам, в 1874 г. – Герман Пааше – аналогичный индекс, но по будущим объемам. Ирвинг Фишер предложил брать геометрическое среднее из первых двух в 1920 году. Франсуа Дивизиа предложил элегантный индекс цен в непрерывном времени, эвристический подход к вычислению которого через приrostы по тaktам времени обосновал Лео Торнkvist в 1936 г., о чём подробнее см. в книге Ершов (2012).

Спустя почти 100 лет дискуссия о том, как измерять индексы цен, не ослабевает, несмотря на имеющуюся официальную методологию расчета от Росстата. В частности, благодаря распространению интернет-магазинов (онлайн-площадок/маркетплейсов) с доступными в относительно удобно обрабатываемом формате ценами по товарам набирает популярность выделение ценовых индексов из чеков по данным контрольно-кассовой техники (ККТ), см. подробнее в Алдохин et al. (2024); Синельникова-Мурылевой (2024).

Понимание описанной исторической перспективы особенно важно при обсуждении инфляционных ожиданий сегодня, в XXI веке. Дело в том, что поскольку уже 150 лет наиболее талантливые ученые пытаются разобраться в том, как воспринимать динамику цен в экономиках, то несправедливым будет использовать термин «когнитивные искажения» для описания ситуации, когда простые респонденты сегодня, тратящие свое время на прохождение бесплатных для них опросов, указывают на расхождения в их оценках фактической и ожидаемой инфляцией с официальными источниками. Учитывая историю развития теории индексов цен, вопрос на самом деле гораздо более сложный, чем кажется на первый взгляд.

Не исключено, что во многом из-за описанного выше набора подходов к измерению фактических изменений агрегированных цен к изменению ценовых индексов подходы к прогнозированию их будущих значений также развивались многогранно и настолько же неоднозначно.

2.2. Теоретические механизмы формирования ИО

Катализатором развития всех будущих теорий можно назвать первый опрос населения об ИО, проведенный Мичиганским университетом в США в 1948 году.

Считается, что первыми концепциями мнений людей о будущих ценах (об их инфляционных ожиданиях) были адаптивные ожидания, сформулированные в 1950–1960-х гг. в работах Cagan (1957); Friedman (1957); Arrow and Nerlove (1958); Allais (1966). Альтернативную концепцию рациональных ожиданий, когда люди могут начать ожидать что-то, не связанное с прошлым, из-за того, что будущее будет другим за счет произошедших, условно говоря, сегодня, событий, сформулировал Мут в своей статье Muth (1961), а развили Лукас, Сарджент, Воллас: Lucas (1972); Sargent and Wallace (1975). Как отмечает Gertchev (2007), альтернативное название рациональных ожиданий сформулировал Волтерс в своей работе Walters (1971), назвав их *согласованными* (consistent).

Дальнейшая история развития теории ИО – это дискуссия о том, какая из концепций должна преобладать: адаптивных или рациональных ожиданий. С одной стороны, можно привести критику обоих подходов. Например, в статье Gertchev (2007) признается важность того, что ожидания определяют действия людей, но обосновывается, что невозможно пробовать упрощенными категориями закрепить единую форму мышления всех людей.

С другой стороны, несмотря на описанную критику, консенсус в основном течении современной макроэкономической мысли пришел к сложной комбинации обеих концепций. Например, когда ожидания экономических агентов предполагаются тройственными: частично рациональными, с элементами полной рациональности и полной адаптивности (Орлов and Шарафутдинов, 2024, с. 3 и с. 12, ур. 27; с. 26, ур. 143; с. 17, ур. 64).

Дополнительно отметим, что дискуссию о механизме формирования ИО не стоит считать завершенной. Хотя такое обсуждение заслуживает отдельной работы, обратим внимание читателей лишь на фундаментальное противоречие в следствиях из высоких инфляционных ожиданий. Так, начиная с работы Кэгана (Cagan (1957), вся литература как про адаптивные, так и про рациональные ожидания указывает на то, что при высоких ИО (как максимум при ожиданиях гиперинфляции) спрос на реальные денежные остатки растет. Учитывая темп высоких ИО при гиперинфляции, это означает, что людям нужно все больше и больше номинальных (иными словами, обычных бумажных) денег. Однако приведенная выше в сноске цитата Мизеса на с. 6, написанная им за полстолетия до Кэга-

на, указывает на опыт человечества, когда ожидания гиперинфляции приводят к тому, что люди отказываются от бумажных денег, а не хотят иметь их больше, поскольку люди при гиперинфляции переходят к частным товарным деньгам вместо фиатных. Таким образом, люди не отказываются от денег вообще, поскольку деньги – это социальный институт, результат взаимодействия людей, который улучшает такое взаимодействие, как впервые упомянуто еще в работе Menger (1871).

2.3. Заякоренность ИО как условие для успеха таргетирования инфляции

Отдельным этапом в развитии теории ИО является понятие заякоренности инфляционных ожиданий, Carvalho et al. (2023); Apokoritis et al. (2022). Понятие появилось примерно в 1997 г. как неотъемлемый атрибут активно распространявшейся по миру политики таргетирования инфляции, см. Bernanke and Mishkin (1997).

Понятие заякоренности ИО предполагает, что средние ИО населения близки к цели центрального банка и разброс значений среди людей невелик; ожидания не меняются при краткосрочных всплесках инфляции; люди присваивают малый вес (считают крайне маловероятным) существенным значениям инфляции. Вероятно, именно последний критерий подтолкнул исследователей к изучению понятия неопределенности инфляционных ожиданий, см. работу Bruine de Bruin et al. (2011), когда через опросы изучаются вероятности разных будущих значений инфляции (как правило, сгруппированных по интервалам). Хотя работа Bruine de Bruin et al. (2011) для США была реплицирована в США на новых данных относительно недавно в работах Georgarakos et al. (2024); Kostyshyna and Petersen (2024), ни в первой, ни в последующих не ставился вопрос о том, насколько респонденты осознают то, что они выбирают: как интервал изменения инфляции в процентах или как процент вероятности наблюдения такого интервала. Такое замечание особенно важно, поскольку в работах Банка России неоднократно подчеркивалось, что домохозяйства намного менее точны в своих оценках инфляции, чем, например, финансовые аналитики или представители предприятий, см. Карлова et al. (2019); Karlova et al. (2020)³.

Важность такого наблюдения о свойствах ИО домохозяйств подтверждают и наблюдения, сделанные в ходе проведения опроса для исследования Гуров et al. (2025), в котором часть респондентов предлагали проставить ответы об инфляции вместо них или удивлялись тому, как им отвечать на вопросы про проценты (изменение цен), если они в принципе не понимают, что такое процент (не мыслят такими категориями).

2.4. Выводы из обзора литературы

Понятие индексов цен, восприятие их фактических изменений и ожиданий будущих изменений изучаются уже более 150 лет. Эмпирические исследования самих ожиданий строятся на опросах населения уже более 80 лет, начиная с первого исследования Мичиганского университета. Хотя в 2007 г., кроме вопроса о средних значениях ожиданий, попробовали спрашивать о вероятности наблюдения разных значений инфляции, мало кто до работ Банка России 2020 г. задавался вопросом о том, насколько осознаны такие ответы (если респонденты не понимают, что означает процент) и, как следствие, насколько можно доверять их результатам. При этом были прецеденты измерения вмененных ИО. Далее мы постараемся обосновать модификацию использованной формулировки, чтобы на вопросы о вмененных ИО было комфортнее отвечать.

Если не все респонденты мыслят категориями процентов, то, возможно, им проще размышлять категориями денежных единиц (в рублях). Поэтому Банк России стал первым центральным банком в мире, к нашему сведению, кто попробовал параллельно с основным прямым вопросом об ИО узнать о вмененных ИО в декабре 2017 г. и январе 2018 г., Банк России (2017, 2018). В первый раз респондентам предложили оценить изменение некоторой корзины стоимостью 1 тыс. руб., во второй – стоимостью 10 тыс. рублей.

Как мы далее покажем, считать в рублях респондентам действительно проще, но у этого есть свои ограничения. Во-первых, люди могут не помнить цены отдельных товаров (это наблюдение

³ «Проблема квантification качественной информации относительно ожиданий возникает, как правило, при опросах домохозяйств, которые не всегда способны дать точную оценку будущей инфляции» (Карлова et al., 2019, с. 5).

подкрепляет наше сомнение в осознанности их ответов об ИО в процентах). Во-вторых, помня цены, люди могут быть обоснованно требовательными к тому, цены каких товаров с какими именно характеристиками нужно указать. В-третьих, в силу особенностей памяти люди склонны к округлению цен. Это может привести к малой изменчивости цен, которые они помнят, и, следовательно, к малой изменчивости вмененных ИО и к тому, что оценки ИО по выборке станут менее точными (вырастут доверительные интервалы).

3. Методология

3.1. Дизайн опроса

3.1.1 Вариации в вопросах

Для исследования того, в каком формате респондентам комфортнее сообщать свои инфляционные ожидания, включая уточнение, в виде прямых или вмененных оценок, мы включили три вопроса про прямые НИ/ИО и два вопроса про вмененные. Полные формулировки вопросов доступны в приложении А.

Прямые вопросы включали базовый вопрос «инФОМ» о выборе 1 из 13 интервалов, упрощенный вопрос с 5 интервалами и сложный вопрос про неопределенность ИО, когда респондентам предлагалось проставить относительную вероятность для каждого из 13 интервалов «инФОМ». Традиционно по методологии «инФОМ» для измерения прямых ИО задается два вопроса: сначала о направлении ожидаемых изменений цен, и только для тех, кто выберет рост цен, предлагается указать 1 из 11 интервалов, см. Банк России (2025а). Во всех опросах мы объединяли эти два вопроса, добавляя к 11 интервалам еще 2, соответствующие снижению или неизменности цен. В таком виде вопрос включался во все опросы. Здесь мы также видим дополнительное ограничение, которое наложили на себя, сузив пространство осознанности респондента, поскольку логика предложения ряда вопросов нарастающей сложности в «инФОМ» призвана стимулировать рост концентрации внимания респондента. Несмотря на ценность такого подхода, в рамках доступной нам онлайн-формы опроса мы не имели возможности обеспечить аналогичный уровень осознанности, поскольку рост числа вопросов только уменьшил бы число представленных ответов. Однако при наличии возможности привлечения интервьюеров, безусловно, целесообразным было бы разложить наши вопросы на подэтапы.

Вмененные ИО мы исследовали с помощью вопросов о ценах корзины и товаров. Впервые вопрос о стоимости корзины был задан в опросе Банка России в 2017 г. с предложением оценить изменение некоторой (без уточнения, какой именно) корзины товаров, стоимостью 1 тыс. рублей. В 2018 г. вопрос был повторен с заменой одной на 10 тыс. руб., см. Банк России (2017, 2018)⁴.

Здесь необходимо обсудить две особенности описанного вопроса о вмененных ИО в формате стоимости корзины товаров, а именно эффекты дохода и памяти.

Во-первых, есть ожидание, что когда задается вопрос о стоимости корзины, то в большей степени улавливается **эффект дохода**, чем эффект роста цен. Эффект дохода означает, что при росте доходов респондент начнет потреблять более дорогие товары и его средняя корзина вырастет, и наоборот (при снижении – упадет), хотя в обоих случаях цены могут меняться независимо от изменения стоимости корзины.

С одной стороны, это верный методологический момент. Чтобы его учесть, в разделе 6 мы приведем оценки только для подгруппы респондентов, кто сообщает, что не ощущал изменений в благосостоянии и не предвидит таковых в будущем. Упреждая результаты, заметим, что, действительно, разница имеется, но только в ИО. После контроля на неизменность благосостояния видим снижение медианных оценок ИО до уровня НИ (без такого контроля фиксировали превышение ИО над воспринимаемой инфляцией).

С другой стороны, нельзя не признать, что эффект дохода может оказывать влияние и на то, какие цены помнит респондент. Ведь если респондент помнит конкретные цены, то потому, что он часто покупает товар или потребляет услугу либо ему интересно наблюдать за ценами конкретного

⁴Благодарим Преснякову Л. и Дормидонтову Ю. за идею и поиск информации.

товара/услуги. Это значит, что при переходе на более высокий уровень достатка респондент начнет чаще потреблять более дорогие товары и наблюдать за ними (и наоборот, при переходе на более низкий – за более дешевыми). Тогда и в памяти у него будут более дорогие (дешевые) товары, что не связано с изменением цен самих дорогих и дешевых товаров. Напомним, что нас интересуют именно мнения респондентов о ценах, а не то, как они отслеживают новости о ценах, то есть нас интересует их субъективное восприятие цен (объективное и общестрановое значения, без эффектов восприятия и ожидания, сообщает Росстат в виде индекса потребительских цен, ИПЦ).

Поэтому наша методологическая рекомендация выше заключается в целесообразности рассматривать ИО только по респондентам без прошлых и без будущих изменений в благосостоянии.

Во-вторых, существует **эффект памяти**, когда, спрашивая респондента о том, какой они помнят стоимость корзины товаров год назад, не стоит ожидать, что респондент сообщит значения, которые имели место именно 12 месяцев назад. Конечно, могут быть респонденты (особенно не первый раз участвующие в таком опросе), которые ведут дневник цен и могут сообщить стоимость с точностью до дня. Однако в большинстве случаев респондент сообщает значение, которое он воспринимает как прошлое. При этом гарантия, что эта цифра именно годичной давности, нет.

Понимание этого аспекта важно для трактовки ИО такого респондента. Например, если существенное изменение цены произошло однократно за 5 лет, но само событие было в прошлом месяце, респондент может экстраполировать такой прирост на следующий год, хотя его может не быть ни 5, ни 10 лет. Как и с эффектом дохода, стоит понимать, что и вопрос о прямых оценках ИО не свободен от этого эффекта памяти, поскольку без дневника цен респондент не вспомнит цены именно год назад, но с высокой вероятностью будет ориентироваться на цены товаров и услуг, которые наиболее существенно изменились в недавнее время.

Проанализировав ответы 2017–2018 гг., мы увидели, что вмененные НИ и ИО выше при вопросе на 1 тыс. руб., чем на 10 тыс. руб., см. табл. 7. Поэтому в наших вопросах мы использовали формулировку простого вопроса про вмененные ИО с суммой корзины 10 тыс. рублей.

Новацией нашего исследования была идея изучения непосредственно самих цен⁵. Наша логика была следующей. Изучая неопределенность ИО в работах Гуров et al. (2024, 2025), мы столкнулись с тем, что понятие «процент» (в первую очередь в формулировках ответов об изменениях цен) вызвала сложности у части респондентов. Поэтому мы решили, что такие сложности не возникнут, если у людей спрашивать то, чем они живут, то есть непосредственно цены товаров. Поэтому мы сформировали список из десяти, согласно нашим данным, наиболее востребованных (в среднем) товаров⁶. Мы намеренно не включали в вопросы товары и услуги, чьи цены относятся к категории регулируемых, поскольку планы по их изменению известны заранее и при необходимости, для задач сценарного планирования, их можно включить в явном виде. Также мы не включили самые дорогие товары (например, недвижимость), ограничившись автомобилем, в котором на самом деле также присутствует существенная вариация значений цен.

Как мы выяснили впоследствии, в том числе благодаря оставленным текстовым комментариям в свободной форме, здесь возникли две другие сложности. С одной стороны, часть респондентов не помнит конкретные цены. Здесь важно заметить, что **люди лучше всего помнят цены, если:** (1) они регулярно покупают товар или наблюдают за его ценой (накапливая на него и желая приобрести или приобретя и желая понять, верно ли они поступили, купив его сейчас, не прогадали ли они); (2) **цены слабо меняются**⁷. Поэтому характеристика того, сколько людей помнят (готовы сообщить) цены товаров, является таким же важным индикатором благосостояния экономики, как и меньшая доля расходов домохозяйства, которая характеризует его большее благополучие.

С другой стороны, большая часть респондентов помнит цены настолько хорошо, что у них вызвала сложность просьба указать усредненную цену без уточнения параметров (отдельных характеристик) выбранных агрегированных групп товаров. Например, хотя средние цены в логарифмах в двух наших основных источниках данных различались не более чем на 15% (см. рис. 5), в абсолют-

⁵ При первых экспериментах по дизайну опроса населения об инфляционных ожиданиях «инфоМ» также задавал вопросы про цены конкретных товаров.

⁶ Благодарим Харламову М. за формирование списка и Стародубцеву М. за обсуждение.

⁷ Благодарим Морозова А.Г., обратившего внимание на такое явление.

ных значениях они могли различаться в 10 раз. Так, для автомобилей средние цены в крауд-опросе были равны 13 млн руб., тогда как в Сибири – только 1,3 млн руб. (сравните табл. 17 и табл. 18).

Обработка сообщенных цен товаров оказалась также непростой. Мы здесь следовали выводам работ Bruine de Bruin et al. (2011); Гуров et al. (2025), где для США и России соответственно было обнаружено, что, по сути, если с респондентов снять бремя расчетов, то их ИО будут ниже, то есть если у респондентов спросить вероятности всех исходов будущей инфляции и вместо респондентов свернуть эти ответы в среднее значение для такого распределения, то полученное среднее будет ниже, чем выбранный интервал в традиционном (базовом) вопросе о прямых ИО. Соответственно, мы подумали, что стоит спросить цены конкретных товаров и пересчитать за респондентов индекс потребительских цен (ИПЦ), используя веса Росстата для России или для конкретного региона (см. данные в табл. 27). Здесь мы осознаем ограниченность подхода, когда пробуем распространять оценку изменения цен выбранных 10 товаров на полную корзину из 600 наименований. По сути, мы используем предпосылку, что иные товары изменились в *среднем* в цене прямо пропорционально тем, по которым мы предложили заполнить цены. Также наперед отметим, что вопрос о вмененных ИО в формате стоимости корзины в меньшей степени обладает указанным недостатком.

Поскольку в одном из наших источников (в крауд-опросе Банка России) было мало респондентов из трех сибирских регионов, то для обоих источников данных для сопоставимости мы применили общероссийские веса. Поскольку отобранные нами товары (без регулируемых тарифов) дают в сумме не более пятой части ИПЦ, то мы отнормировали веса к 100%. Наше действие соответствует предположению, что регулируемые цены и тарифы выросли в среднем так же, как респонденты видят изменение цен по отобранным 10 группам товаров.

Как мы отмечали выше, можно провести расчет по региональным весам, добавить в явном виде известные и планируемые изменения регулируемых тарифов и цен. Однако мы не ожидаем, что это принципиально изменит полученные основные выводы, хотя и вызывает исследовательский интерес и является интересной задачей.

Впоследствии, анализируя текстовые комментарии, мы, по сути, получили ответ и на третий тип вопроса о вмененных ИО, который исходно не предполагали, об этом см. далее на с. 19.

В качестве контрольных вопросов мы добавили ряд стандартных из опроса «инФОМ» о поле, возрасте, размере населенного пункта, восприятии фактического и ожиданий будущего изменения благосостояния, включили два вопроса о финансовой грамотности из опроса «Демоскоп» (Банк России (2022) о расчете сложного процента и формате скидки (в рублях или процентах).

Таблица 1: ≈ 40% респондентов в Сибири понимают, что такое Банк России, Центробанк и Сбербанк

(п.п.)	Q19 (Центробанк и Банк России?)					
↓ Q18 (Сбербанк и Банк России?)	Да, одна	Нет, две разные	Зависит от контекста	3/о	Общий Итог	
Да, одна	4	3	0	1	8	
Нет, две разные	39	23	4	6	73	
Зависит от контекста	1	1	3	1	7	
3/о	1	1	0	11	13	
Общий итог	46	28	8	19	100	

Примечание. П.п. указаны от общего числа респондентов (3,4 тыс. чел.);
з/о – затрудняюсь ответить.

Дополнительной новацией текущего исследования стало включение двух упрощенных, но, как выяснилось, дифференцирующих, вопросов о понятийной (несчетной, нематематической) финансовой грамотности. Мы предложили респондентам в Сибири указать, как соотносятся три названия: Сбербанк, Центробанк и Банк России, см. табл. 1.

Как выяснилось, две трети респондентов отличают коммерческий банк от центрального, но только половина знает, что Центробанк и Банк России – это два названия для одной организации. Тех

же, кто знает оба факта, менее 40%, см. табл. 1. Как понятно из табл. 10, эти факторы понятийной финансовой грамотности различаются по респондентам: имеющие более высокую финансовую грамотность обладают более низкими НИ и ИО, причем как в прямых, так и во вмененных оценках.

3.1.2 Вариации в ответах

Изучая неопределенность ИО, можно предположить, что расстановка вероятностей по 13 интервалам изменения цен может существенно зависеть от предложенного респонденту порядка интервалов. Например, человек склонен терять концентрацию и терпение с течением времени. Поэтому первым предложенным интервалам изменения цен можно приписать большие значения вероятности. На самом деле такая же логика действий может присутствовать и при обычном выборе из 13 интервалов, а не только с вероятностями, поскольку респондент может стараться быстрее дать ответ. Поэтому целесообразно проверить, какой эффект на оценку ИО дает предлагаемый порядок вариантов ответов, а именно если предложить обратный порядок (убывающий, от наибольших значений к наименьшим), то как изменятся ИО⁸?

Поэтому в майском крауд-опросе мы рассмотрели два порядка представления вариантов ответов, но только для вопроса об ИО, не про НИ.

3.2. Формирование выборок

Традиционно опросы населения разрабатывают в два этапа. Вначале проводят глубинные интервью с фокус-группами, затем по итогам таких обсуждений формулируют достаточно стандартизованные вопросы и унифицированные ответы, которые будут максимально единообразно восприняты при более широком опросе. Такие вопросы и ответы включают в опросы с большим охватом респондентов, требующие гораздо меньше времени, чем глубинные интервью. Сравнение подходов см. в табл. 2.

Таблица 2: Подходы к опросу населения

#	критерий	фокус-группа	опрос	РКИ
1	# респонденты	малое	среднее	большое
2.1	вопросы	свободные	стандартные	стандартные
2.2	кому какие	всем одинаковые	всем одинаковые	всем разные
3	ответы	свободные	стандартные + комментарии	стандартные
4	глубина обсуждения	большая	средняя	малая
5	примеры	чаще для маркетинговых исследований	RLMS; «Демоскоп»: Банк России (2022)	СЗПП: онлайн-зачет по финграмотности; Грищенко et al. (2025)

Примечание. РКИ – рандомизированное контролируемое испытание (от англ. randomized controlled trial, RCT). СЗПП – Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России.

Особенно после вручения Нобелевской премии 2019 г. по доказательной экономике последний тип опросов стал активно трансформироваться в так называемые рандомизированные контролируемые испытания, РКИ (randomized controlled trials, RCT). Логика РКИ состоит в том, что если случайно задать разные вопросы (или предложить разные варианты ответов), то можно исключить смещение в ответах и получить более объективную оценку эффектов разных вопросов. С преимуществом подхода РКИ мы столкнулись благодаря одному из комментариев в крауд-опросе, в котором респондент сообщил, что при ответах на вопросы о вмененных ИО он не мог не ориентироваться на ответ, который дал на прямой вопрос об ИО. Однако, несмотря на преимущества РКИ, они весьма

⁸Благодарим Гурова И. за идею для исследования.

затратны, поскольку требуют кратно большей выборки и в идеале умножены на ряд повторений опроса. Поэтому подход, близкий к РКИ, мы реализовали только для проверки эффектов порядка ответов в майской волне крауд-опроса.

Таким образом, в нашей исследовательской повестке было 12 вариантов опроса, реализующихся как шесть вопросов (два типа оценок ожиданий: прямые и вмененные; три уровня сложности вопросов на каждый из двух типов оценки: простые, средние, сложные), умноженных на два варианта порядков ответов. Учитывая сложность предложенных респондентам вопросов, мы решили не включать все опции в одну волну. Также ввиду непрогнозируемого объема откликов не стали принудительно случайно распределять вопросы из опасений не иметь возможности гарантированно получить минимальную достаточную выборку на каждый из вариантов опроса при его добровольном характере.

Поэтому мы реализовали три волны опроса, см. табл. 3, в которых попробовали следующие комбинации интересующих вариантов:

- В феврале и мае мы провели внутренний крауд-опрос, предложив три варианта по сложности прямых вопросов об ИО.
- В мае в крауд-опросе мы дополнительно протестировали эффект порядка вариантов ответов для ИО.
- В июле мы проверили внутренний крауд-опрос и внешний опрос в Сибири, где сравнили простой прямой вопрос о НИ и ИО и о выборе из 13 интервалов с вопросами о вмененных НИ и ИО.

Таблица 3: Сводная информация о выборках, вопросах и ответах по датам

#	тип ИО	катег.	вопрос	крауд фев. май июл.	Сибирь июл.	Сложн.	Увер-ть	Осозн-ть	простота обраб. для Банка России
1	прям.	прост.	«инФОМ» (13 инт.)	+++	+	3	8	5	9
2	прям.	средн.	5 инт.	++			10	6	5
3	прям.	сложн.	13 инт. + вер-ти	++			8	3	3
4	вмен.	прост.	«инФОМ» корз. 1/10 тр.		++	3		7	7
5	вмен.	средн.	произв. корз.		+*	+*		8	7
6	вмен.	сложн.	ИПЦ по товарам		++	5		10	1
7	прям.	все	ответы	↑↑, ↓↑	↑	↑			

* Из текстовых комментариев респондентов; сложн. – степень сложности по оценкам респондентов из табл. 6, увер-ть – самооценка уверенности респондентов в ответах из рис. 3.

в п. 7 обозначение ↑ указывает на возрастающий (прямой, базовый, традиционный) порядок ответов; ↓ – на убывающий (обратный, новый, экспериментальный).

4. Данные

Изучение нашей исследовательской повестки мы провели на двух принципиально разных источниках данных: это внутренний крауд-опрос среди сотрудников Банка России и внешний опрос в трех сибирских регионах (Алтайский край, Красноярский край и Новосибирская область). Основные обследования этими двумя опросами мы провели в начале июля 2025 г., чтобы синхронизировать их с датами регулярного опроса ИО со стороны «инФОМ». Хотя полученные выборки крауд-опроса в Сибири не являются репрезентативными, они представляют ценность для нас, поскольку мы сравниваем ответы одних и тех же респондентов на разные вопросы, то есть сравнение **между выборками** для нас вторично, первично – сравнение **внутри выборок**⁹.

⁹Благодарим Бессонову Е. за обращение внимания на этот аспект репрезентативности выборок.

4.1. Внутренний крауд-опрос в Банке России в феврале, мае, июле 2025 года

Внутренние крауд-опросы мы начали проводить в ноябре 2023 г. для изучения неопределенности ИО, результаты описаны в препринте Гуров et al. (2024). Для цели изучения прямых и вмененных ИО мы провели три волны крауд-опроса: 26–28 февраля, 11–13 мая и 1–3 июля. На внутренние опросы выделяли по 3 дня, поскольку заметили, что основное заполнение онлайн-форм происходит в первые 3 дня после рассылки приглашений пройти опрос. Сам опрос носит добровольный характер, но не является репрезентативным ни для сотрудников Банка России, ни для России. Тем не менее, контролируя заявленные факторы в опросе, мы можем извлечь полезную и интересную информацию и при такой нерепрезентативной выборке.

Важным достоинством источника является проверяемость многих социально-демографических характеристик респондентов, хотя аффилированность с работодателем может создавать смещение в представленных ответах. Тем не менее, как мы увидим по текстовым комментариям, внутренний и внешний опрос достаточно сопоставимы, то есть у внутреннего нет такого ярко выраженного смещения в ответах, как мы ожидали. Например, в обоих источниках есть упоминание глагола «выживать» (см. критерий 12 в табл. 4); предложение учитывать корзину конкретной семьи (см. с. 19) и рекомендация смотреть цену конкретной рыбы¹⁰.

Таблица 4: Сравнение источников данных

критерий	«инФОМ»*	крауд	Сибирь
1 организатор	«инФОМ»	центр краудсорса Банка России	«Телеграм» + соцсети
2 формат	очно	онлайн	онлайн
3 даты с.г.	1–14 июля	1–3 июля	1–7 июля
4 география	Россия	Россия	3 региона 30 источников (5 шт.: 200 + чел.)
5 # вопросы	< 60	17	≈ 40
6 # ответов, тыс. чел.	2	июль ≈ 0,3 май ≈ 1,0 февраль ≈ 0,7	3,5
7 репрез.	+ Россия	-	-
8 #вопросы финграмотности	-	7	4 (+ Центробанк/Сбербанк)
9 открытые вопросы	-	+	+
10 # комментариев	-	88 (≈ 30%)	1177 (≈ 35%)
11 нет цен	-	9%	≈ 65%
12 «выживать», # чел.	-	1	9

* Благодарим Андреева А., Шубина И. (Департамент денежно-кредитной политики Банка России) за данные.

Ценной особенностью крауд-опроса стала возможность контролировать время не просто прохождения опроса, но и конкретных вопросов¹¹.

Дополнительно в крауд-опросе после каждого прямого вопроса об ИО в феврале и мае мы спрашивали об уверенности респондентов в представленных ответах. Мы считали, что это может быть хорошим приближением к тому, насколько осознанно респонденты давали свои ответы. Однако вопрос об уверенности в ответах может породить такое же недоверие, как использование термина

10

- /Крауд/ Хорошим индикатором могут быть цены на ходовую рыбу в соседних магазинах от хладокомбината. На наш взгляд, показательна динамика цен на **копченую горбушу**. Для оценки стоимости машин предлагаем мониторить цены на **двадцатилетние машины**, так как они лежат на дне ценовых ожиданий потенциальных покупателей. На нашей памяти за 15 лет дно еще ни разу не опускалось и цена на «Субару» к моменту продажи была выше цены покупки.
- /Сибирь/ Среди продуктов показательно спрашивать про рыбу, но про конкретный вид, например **лосось**.

¹¹Благодарим Пономаренко А. за рекомендацию по изучению времени ответов.

«когнитивные искажения». Поэтому для опроса июля мы заменили формулировки на вопросы о том, насколько сложно было респондентам отвечать на вопросы об ИО¹².

У нас была возможность включить дополнительные вопросы об уверенности/сложности в крауд-опросе, поскольку в июле мы исключили вопросы о финансовой грамотности и социально-демографических характеристиках, так как респонденты отвечали на них в предыдущих волнах крауд-опроса. Из-за большого числа вопросов во втором (внешнем) опросе, который опишем далее, в него мы не включали вопросы о том, насколько сложным было отвечать на вопрос.

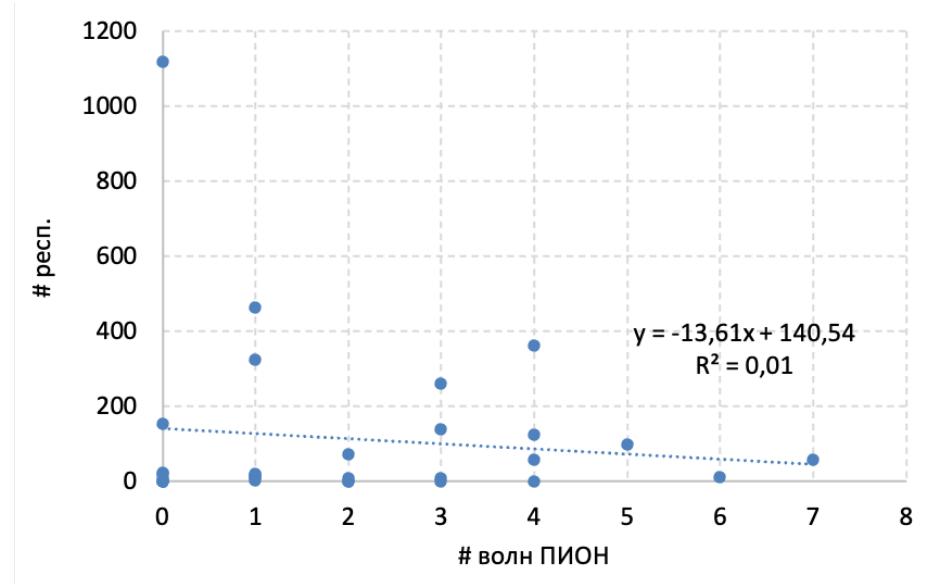
4.2. Внешний опрос в Сибири в июле 2025 года

Вторым источником опросных данных стала онлайн-анкета для трех сибирских регионов. Здесь мы наперед осознаем два принципиальных ограничения источника. Прежде всего это непрепрезентативность ответов и для России, и для тех же регионов проведения опроса в силу его добровольного характера. Во-вторых, в отличие от внутреннего крауд-опроса, здесь мы не можем проверить даже ответы на вопросы о социально-демографических характеристиках, будучи вынужденными принимать предоставленные ответы за правдивые.

Для опроса в Сибири был сформирован список из более чем 30 интервьюируемых, прежде всего государственных организаций, подробнее см. в приложении В. Наиболее активными по числу собранных ответов являются региональные министерства социальной защиты и представительства фонда социальной защиты, при этом практически не откликнулись университеты. По пяти источникам не было ни одного ответа.

Многие организации участвовали в аналогичных онлайн-опросах населения Сибири по обращению Банка России до 7 раз (волн). Однако явного эффекта того, что более длительная история взаимодействия способствует приросту или хотя бы сохранению числа респондентов, не наблюдается. Скорее имеет место обратный эффект высокого числа ответов для первого взаимодействия и его последующее затухание, см. рис. 2.

Рис. 2: Более активное участие представителей источников вопросов не гарантирует большее число ответов



Портрет типичного респондента в Сибири – это женщина 40–48 лет с высшим образованием. Поскольку четверть респондентов ответили, что они являются сотрудниками государственных организаций, то можно предположить, что в первую очередь ответили те, к кому обратились представители Банка России в Сибири. Это вызывает опасения о смещенностии ответов, аналогичные

¹²Благодарим Преснякову Л. за рекомендацию по модификации формулировки вопроса.

тем, что у нас были относительно внутреннего крауд-опроса. В части Сибири опасения усилены, поскольку у нас нет возможности проверить представленные ответы.

Обратим внимание читателей на то, что в **крауд-опросе только 10% респондентов не сообщили те или иные цены товаров, тогда как по Сибири таких две трети**, см. критерий 11 в табл. 4. В идеале эти цифры ценны в динамике, но пока мы первые, кто их хотя бы зафиксировал.

4.3. Исключение выбросов и обработка цен

Проведя непосредственный расчет приростов цен на первичных данных, мы столкнулись с неожиданным наличием существенного числа наблюдений, где прошлые приrostы цен (за минувший год) существенно отрицательны (вплоть до -100%), а будущие (ожидаемые через год) – существенно положительны (насчитывают тысячи процентов). Проанализировав первичные данные, мы обнаружили ряд случаев вида: 300 тыс. – 400 – 500 тыс., где три цифры – это цена товара год назад – сегодня – через год. Будет логичным предположить, что респондент в таком случае подразумевал равные приросты цены на 100 тыс. руб. за год, но в случае текущей цены не указал нули. Поэтому мы создали пошаговый алгоритм (см. приложение C.1), чтобы не исключать такие случаи, но преобразовать их в те цены, которые мог понимать респондент.

Тогда для дальнейшей работы (построения графиков и оценки регрессий) мы вначале исключали выбросы по критериям ниже, затем применяли правило преобразования цен. Логика нашего алгоритма позволила получить более надежные значения приростов цен для НИ и ИО, чем непосредственно в сырых данных. Но это не является гарантией идеальной сопоставимости значений самих цен. Поэтому максимальные значения цен в рублях могут значительно отличаться от средних, но мы проверили, что при этом сами цены сопоставимы для отдельного респондента.

Таблица 5: Критерии выбросов по Сибири

№	Критерий	# первичных	# вторичных
		наблюдений	наблюдений
1.	1% от исходных цен 10 товаров слева и справа (0,5% от наблюдений с каждого края)	176	
2.	Прирост цен за 2 года более 300 или менее 1/300		162
3.	Наибольшая разница рангов цен по 10 товарам (текущая и ожидаемая) более 0,95	144	
4.	Значения по вопросам 26, 27 или взвешенной и ожидаемой взвешенной инфляции более 300		340
A	Общее # выбросов, абсолютное #:	608	
B	Общее # наблюдений, абсолютное #:	3386	
C = A / B	Общее # выбросов, % от всего # наблюдений:	18%	

Примечание. Первичные наблюдения – цены , вторичные – приросты цен (НИ и ИО).

Критерии выбросов по крауд-опросу:

- Если есть пропуски по товарам, то не учитывается (значения 0,1, -1).
- Если общая инфляция (в рамках инфляционных вопросов «инфОМ», 10 тыс. и индекса по товарам) больше 300%, то не учитывается.
- Верхний 1% значений цен по каждому товару.

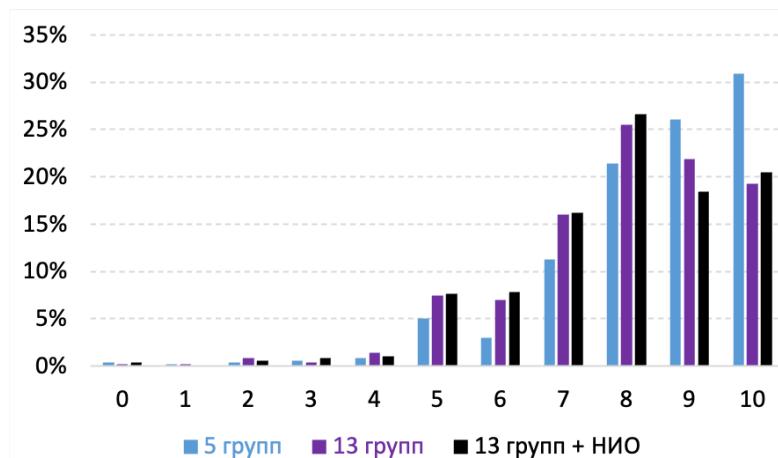
5. Результаты

5.1. Осознанность, уверенность, сложность, время прохождения

Осознанность действий – это достаточно хорошо изученная в психологии категория. Как правило, под осознанностью понимают ситуации, когда человек отдает себе отчет в том, что делает; может контролировать себя при принятии решений; в его действиях минимальная доля автоматизма (бессознательных рефлексов) Юмартова and Гришина (2016); Митина et al. (2021).

Исходя из такого психологического определения, можно ожидать, что чем больше времени человек размышляет над ответом на вопрос и чем более он уверен в предоставленном ответе, тем осознаннее его ответ. На рис. 3 представлено распределение оценок уверенности респондентов в ответах на прямые вопросы об ИО. С одной стороны, можно сказать, что результат ожидаем, поскольку максимум самых уверенных ответов (10 из 10) фиксируется для самого простого вопроса с предложением выбрать 1 из 5 интервалов. С другой стороны, есть менее ожидаемые результаты в том, что базовый вопрос «инФОМ» о 13 интервалах и вопрос о проставлении вероятности по каждому интервалу достаточно сопоставимы по степени уверенности респондентов.

Рис. 3: Уверенность снижается с ростом сложности



Примечание. На основе крауд-опроса Банка России в феврале 2025 года.

По рис. 4 видно, что чем больше времени респондент размышлял над ответом, тем сообщенные оценки уверенности в ответах выше. Это можно считать подтверждением того, что осознанность обоснованно ассоциировать с уверенностью в ответе и временем размышления над ним.

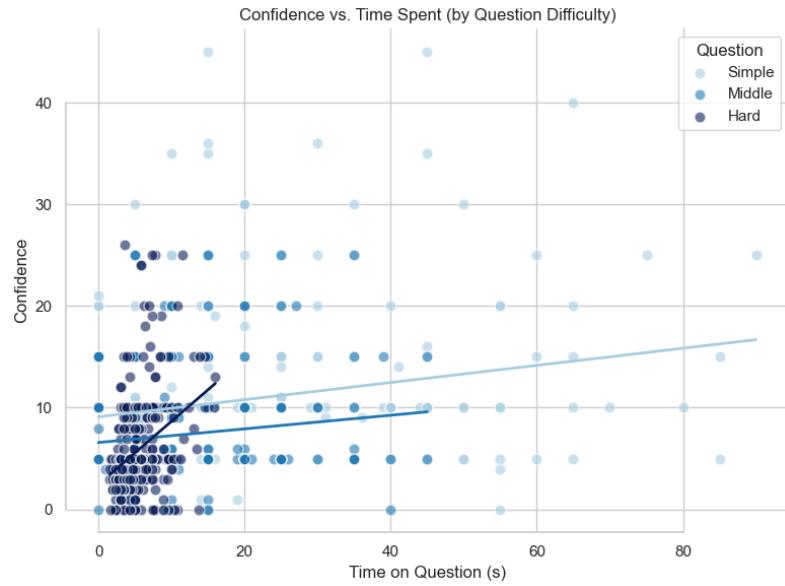
В разделе 3, посвященном методологии, мы уже отмечали, что вопрос про уверенность респондента в предоставленном им ответе снижает доверие к интервьюеру, поскольку таким вопросом интервьюер неявно предполагает возможность неразумного ответа от респондента. Именно поэтому в июле 2025 г. в крауд-опросе мы изменили формулировку вопроса на более сложную. Мы считаем, что чем сложнее вопрос, тем респондент будет менее уверен в правильности сообщенного ответа (снова напомним, что в вопросах про НИ и ИО правильных ответов не существует по определению, поскольку это вопросы о мнении людей).

Таблица 6: Сравнение – самооценка сложности – средние

Вопрос	НИ	ИО
«инФОМ» (13 бинов)	3,16	3,08
По 10 тыс.	2,96	3,07
По товарам		5,08

Поэтому в опросе июля мы смогли соотнести то, насколько сложно респондентам было отвечать на вопросы о прямых и вмененных ИО. Результаты сведены в табл. 6. Сложный вопрос о вмененных

Рис. 4: Оценки уверенности в ответах об ИО растут с увеличением времени, необходимого для ответа на вопрос



Примечание. Рисунок построен по данным крауд-опроса Банка России в феврале 2025 года.

ИО из цен конкретных товаров вызвал наибольшие затруднения (средняя оценка 5 из 10). При этом простые вопросы о прямых и вмененных оценках одинаково легкие (в среднем 3 из 10), без различий между НИ и ИО.

Заявленная сложность ответов на вопрос о конкретных ценах была прежде всего вызвана множеством уточнений о том, какой товар рассмотреть¹³. В частности, справедливыми были комментарии, что, например, смартфоны в среднем стали дороже, но популярные год назад модели сегодня являются устаревшими и на них цены явно снизились, а через год будут еще ниже.

Поэтому по итогам опроса и анализа текстовых комментариев мы увидели, что респонденты старались отвечать и подходили максимально осознанно, оставляя правильные комментарии о том, что понимать. Здесь полезной станет рекомендация по уточнению базового вопроса «инфоМ» и замены слова «цены» на «инфляция». Если понятие цены действительно очень абстрактное, поскольку может относиться к множеству товаров, то инфляция пусть и сложное понятие, но рассчитывается по конкретному алгоритму (да, по широкому перечню из 600 товаров; да, с весами товаров, различающимися по регионам, но все-таки по конкретному алгоритму, который случайный респондент может и не знать, но который существует и к которому можно достаточно точно приблизиться при желании).

Подтверждением высокой ответственности и осознанности респондентов можно назвать тот факт, что они сами, по сути, предложили формулировки вопроса о вмененных ИО средней слож-

¹³

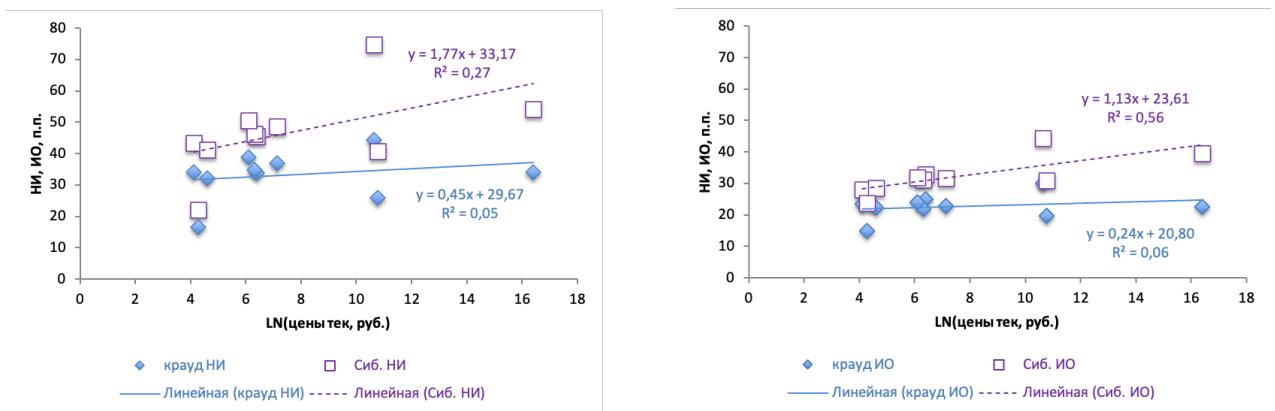
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Сибирь <ol style="list-style-type: none"> 1. Цены плохо запоминаются. 2. Покупаю по акциям, не знаю реальные цены. 3. Стоимость может не расти, а объем – снижаться. 4. Хлеб беру и не смотрю цену; автомобиль, насколько знаю, дорогой. 5. Не смотрю на цены, если надо (и могу купить). | <ul style="list-style-type: none"> ● Крауд-опрос <ol style="list-style-type: none"> 1. Разное качествово (устаревание) / ассортимент / вкусы / торговые сети. 2. Трудно вспомнить. 3. Сложно ответить, если не покупал. 4. Сложно отклониться от прогноза. («инфоМ», 13 интервалов). |
|--|---|

ности, подсказав, что люди хорошо помнят свои типичные дневные или еженедельные расходы, и лучше спрашивать о них, без требования нормировать такую корзину покупок к 1 тыс. или 10 тыс. рублей¹⁴. Особенно ценно, что такие ответы-предложения о корзине произвольной стоимости (специфичной для каждого домохозяйства) появились и в крауд-опросе, и в Сибири.

5.2. НИ и ИО по товарам

Теперь перейдем к изучению ответов на новый сложный вопрос о вмененных ИО. Для этого рассмотрим сначала сообщенные цены и следующие из них приrostы на рис. 5.

Рис. 5: НИ выше ИО; НИ и ИО в Сибири выше, чем в крауд-опросе



Примечание. Слева – НИ (фактическая/наблюдаемая/воспринимаемая инфляция), справа – ИО (инфляционные ожидания).

Прежде всего заметим, что цены в ответах крауда и Сибири сопоставимы в пределах 5–15% в логарифмах, то есть в принципе ответы внутреннего и внешнего опроса достаточно сопоставимы; оба могут выступать полезным способом кросс-проверки друг друга.

Заметим, что для более крупных по стоимости товаров НИ и ИО выше, но только по Сибири, см. фиолетовые линии на рис. 5. При этом результаты соответствуют известным стилизованным фактам о том, что воспринимаемая инфляция (НИ) выше, чем ожидаемая (ИО). Самы оценки НИ и ИО в Сибири выше, чем в крауд-опросе.

Примечательно, что в обоих опросах выделяются 3 товара из 10: бензин, смартфон, автомобиль.

По ним НИ и ИО ниже на 15–20 п.п., чем по иным товарам сопоставимого уровня цены. При этом если бензин и автомобиль можно к товарам с частично регулируемым компонентом в цене (топливный демпфер¹⁵ и утильсбор¹⁶ соответственно), смартфон таких компонентов не содержит, а

¹⁴ Полученные комментарии (для справки: вопросы о ценах – 15 в крауд-опросе и 28 в Сибири).

- /крауд/ Продукты закупаются обычной для семьи корзиной. В 2024 году стоимость корзины была 1,5–2 тыс. руб., в 2025 – 3,5–5 тыс. руб., при том что часть продуктов исключена из корзины в связи с высокой стоимостью. На промышленные товары денег нет, поэтому оценить невозможно.
- /крауд/ Временной интервал 12 месяцев для сравнения не очень информативен. Анализировал для себя, что стандартный набор продуктов для моей семьи (закупка 1 раз в неделю) обходилась в 2023 г. в 3 тыс. руб., в настоящий момент те же продукты в том же количестве обходятся в 5 тыс. рублей.
- /Сибирь/ На ежедневный набор продуктов наша семья из трех человек тратила год назад около 1,2 тыс. руб. в день, а сейчас – 1,7 тыс., к лету следующего года скорее всего будет уже 2,2 тыс. руб. (то есть рост почти в 2 раза).
- /Сибирь/ Ответ нужно предлагать не в %, а в денежном эквиваленте.

¹⁵ <https://profile.ru/news/economy/v-rossii-vosstanavlivajut-toplivnyj-dempfer-chto-eto-za-mehanizm-i-kak-on-rabotaet-1400881/>.

¹⁶ <https://www.autonews.ru/news/649309bd9a79471c3e88f8d9/>.

эффекта валютного курса из-за его импортных закупок сложно ожидать, что будет иметь устойчиво занизжающий восприятия и ожидания эффект.

5.3. НИ и ИО в целом

Рассмотрев выше цены отдельных товаров из опроса, мы можем перейти к восстановленному ИПЦ (к вмененным НИ и ИО) по таким ценам и сравнить их с иными прямыми и вмененными оценками НИ и ИО, см. табл. 7.

Таблица 7: уровни НИ и ИО

Медианы	НИ			ИО		
	% (13 инт.)	10 тр	тов.	% (13 инт.)	10 тр	тов.
Сибирь 7 месяцев 2025						
1 Сибирь*	23,0	50,0	35,5	23,0	80,0	26,3
2 Алтай	28,0	50,0	37,8	28,0	75,0	29,1
3 Красноярск	23,0	50,0	34,7	23,0	80,0	26,4
4 Новосибирск	23,0	50,0	37,9	23,0	70,0	25,8
крауд 7 месяцев 2025						
5 Все*	24,2	37,5	27,4	20,3	36,4	18,6
«инФОМ» 7 месяцев 2025						
6 Все	15,0	-	-	13,0	-	-
7 Сибирь	18,5	-	-	14,5	-	-
«инФОМ» 1 месяц 2018						
8 Все	9,9	20,0	-	8,9	30,0	-
9 Сибирь	10,5	10,0	-	10,5	25,0	-
«инФОМ» 12 месяцев 2017 (10 тр → 1 тр)						
10 Все	10,0	50,0	-	8,7	50,0	-
11 Сибирь	7,0	50,0	-	7,0	60,0	-

* Использованы общероссийские веса для ИПЦ. Значения ИО для трех сибирских регионов рассчитаны по методологии «инФОМ», см. Банк России (2025а).

Примечание. НИ – наблюдаемая инфляция.

В табл. 7 сведены оценки НИ и ИО по всем доступным и сопоставимым опросам. Начнем с исторического precedента измерения вмененных ИО в 2017–2018 гг. Во-первых, вмененные оценки для корзины в 1 тыс. руб. в 2017 г. примерно в 5 раз выше, чем при корзине на 10 тыс. в 2018 г., когда НИ и ИО только в два раза выше прямых оценок. Во-вторых, при вопросе 2017 г. с корзиной в 1 тыс. руб. ИО в Сибири оказываются выше, а с корзиной в 10 тыс. руб. 2018 г. ниже, чем в среднем по России, и это при сопоставимых уровнях прямых ИО.

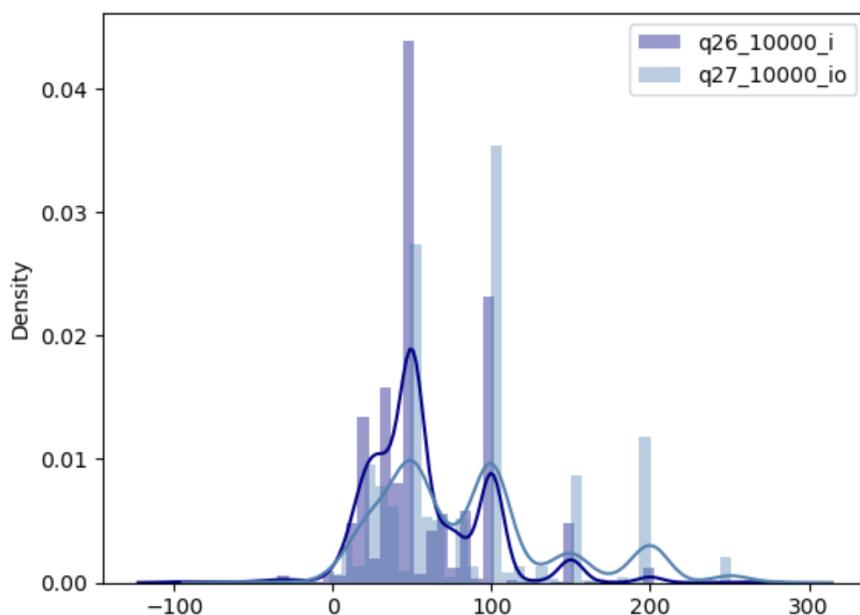
Из табл. 7 мы видим, что средние НИ и ИО по крауд-опросу и Сибири выше, чем в оценках «инФОМ» на примерно 10 процентных пунктах. При этом оценки НИ и ИО крауд-опроса близки к оценкам Сибири, находясь на уровне 23 п.п. (при оценках «инФОМ» в 15 и 13 п.п. по России).

Сравнивая вмененные оценки НИ и ИО, наблюдаем в крауд-опросе и по Сибири, что вмененные оценки НИ из сложного вопроса по товарам выше прямых оценок и почти равны для ИО. Однако вмененные оценки из простого вопроса про НИ и ИО существенно выше двух предыдущих. Причем если по НИ порядок превышения в 2 раза (50 п.п. по медиане против 23–28 п.п.) близок к порядку превышения в 2018 г., то для ИО фиксируем превышение почти в 3 раза.

Здесь мы еще раз подчеркнем, что не можем проверить ответы респондентов; работаем с нерепрезентативными выборками. Тем не менее справедливости ради одновременно заметим, что **у вопроса – прямого или вмененного – об уровне ИО не существует правильного ответа**, поскольку мы заинтересованы именно в мнении (в ожиданиях) респондентов.

Более того, обратим внимание на простой вопрос о вмененных НИ и ИО по Сибири. Здесь отмечается интересная ситуация: если доверять результатам опроса, то именно по простым вопросам о вмененных НИ и ИО для Сибири воспринимаемая инфляция ниже ожидаемой (50 п.п. против 80 п.п., см. рис. 6). Это противоречит общероссийским трендам, которые относятся к известным стилизованным фактам. Однако в подтверждение правомерности (того, что ситуация может иметь место) обратим внимание на аналогичный вопрос в январе 2018 г., когда вмененные ИО были выше вмененных НИ (30 п.п. против 20 п.п.).

Рис. 6: ИО выше НИ для 10 тр по Сибири



Примечание. i – НИ (фактическая/наблюдаемая/воспринимаемая инфляция).
io – ИО (инфляционные ожидания).

Чтобы провести своеобразную проверку устойчивости, сравним прямые оценки ИО из базового вопроса «инФОМ» о выборе одного из 13 интервалов и вмененной оценки по вопросу о корзине стоимостью 10 тыс. руб., см. табл. 8.

Таблица 8: Корреляция с традиционным вопросом «инФОМ» $\approx 30\%$

Тип	«инФОМ»		Крауд 7M25	Сибирь 7M25
	12M17	1M18		
НИ	21	26	17	39
ИО	14	28	20	35

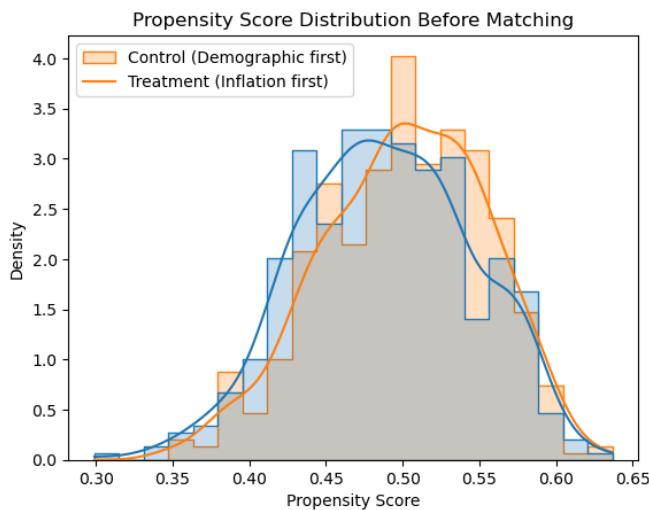
Примечание. НИ – наблюдаемая инфляция.

Как видно из табл. 8, значения корреляций между прямыми и вмененными оценками НИ и ИО на самом деле достаточно устойчивы и равны примерно 30% (в 2018 г. и как среднее между значениями в крауд-опросе и по Сибири). Причем интересно, что значения корреляции по Сибири выше и доходят до 40%, где все оценки НИ и ИО выше, чем в среднем в России и крауд-опросе.

5.4. Порядок ответов (интервалов ИИ/ИО)

Эффект порядка ответов – возрастающий (традиционный) или убывающий (новый) – мы исследовали в два этапа. Вначале мы сравнили, насколько нам удалось добиться полной случайности, путем отправки двух разных ссылок в близкие города Сибири (в шесть отправили ссылку с возрастающими интервалами в ответах, в шесть – с убывающим).

Рис. 7: Propensity scores до установления соответствий (matching)



Как видно из рис. 7, существует статистически значимая разница в распределениях агрегированных баллов показателя, по которому можно усредненно сравнить наблюдения (по propensity score). Это указывает на целесообразность применения процедуры оценки эффекта за счет поиска сопоставимых наблюдений (Propensity Score Matching, PSM). Поэтому оценки ИО приведем как по сырым данным до применения этой процедуры (см. верхнюю часть табл. 9), так и после нее (см. нижнюю часть той же таблицы).

Таблица 9: При обратном (убывающем) порядке интервалов ИО на 2–4 п.п. выше, чем при стандартном (возрастающем)

Вопрос	Метрики	Среднее		$\Delta =$
		Возр. (dir)	Убыв. (rev)	$= rev - dir$
До PSM				
Простой (5 инт.)	T-stat.: -2.49; P-value: 0.01	19.67	21.91	2.24
Средний (13 инт.)	T-stat.: -2.32; P-value: 0.02	15.43	17.16	1.73
Сложный (вер-ти)	T-stat.: -4.51; P-value: 0.00	17.35	19.15	1.80
После PSM				
Простой (5 инт.)	T-stat.: 4.36; P-value: 0.00	18.12	21.89	3.77
Средний (13 инт.)	T-stat.: 2.99; P-value: 0.00	15.07	17.16	2.09
Сложный (вер-ти)	T-stat.: 4.19; P-value: 0.00	17.44	19.13	1.69

Примечание. Рассчитано на данных крауд-опроса в мае 2025 г. (512 + 506 человек).

Как видно из табл. 9, даже в сырых данных оценки ИО на 2 п.п. выше, когда респондентам предлагается обратный (убывающий) порядок интервалов в ответах. Причем методологически более корректные результаты (после применения процедуры PSM) показывают, что ИО могут быть на 4 п.п. выше, но это только для самого простого прямого вопроса о 5 интервалах.

Таким образом, мы подтверждаем, что порядок интервалов в ответах имеет значение. Можно сказать, что, интересуясь уровнем ИО, стоит добавлять половину от выявленной разницы (1 п.п.)

к значениям, получаемым из опросов с традиционным (возрастающим) порядком интервалов.

Несмотря на выявленный материальный эффект порядка предлагаемых ответов в вопросах об ИО, целесообразно заметить, что для принятия решений по ДКП более важным является постоянство методологии и динамика показателя. Если, как мы утверждаем выше, уровень ИО в каждой точке примерно на 1 п.п. выше, чем то, что мы знаем, то это соответствует динамике (точкам разворота трендов), которые мы уже знаем. Поэтому с точки зрения динамики ИО порядок предлагаемых ответов может быть менее критичным, если методология вопросов остается неизменной, включая порядок интервалов и сами значения интервалов¹⁷.

5.5. Факторы НИ и ИО

В качестве альтернативной проверки устойчивости тех опросных данных, с которыми мы работаем, представим оценки регрессий в табл. 10, разложив оценки НИ и ИО по основным факторам и сравнив вклады факторов с известными стилизованными фактами об ИО, опубликованными ранее, например, в работах Андреев et al. (2024); Grishchenko et al. (2025); Гуров et al. (2025); Туманянц et al. (2025).

В целом описательная сила оцененных регрессий является умеренной и типичной для эмпирических исследований. Лучше ситуация для базового вопроса «инфоМ» про 13 интервалов и про перестроенный ИПЦ в обоих случаях для крауд-опроса, где скорректированный коэффициент детерминации ($\text{adjusted } R^2$) достигает 30%. Для вопроса о вмененных НИ и ИО по корзине стоимостью 10 тыс. руб. в крауд-опросе и по Сибири описательная сила в 2–3 раза меньше и составляет 5–10%.

Как видно из табл. 10, факторы НИ и ИО достаточно сопоставимы как между крауд-опросом и Сибирью, так и между нашими опросными результатами и предыдущими исследованиями. В частности, у женщин (female) НИ и ИО устойчиво выше, чем у мужчин на 2–5 п.п. в прямом простом вопросе о 13 интервалах и вмененном сложном вопросе об ИПЦ по товарам и на 14–23 п.п. во вмененном простом вопросе про корзину стоимостью 10 тыс. рублей. Возраст (age) и уровень образования (educ) не выявились как статистически значимые факторы в Сибири, хотя некоторая значимость для возраста есть в крауд-опросе. У более взрослых ИО незначительно выше.

Чем крупнее город (city), тем устойчиво ниже НИ и ИО в Сибири. В Сибири мы включили не только вопрос о наличии сбережений (save), который статистически незначим ни в Сибири, ни в крауд-опросе (при контроле на прочие факторы в многофакторной модели регрессии, но факт наличия сбережений указывает на значимо более низкие ИО, если не учитывать прочие факторы, см. подробнее в табл. 11), но и вопрос о том, сколько месяцев при утере дохода, по мнению респондента, сможет прожить его семья (savetime).

Важно, что чем выше число сообщенных месяцев, тем ниже ИО, причем только в простом вопросе о вмененных ИО (о корзине стоимостью 10 тыс. руб.). Чем лучше респондент оценивает изменение своего благосостояния в крауд-опросе и в Сибири как в прошлом (dw_past), так и в будущем (dw_fut), тем ниже его НИ и ИО. Подобный эффект показывает близкий фактор достатка (finpos), когда мы спрашивали, на что хватает доходов (на питание или на крупные покупки).

Если в Сибири и крауд-опросе респондент считает время подходящим для сбережений (t_save), то его НИ и ИО ниже. Менее ожидаем аналогичный эффект в Сибири от оценки времени, подходящего для покупок (t_buy), поскольку он должен быть противоположен первому. Однако нас успокаивает то, что этот фактор значим только для базового вопроса «инфоМ» в Сибири.

Примечательно, что имеется эффект финансовой грамотности, снижающий НИ и ИО, как по вопросу о сложном проценте (fin1_2Y_R), о скидке (fin2_dsct), так и по пониманию разницы между Сбербанком и Банком России (Sber_BoR) и единства Центробанка и Банка России (CBR_BoR). Причем последний фактор значим только для простого вмененного вопроса о корзине стоимостью 10 тыс. рублей.

Не менее интересно обратить внимание на фактор использования заемных средств. Если респондент в Сибири брал кредит за прошлый год (loan_past), то его НИ и ИО на 2 п.п. выше, чем если он не брал кредита. Причем ответ на вопрос, планирует ли респондент брать кредит в течение следующего года (loan_fut), такого значения не имеет. Значимость этого фактора близка к теории

¹⁷Благодарим Морозова А.Г. за обращение внимания на этот аспект.

Таблица 10: Оценки регрессий в крауд-опросе

	«инФОМ» 13 инт.		«инФОМ» 10 тр.		ИПЦ по товарам	
	НИ	ИО	НИ	ИО	НИ	ИО
Оценки регрессий на крауд-опросе						
age	0.13	0.02	-0.35	0.35	0.22*	0.20**
city	0.00	0.00	0.02***	0.02*	0.00	-0.00
female	2.36	-0.78	5.93	23.75**	8.16***	3.20*
q2_dw_fut	-2.76	-5.03***	10.67	0.68	-1.62	-3.59**
q3_big_purch_time	-3.55*	-3.74**	-28.61***	-7.13	-1.81	-1.90
q4_savetime	-5.72***	-5.30***	8.69	-4.95	-4.27**	-5.34***
q5_save	-4.69*	-4.29**	7.89	-3.92	-1.56	-0.66
q6_finpos	1.76	1.18	3.40	1.29	-4.17**	-3.16**
Observations	224	224	224	224	224	224
Adjusted R^2	0.17	0.26	0.05	0.03	0.17	0.23
Оценки регрессий по Сибири						
q1_age	-0.03	-0.03	-0.08	-0.18*	-0.04	0.00
q2_female	2.83***	2.82***	13.64***	23.15***	6.48***	4.80**
q3_city	-0.40**	-0.46***	-0.78*	-1.02*	-0.19	-0.70**
q5_savetime	-0.20	-0.18	-0.83**	-1.45***	-0.12	0.04
q9_dw_past	-1.85***	-1.45***	-2.45***	-2.58**	-1.61*	-1.45**
q10_dw_fut	-0.62*	-1.10***	-1.97**	-3.18**	-1.11	-0.61
q11_finpos	-0.75*	-0.77**	-2.43***	-3.64***	-2.01**	-1.17
q12_loan_past	-0.08	-0.34	-1.00	-0.85	2.09**	2.36***
q17_spon	-0.03	-0.02	-0.69	-0.84	-0.34	-0.81**
q18_Sber_BoR	-1.21	-1.17	-1.12	-3.26	-3.14*	-0.05
q19_CBR_BoR	-0.23	-0.42	-2.83*	-3.79*	-1.67	-1.41
q20_fin1_2Y_R	-0.76	-1.95***	-6.82***	-14.28***	-2.30	-3.09**
q21_fin2_dscnt	0.01	0.36	-1.31	-5.82***	0.18	-0.79
q22_t_save	-1.25***	-1.59***	-1.86**	-5.22***	0.48	0.06
q23_t_buy	-1.29***	-1.11***	-1.18	-0.96	-0.64	-1.28*
Observations	2778	2778	2687	2633	987	985
Adjusted R^2	0.08	0.08	0.07	0.09	0.04	0.07

Примечание. * $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$.

Описание переменных доступно в приложении F.1.

В таблице сведены только значимые оценки коэффициентов, подробности для всех включенных переменных по крауд-опросу доступны в табл. 28, по Сибири – в табл. 29.

выявленных предпочтений, когда имеет значение то, что уже произошло, поскольку это свершившийся факт, на который повлияли конкретные события, тогда как мнение о будущем гораздо более нечетко, неопределенно. Здесь стоит задуматься про причинность обнаруженного эффекта. С одной стороны, если человек финансово грамотен и имеет высокие ИО (выше, чем доступные ему ставки по кредиту), то он может взять кредит на покупку сегодня. С другой стороны, это может быть ситуация, когда малообеспеченный респондент берет кредит для приобретения самого необходимого и погашения предыдущих кредитов (не пытаясь вырваться из затягивающего цикла перекредитования)¹⁸.

¹⁸Благодарим анонимного рецензента, обратившего внимание на этот аспект.

Таблица 11: Средние (есть сбережения, нет сбережений) по Сибири

	mean_save	mean_no_save	diff
q24_FOM_i	23.59	28.47	-4.88
q25_FOM_io	23.00	28.22	-5.22
q26_10000_i	49.25	60.84	-11.58
q27_10000_io	74.42	90.49	-16.07
q28_w_i_Russia	36.95	42.38	-5.43
q28_w_io_Russia	26.22	32.12	-5.90
q1_age	45.03	44.20	0.83
q2_female	0.86	0.91	-0.05
q3_city	3.54	2.99	0.55
q4_save	1.00	-1.00	2.00
q5_savetime	3.80	0.76	3.04
q6_educ	3.87	3.71	0.16
q8_n_ppl	1.64	1.88	-0.24
q9_dw_past	0.52	0.07	0.46
q10_dw_fut	0.38	0.17	0.21
q11_finpos	3.54	2.65	0.90
q12_loan_past	-0.40	0.24	-0.64
q13_loan_fut	0.86	1.44	-0.57
q14_sale	3.43	3.52	-0.10
q15_prov	3.12	2.92	0.21
q16_budg	3.57	3.46	0.11
q17_spon	2.17	1.67	0.50
q18_Sber_BoR	0.82	0.71	0.11
q19_CBR_BoR	0.54	0.46	0.08
q20_fin1	0.81	0.70	0.11
q21_fin2	0.54	0.48	0.06
q22_t_save	0.87	0.28	0.60
q23_t_buy	0.55	0.13	0.43

6. Проверка устойчивости результатов

Выше в подразделе 3.1.1 мы уже обсуждали, что у вопроса о вмененных ИО недостатком может быть то, что ловится эффект дохода в большей степени, чем эффект цены. Мы предложили для исключения этого эффекта рассмотреть оценки по тем, у кого не было и не ожидается в будущем (по их ответам) изменений в уровне благосостояния.

В таблице 13 приведены оценки НИ и ИО по имеющимся опросным выборкам. Результаты стоит сравнивать с таблицей 7. Принципиально важно, что предложенный нами способ контроля на эффект дохода позволяет объяснить ранее зафиксированный факт превышения ИО над НИ в Сибири. Когда мы рассматриваем только тех, у кого не было и не предвидится изменений благосостояния, мы наблюдаем ситуацию, более близкую к стилизованному факту, – ИО снижаются до уровня НИ (примерно 50% против 50%).

7. Заключение и обсуждение

7.1. Выводы по итогам опросов

Инфляционные ожидания стали предметом изучения экономистов более 100 лет назад, когда светила экономической мысли задумались о переходе от теории предельной полезности (от общих

Таблица 12: Средние (есть сбережения, нет сбережений) по крауду

(1)	(2) со сбер. (q5 = yes)	(3) без сбережений (q5 = no)	diff = = (3) - (2)
q7_FOM_i	20.29	29.34	9.05
q9_FOM_io	16.56	25.34	8.78
q13_10000_i	38.59	45.55	6.96
q11_10000_io	33.24	42.29	9.05
q15_w_i_Russia	22.60	28.51	5.91
q15_w_io_Russia	15.11	21.66	6.55
female	0.37	0.34	-0.03
age	46.75	45.44	-1.31
city	814.55	834.93	20.38
educ	6.14	6.02	-0.12
compoundpercent	0.97	0.92	-0.05
tvdiscount	0.61	0.67	0.06
q1_dw_past	-0.36	-0.65	-0.29
q2_dw_fut	-0.36	-0.63	-0.27
q3_big_purch_time	0.03	-0.39	-0.42
q4_sber_time	0.48	0.08	-0.40
q6_finpos	3.80	2.89	-0.91

Таблица 13: Уровни НИ и ИО по респондентам без изменений в благосостоянии

медианы	НИ			ИО		
	% (13 инт.)	10 тр	тов.	% (13 инт.)	10 тр	тов.
Сибирь 7 месяцев 2025						
1 Все	18.50	50.00	34.62	18.50	50.00	24.28
2 Алтай	23.00	50.00	39.03	20.75	50.00	22.19
3 Красноярск	18.50	50.00	32.71	18.50	50.00	24.51
4 Новосибирск	18.50	50.00	38.82	18.50	60.00	24.14
Крауд 7 месяцев 2025						
5 Все*	16.5	20.0	15.91	14.5	20.0	11.76
«инФОМ» 7 месяцев 2025						
6 Все	14.5	-	-	10.5	-	-
7 Сибирь	18.5	-	-	14.5	-	-
«инФОМ» 1 месяц 2018						
8 все	10.5	20.0	-	7.0	25.0	-
9 Сибирь	10.5	10.0	-	10.5	25.0	-
«инФОМ» 12 месяцев 2017 (10 тр → 1 тр)						
10 Все	10.5	50.0	-	10.5	50.0	-
11 Сибирь	7.0	50.0	-	7.0	60.0	-

* Использованы общероссийские веса для ИПЦ. Значения ИО для трех сибирских регионов рассчитаны по методологии «инФОМ», см. Банк России (2025а).

Примечание. НИ – наблюдаемая инфляция.

понятий ценности и цены) к понятию средней (агрегированной) цены, измеренной ценовыми индексами. Ускорение в развитии теории самих инфляционных ожиданий дали первые опросы населения в США более 80 лет назад. Однако существенный прирост интереса можно фиксировать в последние 5 лет. Поэтому мы решили изучить инфляционные ожидания через перекрестные (альтернативные)

вопросы не об изменении цен, а об изменении стоимости корзины (оценки ИО из них мы назвали вмененными). Это позволило нам лучше понять механизм формирования ответов на вопросы о прямых ИО, что обобщим ниже, и сформулировать направления возможного развития исследований ИО, чём завершим материал.

По итогам нашего исследования мы установили, что вмененные ИО (при вопросах на 10 тыс. руб.) выше, чем прямые по «инфФОМ» (13 инт.) или вмененные по товарам. При использовании обратного порядка интервалов ИО выше на 2–4 процентных пункта. Причём только на выборке по Сибири мы видим, что ИО выше, чем НИ (только по вопросу про 10 тыс. руб.) и что НИ и ИО увеличиваются с ростом суммы товара. Мы настаиваем на ценности и достоверности использованных нами – пусть и нерегулярных, и нерепрезентативных данных крауд-опроса и Сибири – поскольку мы видим факторы НИ и ИО, которые согласуются с предыдущими исследованиями, включая эффекты социально-демографических факторов и финансовой грамотности, а также поскольку нам важно было смотреть на восприятие одними и теми же респондентами разных вопросов, то есть вопросов в одних выборках, несмотря на неидеальную сопоставимость выборок между собой.

7.2. Перспективы измерения ИО

7.2.1 Методологические

Выше мы продемонстрировали, что части респондентов комфортнее сообщать свои ИО в форме вмененных оценок, отвечая на вопрос об изменении стоимости корзины товаров еженедельного потребления заданной стоимости или произвольной (специфической для них). Тогда видится целесообразным перейти к сегментации респондентов, у одних спрашивая ИО в формате прямых вопросов, у других – в формате вмененных¹⁹.

Может показаться, что для такой сегментации респондентов пригодится дополнительный предварительный вопрос о том, в рамках какого вопроса респондента спрашивать про НИ/ИО: в процентах или в рублях. Однако такой вопрос задавать не стоит, поскольку он может настроить респондента на деструктивный лад, если ему сложно оперировать процентами, если он не понимает, что такое проценты. В таком случае более полезным будет диспетчирование (профилирование) вопросов, когда по ряду контрольных вопросов (например, о финансовой грамотности) конкретному респонденту сразу будет предлагаться вопрос в процентах (например, при высокой финансовой грамотности) или в рублях (при низкой). Направления такого перспективного диспетчирования намечены в работе Пеникас and Поташев (2025).

Логичным продолжением таких сегментаций респондентов и диспетчирования вопросов может стать разработка методологии по агрегированию прямых и вмененных оценок ИО (допустим, в виде индекса с весами). Например, по итогам текущего исследования мы зафиксировали примерно двукратное превышение медиан НИ и ИО по выборкам для вмененных оценок над прямыми. Первым предположением будет взятие вмененных оценок с обратным (в 2 раза *меньшим*) весом 1/3, а прямых – с весом 2/3 для вывода общевыборочного (стратового) значения НИ и ИО.

7.2.2 Технологические

В будущем можно существенно расширить ценность собираемой информации об ИО, если обратиться к инструменту, используемому в психологии, а именно к скроллеру (бегунку) на экране компьютера²⁰.

Принцип анализа действий со скроллером следующий. С одной стороны, перемещая скроллер, выраженный в рублях, от заявленной уникальной для респондента еженедельной суммы расходов (корзины), мы всегда будем иметь сопоставимые данные. С другой стороны, что намного более важно, с ним можно фиксировать, как респондент выбирает ответ: чем чаще он меняет направление движения скроллера; чем медленнее перемещает скроллер; чем чаще минует точку, на которой остановится в итоге; тем неувереннее, неопределеннее его ИО, тем выше их разброс. Если респондент

¹⁹Благодарим Преснякову Л. за идеи, обсуждаемые в этот подразделе.

²⁰Благодарим Андейока Д., Лаврентьеву О. за идею.

долго держит скроллер в одном (но не в итоговом) положении, значит, там еще одна мода распределения ИО. По распределению ИО можно отдельно рассмотреть вероятности (моды) для высоких значений инфляции (для проверки заложенности ИО).

В нашем случае технически такое решение теоретически реализуемо, поскольку «инФОМ» проводит опросы с помощью планшетов. Правда, практически необходимо понимать, что планшеты интервьюеров существенно проще, чем те, которые может представить себе читатель. Более того, опрос с таким специальным планшетом все равно сопровождается демонстрацией карточек вопросов и ответов на бумаге²¹.

²¹Благодарим Преснякову Л. за уточнение такого процедурного момента.

A. Вопросы о прямых и вмененных оценках ИО

З/о - затрудняюсь ответить.

- [№ 1–1. Простой вопрос о прямых ИО: 5 интервалов]
(предполагает 1 ответ)

Насколько в среднем вы ожидаете изменения цен в течение следующих 12 месяцев?

1. Цены снижаются (от -4% и ниже).
2. Цены не изменяются (-3%; +3%).
3. Цены вырастут (4–25%).
4. Цены существенно вырастут (26–50%).
5. Цены очень сильно вырастут (51%+).
6. З/о.

- [№ 1–2. Средний вопрос о прямых ИО: 13 интервалов («инФОМ»)]
(предполагает 1 ответ)

Как, по вашему мнению, в целом будут меняться цены в следующие 12 месяцев (год)?

1. Менее 0% (цены снижаются).
2. 0% (цены не изменяются).
3. Вырастут на 1–2%.
4. Вырастут на 3–5%.
5. Вырастут на 6–8%.
6. Вырастут на 9–12%.
7. Вырастут на 13–16%.
8. Вырастут на 17–20%.
9. Вырастут на 21–25%.
10. Вырастут на 26–30%.
11. Вырастут на 31–40%.
12. Вырастут на 41–50%.
13. Вырастут на 51% и более.
14. З/о.

- [№ 1–3. Сложный вопрос о прямых ИО: 13 интервалов + вероятности]
(предполагает 13 ответов = 1 вероятность (ранг) x 13 интервалов)

По вашему мнению, насколько можно ожидать, что цены в следующие 12 месяцев (год) вырастут на ... (на величину из **каждого** интервала выше), выбрав балл от 0 (наименее вероятно) до 10 (наиболее)?

- [№ 2–1. Простой вопрос о вмененных ИО: корзина стоимостью 1–10 тыс. руб.]
(предполагает 1 ответ)

Представьте, что в этом месяце вы заплатили 10 000 (десять тысяч) рублей за обычный для Вас набор товаров и услуг. Как вы думаете, сколько будет стоить этот набор товаров и услуг, ЧЕРЕЗ ГОД, в июле 2026 года?

- [№ 2–2. Средний вопрос о вмененных ИО: корзина произвольной стоимости]
(предполагает 3 ответа = 1 корзина x 3 значения стоимости)

Укажите примерную сумму расходов вашей семьи в неделю сегодня. Какой эта сумма была год назад? Какой, вы ожидаете, эта сумма станет через год?

- [№ 2–3. Сложный вопрос о вмененных ИО: ИПЦ из цен по товарам]
(предполагает 30 ответов = 10 товаров x 3 цены)

Пожалуйста, рассмотрите 10 товаров и услуг из списка, приведенного ниже. Укажите три их цены: текущую (по которой вы недавно покупали/видели этот товар/услугу), цену 12 месяцев (год) назад и цену, которую вы ожидаете через 12 месяцев (через год). Если вы затрудняетесь, поставьте 0 в каждом соответствующем поле.

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| 1. Хлеб | 6. Смартфон |
| 2. Молоко | 7. Автомобиль |
| 3. Мясо | 8. Стрижка |
| 4. Стиральный порошок | 9. Билет в кино |
| 5. Бензин / дизельное топливо | 10. Лечение зубов |

Список литературы

- Allais, M. (1966). A restatement of the quantity theory of money. *The American Economic Review*, 56(5):1123–1157. <http://www.jstor.org/stable/1815300>, restricted access (access on Jul. 24, 2025).
- Apokoritis, N., Galati, G., and Moessner, R. (2022). Inflation expectations anchoring: New insights from microevidence of a survey at high frequency and of distributions. *International Journal of Central Banking*, 11:5–23. https://www.ijcb.org/journal/apokoritis_forth.pdf, ограниченный доступ (дата обращения - 26.07.2025).
- Arrow, K. J. and Nerlove, M. (1958). A note on expectations and stability. *Econometrica*, 26(2):297–305. <http://www.jstor.org/stable/1907591>, ограниченный доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Bernanke, B. S. and Mishkin, F. S. (1997). Inflation targeting: A new framework for monetary policy? *Journal of Economic Perspectives*, 11(2):97–116. <https://www.aeaweb.org/articles/pdf/doi/10.1257/jep.11.2.97>, открытый доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Bruine de Bruin, W., Manski, C. F., Topa, G., and van der Klaauw, W. (2011). Measuring consumer uncertainty about future inflation. *Journal of Applied Econometrics*, 26:454–478. <https://www.jstor.org/stable/23017556>, restricted access; https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/staff_reports/sr415.pdf, open access, accessed on Jan. 19, 2024.
- Cagan, P. (1957). The monetary dynamics of hyper-inflation. In Friedman, M., editor, *Studies in the quantity theory of money*, pages 25–117. University of Chicago Press. <https://people.bu.edu/rking/SZGcourse/Cagan.pdf>, open access (access on Jul. 24, 2025).
- Carvalho, C., Eusepi, S., Moench, E., and Preston, B. (2023). Anchored inflation expectations. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 15(1):1–47. <https://10.1257/mac.20200080>, restricted access (access on Jul. 24, 2025).
- Chingono, N. (2022). Zimbabwe to introduce gold coins as local currency tumbles. soaring inflation piling pressure on country already struggling with shortages and stirring memories of Mugabe chaos. <https://www.theguardian.com/world/2022/jul/05/zimbabwe-to-introduce-gold-coins-as-local-currency-tumbles>. Free access, accessed on Feb. 02, 2023.
- Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton University Press, Princeton, NJ. <https://www.nber.org/books-and-chapters/theory-consumption-function>, restricted access.
- Georgarakos, D., Gorodnichenko, Y., Coibion, O., and Kenny, G. (2024). The causal effects of inflation uncertainty on households' beliefs and actions. <http://www.doi.org/10.3386/w33014>, open access (accessed on Oct. 11, 2024).
- Gertchev, N. (2007). A critique of adaptive and rational expectations. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, 10(4):313—329. <https://doi.org/10.1007/s12113-007-9023-1>, ограниченный доступ; https://cdn.mises.org/qjae10_4_4.pdf, открытый доступ (дата обращения - 7.5.2025).
- Grishchenko, V., Gasanova, D., and Fomin, E. (2025). Visible prices and their influence on inflation expectations of Russian households. *Structural Change and Economic Dynamics*, 74:107–115. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0954349X2500030X>, открытый доступ, дата обращения 20.03.2025.
- Karlova, N., Puzanova, E., Bogacheva, I., and Morozov, A. (2020). How are inflation expectations of enterprises formed: Survey results. *Studies on Russian Economic Development*, 31:522–532. <https://doi.org/10.1134/S1075700720050093>, restricted access.
- Kostyshyna, O. and Petersen, L. (2024). The effects of communicating inflation uncertainty on household expectations. <http://www.doi.org/10.3386/w32939>, open access (accessed on Oct. 11, 2024).

- Lucas, Robert E., J. (1972). Expectations and the neutrality of money. *Journal of Economic Theory*, 4:103–124. [https://doi.org/10.1016/0022-0531\(72\)90142-1](https://doi.org/10.1016/0022-0531(72)90142-1), restricted access.
- Menger, C. (1871). *Principles of economics*. Ludwig von Mises, Auburn, Alabama. https://cdn.mises.org/principles_of_economics.pdf, free access; accessed September 11, 2022.
- Mises, L. v. (1953). *The Theory of Money and Credit*. Mises Institute, 2nd edition. <https://cdn.mises.org/Theory%20of%20Money%20and%20Credit.pdf>, open access, accessed on May 30, 2022.
- Muth, R. F. (1961). Rational expectations and the theory of price movements. *Econometrica*, 29(3):315–335. <https://extranet.parisschoolofeconomics.eu/docs/guesnerie-roger/muth61.pdf>, открытый доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Mutsaka, F. (2024). Zimbabwe's ZiG is the world's newest currency and its latest attempt to resolve a money crisis. <https://apnews.com/article/zimbabwe-zig-new-currency-5173a73586eef8ad413964f33419068d>, open access, accessed on May 7, 2025.
- Orlowski, L. T. and Soper, C. (2019). Market risk and market-implied inflation expectations. *International Review of Financial Analysis*, 66:101389. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2019.101389>, ограниченный доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Polleit, T. (2023). 100 years ago today: The end of German hyperinflation. <https://mises.org/mises-daily/100-years-ago-today-end-german-hyperinflation>, restricted access, accessed on Jan. 16, 2025.
- Sargent, T. J. and Wallace, N. (1975). "rational"expectations, the optimal monetary instrument, and the optimal money supply rule. *Journal of Political Economy*, 83(2):241–254. <http://www.jstor.org/stable/1830921>, ограниченный доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Scharnagl, M. and Stäpf, J. (2015). Inflation, deflation, and uncertainty: What drives euro-area option-implied inflation expectations, and are they still anchored in the sovereign debt crisis? *Economic Modelling*, 48:248–269. Special Issue on Current Challenges on Macroeconomic Analysis and International Finance Modelling.
- Walters, A. A. (1971). Consistent expectations, distributed lags and the quantity theory. *The Economic Journal*, 81(322):273–281. <http://www.jstor.org/stable/2230071>, ограниченный доступ (дата обращения - 20.8.2025).
- Алдохин, Д., Долгов, Д., Марченко, П., Милютин, П., Селезнев, С., and Шиботов, Д. (2024). Изменение инфляции в России на основе гранулярных данных ККТ. https://www.cbr.ru/Content/Document/File/160135/press_1.pdf; свободный доступ (дата обращения - 25 февраля 2025 г.).
- Андреев, А., Грищенко, В., Лымарь, М., Орлов, Д., and Шубин, И. (2024). Факторы формирования инфляционных ожиданий (по данным обследования финансовых домохозяйств). *Экономическая политика*, 19:54–83. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2024-5-54-83>, открытый доступ (дата обращения - 5 дек. 2024 г.).
- Банк России (2017). Инфляционные ожидания и потребительские настроения населения. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/27040/Infl_exp_17-12.pdf, открытый доступ (дата обращения - 29 мая 2025 г.).
- Банк России (2018). Инфляционные ожидания и потребительские настроения населения. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/27041/Infl_exp_18-01.pdf, открытый доступ (дата обращения - 29 мая 2025 г.).

Банк России (2022). Всероссийское обследование домохозяйств по потребительским финансам. http://www.cbr.ru/ec_research/vserossiyskoe-obsledovanie-domokhozyaystv-po-potrebiteль-skim-finansam/, открытый доступ (дата обращения - 15 мар. 2024 г.).

Банк России (2025a). О методике исследования инфляционных ожиданий и потребительских настроений населения РФ. https://www.cbr.ru/Content/Document/File/59814/FOM_meth.pdf, открытый доступ (дата обращения - 20 марта 2025 г.).

Банк России (2025b). Пресс-конференция по итогам заседания Совета директоров по денежно-кредитной политике. URL: https://vk.com/cbr_official?z=video-165215852_456239861%2Fvideos-165215852%2Fp1_-165215852_-2, открытый доступ, открыто 25 июля 2025 г.

Грищенко, В., Лымарь, М., and Синяков, (2025). Какая информация важна для инфляционных ожиданий домохозяйств: результаты контролируемого эксперимента. https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/175520/wp_148.pdf; свободный доступ (дата обращения - 27 июля 2025 г.).

Гуров, И. Н., Елицур, Д. А., Зуев, В. Е., Иноземцев, Е. С., Кротова, Ю. И., Мамонтов, Д. С., Островская, Е. А., Пеникас, Г. И., and Белов, М. М. (2024). Влияние финансовой грамотности на неопределенность инфляционных ожиданий в России. Доклад Банка России об экономических исследованиях № 142; https://www.cbr.ru/ec_research/ser/wp_142/, открытый доступ (дата обращения - 27.12.2024).

Гуров, И. Н., Елицур, Д. А., Зуев, В. Е., Кротова, Ю. И., Островская, Е. А., and Пеникас, Г. И. (2025). Детерминанты неопределенности инфляционных ожиданий (по результатам общероссийского опроса). Вопросы экономики, 6:63–93. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2025-6-63-93>, ограниченный доступ (дата обращения - 26.07.2025).

Ершов, Э. Б. (2012). Ситуационная теория индексов цен и количеств. Инфра-М. <https://www.litres.ru/book/emil-borisovich-ershov/situacionnaya-teoriya-indeksov-cen-i-kolichestv-71179591/>; ограниченный доступ (дата обращения - 25 февраля 2025 г.).

Карлова, Н., Пузанова, Е., Богачева, И., and Морозов, А. (2019). Природа инфляционных ожиданий предприятий: результаты опроса (аналитическая записка). https://cbr.ru/content/document/file/62914/analytic_note_190215_dip.pdf, открытый доступ (дата обращения - 8 апреля 2025 г.).

Макашева, Н. А. (2022). Маржиналистская революция: событие, процесс, миф? Вопросы экономики, 11:5–23. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-11-5-23>, ограниченный доступ (дата обращения - 26.07.2025).

Митина, О. В., Леонтьев, Д. А., Александрова, Л. А., Костенко, В. Ю., and Кошелева, Н. В. (2021). Осознанность в структуре саморегуляции: структура и психодиагностические возможности методики оценки осознанного присутствия (МООП). Психологические исследования, 14(76). <https://doi.org/10.54359/ps.v14i76.140>, открытый доступ (дата обращения – 06.06.2025).

Орлов, А. and Шарафутдинов, А. (2024). Квартальная прогнозная модель России с рынком труда. URL: https://www.cbr.ru/content/document/file/165450/inf_note_202408.pdf, открытый доступ (дата обращения - 21.10.2024).

Пеникас, Г. И. and Поташев, Н. А. (2025). Методология обработки высокоосознанных инфляционных ожиданий. Тезисы конференции "Ломоносовские чтения-2025 "Настоящее и будущее социально-экономического развития: потенциал ИИ и новые вызовы""; <https://www.econ.msu.ru/science/lomchteniya2025/>, открытый доступ (дата обращения - 26.07.2025).

Синельникова-Мурылева, Е. (2024). Дискуссия на работу «Измерение инфляции в России на основе гранулярных данных ККТ». https://www.cbr.ru/Content/Document/File/160135/press_1.pdf; свободный доступ (дата обращения - 25 февраля 2025 г.).

Туманянц, К. А., Кулешов, Ф. Б., Пеникас, Г. И., and Зуев, В. Е. (2025). Влияние уровня финансовой грамотности на инфляционные ожидания: оценка на данных псевдопанели по России. Доклад Банка России об экономических исследованиях № 146; https://cbr.ru/StaticHtml/File/174669/wp_146.pdf, открытый доступ (дата обращения - 04.04.2025).

Юматова, Н. М. and Гришина, Н. В. (2016). Осознанность (mindfulness): психологические характеристики и адаптация инструментов измерения. Психологический журнал, 37(4):105–115. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_26468892_71602761.pdf, открытый доступ (дата обращения - 7.5.2025).

Вмененные инфляционные ожидания

Болячин Ю.¹, Воинова А.², Кротова Ю.³, Пеникас Г.⁴, Поташев Н.⁵,
Свиридова С.¹, Сергеева К.⁶, Снегирева О.¹, Строева Г.¹, Сукманова Н.¹

¹ Сибирское Главное управление Банка России

² Департамент кадровой политики Банка России

³ Северо-Западное Главное управление Банка России

⁴ Департамент исследований и прогнозирования Банка России

⁵ Базовая кафедра Банка России

⁶ Уральское Главное управление Банка России

Версия от **2 декабря 2025 г.**

B. Описание источников в Сибири

B.1. Сводная информация

Таблица 14: Информация об источниках в Сибири

№	старт	опросы	# волн ПИОН	# респ.	прим.
Алтай					
1	2020	2024	5	100	МинСоцЗащиты
2	2021	2024	3	262	СоцСтрах
3	2018	2025	0	9	МинФин
4	2018	2023	6	12	МинЭк
5	2018	2025	0	20	МинТруд
6	2022	2023	7	57	ЦУР
7	2025	2025	0	0	ж/д по Алтаю
8	2020	2024	2	1	союз орг.профсоюзов
9	2023	2024	2	8	союз потреб.общ.
НСО					
10	2016	2023	4	57	МинТруд
11	2016	2024	1	19	МинЭк
12	2020	2024	1	11	Центр предприним.
13	2023	2025	3	10	ЦУР
14	2020	2025	0	23	Опора России
15	2016	2024	2	72	Росстат
16	2023	2025	0	0	Почта
17	2024	2024	1	12	Молодежь
18	2020	2024	1	4	ун-т
19	2024	2024	1	463	СоцСтрах
Красноярск					
20	2022	2025	0	0	Опора России
21	2018	2023	3	0	ун-т
22	2022	2025	0	155	ЦУР
23	2002	2023	2	1	МинЭк
24	2018	2015	0	1120	МинСоцЗащиты
25	2018	2023	4	362	СоцСтрах
26	2018	2023	1	17	Молодежь
27	2018	2023	1	325	ФНС
28	2002	2023	4	126	Главы районов
29	2020	2023	4	0	КЦСОН
30	2000	2023	3	140	Росстат

C. Цены

C.1. Обработка выбросов

```
# ПРАВИЛО 1
df.loc[(df.i_p28_7 < -65) & (df.io_p28_7 >= 500), 'p28_tek_7'] *= 10.0
df.loc[(df.i_p28_7 < -65) & (df.io_p28_7 < 500), 'p28_pred_7'] /= 10.0

# Обновление приростов
dff = df
for i in range(1,10+1):
    col1 = 'p28_pred_'+str(i)
    col2 = 'p28_tek_'+str(i)
    col3 = 'p28_prog_'+str(i)

    col4 = 'i_p28_'+str(i)
    col5 = 'io_p28_'+str(i)

    col6 = 'i2_p28_'+str(i)

    dff[col6] = (np.sqrt(dff[col3]/dff[col1])-1)*100

    dff[col4] = (dff[col2]-dff[col1])/dff[col1]*100
    dff[col5] = (dff[col3]-dff[col2])/dff[col2]*100
df = dff

# ПРАВИЛО 2
df.loc[(df.i_p28_7 >= 100000) , 'p28_pred_7'] *= 1000.0
df.loc[(df.i_p28_7 >= 10000) & (df.i_p28_7 < 100000) , 'p28_pred_7'] *= 100.0
df.loc[(df.i_p28_7 >= 1000) & (df.i_p28_7 < 10000) , 'p28_pred_7'] *= 10.0

# Обновление приростов
dff = df
for i in range(1,10+1):
    col1 = 'p28_pred_'+str(i)
    col2 = 'p28_tek_'+str(i)
    col3 = 'p28_prog_'+str(i)

    col4 = 'i_p28_'+str(i)
    col5 = 'io_p28_'+str(i)

    col6 = 'i2_p28_'+str(i)

    dff[col6] = (np.sqrt(dff[col3]/dff[col1])-1)*100

    dff[col4] = (dff[col2]-dff[col1])/dff[col1]*100
    dff[col5] = (dff[col3]-dff[col2])/dff[col2]*100
df = dff

# ПРАВИЛО 3
df.loc[(df.i_p28_7 >= 500) & (df.i_p28_7 < 1000) & (df.io_p28_7 < -65) , 'p28_tek_7']
/= 10.0
```

```

df.loc[(df.i_p28_7 >= 500) & (df.i_p28_7 < 1000) & (df.io_p28_7 >= -65) , 'p28_pred_7']
*= 10.0

# Обновление приростов
dff = df
for i in range(1,10+1):
    col1 = 'p28_pred_'+str(i)
    col2 = 'p28_tek_'+str(i)
    col3 = 'p28_prog_'+str(i)

    col4 = 'i_p28_'+str(i)
    col5 = 'io_p28_'+str(i)

    col6 = 'i2_p28_'+str(i)

    dff[col6] = (np.sqrt(dff[col3]/dff[col1])-1)*100

    dff[col4] = (dff[col2]-dff[col1])/dff[col1]*100
    dff[col5] = (dff[col3]-dff[col2])/dff[col2]*100
df = dff

# ПРАВИЛО 4
df.loc[(df.io_p28_7 <= -95), 'p28_prog_7'] *= 1000.0
df.loc[(df.io_p28_7 > -95) & (df.io_p28_7 <= -91), 'p28_prog_7'] *= 100.0
df.loc[(df.io_p28_7 > -91) & (df.io_p28_7 <= -70), 'p28_prog_7'] *= 10.0

# Обновление приростов
dff = df
for i in range(1,10+1):
    col1 = 'p28_pred_'+str(i)
    col2 = 'p28_tek_'+str(i)
    col3 = 'p28_prog_'+str(i)

    col4 = 'i_p28_'+str(i)
    col5 = 'io_p28_'+str(i)

    col6 = 'i2_p28_'+str(i)

    dff[col6] = (np.sqrt(dff[col3]/dff[col1])-1)*100

    dff[col4] = (dff[col2]-dff[col1])/dff[col1]*100
    dff[col5] = (dff[col3]-dff[col2])/dff[col2]*100
df = dff

# ПРАВИЛО 5
df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7 >= 2000), 'p28_tek_7']
*= 1000.0
df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7 >= 2000), 'p28_pred_7']
*= 1000.0

df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7 < 2000) & (df.i2_p28_7 >= 1000), 'p28_tek_7'] *= 1000.0
df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7 < 2000) & (df.i2_p28_7 >= 1000), 'p28_pred_7'] *= 1000.0

```

```

df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7 < 1000) & (df.i2_p28_7 >= 250), 'p28_prog_7'] /= 10.0

df.loc[(df.io_p28_7 >= 500) & (df.i2_p28_7.isna()), 'p28_tek_7'] *= 10.0

# Обновление приростов
dff = df
for i in range(1,10+1):
    col1 = 'p28_pred_'+str(i)
    col2 = 'p28_tek_'+str(i)
    col3 = 'p28_prog_'+str(i)

    col4 = 'i_p28_'+str(i)
    col5 = 'io_p28_'+str(i)

    col6 = 'i2_p28_'+str(i)

    dff[col6] = (np.sqrt(dff[col3]/dff[col1])-1)*100

    dff[col4] = (dff[col2]-dff[col1])/dff[col1]*100
    dff[col5] = (dff[col3]-dff[col2])/dff[col2]*100
df = dff

```

C.2. Год назад

Таблица 15: Крауд-опрос – цены 1 год назад, руб.

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	234.00	236.00	229.00	189.00	230.00	195.00	189.00	245.00	187.00	179.00
mean	47.11	76.25	457.12	426.69	60.91	38443.18	7449887.32	927.45	330.70	25992.74
std	18.75	18.93	213.25	411.05	95.61	33365.56	72611996.49	1286.32	125.73	124856.09
min	19.00	25.00	125.00	65.00	36.00	70.00	1.50	100.00	50.00	600.00
25%	35.00	65.00	320.00	250.00	50.00	15000.00	1200000.00	350.00	250.00	3500.00
50%	43.00	78.00	400.00	350.00	55.00	25000.00	2000000.00	550.00	300.00	5000.00
75%	52.92	90.00	550.00	490.00	59.00	50000.00	2500000.00	1000.00	400.00	10000.00
max	140.00	130.00	2500.00	4500.00	1500.00	150000.00	1000000000.00	15000.00	800.00	1200000.00

Таблица 16: Сибирь – цены 1 год назад, руб.

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	2143.00	2178.00	2100.00	1828.00	1725.00	1545.00	1403.00	2163.00	1515.00	1588.00
mean	39.12	74.29	405.68	281.28	49.68	25900.56	1312976.19	710.55	281.68	13189.07
std	12.06	18.72	138.22	206.17	9.94	25310.11	2249471.62	688.84	137.58	38285.72
min	10.00	2.00	30.00	1.00	4.50	10.00	1.00	50.00	1.00	1.00
25%	30.00	60.00	300.00	120.00	45.00	10000.00	500000.00	350.00	200.00	3000.00
50%	38.00	75.00	380.00	250.00	49.00	18000.00	1000000.00	500.00	250.00	5000.00
75%	45.00	85.00	500.00	350.00	53.00	30000.00	1500000.00	700.00	350.00	8000.00
max	127.00	200.00	1200.00	1800.00	150.00	150000.00	50000000.00	6000.00	1500.00	600000.00

C.3. Текущие

C.4. Через один год

Таблица 17: Крауд-опрос – текущие цены

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	234.00	236.00	229.00	189.00	230.00	195.00	189.00	245.00	187.00	179.00
mean	61.67	99.01	603.82	554.19	71.67	46886.15	13438147.12	1239.25	445.29	41340.78
std	22.67	23.61	272.21	530.59	128.01	38712.84	145320334.53	1696.93	167.43	198895.87
min	25.00	36.00	140.00	70.00	38.00	70.00	2.00	120.00	100.00	1000.00
25%	48.00	82.75	420.00	320.00	59.00	16000.00	1700000.00	500.00	350.00	5000.00
50%	56.00	100.00	550.00	470.00	62.00	30000.00	2300000.00	700.00	420.00	7500.00
75%	70.00	110.00	750.00	700.00	65.00	70000.00	3000000.00	1500.00	500.00	12000.00
max	180.00	230.00	3000.00	6000.00	2000.00	160000.00	2000000000.00	20000.00	1200.00	2000000.00

Таблица 18: Сибирь – текущие цены, руб.

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	2143.00	2178.00	2100.00	1828.00	1725.00	1545.00	1403.00	2163.00	1515.00	1588.00
mean	39.12	74.29	405.68	281.28	49.68	25900.56	1312976.19	710.55	281.68	13189.07
std	12.06	18.72	138.22	206.17	9.94	25310.11	2249471.62	688.84	137.58	38285.72
min	10.00	2.00	30.00	1.00	4.50	10.00	1.00	50.00	1.00	1.00
25%	30.00	60.00	300.00	120.00	45.00	10000.00	500000.00	350.00	200.00	3000.00
50%	38.00	75.00	380.00	250.00	49.00	18000.00	1000000.00	500.00	250.00	5000.00
75%	45.00	85.00	500.00	350.00	53.00	30000.00	1500000.00	700.00	350.00	8000.00
max	127.00	200.00	1200.00	1800.00	150.00	150000.00	50000000.00	6000.00	1500.00	600000.00

Таблица 19: Крауд-опрос – цены через 1 год

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	234.00	236.00	229.00	189.00	230.00	195.00	189.00	245.00	187.00	179.00
mean	75.96	121.17	761.19	682.12	83.38	56429.17	19390811.67	1500.73	556.98	59360.89
std	28.74	33.93	374.00	686.83	160.83	47655.79	218025092.26	1970.75	249.66	292194.36
min	30.00	40.00	155.00	75.00	40.00	80.00	2.50	150.00	100.00	1100.00
25%	58.50	100.00	500.00	370.00	65.00	20000.00	2000000.00	600.00	400.00	6750.00
50%	70.00	120.00	700.00	550.00	70.00	40000.00	2700000.00	900.00	500.00	9000.00
75%	90.00	140.00	1000.00	800.00	75.00	80000.00	4000000.00	1700.00	700.00	15750.00
max	210.00	350.00	3600.00	8000.00	2500.00	200000.00	3000000000.00	23000.00	1800.00	3000000.00

Таблица 20: Сибирь – цены через 1 год, руб.

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	2125.00	2158.00	2063.00	1805.00	1706.00	1519.00	1371.00	2083.00	1490.00	1539.00
mean	70.04	130.89	778.55	532.97	74.24	45415.31	2639349.09	1315.73	533.36	35234.27
std	23.77	36.61	324.48	412.22	27.13	45752.94	5444703.13	1194.52	269.66	119756.03
min	18.00	9.00	70.00	3.00	7.00	9.00	1.00	90.00	1.00	1.00
25%	55.00	110.00	550.00	215.00	62.00	20000.00	1100000.00	700.00	350.00	6500.00
50%	65.00	125.00	700.00	450.00	70.00	30000.00	1900000.00	1000.00	500.00	10000.00
75%	80.00	150.00	1000.00	700.00	80.00	55000.00	3000000.00	1500.00	650.00	20000.00
max	200.00	400.00	3000.00	4000.00	600.00	500000.00	1500000000.00	12000.00	3000.00	2000000.00

D. Приrostы цен

D.1. НИ

D.2. ИО

Таблица 21: Крауд-опрос – НИ по товарам

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	234.00	236.00	229.00	189.00	230.00	195.00	189.00	245.00	187.00	179.00
mean	34.03	32.19	33.60	33.14	16.54	25.61	34.02	37.50	39.03	44.41
std	22.25	22.84	23.68	31.83	12.84	33.62	37.57	30.25	35.80	37.34
min	0.00	0.00	-11.16	-10.53	0.00	-37.50	-26.09	-40.00	-4.26	-47.37
25%	20.00	15.63	18.18	13.33	8.77	4.00	11.11	20.00	16.67	20.00
50%	27.06	25.68	26.67	25.00	12.95	20.00	25.00	28.57	33.33	38.10
75%	43.83	42.86	42.86	40.00	20.00	34.34	50.00	50.00	50.00	56.67
max	109.09	166.67	166.67	200.00	80.00	200.00	300.00	185.71	250.00	233.33

Таблица 22: Сибирь – воспринимаемая инфляция из цен по товарам

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	2128.00	2168.00	2088.00	1823.00	1722.00	1537.00	1389.00	2157.00	1503.00	1571.00
mean	43.40	41.10	45.57	46.30	22.13	40.84	54.27	48.63	50.64	74.67
std	31.78	30.09	31.35	34.25	18.18	40.62	48.88	54.94	42.50	503.04
min	-34.69	-33.33	-30.00	-42.50	-23.73	-51.43	-25.00	-40.00	-30.00	-33.33
25%	22.22	22.22	25.00	23.33	10.00	18.75	22.22	22.86	22.22	30.00
50%	36.11	33.71	38.58	40.00	18.43	33.33	42.86	40.00	40.00	50.00
75%	55.39	50.00	60.00	60.00	27.19	50.00	71.43	62.50	66.67	80.00
max	350.00	333.33	366.67	300.00	166.67	400.00	471.43	1900.00	400.00	19900.00

Таблица 23: Крауд-опрос – ИО по товарам

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	бенз/ДТ	смартфон	автом.	стрижка	бил/кино	леч-е зубов
count	234.00	236.00	229.00	189.00	230.00	195.00	189.00	245.00	187.00	179.00
mean	23.63	22.47	24.81	21.88	14.68	19.55	22.64	23.06	24.04	29.91
std	17.55	16.91	19.11	18.62	12.36	22.38	23.26	17.05	19.87	21.82
min	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-40.30	-13.79	0.00	0.00	0.00
25%	11.27	10.00	11.11	9.38	7.44	5.71	8.70	12.50	11.11	15.19
50%	20.00	18.78	20.00	19.05	11.71	14.29	16.67	20.00	20.00	25.00
75%	30.16	30.00	33.33	28.57	17.73	26.14	33.33	28.57	33.33	40.00
max	120.00	114.29	150.00	100.00	100.00	130.77	172.73	114.29	100.00	100.00

Таблица 24: Сибирь – ИО

	Хлеб	Молоко	Мясо	Стир.пор.	Бенз/ДТ	Смартфон	Автом.	Стрижка	Бил./кино	леч-е зубов
mean	28.17	28.49	32.97	31.19	23.81	31.00	39.58	31.63	31.81	44.38
std	20.12	19.67	21.50	21.96	38.63	36.28	78.82	24.61	32.91	48.36
min	-18.37	0.00	0.00	0.00	-6.67	-45.00	-47.37	-23.08	-66.67	-33.33
25%	15.38	15.38	18.42	16.67	10.00	14.29	16.67	16.67	16.67	22.66
50%	23.08	23.81	28.21	25.00	16.67	25.00	28.57	25.00	25.00	33.33
75%	33.33	36.36	42.82	40.00	27.27	40.00	48.79	40.00	40.00	50.00
max	222.22	165.96	150.00	233.33	971.43	900.00	1400.00	400.00	900.00	990.91

E. Описательные статистики

E.1. Крауд-опрос

E.2. Сибирь

E.3. ИПЦ

F. Оценки регрессий

Таблица 25: Описательные статистики – крауд-опрос, июль 2025 г.

	count	mean	std	min	25%	50%	75%	max
q7_FOM_i	264.00	24.22	17.98	1.00	14.50	18.50	28.00	75.00
q9_FOM_io	264.00	20.32	14.78	0.00	10.50	18.50	23.00	75.00
q13_10000_i	264.00	43.92	84.90	-50.00	20.00	30.00	50.00	1100.00
q11_10000_io	264.00	38.11	66.00	-10.00	15.00	25.00	50.00	980.00
q15_product_i	264.00	27.36	20.92	-1.82	13.04	22.26	35.35	127.27
q15_product_io	264.00	18.58	14.28	-29.21	9.65	15.84	23.82	78.09
age	255.00	45.87	9.44	21.50	44.00	44.00	52.00	73.00
female	255.00	0.36	0.48	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00
city	226.00	816.88	546.89	5.00	375.00	750.00	1500.00	1500.00
q1_dw_past	264.00	-0.50	0.65	-1.00	-1.00	-1.00	0.00	1.00
q2_dw_fut	264.00	-0.49	0.62	-1.00	-1.00	-1.00	0.00	1.00
q3_big_purch_time	264.00	-0.16	0.62	-1.00	-1.00	0.00	0.00	1.00
q4_savetime	264.00	0.31	0.69	-1.00	0.00	0.00	1.00	1.00
q5_save	264.00	0.55	0.50	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
q6_finpos	264.00	3.36	0.85	1.00	3.00	3.00	4.00	6.00

F.1. Описание переменных

- **age** – возраст;
- **female** – пол (1 – ж, 0 – м);
- **city** – размер населенного пункта;
- **save** – наличие сбережений;
- **save_time** – оценка времени для накопления (-1 – негативная, 0 – нейтральная, 1 – позитивная);
- **educ** – уровень образования;
- **dw_past** – оценка прошлых изменений материального положения (-1 – негативная, 0 – нейтральная, 1 – позитивная);
- **dw_fut** – оценка будущих изменений материального положения (-1 – негативная, 0 – нейтральная, 1 – позитивная);
- **big_purch_time** – оценка времени для совершения больших покупок (-1 – негативная, 0 – нейтральная, 1 – позитивная).

F.2. Крауд-опрос

F.3. Сибирь

G. Распределения ответов по вопросу

G.1. «инФОМ» (13 инт.)

G.2. «инФОМ» (10 тыс.)

G.3. Ответы по ценам товаров

Таблица 26: Описательные статистики – Сибирь, июль 2025 г.

	count	mean	std	min	25%	50%	75%	max
q24_FOM_i	2778.00	27.04	16.24	-5.00	14.50	23.00	35.50	55.50
q25_FOM_io	2778.00	26.55	16.44	-5.00	14.50	23.00	35.50	55.50
q26_10000_i	2687.00	57.41	37.06	-100.00	30.00	50.00	80.00	260.00
q27_10000_io	2633.00	85.95	55.99	-60.00	50.00	80.00	100.00	280.00
q28_w_i_Russia	987.00	40.81	23.67	-15.93	25.39	35.93	51.18	238.83
q28_w_io_Russia	985.00	30.54	19.01	0.00	18.41	26.68	37.31	268.74
q1_age	2778.00	44.38	10.79	9.00	32.50	44.00	52.00	70.00
q2_female	2778.00	0.90	0.30	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
q3_city	2778.00	3.17	1.85	0.00	2.00	4.00	5.00	5.00
q4_save	2778.00	-0.35	0.89	-1.00	-1.00	-1.00	1.00	1.00
q5_savetime	2778.00	1.64	2.55	0.00	0.50	0.50	2.00	14.50
q6_educ	2778.00	3.76	0.71	0.00	4.00	4.00	4.00	5.00
q8_n_ppl	2778.00	1.79	1.13	0.00	1.00	2.00	3.00	4.00
q9_dw_past	2778.00	0.22	1.08	-1.00	-1.00	1.00	1.00	2.00
q10_dw_fut	2778.00	0.24	0.95	-1.00	-1.00	0.00	1.00	2.00
q11_finpos	2778.00	2.94	0.97	1.00	2.00	3.00	3.00	6.00
q12_loan_past	2778.00	0.02	0.99	-1.00	-1.00	1.00	1.00	1.00
q13_loan_fut	2778.00	1.21	1.85	0.00	0.00	0.00	2.00	5.00
q14_sale	2778.00	3.46	1.75	0.00	2.00	4.00	5.00	5.00
q15_prov	2778.00	2.97	1.85	0.00	1.00	3.00	5.00	5.00
q16_budg	2778.00	3.46	1.64	0.00	3.00	4.00	5.00	5.00
q17_spon	2778.00	1.82	1.76	0.00	0.00	1.00	3.00	5.00
q18_Sber_BoR	2778.00	0.74	0.44	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
q19_CBR_BoR	2778.00	0.47	0.50	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00
q20_fin1_2Y_R	2778.00	0.72	0.45	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
q21_fin2_dscnt	2778.00	0.49	0.50	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00
q22_t_save	2778.00	0.45	0.98	-1.00	0.00	1.00	1.00	2.00
q23_t_buy	2778.00	0.26	0.92	-1.00	-1.00	0.00	1.00	2.00

Таблица 27: ИПЦ

Веса					
#	товар	РФ	Алтай	Красноярск	Новосибирск
1	Хлеб	1,55	1,86	1,36	1,69
2	Молоко	1,02	1,43	1,12	1,37
3	Мясо	2,61	3,4	2,09	2,57
4	Стир. порошок	0,26	0,35	0,31	0,25
5	Бензин/ ДТ	4,64	5,59	3,68	4,26
6	Смартфон	0,71	0,5	0,82	1,04
7	Автомобиль	5,68	5,2	5,95	13,03
8	Стрижка	0,87	0,61	0,72	0,72
9	Билет в кино	0,14	0,05	0,08	0,06
10	Лечение зубов	0,21	0,15	0,12	0,11
ИТОГО		17,69	19,11	16,23	25,09
динамика май'24/май'25					
#	товар	РФ	Алтай	Красноярск	Новосибирск
1	Хлеб	14,68	14,12	15,23	11,86
2	Молоко	20,31	26,34	28,24	25,59
3	Мясо	10,53	10,24	14,54	13,38
4	Стир. порошок	-0,85	0,02	2,63	-4,41
5	Бензин/ ДТ	11,88	11,34	12,13	11,12
6	Смартфон	-6,5	-12,65	5,93	-7,42
7	Автомобиль	1,7	3,93	3,68	-1,12
8	Стрижка	10,13	6,64	9,63	16,93
9	Билет в кино	17,6	16,19	17,67	18,11
10	Лечение зубов	11,55	15,4	15,99	11,13

Таблица 28: Оценки регрессий (крауд-опрос)

	q7_FOM_i	q9_FOM_io	q13_10000_i	q11_10000_io	q15_product_i	q15_product_io
Intercept	10.57	15.57***	10.54	-8.15	26.74***	19.63***
age	0.13	0.02	-0.35	0.35	0.22*	0.20**
city	0.00	0.00	0.02***	0.02*	0.00	-0.00
female	2.36	-0.78	5.93	23.75**	8.16***	3.20*
q1_save_retro	-2.43	-1.30	-12.13	-14.55	0.65	1.89
q2_save_pros	-2.76	-5.03***	10.67	0.68	-1.62	-3.59**
q3_big_purch_time	-3.55*	-3.74**	-28.61***	-7.13	-1.81	-1.90
q4_savetime	-5.72***	-5.30***	8.69	-4.95	-4.27**	-5.34***
q5_save	-4.69*	-4.29**	7.89	-3.92	-1.56	-0.66
q6_finpos	1.76	1.18	3.40	1.29	-4.17**	-3.16**
Observations	246	247	247	247	224	224
R ²	0.21	0.30	0.07	0.08	0.20	0.26
Adjusted R ²	0.18	0.27	0.04	0.04	0.17	0.23

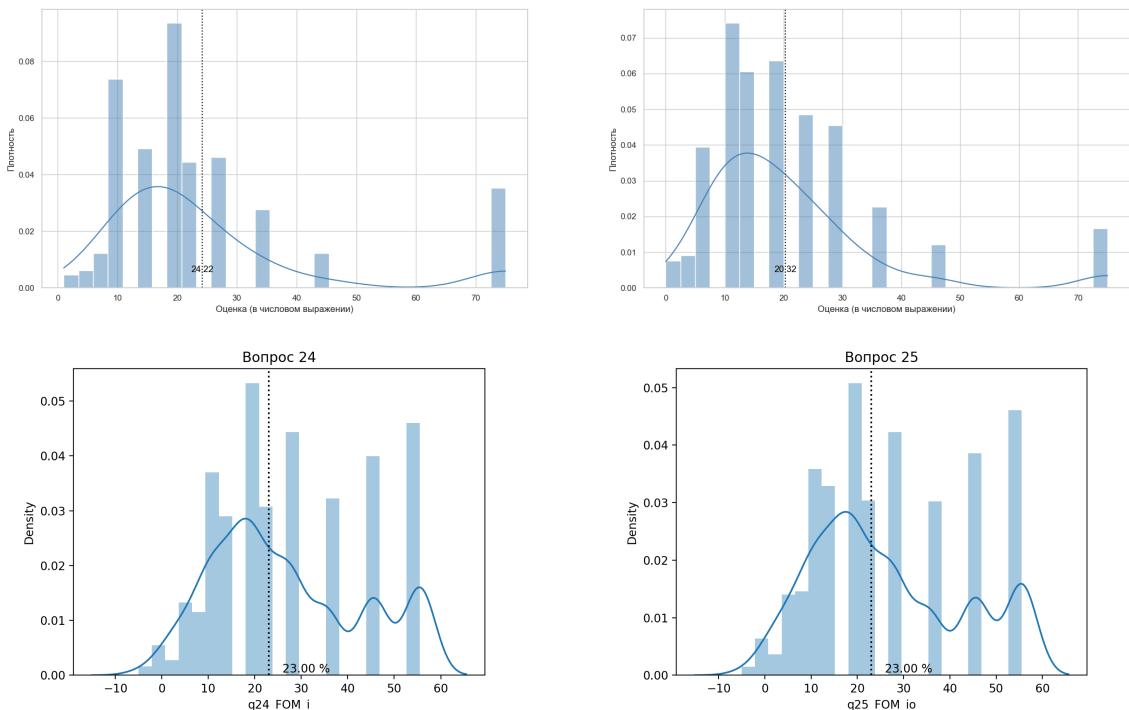
Примечание. *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

Таблица 29: Оценки регрессий по Сибири

	q24_FOM_i	q25_FOM_io	q26_10k_i	q27_10k_io	q28_w_i_Rus	q28_w_io_Rus
Intercept	31.81***	32.27***	69.45***	113.69***	50.51***	47.63***
q1_age	-0.03	-0.03	-0.08	-0.18*	-0.04	0.00
q2_female	2.83***	2.82***	13.64***	23.15***	6.48***	4.80**
q3_city	-0.40**	-0.46***	-0.78*	-1.02*	-0.19	-0.70**
q4_save	-0.37	-0.61	-1.10	0.13	0.02	-0.25
q5_savetime	-0.20	-0.18	-0.83**	-1.45***	-0.12	0.04
q6_educ	-0.18	-0.26	0.38	-0.80	-0.26	-1.96*
q8_n_ppl	0.03	-0.14	-0.08	-0.03	-0.27	-0.22
q9_dw_past	-1.85***	-1.45***	-2.45***	-2.58**	-1.61*	-1.45**
q10_dw_fut	-0.62*	-1.10***	-1.97**	-3.18**	-1.11	-0.61
q11_finpos	-0.75*	-0.77**	-2.43***	-3.64***	-2.01**	-1.17
q12_loan_past	-0.08	-0.34	-1.00	-0.85	2.09**	2.36***
q13_loan_fut	-0.27	-0.14	-0.16	-0.91	-0.36	-0.37
q14_sale	0.36*	0.31	-0.83*	0.17	0.05	-0.02
q15_prov	-0.20	0.13	0.39	0.77	0.06	0.16
q16_budg	0.26	0.23	0.50	-0.05	0.07	-0.72
q17_spon	-0.03	-0.02	-0.69	-0.84	-0.34	-0.81**
q18_Sber_BoR	-1.21	-1.17	-1.12	-3.26	-3.14*	-0.05
q19_CBR_BoR	-0.23	-0.42	-2.83*	-3.79*	-1.67	-1.41
q20_fin1_2Y_R	-0.76	-1.95***	-6.82***	-14.28***	-2.30	-3.09**
q21_fin2_dscnt	0.01	0.36	-1.31	-5.82***	0.18	-0.79
q22_t_save	-1.25***	-1.59***	-1.86**	-5.22***	0.48	0.06
q23_t_buy	-1.29***	-1.11***	-1.18	-0.96	-0.64	-1.28*
Observations	2778	2778	2687	2633	987	985
R ²	0.08	0.09	0.08	0.10	0.06	0.09
Adjusted R ²	0.08	0.08	0.07	0.09	0.04	0.07

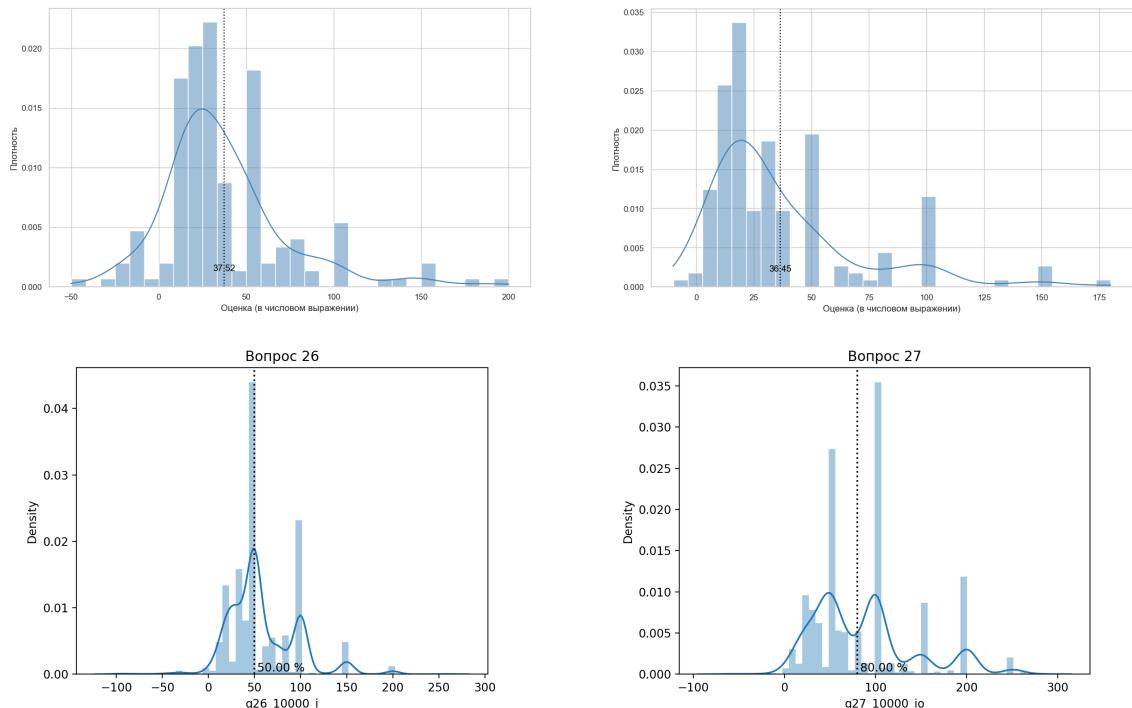
Примечание. *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

Рис. 8: Вопрос «инФОМ» (13 инт.)



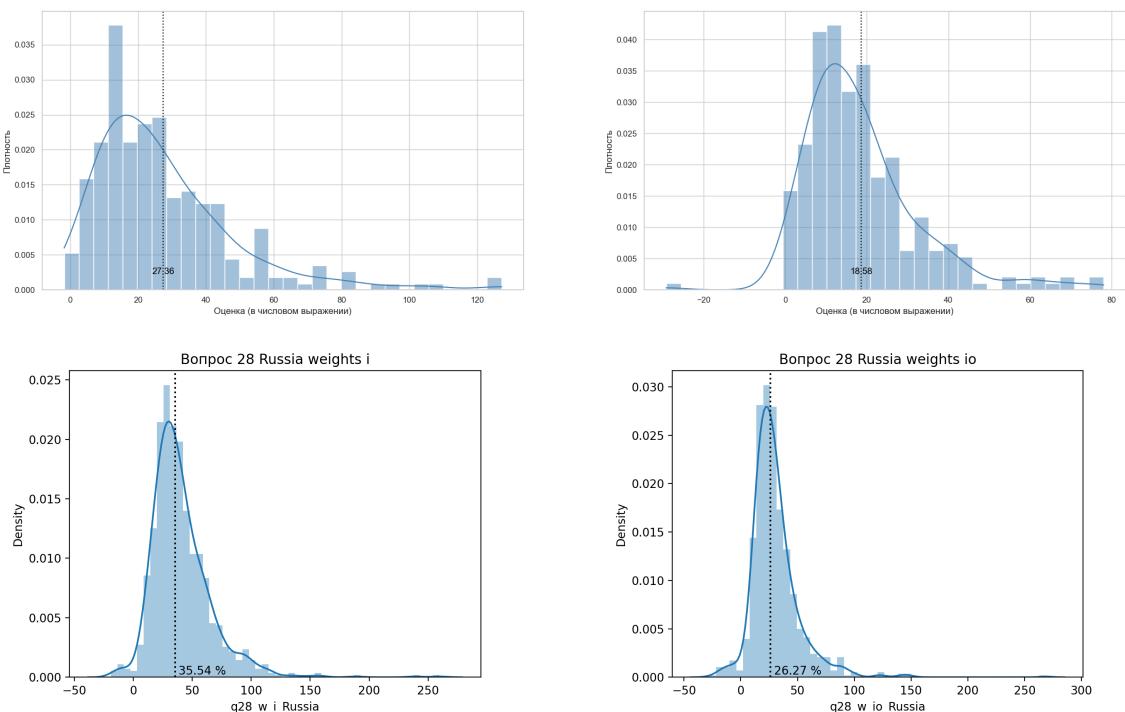
Примечание. Вверху – крауд-опрос; внизу – Сибирь. Слева – НИ, справа – ИО.

Рис. 9: Вопрос 10 тыс. руб.



Примечание. Вверху – крауд-опрос; внизу – Сибирь. Слева – НИ, справа – ИО.

Рис. 10: ИПЦ по весам Российской Федерации



Примечание. Вверху – крауд-опрос; внизу – Сибирь. Слева – НИ, справа – ИО.