



Банк России



## **Влияние уровня финансовой грамотности на инфляционные ожидания: оценка на данных псевдопанели по России**

Серия докладов об экономических исследованиях

№ 146 / март 2025

Туманянц К., Кулешов Ф., Пеникас Г., Зуев В.

Карэн Туманянц  
**Банк России, Южное ГУ**  
Email: [Karen.tumanyants@yandex.ru](mailto:Karen.tumanyants@yandex.ru)

Федор Кулешов  
**Банк России, Дальневосточное ГУ**  
Email: [Kuleshovfb8@yandex.ru](mailto:Kuleshovfb8@yandex.ru)

Генрих Пеникас  
**Банк России, Департамент исследований и прогнозирования**

Василий Зуев  
**Банк России, Служба по защите прав потребителей и обеспечения финансовой доступности**

Доклады Банка России проходят процедуру анонимного рецензирования со стороны членов Консультативного исследовательского совета Банка России и внешних рецензентов.

Работа подготовлена в рамках Рабочей группы по изучению влияния финансовой грамотности на показатели экономики (ОД-187).

Авторы благодарят коллег за обсуждение результатов на научно-исследовательских семинарах Банка России, а также выражают признательность Андрею Синякову, Вадиму Грищенко, Татьяне Шеловановой (Департамент исследований и прогнозирования Банка России), Сергею Иващенко (Северо-Западное ГУ Банка России) за ценные идеи и предложения, анонимным внешним и внутренним рецензентам за обратную связь, Алине Васильевой (Отделение Волгоград Банка России) и Азамату Марзаганову (Отделение Ингушетия Банка России) за помощь в обработке данных.

Содержание настоящего доклада отражает личную позицию авторов. Результаты исследования являются предварительными и публикуются с целью стимулировать обсуждение и получить комментарии для возможной дальнейшей доработки статьи. Не следует рассматривать содержание и результаты данного исследования, в том числе цитировать в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решения регулятора. Любые ошибки в данном документе являются исключительно авторскими.

Все права защищены. Любое воспроизведение представленных материалов допускается только с разрешения авторов.

Фото на обложке: Shutterstock.com

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12  
Телефоны: +7 499 300-30-00, +7 495 621-64-65 (факс)  
Официальный сайт Банка России: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

© Центральный банк Российской Федерации, 2025

---

## АННОТАЦИЯ

Систематические отличия инфляционных ожиданий различных групп населения установлены в большом числе академических публикаций. Одним из источников неоднородности, в том числе в России (Андреев и др., 2024), выступает уровень финансовой грамотности. Наша работа подтверждает этот вывод на данных за 3 года, в отличие от одной волны опроса в (Андреев и др., 2024): респонденты с более высоким уровнем финансовой грамотности демонстрируют более низкие инфляционные ожидания.

Для исследования мы объединили методом псевдопанели результаты двух регулярных опросов населения – по инфляционным ожиданиям и потребительским финансам домохозяйств. Результаты получены на основе ответов и на количественные, и на качественные вопросы с контролем на основные социально-демографические характеристики.

Мы утверждаем, что инфляционные ожидания связаны с уровнем финансовой грамотности, но эта зависимость нелинейна. Наш вывод верен как для краткосрочных (на месяц вперед), так и для среднесрочных (на год) и долгосрочных (на 3 года) инфляционных ожиданий. Нелинейность связи проявляется в том, что при одинаковых различиях в уровне финансовой грамотности разница инфляционных ожиданий в наименее подготовленной группе респондентов выше, нежели среди финансово грамотных участников опросов.

Мы установили, что оценки будущей инфляции связаны с финансовой грамотностью через восприятие наблюдаемой инфляции – более финансово грамотные респонденты называют более низкие уровни текущего темпа роста цен, а мнение об инфляции в перспективе связано с их оценками наблюдаемой динамики цен. Оценка уровня текущей инфляции финансово грамотных участников опроса находится ближе к значению показателя роста цен, рассчитываемого Росстатом, чем у остальных респондентов.

**Ключевые слова:** инфляционные ожидания, финансовая грамотность, инструментальные переменные, наблюдаемая инфляция, логит-модель, псевдопанель.

**JEL codes:** C5, C8, D1, E31, G53.

---

## Содержание

1. Введение.....	5
2. Обзор литературы .....	6
2.1. Финансовая грамотность: измерение и детерминанты .....	6
2.2. Факторы гетерогенности инфляционных ожиданий.....	7
2.3. Наблюдаемая и ожидаемая инфляция: две стороны одной медали.....	11
2.4. Псевдопанель как метод формирования данных.....	12
2.5. Место текущей работы в релевантной литературе.....	13
3. Информационная база и исследовательская стратегия .....	14
4. Методология исследования.....	15
4.1. Измерение финансовой грамотности (ФГ).....	15
4.2. Формирование псевдопанели .....	17
4.3. Моделирование инфляционных ожиданий .....	18
5. Результаты расчетов.....	19
6. Выводы.....	24
Список литературы.....	26

## 1. Введение

Внимание к инфляционным ожиданиям (ИО) населения, особенно в странах, реализующих денежно-кредитную политику в режиме инфляционного таргетирования, в последние десятилетия значительно возросло<sup>1</sup>. О существенной роли анализа ИО экономических агентов при проведении денежно-кредитной политики говорится и в материалах Банка России<sup>2</sup>.

Феномен устойчивых различий ИО разных групп населения вызвал интерес к факторам такой неоднородности. Среди них, помимо социально-демографических характеристик, выделяют и уровень финансовой грамотности (ФГ). Впервые обратная связь ИО российских домашних хозяйств с ФГ была установлена в исследовании (Андреев и др., 2024), что подтвердило результаты, полученные на зарубежных данных.

В нашем исследовании мы проверяем, сохраняется ли вывод о более низких ИО финансово грамотных россиян при рассмотрении более длинного горизонта данных. Для этого мы формируем псевдопанель путем совмещения данных опросов за 2018, 2020 и 2022 гг. по ИО (ООО «инФОМ») и обследования потребительских финансов домашних хозяйств, проводимого ООО «Демоскоп» (совместно с Банком России). Наш результат подтверждает характер зависимости между ИО и ФГ респондентов. Выводы устойчивы к выбору индикатора ИО (кратко-/средне-/долгосрочные, качественные/количественные, текущие/будущие темпы роста цен).

Мы установили, что различия в оценках будущей инфляции обусловлены отличиями в восприятии текущих темпов динамики цен. Респонденты с высоким уровнем ФГ более умерены в суждениях о наблюдаемой ими динамике цен.

Работа структурирована следующим образом. В разделе 2 анализируются академические публикации по теме исследования. В разделе 3 описываются данные и представляется программа исследования. Методология работы характеризуется в разделе 4. Раздел 5 содержит результаты расчетов, а заключительный раздел 6 – их обсуждение и основные выводы.

---

<sup>1</sup> Inflation expectations and their role in eurosystem forecasting. ECB Occasional Paper Series, 2021, 264; Burr N. Do inflation expectations respond to monetary policy? An empirical analysis for the United Kingdom. Bank of England Staff Working Paper, 2025, 1109.

<sup>2</sup> См., например, приложение 5 [Основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики на 2025 год и период 2026 и 2027 годов](#).

---

## 2. Обзор литературы

### 2.1. Финансовая грамотность: измерение и детерминанты

Министерство финансов Российской Федерации определяет финансовую грамотность как «основные знания, умения и навыки, необходимые для принятия финансовых решений, обеспечивающих финансовое благополучие и минимизацию финансовых рисков».<sup>3</sup> Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – как «сочетание *осведомленности, знаний, навыков, отношений и поведения*, необходимых для принятия обоснованных финансовых решений и достижения индивидуального финансового благополучия».<sup>4</sup> Европейская комиссия – как «*знания и навыки*, необходимые для принятия важных финансовых решений».<sup>5</sup>

В научных кругах (Kaiser and Lusardi, 2024; Кузина и др., 2024; Hastings et al., 2013) под финансовой грамотностью чаще всего понимается «*знание* финансовых фактов, таких как сложные проценты и финансовые продукты» (Fernandes et al., 2014). При этом данная характеристика является ненаблюдаемой, и Kaiser et al. (2022) в своем мета-анализе подчеркивают отсутствие общепризнанных инструментальных переменных для ее измерения.

Наиболее распространенным способом оценки уровня финансовой грамотности респондентов выступает опрос. Исследователи используют разные варианты формулировок и разное количество вопросов<sup>6</sup>. Так, например, Reiche (2023) при измерении финансовой грамотности респондента ограничились тремя вопросами, Агамбаева и Конурбаева (2022) – шестью. Зверева и др. (2024) используют восемь, Rumler and Valderrama (2020) – десять, а Fernandes et al. (2014) и Андреев и др. (2024) – тринадцать вопросов.

Согласно классификации de Bruine et al. (2010) при оценке финансовой грамотности, как правило, включают вопросы на: 1) понимание инфляции; 2) базовое умение считать; 3) продвинутое умение считать. Например, именно таким подходом руководствовались в своей работе авторитетные исследователи ФГ Lusardi and Mitchell (2011).

В то же время Van Rooij, Lusardi and Alessie (2011) предлагают оценивать базовый уровень ФГ респондентов через понимание инфляции и процентных ставок, а также продвинутый уровень – через понимание инструментов финансового рынка: акций, облигаций, взаимных фондов. В таком случае цель первого блока вопросов будет состоять в измерении способности респондента выполнять простые вычисления, работать со сложными процен-

---

<sup>3</sup> [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.10.2023 № 2958-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года»](#)

<sup>4</sup> [OECD Financial education](#)

<sup>5</sup> [European Commission Financial literacy](#)

<sup>6</sup> Подробный анализ вопросов о ФГ проведен и описан в разделе «В» работы Гурова и др. (2024).

---

тами, дисконтировать денежные средства во времени, цель второго – в оценке более глубоких финансовых знаний респондентов через охват таких тем, как виды ценных бумаг, функции фондового рынка, концепции по диверсификации рисков и взаимосвязь между ценами на облигации и процентными ставками.

Самостоятельным направлением исследований стало изучение факторов, влияющих на уровень финансовой грамотности. Так, в работе Leung (2009) выявлена зависимость вероятности правильного ответа респондента на вопросы об инфляции от его социально-демографических характеристик. По результатам опроса 2000 нидерландских домохозяйств Van Rooij, Lusardi and Alessie (2011) также приходят к выводу, что различия в уровне финансовой грамотности в значительной степени объясняются образованием, возрастом и полом респондента. В частности, уровень финансовых знаний у женщин оказался гораздо ниже, чем у мужчин. Полученное образование является важным предиктором финансовой грамотности, но в совокупности с другими характеристиками респондента. Мета-анализ имеющейся литературы (Kaiser and Lusardi, 2024) дополнил список переменных, с которыми ФГ демонстрирует высокую корреляцию, характеристикой дохода. Сходный набор факторов уровня ФГ у россиян выявлен в (Кузина и др., 2024).

## **2.2. Факторы гетерогенности инфляционных ожиданий**

В литературе, посвященной изучению того, как люди воспринимают рост цен, выявлена устойчивая неоднородность инфляционных ожиданий населения. Ее причинами назывались различия в уровне ФГ и социально-демографических характеристиках индивидов. Авторы более поздних исследований связывали также гетерогенность инфляционных ожиданий с типом каналов, которыми обычно пользуется респондент для получения информации.

### **Финансовая грамотность и инфляционные ожидания**

Гипотеза о наличии статистически значимой обратной зависимости инфляционных ожиданий от уровня грамотности домашних хозяйств нашла подтверждение в большом числе исследований (приложение 1). Иными словами, чем выше уровень ФГ человека, тем ниже и точнее его ИО (de Bruine et al., 2010). Так, Gnan, Langthaler and Valderrama (2011) установили, что различие в уровне ФГ у индивидов является одним из ключевых источников неоднородности ИО экономических агентов как по еврозоне в целом, так и по отдельным странам-участникам. Это объясняется тем, что финансово более грамотные люди имеют больше представлений об инфляции, лучше разбираются в механизмах денежно-кредитной политики.

---

Aroga et al. (2013) показали обратную связь величины ИО от уровня знаний человека в области макроэкономики. Этот вывод оказался справедлив как для краткосрочных, так и для долгосрочных ожиданий (Rumler and Valderrama, 2020).

В ходе эксперимента Burke and Manz (2014) установили, что знание основ денежно-кредитной политики в совокупности с ФГ повышает точность инфляционных прогнозов. По их мнению, именно уровень ФГ индивида способен в большей степени объяснить существующую неоднородность ИО населения, нежели социально-демографические факторы (Burke and Manz, 2014). Например, именно различия в среднем уровне ФГ между мужчинами и женщинами объясняют гетерогенность их инфляционных ожиданий (Reiche, 2023). Поэтому включение в модель индикатора ФГ респондента полностью устраняет гендерный разрыв в инфляционных ожиданиях. В своем исследовании de Bruine et al. (2010) приходят к выводу, что включение уровня ФГ в регрессионный анализ прогнозирования ожидаемого уровня инфляции снижает значимость таких социально-демографических факторов, как образование и доход.

#### **Социально-демографические детерминанты гетерогенности инфляционных ожиданий населения**

Среди социально-демографических признаков источниками неоднородности инфляционных ожиданий называются следующие:

- пол (Bryan and Venkatu, 2001; Pfajfar and Santoro, 2008; D'Acunto et al., 2022),
- возраст (Blanchflower and MacCoille, 2009; Reiche, 2023),
- семейное положение (Blanchflower and MacCoille, 2009),
- владение недвижимостью (Blanchflower and MacCoille, 2009),
- наличие сбережений (Евстигнеева и Карпов, 2023),
- место проживания (Hayo and Neumeier, 2018),
- уровень образования и уровень доходов опрошенных (Pfajfar and Santoro, 2008; Gnan, Langthaler and Valderrama, 2011; D'Acunto et al., 2022) (приложение 1).

Bryan and Venkatu (2001) показали неизменно более высокие ИО женщин в опросах Мичиганского университета. Взрослые респонденты имеют значительно более высокие ИО по сравнению с молодыми людьми (Reiche, 2023). В то же время Gnan, Langthaler and Valderrama (2011) отмечают, что среди социально-демографических факторов наибольшую значимость при объяснении различий в ИО имеют уровень доходов и образование, нежели пол и возраст респондентов. Но единой позиции о характере влияния образования и дохода на ИО населения в научной литературе пока нет.

---

По мнению Агамбаевой и Конурбаевой (2022), рост уровня образования приводит к статистически значимому увеличению ИО. О прямом характере связи свидетельствуют и данные российского опроса домохозяйств (Андреев и др., 2024). Положительная корреляция уровня образования и будущей инфляции может быть вызвана более пессимистическими настроениями наиболее образованных граждан, поскольку опрос проводился в 2022 году. Такое предположение сопрягается и с выводом об отождествлении россиянами экономических кризисов и высокой инфляции (Андреев и др., 2024; Евстигнеева и Карпов, 2023).

В работе Burke and Manz (2014) оценка коэффициента при образовании была положительной, но статистически незначимой. Незначимым образование оказалось и в работах Bruin de Bruine et al. (2010) и Binder and Rodrigue (2018). На отрицательную связь между образованием и инфляционными ожиданиями указывают Reiche (2023) и Madeira and Zafar (2015). Rumler and Valderrama (2020) приходят к выводу, что повышение уровня образования ведет к снижению ИО только в долгосрочной перспективе. В то же время Leung (2009) находит отрицательную статистическую связь между образованием и ожидаемым уровнем инфляции как для краткосрочного, так и для долгосрочного периода.

Противоречивы в академической литературе и выводы о зависимости ИО от уровня дохода экономического агента. Rumler and Valderrama (2020) показывают, что увеличение заработка приводит к статистически значимому росту ИО, причем как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах. Обратный характер связи отмечается в работах (Lombardelli and Saleheen, 2003; Blanchflower and MacCoille, 2009; Angelico and Di Giacomo, 2019). Расчеты Bruin de Bruine et al. (2010) и Binder and Rodrigue (2018) продемонстрировали статистическую незначимость величины дохода при формировании ИО.

В работе Андреева и др. (2024) на российских данных подтверждается роль ФГ, а также социально-демографических признаков (пол, возраст, образование, доход) домашнего хозяйства в формировании ожиданий относительно будущей динамики цен. В качестве самостоятельного фактора гетерогенности ИО в России в ней также называется ожидаемое изменение материального положения респондента. Согласно данным пессимистические оценки относительно собственного будущего сопровождаются более высокими прогнозными значениями инфляции. Но, по нашему мнению, в этом случае может иметь место и обратная или *двусторонняя* связь, когда высокие инфляционные ожидания выступают фактором негативного мнения о дальнейшем изменении собственного благополучия.

---

### Каналы получения информации индивидом

Conrad, Enders and Glas (2022) на основе опроса немецких домохозяйств пришли к выводу о существенном влиянии на гетерогенность ИО типов информационных каналов. Авторы отмечают, что люди, опирающиеся на традиционные средства массовой информации (газеты, телевидение), имеют более низкие и более точные представления об инфляции как за текущий год, так и на будущий период. Выбор информационных каналов может быть связан с устойчивыми различиями в ИО через подборку новостей и используемую этим СМИ тональность при их описании (Lamla and Lein, 2008; Евстигнеева и Карпов, 2023), а также через принятую на данном канале форму представления информации (Lamla and Lein, 2008; Binder and Rodrigue, 2018; Mirdamadi and Petersen, 2018).

Так, графическое представление информации о прошлых уровнях инфляции приводит к снижению неопределенности агентов относительно их ИО и росту точности прогноза (Binder and Rodrigue, 2018). Mirdamadi and Petersen (2018) в своем эксперименте сравнили влияние качественной (описание взаимосвязи между макроэкономическими переменными) и количественной (системы уравнений) информации на инфляционные ожидания населения. Эксперимент показал, что при предоставлении испытуемым точных количественных сведений их ИО значительно более точны и менее зависимы от исторических данных.

Информационные каналы, используемые респондентом, особенно важны при ответе на вопрос о прогнозируемой им **инфляции**, тогда как, оценивая будущую **динамику цен**, участники опроса скорее обращаются к собственному потребительскому опыту (Armantier et al., 2013). К нему относят частоту покупок, долю товаров в совокупном доходе, долю товаров в потребительской корзине, наблюдаемое изменение цен. Различие потребительского опыта может стать источником устойчивой дифференциации ИО, особенно когда оно определяется социально-демографическими характеристиками человека. Включение в потребительский опыт восприятия текущей динамики цены актуализирует вопрос о степени адаптивности/рациональности ИО. Литература свидетельствует о превалировании назадсмотрящих мотивов при оценке будущей траектории цен (Conrad, Enders and Glas, 2022; Mirdamadi and Petersen, 2018; Соколова, 2014).

### 2.3. Наблюдаемая и ожидаемая инфляция: две стороны одной медали

Восприятие текущих темпов динамики цен, строго говоря, не является ИО. Однако оба индикатора тесно взаимосвязаны. В одном из первых исследований на эту тему Jonung (1981) на данных шведского опроса потребителей продемонстрировал значимую положительную корреляцию между наблюдаемой и ожидаемой инфляцией: коэффициент корреляции составил около 0,5. Аналогичный результат для США получили и Van der Klaauw et al. (2008). Blanchflower and Kelly (2008), как и Duffy and Lunn (2009), показали, что группы с предвзятым восприятием текущего уровня инфляции также формируют предвзятые ИО.

При этом восприятие текущей инфляции играет более значимую роль в формировании ИО, чем фактический уровень инфляции (Drager, 2015). Этот результат согласуется с выводами Maag (2010) о том, что шведские домохозяйства основывают свои ИО в основном на воспринимаемой, а не фактической динамике цен. При этом домохозяйства часто прогнозируют снижение инфляции в следующем периоде, если в предыдущем рост цен увеличился, и увеличение инфляции в будущем, если в предшествующем периоде она снизилась (Kim and Andreas, 2019; Zivile, 2020).

Как и в случае с ИО, восприятие текущего уровня инфляции, как правило, систематически различается для разных групп респондентов в зависимости от пола, образования, дохода (Fritzer and Rumler, 2015; Arioli et al., 2017; European Commission, 2019). Нам не удалось обнаружить публикации, посвященные роли ФГ в субъективной оценке наблюдаемой инфляции.

Axelrod et al. (2018) показали, что воспринимаемая инфляция остается важным предиктором ИО и при контроле демографических характеристик. Индивиды, которые переоценивают текущую инфляцию (например, женщины и люди с низким доходом), также склонны прогнозировать более высокую инфляцию в будущем. К аналогичному выводу приходят и другие исследователи (Coibion et al., 2018; Detmeister, 2016; Coibion et al., 2020; Kim A. and Andreas K., 2019).

Следовательно, домохозяйства формируют свои ИО на основе воспринимаемого уровня текущей инфляции (самооценки инфляции) или, по крайней мере, придерживаются одной и той же ценовой концепции при оценке текущей и будущей инфляции. В таком контексте Kim and Andreas (2019) приходят к выводу, что «разница между инфляционными ожиданиями домохозяйств и их восприятием текущей инфляции может быть более информативной, чем уровень инфляционных ожиданий как таковой».

## 2.4. Псевдопанель как метод формирования данных

При анализе ИО исследователи чаще всего используют данные опросов населения, а также (реже) результаты экспериментов. В нашем распоряжении находились результаты опросов, которые позволяют оценить уровень ИО и ФГ россиян, но одновременно соответствующие вопросы задавались только в рамках одной волны единственного опроса. Чтобы расширить массив анализируемой информации в настоящем исследовании, мы объединяем результаты двух опросов домохозяйств, используя метод псевдопанелей, впервые предложенный в исследованиях Deaton (1985) и Browning et al. (1985) и получивший дальнейшее развитие в Gardes et al. (2005). Первое исследование на российских данных RLMS с применением псевдопанели представлено в работе Ermolova and Penikas (2016).

В отличие от панельных данных, в которых объекты (индивиды) остаются неизменными на протяжении всего наблюдения, псевдопанельные данные содержат информацию о когортах (стабильных группах индивидов). Наблюдениями в псевдопанели выступают внутрикогортные средние, которые рассчитываются как средние значения внутри когорт (Guillerm, 2017). В научных исследованиях использование такого подхода является распространенной практикой. В приложении 2 даны характеристики избранных работ, в которых применялись псевдопанели.

Так, например, в работе Niizeki (2021) исследуется влияние роста ИО на расходы домохозяйств на псевдопанельных данных, сформированных в результате объединения трех микронаборов данных на уровне домохозяйств по Японии. Vellekoop and Wiederholt (2018), изучая связь между ИО и чистым капиталом, объединяют данные опроса об ИО на уровне домохозяйств с административными данными о доходах, активах и обязательствах. Vellekoop and Wiederholt (2019), анализируя взаимосвязь между ИО и склонностью к сбережению, прибегают к объединению данных опроса о количественных инфляционных ожиданиях с административными данными о доходах и благосостоянии домохозяйств.

Однако, поскольку псевдопанельные исследования основываются на группировке людей с общими характеристиками, для получения надежных и достоверных результатов существует как минимум два важных аспекта, на которые обращают внимание исследователи: критерии формирования когорт и, как следствие, размер когорт (или наоборот, поиск критериев для интересующего размера когорты).

Многие исследователи сходятся во мнении, что размер когорты должен быть достаточно большим, чтобы ограничить степень погрешности измерения средних значений переменных внутри когорты и избежать смещения и неточных оценок параметров модели (Verbeek, 2008; Dasgupta et al., 2015). Однако, поскольку увеличение наблюдений в когорте ведет к сокращению возможного числа когорт при заданном количестве наблюдений, то,

как отмечает Guillerm (2017), выбор размера когорты является своего рода результатом компромисса между предвзятостью и дисперсией. По этой причине выбор достаточного количества наблюдений в когорте обычно остается за исследователем. Как считают Verbeek and Nijman (1992), на практике достаточным размером когорты можно считать 100–200 наблюдений. Этому подходу придерживаются и ряд других исследователей (например, Attanasio et al., 2019; Niizeki, 2021).

Отдельного внимания заслуживает и способ построения когорт. Как отмечает Guillerm (2017), критерии формирования когорт должны учитывать два требования. Во-первых, они должны быть наблюдаемыми для всех индивидов и формировать разделение популяции (каждый индивид приходится ровно на одну когорту). Во-вторых, они должны соответствовать характеристикам индивидов, которые не изменяются с течением времени.

Наиболее частыми вариантами критериев выступают год рождения (возраст), пол и раса (Dasgupta et al., 2015). Некоторые исследователи в качестве критериев предлагают также использовать регион проживания индивида. Однако единого мнения касательно того, насколько резонно формировать когорты на основе географического признака, нет. Так, например, если Verbeek (2008) одобряет деление на когорты по региональной принадлежности человека, Niizeki (2021) считает, что использование регионов в качестве критерия неразумно, поскольку существует риск смены домохозяйством когорты (например, переезд).

## 2.5. Место текущей работы в релевантной литературе

В немногочисленных работах, в которых изучались ИО в России, ФГ как важная для формирования ИО характеристика длительное время не упоминалась (Грищенко и др., 2023; Евстигнеева и Карпов, 2023; Соколова, 2014). Впервые на зависимость ИО российских домашних хозяйств от уровня ФГ обратили внимание в своей работе Андреев и др. (2024). В работе Зверевой и др. (2024) связь ФГ с ИО рассматривалась в более широком контексте роли финансового просвещения в формировании паттернов финансового поведения россиян. Ее авторы скорее не обнаружили сильной зависимости ИО от ФГ, но в качестве метрик ИО они использовали только две бинарные переменные: ИО относительно медианы и ИО на год относительно фактического значения инфляции в июне 2022 года.

Мы анализируем более длительный ряд данных, используя не одну, как в упомянутых работах, а три волны опросов (ООО «Демоскоп» / Банк России). Кроме того, для измерения уровня ФГ респондентов мы используем десять вопросов, что отличается от подходов авторов других работ, анализировавших эти данные (Андреев и др., 2024; Зверева и др., 2024; Кузина и др., 2024). Мы применяем наиболее распространенные в академических пуб-

ликациях по изучению связи ИО с ФГ методы наименьших квадратов (включая модели фиксированных и случайных эффектов) и максимального правдоподобия, а также инструментальные переменные при контроле социально-демографических характеристик респондентов.

Благодаря использованию данных опросов ООО «инФОМ» мы получили возможность отдельно анализировать связь ФГ с кратко-, средне- и долгосрочными ИО. Это важно, поскольку многие авторы (Rumler and Valderrama, 2020; Leung, 2009; Madeira and Zafar, 2015) отмечают специфику формирования ИО на различные сроки. В нашем исследовании также дана оценка связи ФГ с разницей между ожидаемой и наблюдаемой респондентами инфляцией. Этот аспект в литературе еще не изучен.

### *3. Информационная база и исследовательская стратегия*

С 2018 г. в индивидуальный вопросник Всероссийского обследования домохозяйств по потребительским финансам, проводимого ООО «Демоскоп» (совместно с Банком России с 2022 г.) с периодичностью один раз в два года, были включены вопросы, позволяющие измерить уровень финансовых знаний респондентов. Опрос 2022 г. также включал и вопросы, касающиеся уровня инфляционных ожиданий респондентов. Гипотеза о наличии связи ИО с ФГ может быть проверена на данных 2022 г., но этот год был особенным для России. Преобладающая часть анкет собиралась в апреле – июне, когда степень неопределенности дальнейшего развития событий в российском обществе была максимальной. Как мы показали в нашей работе, это повлияло и на характер взаимосвязи между ИО и ФГ. Для получения более обоснованных выводов на бóльшем массиве наблюдений была сформирована псевдопанель, совместившая результаты ООО «Демоскоп» с ежемесячным опросом об инфляционных ожиданиях россиян, проводимым ООО «инФОМ». Кроме того, в опросе ООО «Демоскоп» отсутствуют вопросы о краткосрочных ИО и количественной оценке текущей динамики цен. Последнее делает невозможным понимание соотношения вклада перспективы и ретроспективы в формирование ИО.

Выборки обследований ООО «Демоскоп» и ООО «инФОМ» репрезентативны на уровне страны и включают около 12 тыс. и 2 тыс. респондентов соответственно. Подробное сопоставление характеристик двух опросов проведено в работе Андреева и др. (2024). Отмечая различия в выборках и формулировках отдельных вопросов, авторы тем не менее приходят к выводу, что «закономерности, полученные на основе данных обследования финансов домохозяйств, могут быть распространены и на данные, получаемые из опроса ООО

«инФОМ». В работе также содержится рекомендация (которую мы соблюдаем) использовать для оценки ИО опрос ООО «инФОМ» в силу его фокусировки на интересующей проблематике.

Наша задача заключалась в следующем. На первом этапе нужно было измерить уровень ФГ респондентов опроса ООО «Демоскоп». Далее сформировать единые для опросов ООО «Демоскоп» и ООО «инФОМ» характеристики респондентов, на основе которых провести группировку данных в каждом из опросов. На третьем шаге мы объединили результаты предыдущего этапа по каждой группе в каждый момент времени.

Уровень ФГ индивида – достаточно инерционная характеристика, что позволяет нам вменить значение показателя ФГ за 2018, 2020 и 2022 гг. каждой группы всем опросам ООО «инФОМ» соответствующего года. Для подтверждения этого предположения мы разделили данные обследования ООО «Демоскоп» в каждой волне по месяцу опроса респондента на две примерно равные по численности подвыборки. В 2018 и 2020 гг. в первые подвыборки вошли анкеты, собранные до марта включительно (53,0% и 49,9% от общего числа анкет соответственно). В 2022 г. 51,0% респондентов были опрошены до мая включительно. Далее мы рассчитали по каждой группе респондентов коэффициент вариации уровня ФГ между двумя подвыборками в каждом году. Средние и медианные значения коэффициентов вариации не превысили 20% (табл. 1). Таким образом, уровень ФГ в среднем по респондентам не претерпевал значительных изменений в рамках одного года. В результате мы используем в моделировании данные псевдопанели из 32 временных интервалов (в связи с пандемией COVID в 2020 г. 4 месяца опросы ООО «инФОМ» не проводились), количество объектов в которой соответствует числу сформированных групп.

Табл. 1

Коэффициент вариации уровня ФГ в течение года, %

	2018	2020	2022
Средний	16,2	15,0	15,1
Медианный	15,0	14,3	13,0

Далее на массиве псевдопанельных данных мы проводим оценку роли ФГ в формировании ИО, а также в различии между наблюдаемой и будущей инфляцией.

#### 4. Методология исследования

##### 4.1. Измерение финансовой грамотности (ФГ)

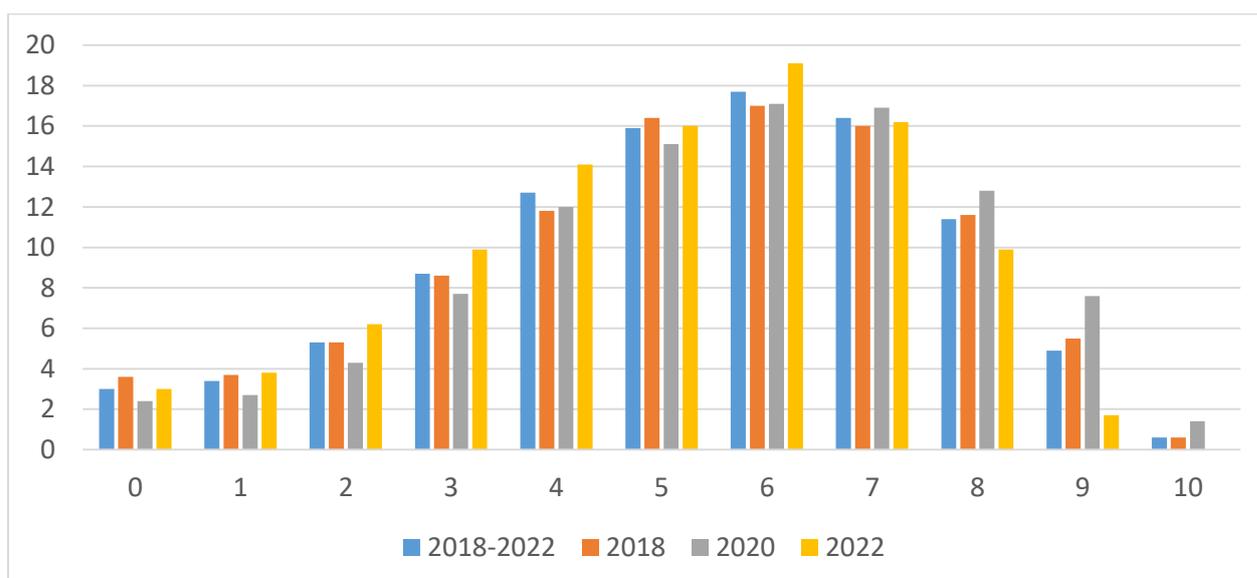
Для оценки уровня ФГ респондента использовалось 10 вопросов индивидуальной анкеты обследования ООО «Демоскоп» (приложение 3), ответы на каждый из которых были оцифрованы с присвоением значения 1 правильному ответу и 0 – всем остальным, включая

варианты ответов «затрудняюсь ответить», «отказ от ответа» и так далее. Поскольку задаваемые вопросы не касаются чувствительных тем для опрашиваемых, мы полагаем, что отсутствие ответа свидетельствует о незнании или неуверенности респондента. Сумма бинарных оценок по каждому респонденту позволила получить его индекс финансовой грамотности (ФГ), значение которого находится в диапазоне от 0 до 10, где более высокое значение соответствует лучшей ФГ.

Исходя из содержания вопросов, их условно можно сгруппировать по темам (система страхования депозитов, счетные навыки, понимание последствий инфляции и другие). Близость тематик некоторых вопросов создавала риск высокой скоррелированности ответов, что могло негативно сказаться на адекватности процедуры измерения ФГ и потребовало бы применения иных алгоритмов получения итогового показателя. Однако коэффициент парной корреляции ответов на вопросы ни в одном случае не превышает 0,5 (приложение 4), что позволяет считать риск искаженности результирующих оценок минимальным. Более подробный анализ вопросов о ФГ доступен в приложении В работы Гурова и др. (2024).

Структура респондентов по уровню индекса ФГ (рис. 1) отражает распределение по всей панели, а также отдельно по каждому году опроса. Среднее значение индекса в 2020 г. выросло относительно 2018 г. с 5,31 до 5,63, однако в 2022 г. снизилось до 5,06<sup>7</sup>.

Рис. 1. Распределение респондентов по уровню индекса финансовой грамотности, % к итогу



<sup>7</sup> График на рис.1 и динамика среднего значения индекса рассчитаны для респондентов, включенных в формирование псевдопанели (заявивших годовой доход не менее 100 руб.). По полной выборке средние значения индекса составили 5,17, 5,46 и 4,93 соответственно.

Таким образом, большинство респондентов правильно ответили примерно на половину вопросов, что говорит о среднем уровне ФГ россиян. Наши результаты находятся между оценками (Синяков и Шелованова, 2023) и (Зверева и др., 2024), согласно которым доля корректных ответов составляет 45–47% и 62–80% соответственно. Среднее значение индекса ФГ несколько выше [индекса развития финансовой культуры](#) (41,7 из 100), рассчитанного экспертами МГУ и ООО «инФОМ» по заказу Банка России и Минфина России на основе данных за первое полугодие 2024 года. Отличие может быть обусловлено следующими причинами. Во-первых, наши оценки относятся к более ранним периодам и за прошедшее время уровень финансовой грамотности россиян мог измениться. Во-вторых, индекс финансовой культуры учитывает не только знания граждан, но и то, в какой степени они проявляются в поведении. Вопросы, на которые мы опирались при построении индекса ФГ, в большей степени ориентированы на измерение уровня знаний и оценку ценностей людей.

#### 4.2. Формирование псевдопанели

Анализ литературы, подтвержденный собственными расчетами, позволил определить три важные как для уровня ФГ, так и для ИО характеристики для перехода к псевдопанелям: пол респондента, тип населенного пункта, в котором он проживает, и номер квинтиля по среднедушевому доходу семьи. Они были использованы в качестве группирующих признаков для результатов опросов ООО «Демоскоп» и ООО «инФОМ», на основе которых было сформировано 60 объектов.

Критерий «тип населенного пункта» предполагал 6 категорий:

- г. Москва;
- город с численностью населения 1 млн и более, кроме Москвы;
- город с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн человек;
- город с численностью населения от 100 тыс. до 500 тыс. человек;
- город с численностью населения менее 100 тыс. человек;
- сельский населенный пункт.

Распределение респондентов ООО «Демоскоп» по типу населенного пункта во всей выборке по 3 годам представлено в приложении 5. Различия в структуре по каждой волне не превышают 1 процентного пункта. В гендерном составе выборки ООО «Демоскоп» преобладают женщины (55%), что соответствует половой структуре населения России. Доходные характеристики групп псевдопанели описаны в приложении 6.

По каждому из 60 объектов псевдопанели исходя из результатов опросов ООО «Демоскоп» было рассчитано среднее значение индекса финансовой грамотности и присвоено

такому объекту в каждой волне опроса ООО «инФОМ» 2018, 2020 и 2022 гг. соответственно. Значения других показателей по каждому объекту также представляют собой среднюю величину значений ответов либо долю определенного ответа в совокупности ответов респондентов, включенных в объект (когорту), на соответствующие вопросы анкеты.

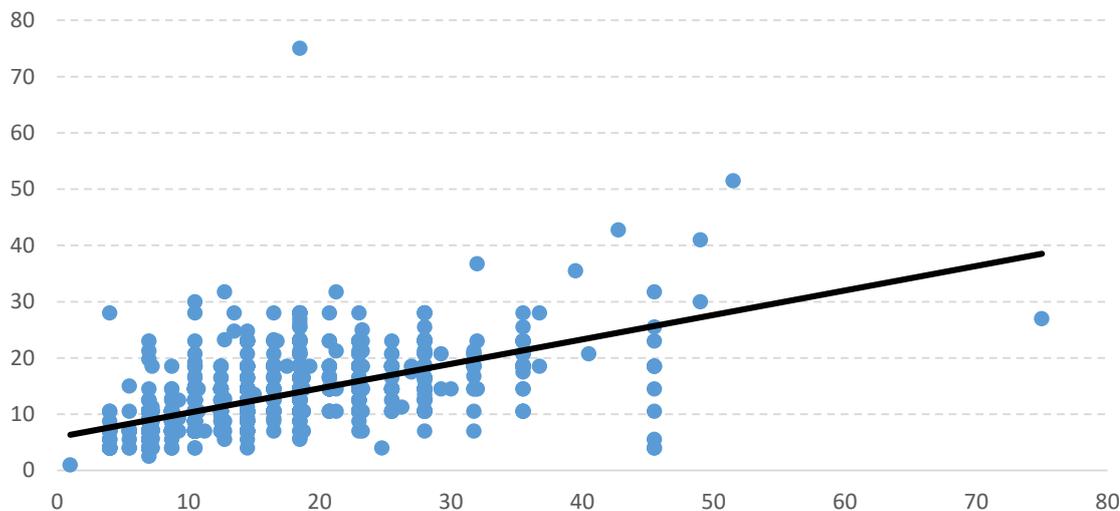
### 4.3. Моделирование инфляционных ожиданий

Многие исследователи (Rumler and Valderrama, 2020; Leung, 2009; Madeira and Zafar, 2015) считают необходимым отдельно анализировать ИО различной срочности, подчеркивая специфичность формирования каждого из них. Исходя из опросника ООО «инФОМ», мы отнесли месячный горизонт к краткосрочному периоду, годовой – к среднесрочному, а трехлетний – к долгосрочному. Как отмечалось в Das et al. (2019), оценка ИО на основе ответов респондентов на качественные вопросы может быть более достоверна. В этом контексте связь ИО с ФГ моделировалась как для качественных, так и для количественных индикаторов ИО. Формулировка вопросов и порядок определения зависимой переменной указаны в каждой таблице с результатами моделирования.

Описание используемых переменных приведено в приложении 7. Связь интересующих показателей контролировалась на социально-демографические характеристики: возраст, образование, пол, занятость, размер семьи, тип населенного пункта, в котором проживает респондент. Уровень обеспеченности индивида и его домохозяйства учитывались через долю расходов на покупку продуктов питания, субъективные оценки достаточности имеющихся средств на покупку различных благ, а также изменения собственного материального положения за прошедший год. На основании теста Чоу, показавшего наличие структурных сдвигов в 2020 и 2022 гг., для этих периодов использовались фиктивные (дамми) переменные. Кроме того, в отдельные уравнения включались изменение валютного курса и Индекс МосБиржи VIX. Он отражает оценку уровня риска участниками фондового рынка, и его динамика считается хорошим измерителем степени неопределенности дальнейшего развития событий в стране.

Помимо изучения характера зависимости ИО от ФГ, мы также тестировали связь ФГ с разницей между количественными оценками респондентов динамики цен на предстоящие и прошедшие 12 месяцев. Таким образом, мы попытались понять, в какой степени возможные различия ИО участников опроса с высоким и низким уровнем ФГ связаны с отличиями в восприятии текущих темпов инфляции, а в какой – с их представлениями о дальнейшей траектории движения цен. Следует отметить, что перспективные и ретроспективные оценки инфляции довольно заметно коррелируют друг с другом (рис. 2).

Рис. 2. Взаимосвязь оценок наблюдаемой (горизонтальная ось) и ожидаемой (вертикальная ось) инфляции



Источник: составлено авторами.

Для снижения риска несостоятельности оценок вследствие эндогенности регрессора нами использовались два способа. Во-первых, процедура двухшагового МНК (2МНК), в том числе с фиксированными и случайными эффектами. При тестировании инструментов на релевантность и экзогенность использовалась F-статистика по проверке гипотезы о равенстве нулю оценок всех коэффициентов при инструментальных переменных в уравнении первого шага и тест Саргана (Sarg) соответственно. Нулевой гипотезой последнего выступает экзогенность всех инструментов. Проверка эндогенности проводилась тестом Хаусмана (Haus). Исходное предположение теста заключается в состоятельности МНК-оценок и оценок методом инструментальных переменных (ИП) при отсутствии эндогенности. Если же присутствует эндогенность, то только ИП-оценка будет состоятельна. Во-вторых, в уравнения включались лагированные значения индекса ФГ и инструментальной переменной, полученные на основе результатов предыдущей волны обследования.

## 5. Результаты расчетов

На первом этапе исследования были оценены коэффициенты моделей, построенных на данных только одной, крайней на момент проведения исследования волны опроса ООО «Демоскоп» 2022 г., где одновременно были представлены вопросы, позволяющие измерить уровень и ФГ, и ИО. Наибольшую сложность при использовании метода 2МНК вызывает подбор адекватной инструментальной переменной. В качестве инструментов в этой части работы применялись две переменные: «форма сбережений» и «качество Интернета».

«Форма сбережений» принимает значение 1 для ответа «на счете в банке» на вопрос «В какой форме сейчас лучше хранить сбережения?» и 0 – для остальных ответов.

Выбор формы сбережений отрицательно коррелирует с индексом ФГ. Наша интерпретация этой взаимосвязи заключается в следующем. Предпочтение безналичной формы денег человеком, обладающим финансовыми знаниями, можно считать рациональным по следующим мотивам: (i) хранение наличных (другой вариант ответа) не приносит дохода; (ii) государственная система страхования вкладов обеспечивает надежность хранения денег в кредитных учреждениях; (iii) развитая платежная инфраструктура повышает ликвидность средств на банковских счетах. При этом взаимосвязь ИО участников опроса с ответом о форме хранения сбережений не прослеживается.

Показатель «качество Интернета» равен 0, 1 или 2, соответствующим ответам «неудовлетворительное», «удовлетворительное» или «хорошее» на вопрос «Оцените качество доступа к сети Интернет в вашем населенном пункте». Высокая скорость и устойчивый доступ во всемирную паутину повышают осведомленность индивида об основных принципах функционирования финансового рынка, его правах как потребителя финансовых услуг. Таким образом, качество доступа в Интернет положительно связано с уровнем ФГ. При этом оно не оказывает влияния на ИО респондента. Релевантность предложенных инструментов подтверждена значениями F-статистики на первом шаге МНК, которые превышают пороговый уровень 10. Об экзогенности инструментов говорят и результаты теста Саргана (Sarg) (приложение 8).

Респондентам с высоким уровнем ФГ свойственны более низкие средне- и долгосрочные ИО (вопросы на краткосрочные ИО в этом опросе не задавались). Для подтверждения робастности полученного результата оценки проводились на полной и сокращенной выборках. Из последней исключались ответы со значением инфляции более 150 и 100% в следующие 12 месяцев и через 3 года соответственно.

На следующем этапе работы были определены признаки, которые способны стать основой для построения псевдопанели. С учетом возможностей, предоставляемых как опросом ООО «Демоскоп», так и опросом ООО «инФОМ», в качестве группообразующих признаков псевдопанели были взяты пол, тип населенного пункта и положение на шкале распределения доходов в обществе. Как показали результаты моделирования (приложения 9–11), эти характеристики респондента довольно тесно связаны с его финансовой просвещенностью и субъективными оценками будущей динамики цен.

Выше отмечалось критическое отношение отдельных авторов для Японии к характеристике места жительства как критерию формирования псевдопанели в связи с миграцией. Тем не менее этот аргумент для России представляется не очень актуальным из-за

---

более низкой мобильности населения. Кроме того, в нашем исследовании довольно короткий временной горизонт, что минимизирует возможную погрешность по этой причине.

На третьем шаге работы анализировались данные сформированной псевдопанели. Графическая зависимость различных метрик инфляционных ожиданий от уровня ФГ респондентов приведена в приложении 12. Для дальнейшего эконометрического анализа в качестве инструментов также применялись ответы респондентов на вопрос: «В какой форме сейчас лучше хранить сбережения?». Кроме того, использовались дамми-переменные на каждый из годов (2020-й и 2022-й) по отдельности. Включение в уравнения на первом шаге 2МНК соответствующих дамми-переменных отражает наличие структурного сдвига, диагностированного ранее при помощи теста Чоу. Вопрос о форме сбережений задавался не во всех волнах опроса ООО «инФОМ», поэтому количество наблюдений, включенных в расчеты, составляет 1,3 тыс.

Ответы на вопросы, не предполагающие указания количественного значения темпа роста цен (даже в форме выбора из предлагаемых интервалов), также могут быть полезны для более точного понимания ИО респондентов (Андреев и др., 2024). Поэтому мы включили в расчеты качественные индикаторы ИО, что исследователи делают нечасто. ИП-оценки коэффициентов при индексе ФГ подтверждают значимость этого фактора для снижения ИО как для качественных оценок ИО на всех трех временных горизонтах (приложения №13-15), так и для количественных показателей (приложения 16–17).

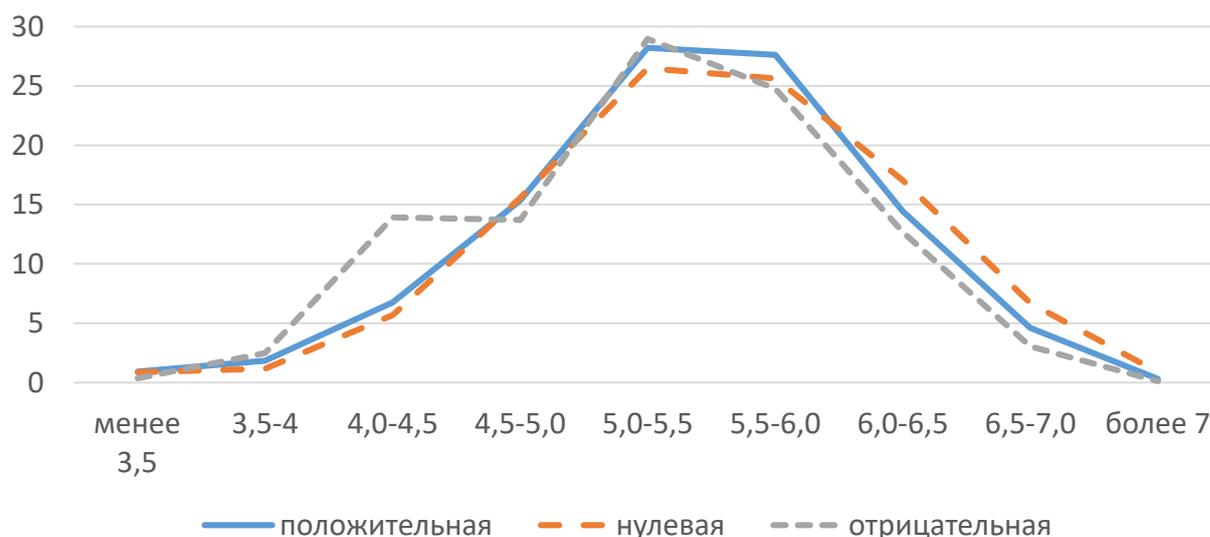
Для проверки робастности полученных результатов мы воспользовались другим способом снижения эндогенности: включили в спецификации лагированные значения индекса ФГ (приложения 18–20) и инструментальной переменной (приложения 21–22). Полученные оценки также демонстрируют более низкие ИО всех метрик срочности при росте ФГ. В случае долгосрочных ИО, вероятно, корректнее говорить о более высоком уровне доверия к денежно-кредитной политике Банка России у финансово грамотных респондентов. Эффект увеличения индекса ФГ на ИО нелинеен (приложения 23–28): разница в уровне ИО на единицу изменения ФГ в группе респондентов с низкой ФГ больше, чем в группе финансово грамотных участников опроса. Признаки квадратической или кубической зависимости, а также структурных сдвигов не выявлены, оценки коэффициентов при соответствующих переменных оказались статистически незначимы.

Далее мы анализируем, в какой степени более низкие ИО финансово грамотных респондентов обусловлены их восприятием текущего темпа роста цен, а в какой – их предположением о последующей траектории движения цен. Как известно, ИО россиян на гори-

зонте 12 месяцев устойчиво ниже значений наблюдаемой ими годовой инфляции (в медианном измерении) (Банк России, 2024). Возникает вопрос о причинах этого соотношения и роли в этом ФГ.

Для ответа на него мы разделили респондентов на три группы по соотношению оценок будущего и наблюдаемого темпа роста цен. Их распределения по уровню индекса ФГ различаются, но статистически незначимо (рис. 3). Линия распределения тех, у кого разница в оценках отсутствует, расположена правее распределения тех, кто ожидает в будущем более высокую инфляцию. Крайнее левое положение занимает распределение для группы респондентов, которые предполагают снижение темпа роста цен относительно их текущей оценки. Но при включении в логит-модель показателя наблюдаемой инфляции оценка коэффициента при индексе ФГ теряет значимость либо приобретает противоположный знак (приложение 29).

Рис. 3. Распределение респондентов по уровню индекса ФГ (горизонтальная ось) в зависимости от разницы ожидаемой и наблюдаемой ими инфляции, % к итогу



Примечание. «Положительная» – ожидаемая инфляция превышает наблюдаемую; «нулевая» – ожидаемая инфляция равна наблюдаемой; «отрицательная» – ожидаемая инфляция ниже наблюдаемой.

Источник: расчеты авторов.

Величина наблюдаемой инфляции отрицательно связана с вероятностью того, что ожидаемый уровень инфляции будет таким же или больше. Соответственно, увеличение самооценки фактического темпа роста цен повышает вероятность указания респондентом более низкого значения предстоящей инфляции. Возможно, каждый респондент имеет

---

представление о некотором «обычном» темпе роста цен и в случаях, когда по его ощущениям текущая динамика отклоняется от этой траектории, он ожидает возврата к ней. Это соответствует выводам других исследователей (Kim and Andreas, 2019; Zivile, 2020).

Оценки инфляции у респондентов с близкими значениями наблюдаемой и ожидаемой динамики цен находятся в диапазоне 10–11%. Наиболее близкими уровни наблюдаемой и ожидаемой инфляции были в период 2018–2020 гг., когда их медианные оценки находились в диапазоне 8–12% (Банк России, 2024).

Повышение ФГ сближает значения ожидаемой и наблюдаемой инфляции, но перекрестный эффект от ФГ и субъективной оценки текущего темпа роста цен положительный, и он статистически значим (приложение 30). Положительное влияние наблюдаемой инфляции сохранилось и при замене зависимой переменной на отношение модуля разницы ожидаемой и наблюдаемой инфляции к наблюдаемой инфляции (приложение 31). Феномен растущей относительной разницы ожидаемой и наблюдаемой инфляции при повышении текущей воспринимаемой инфляции отчасти может быть описан в терминах неопределенности ИО, которой посвящена работа Гурова и др. (2024). При этом для случаев, когда ожидаемый рост цен ниже наблюдаемого, рост последнего сопровождается меньшим отклонением ожиданий от воспринимаемой динамики текущих цен. Уровень ФГ не связан с отклонением предполагаемого будущего роста цен от настоящего даже в расчете на единицу наблюдаемой инфляции.

Таким образом, отличие в ИО у респондентов с различным уровнем ФГ выступает следствием прежде всего более низких оценок наблюдаемого темпа роста цен у финансово грамотных россиян. Об этом свидетельствует и сближение уровня наблюдаемой инфляции со значениями годового ИПЦ Росстата (приложения 32–33) по мере роста ФГ. Причем значимость индекса ФГ сохраняется и после включения в спецификацию наблюдаемой инфляции их перекрестной переменной, а также самого показателя ИПЦ.

## 6. Выводы

Проведенное исследование подтвердило на более длинном ряде данных вывод (Андреев и др., 2024) о том, что высокий уровень ФГ соответствует более низким ИО. Указанная зависимость наблюдается как для краткосрочных, так и для средне- и долгосрочных ИО. Выявленная связь устойчива к выбору индикатора ИО (качественные/количественные, текущие/будущие темпы роста цен), способу оценки спецификации. Эффект финансовой грамотности для ИО в России нелинеен: при одинаковой разнице в уровне ФГ в группе респондентов с низкими значениями индекса ФГ различия в ИО выше, чем среди финансово грамотных. Этот аспект в других исследованиях на российских данных не изучался.

Все варианты оценки предполагали контроль на уровень образования, что подчеркивает ценность ФГ как самостоятельной характеристики индивида, не в полной мере совпадающей с его общей образованностью.

Наша работа демонстрирует существенный вклад восприятия текущей динамики цен в процесс формирования инфляционных ожиданий населения, но вслед за (Kim and Andreas, 2019; Zivile, 2020) мы фиксируем непрямой характер этой зависимости. Низкие темпы роста цен в настоящем увеличивают, по мнению респондентов, вероятность повышения инфляции в будущем. Более высоким значениям наблюдаемой инфляции соответствует мнение о стабилизации или снижении динамики цен в дальнейшем.

Мы не обнаружили заметной роли ФГ в механизме трансляции наблюдаемых темпов инфляции в оценку будущей динамики цен. Таким образом, более низкие ИО финансово грамотных россиян объясняются прежде всего сдержанной оценкой наблюдаемых ценовых изменений.

Мы предполагаем следующие причины этой зависимости (проверка уместности каждой из них потребует отдельного исследования в будущем).

Во-первых, финансовая осведомленность индивида предполагает устойчивый интерес к информации экономической направленности, среди которой, скорее всего, фигурируют и материалы со статистическими показателями динамики цен. Вероятно, при ответах на вопросы такие респонденты – осознанно или нет – обращаются к этим сведениям. Исследование Ash et al (2024) показало особенности формирования ИО людей, которые активно следят за деловыми новостями.

Во-вторых, финансово просвещенные экономические агенты пользуются более компетентными источниками информации. Их собственный уровень знаний позволяет им корректно отличать экспертов. Оценки темпов инфляции специалистов, как правило, носят более сдержанный характер по сравнению с теми, кто не является специалистом в сфере экономики и финансов. Например, инфляционные ожидания профессиональных аналитиков в

---

России были закорены [на уровне вблизи 4% в год](#) на протяжении длительного периода времени.

В-третьих, грамотное представление о принципах функционирования экономики означает понимание инфляции как процесса повышения общего уровня цен на корзину товаров, объемную по числу товаров (около 600), но все-таки по их ограниченному набору. Безусловно, на восприятие экономическими агентами ценовой динамики сильный отпечаток может накладывать структура индивидуального потребления. Отвечая на вопрос об изменении цен, особенно прошедшем, участник опроса, вероятно, ориентируется на приобретаемые им товары и услуги и/или товары-маркеры (Грищенко и др., 2023). С этой точки зрения, субъективность ИО может порождаться не только и не столько персонификацией собственно ожиданий, сколько специфичностью корзины потребляемых благ. При этом, возможно, респонденты с более высоким уровнем ФГ лучше осознают разницу между удорожанием отдельных благ и общей динамикой цен. Подтверждением представленных версий служит выявленная нами отрицательная связь разницы наблюдаемой респондентом инфляции и значения, рассчитанного Росстатом, от уровня ФГ.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что более низкие ИО у россиян с высоким индексом ФГ обусловлены менее предвзятыми оценками текущей инфляции. Таким образом, деятельность Банка России по повышению ФГ способствует снижению ИО населения и тем самым помогает достижению ценовой стабильности. Учитывая полученный нами вывод об убывающем предельном эффекте для ИО от повышения ФГ, бóльшую отдачу от мероприятий по финансовому просвещению можно ожидать в части финансового просвещения наименее подготовленной аудитории.

---

*Список литературы*

- Банк России (2024) Инфляционные ожидания и потребительские настроения № 5 (89). Информационно-аналитический комментарий. Май 2024.
- Агамбаева С., Конурбаева Н. (2022) Финансовая грамотность и инфляционные ожидания домашних хозяйств // Национальный банк Казахстана // Рабочая статья // Экономическое исследование № 2022-7. стр. 1-26.
- Андреев А., Грищенко В., Лымарь М., Орлов Д., Шубин И. (2024) Факторы формирования инфляционных ожиданий населения (по данным обследования финансов домохозяйств). Экономическая политика. 19(5): 54-83.
- Грищенко В., Гасанова Д., Фомин Е., Кореньяк Г. (2023) Идентификация товаров-маркеров и влияние их цен на инфляционные ожидания российских домохозяйств. Серия докладов Банка России об экономических исследованиях. № 117 / октябрь.
- Гуров И., Елищур Д., Иноземцев Е., Зуев В., Кротова Ю., Мамонтов Д., Островская Е., Пенникас Г. (2024) Влияние финансовой грамотности на неопределенность инфляционных ожиданий. Серия докладов Банка России об экономических исследованиях. № 142.
- Евстигнеева А., Карпов Д. (2023) Влияние негативных новостей на восприятие инфляции населением. Серия докладов Банка России об экономических исследованиях. № 111 / февраль
- Зверева В., Синяков А., Шелованова Т. (2024) Финансовая грамотность и ответственное поведение российских домохозяйств. Серия докладов об экономических исследованиях № 132. Банк России.
- Кузина О.Е., Абдураманов А.Я., Моисеева Д.В. (2024) Финансовая грамотность россиян: взаимосвязь с социально-демографическими и психологическими характеристиками. Вопросы экономики. № 9. стр. 107–137.
- Ратникова Т.А. (2006) Введение в эконометрический анализ панельных данных». Лекционные и методические материалы // Экономический журнал ВШЭ. № 2. стр. 267–315.
- Синяков А., Шелованова Т. (2023) Вероятность обращения за необеспеченным потребительским кредитом по данным обследования финансов российских домохозяйств. Серия докладов об экономических исследованиях № 120. Банк России.
- Соколова А. (2014) Инфляционные ожидания и кривая Филлипса: оценка на российских данных. Деньги и кредит. № 11. стр. 61-67.
- Angelico C. and Di Giacomo F. (2019) Heterogeneity in inflation expectations and personal experience. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3369121](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3369121)

- Arioli R., Bates C., Dieden H. C., Duca I., Friz R., Gayer C., Kenny G., Meyler A., Pavlova I. (2017) EU consumers' quantitative inflation perceptions and expectations: an evaluation. Occasional Paper Series 186, European Central Bank April
- Armantier O., de Bruin B. W., Potter S., Topa G., van der Klaauw W., Zafar B. (2013). Measuring Inflation Expectations // *Annual Review of Economics* 2013 5:1, 273–301.
- Arora V., Gomis-Porqueras P., Shi S. (2013). The divergence between core and headline inflation: Implications for consumers' inflation expectations. *Journal of Macroeconomics*, 38, pp. 497–504.
- Ash E., Mikosch H., Perakis A., Sarferaz S. (2024) Seeing and hearing is believing: The role of audiovisual communication in shaping inflation expectations. CEPR Discussion Paper 18792.
- Attanasio O., Kovacs A., Molnar K. (2019) “Euler Equations, Subjective Expectations and Income Shocks,” *Economica*, Vol. 87, No. 346, pp. 406–411.
- Axelrod S., Lebow D., Peneva E. (2018) Perceptions and Expectations of Inflation by U.S. Households. Federal Reserve Board Finance and Economics Discussion Series, No. 73, October
- Binder C., Rodrigue A. (2018) Household Informedness and Long-Run Inflation Expectations: Experimental Evidence. *Southern Economic Journal*, John Wiley and Sons, Vol. 85, No. 2, p. 580-598, October.
- Blanchflower D. G., Kelly R. (2008) Macroeconomic Literacy, Numeracy and the Implications for Monetary Policy. Manuscript.
- Blanchflower D. G., MacCoille C. (2009) The Formation of Inflation Expectations: an Empirical Analysis for the UK. NBER Working Papers 15388, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Browning M., Deaton A., Irish M. (1985). A profitable approach to labor supply and commodity demands over the life-cycle. *Econometrica*, Vol. 53, No. 3, pp. 503–544.
- Bryan M. F., Venkatu G. (2001) The Curiously Different Inflation Perspectives of Men and Women. *Economic Commentary*, Federal Reserve Bank of Cleveland, issue Nov.
- Burke M. A., Manz M. (2014) Economic Literacy and Inflation Expectations: Evidence from a Laboratory Experiment. *Journal of Money, Credit and Banking*, Blackwell Publishing, Vol. 46, No. 7, p. 1421-1456, October.
- Coibion O., Gorodnichenko Y., Saten K. (2018) How Do Firms Form Their Expectations? New Survey Evidence. *American Economic Review*, 108 (9): 2671-2713.
- Coibion O., Gorodnichenko Y., Saten K., Pedemonte M. (2020) Inflation expectations as a policy tool?,” *Journal of International Economics*, 124. NBER International Seminar on Macroeconomics 2019.

- Conrad C., Enders Z., Glas A. (2022) The Role of Information and Experience for Households' Inflation Expectations. *European Economic Review*, Elsevier, Vol. 143(C), p. 1-25, October.
- D'Acunto F., Malmendier U. M., Weber M. (2022) What Do the Data Tell Us about Inflation Expectations? CESifo Working Paper N9602.
- Das A., Lahiri K., Zhao Y. Inflation Expectations in India: Learning From Household Tendency Surveys. *International Journal of Forecasting*, vol. 35(3), pp. 980-993.
- Dasgupta R., Ghosh J.K., Chakravarty S., Datta J. (2015) Some Remarks on Pseudo Panel Data. *Growth Curve and Structural Equation Modeling*, Vol 132, pp. 25-34, January.
- de Bruine B. W., Vanderklaauw W., Downs J. S., Fischhoff B., Topa G., Armantier O. (2010) Expectations of Inflation: The Role of Demographic Variables, Expectation Formation, and Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, No. 2, p. 381-402.
- Deaton A. (1985) Panel data from time series of cross-sections. *The Journal of Econometrics*, Vol. 30, Issues 1–2, pp. 109–126.
- Detmeister A., Lebow D., Peneva E. (2016) Inflation Perceptions and Inflation Expectations. FEDS Note, Board of Governors of the Federal Reserve System.
- Diamond J., Watanabe K., Watanabe T. (2020) The formation of consumer inflation expectations: New evidence from Japan's deflation experience," *International Economic Review*, Vol. 61, No. 1, pp. 241–281.
- Dräger L. (2015) Inflation perceptions and expectations in Sweden – Are media reports the missing link? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, October 2015, 77 (5), 681–700.
- Duffy D., Lunn Peter D. (2009) The Misperception of Inflation by Irish Consumers, *Economic and Social Review*, Vol. 40(2), pp. 139–163.
- Ermolova M.D., Penikas H.I. (2016) QAIDS Model Based On Russian Pseudo-panel Data: Impact of 1998 and 2008 Crises, in: *Proceedings of the Third Workshop on Experimental Economics and Machine Learning (EEML 2016)*, Moscow, Russia, July 18, 2016 / Ed. By R. Tagiew, D.I. Ignatov, A. Hilbert, R. Delhibabu. Vol. 1627. Aachen: CEUR Workshop Proceedings, 2016. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-1627/paper4.pdf>
- European Commission (2019) New data set on consumers' quantitative estimates of past and expected inflation in the euro area and the EU, *European Business Cycle Indicators*, 1st quarter, pp. 17–22
- Fernandes, D., Lynch Jr. J. G., Netemeyer R. G. (2014) Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science, Informs*, Vol. 60, No. 8, p. 1861-1883, August.

- Fritzer F., Rumler F. (2015) Determinants of Inflation Perceptions and Expectations: an Empirical Analysis for Austria. *Monetary Policy & the Economy*, (1), 11–26.
- Gardes F., Duncan G. J., Gaubert P., Gurgand M., Starzec C. (2005) Panel and Pseudo-Panel Estimation of Cross-Sectional and Time Series Elasticities of Food Consumption: The Case of U.S. and Polish data. *Journal of Business & Economic Statistics*. vol.23 № 2. pp. 242–253.
- Gnan E., Langthaler J., Valderrama M. T. (2011) Heterogeneity in Euro Area Consumers' Inflation Expectations: Some Stylized Facts and Implications. *Monetary Policy and the Economy*, Oesterreichische National bank (Austrian Central Bank), issue 2, p. 43–66.
- Guillerm M. (2017) Pseudo-panel methods and an example of application to Household Wealth data. *Economics and Statistics*, INSEE, issue 491-492, pp. 109–130.
- Hastings J. S., Madrian B.C., Skimmyhorn W.L. (2013) Financial Literacy, Financial Education, and Economic Outcomes. *Annual Review of Economics*, 5, 347–373.
- Hayo B., Neumeier F. (2018) Households' Inflation Perceptions and Expectations: Survey Evidence from New Zealand // IFO Working Papers. 255.
- Jonung L. (1981) Perceived and Expected Rates of Inflation in Sweden. *American Economic Review* 71 (5), 961–968.
- Kaiser T., Lusardi A., Menkhoff L., Urban C. (2022) Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, Elsevier, Vol. 145, No. 2, p. 255–272.
- Kaiser T., Lusardi A. (2024) Financial Literacy and Financial Education: An Overview. NBER Working Paper No. 32355.
- Kim A., Andreas K. (2019) Revisiting the inflation perception conundrum, Danmarks National bank Working Papers, No. 144, Danmarks National bank, Copenhagen
- Lamla M., Lein S. (2008) The Role of Media for Consumers' Inflation Expectation Formation // KOF Swiss Economic Institute, Working Paper No. 201.
- Leung C. (2009) The Demographics of Household Inflation Perceptions and Expectations. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, Reserve Bank of New Zealand, Vol. 72, No. 2, p. 34-42, June.
- Lombardelli C., Saleheen, J. (2003) Public expectations of UK inflation. *Bank of England Quarterly Bulletin*, Bank of England, Vol. 43, p. 281-290, Autumn.
- Lusardi A., Mitchell O. S. (2011) Financial literacy and retirement planning in the United States. *Journal of Pension Economics and Finance*, Cambridge University Press, Vol. 10, No. 4, p. 509–525, October.

- Maag T. (2010) How Do Households Form Inflation Expectations? – Evidence From a Mixture Model of Survey Heterogeneity. mimeo, ETH Zurich.
- Madeira C., Zafar B. (2015) Heterogeneous inflation expectations and learning. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 47, No. 5, p. 867–896.
- Mirdamadi M., Petersen, L. (2018) Macroeconomic Literacy and Expectations. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3187131>
- Niizeki T. (2021) Inflation Expectations and Household Expenditure: Evidence from Pseudo-Panel Data in Japan. *Economic and Social Research Institute // ESRI Discussion Paper Series No. 364*, pp. 1–42, July.
- Pfajfar D., Santoro E. (2008) Asymmetries in Inflation Expectation Formation Across Demographic Groups. *Cambridge Working Papers in Economics 0824*, Faculty of Economics, University of Cambridge.
- Reiche L. (2023) That’s what she said: An Empirical Investigation on the Gender Gap in Inflation Expectations. *Department of Economics Discussion Paper Series, Oxford, Number 1025*, p. 1–66, October.
- Rumler F., Valderrama M. T. (2020) Inflation literacy and inflation expectations: Evidence from Austrian household survey data. *Economic Modelling*, Elsevier, Vol. 87(C), p. 8-23.
- Van der Klaauw W., de Bruin W. B., Topa G., Potter S., Bryan M. (2008) Rethinking the Measurement of Household Inflation Expectations: Preliminary Findings. *Federal Reserve Bank of New York Staff Report 359*.
- Van Rooij M., Lusardi A., Alessie, R. (2011) Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, Elsevier, Vol. 101, No. 2, p. 449–472.
- Vellekoop N., Wiederholt M. (2018) Inflation Expectations and Choices of Households: Evidence from Linked Survey and Administrative Data. pp. 1–33, December.
- Vellekoop N., Wiederholt M. (2019) Inflation Expectations and Choices of Households. pp. 1-26, April.
- Verbeek M.J.C.M., Nijman T.E. (1992) Can cohort data be treated as genuine panel data? Reprinted from *Empirical Economics*, Vol. 17, No. 1, 1992. Reprint Series No. 81, pp. 9–30.
- Verbeek M. (2008) Pseudo-panel and repeated cross-sections in P. Sevestre (ed.), *The Econometrics of Panel Data*, pp. 369–383, Berlin, Heidelberg: Springer.
- Zivile Z. (2020) What drives consumers’ inflation perceptions in the euro area? *Economic Letter*, Central Bank of Ireland, Vol. 2020, No. 6, pp. 1–16.

**Приложение 1. Сравнительный анализ научной литературы по теме инфляционных ожиданий населения**

Гипотеза	Публикация*																	
	1	2		3	4	5		6	7	8	9	10; 11	12		13	14	15	16
		SR	LR			SR	LR						SR	LR				
↑ Грамотности => ↓ Инфляционных ожиданий	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓									✓
↑ Грамотности => ↓ Ошибки прогноза инфляции	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓									
↑ Образования => ↓ Инфляционных ожиданий	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Источник гетерогенности инфляционных ожиданий – финансовая грамотность				✓		✓	✓		✓	✓								✓
Разделение краткосрочных и долгосрочных инфляц. ожиданий		✓	✓	✓		✓	✓				✓		✓	✓				
Важность включения социально-демографических признаков	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
↑ Возраста => ↑ Инфляционных ожиданий	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓
↑ Дохода => ↓ Инфляционных ожиданий	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓
Инфляционные ожидания у мужчин ниже, чем у женщин	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Адаптивный характер инфляционных ожиданий					✓						✓	✓			✓	✓		
Выборка: количество наблюдений (тыс. шт.)		1,2-1,3		0,3	59; 139	31		0,1	48	0,8	1	2,0; 3,6	0,5		12	0,6	20	12
Метод исследования	MLE; OLS					OLS						MLE		PTS	OC			

**Обозначения в таблице**

**Публикация\*:**

1. Агамбаева и Конурбаева, 2022
2. Rumler and Valderrama, 2020
3. Bruin de Bruine et al., 2010
4. Blanchflower and MacCoille, 2009
5. Leung, 2009
6. Burke and Manz, 2014
7. Reiche, 2023
8. Gnan, Langthaler and Valderrama, 2011
9. Binder and Rodrigue, 2018
10. Conrad, Enders and Glas, 2022
11. Mirdamadi and Petersen, 2018
12. Madeira and Zafar, 2015
13. Lombardelli and Saleheen, 2003
14. Pfajfar and Santoro, 2008
15. Bryan and Venkatu, 2001
16. Андреев, Грищенко, Лымарь и др., 2024.

✓ – p-value < 0,05

✓ – p-value < 0,1

✓ – статистически не значимо

✓ – гипотеза подтверждается

✗ – обратная статистическая зависимость (p-value < 0,05)

✗ – обратная статистически незначимая зависимость

PTS – модель перцентильных временных рядов

OLS – метод наименьших квадратов

MLE – метод максимального правдоподобия

OC – описательная статистика

SR – краткосрочный период

LR – долгосрочный период

**Приложение 2. Характеристики отдельных исследований на основе псевдопанели**

Исследование	Niizeki (2021)	Attanasio, Kovacs, Molnar (2019)	Browning, Deaton, Irish (1985)	Dasgupta et al. (2015)	Ermolova & Penikas (2016)
Исследуемая взаимосвязь	Влияние ↑ ИО на расходы д\х	Влияние ожидаемого ↑ доходов д\х на потребление	Связь потребления с предложением рабочей силы	Связь активов и чистого капитала	Связь потреб. расходов с доходами д\х
Кол-во объединяемых опросов	3	2	2	2	1
min N в когорте	197	69	78	>100	87*
Число когорт	17	5	16	30	45
Число периодов	36	76	7	5	16
Размер выборки	612	380	112	150	720

\* среднее значение

### Приложение 3. Вопросы, ответы на которые использовались при оценке индекса финансовой грамотности

1. Как вы думаете, что из перечисленного на карточке страхуется государственной системой страхования вкладов?
  - вклады от населения в финансовых организациях всех видов – банках, страховых компаниях, инвестиционных фондах и т. п.
  - вклады в акции российских компаний
  - паи в паевых инвестиционных фондах
  - вклады в банках
  - вложения в недвижимость в виде долевого участия
  - ничего из перечисленного
2. Какова максимальная сумма вклада в российском банке, которая полностью застрахована государством?
  - правильный ответ (1 миллион 400 тыс. рублей)
  - неправильный ответ
3. Как связаны доходность и риск при вложении денег на банковские счета, в акции, облигации и так далее?
  - чем выше доходность, тем ниже риск
  - чем выше доходность, тем выше риск
  - риск и доходность не связаны
4. Предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на 2 года под 8% в год. Сколько денег будет на Вашем счете через 2 года, если Вы не будете снимать деньги со счета или пополнять свой счет?
  - более 108 000 рублей
  - ровно 108 000 рублей
  - менее 108 000 рублей
5. Предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на 5 лет под 10% в год. Проценты будут начисляться ежегодно и прибавляться к основной сумме вклада. Сколько денег будет на Вашем счете через 5 лет, если Вы не будете снимать с этого счета ни основную сумму, ни начисленные проценты?
  - более 150 000 рублей
  - ровно 150 000 рублей
  - менее 150 000 рублей
6. Представьте себе, что год назад Вы положили деньги на счет со ставкой 8% в год, а уровень инфляции за год составил 10%. Как Вы думаете, сегодня на деньги, которые есть на Вашем счете, в среднем можно купить больше, меньше или столько же товаров и услуг, что и год назад?
  - больше, чем год назад
  - ровно столько же
  - меньше, чем год назад
7. Предположим, что за текущий год Ваш доход вырастет в два раза, но при этом также в два раза вырастут цены на все товары и услуги. Как Вы думаете, Вы сможете купить больше, меньше или столько же товаров и услуг, как в прошлом году?
  - больше, чем в прошлом году
  - ровно столько же
  - меньше, чем в прошлом году

---

8. Предположим, что Вы увидели телевизор одной и той же модели на распродаже в двух разных магазинах. Первоначальная цена телевизора в каждом из магазинов составляла 10 000 рублей. В одном магазине предлагается скидка в 1500 рублей от первоначальной цены, а в другом – 10% от первоначальной цены. Что выгоднее – скидка в 1500 рублей или в 10%?

- скидка в 1500 рублей
- скидка в 10 %

9. Скажите, пожалуйста, в вашем домохозяйстве ведется письменный учет доходов и расходов?

- Да, ведется полный письменный учет доходов и расходов
- Да, какой-то письменный учет ведется, но далеко не полный
- Нет, письменный учет не ведется

10. Посмотрите на карточку и скажите, какое из утверждений больше всего соответствует тому, как Вы обычно подписываете договоры при приобретении финансовых услуг в банках, страховых компаниях, пенсионных фондах, управляющей компании и в ПИФ и т. п. (например, открываете счет, берете кредит, покупаете страховку или приобретаете другие финансовые услуги)?

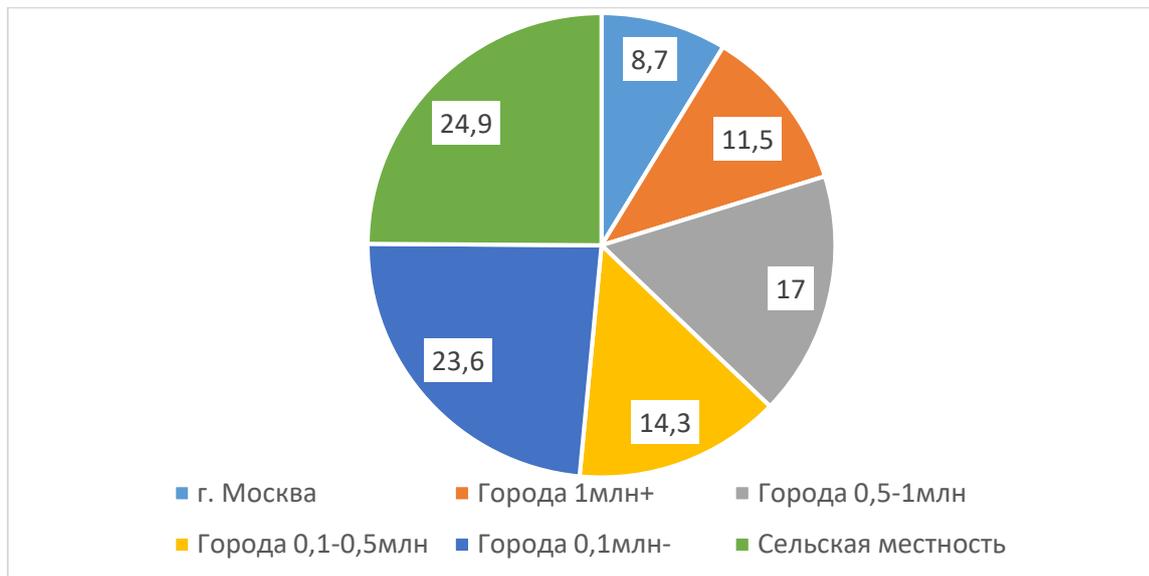
- подписываю договор, не читая
- читаю договор, но даже если что-то не понимаю, всё равно подписываю
- читаю договор, если что-то непонятно, выясняю у сотрудника, который продает мне эту финансовую услугу, и только потом подписываю
- читаю договор, если что-то не понимаю, обращаюсь за консультацией к третьим лицам – специалистам, ищу информацию в интернете и т. п., и только потом подписываю
- никогда не приобретал(а) финансовых услуг, требующих подписания договора.

**Приложение 4. Коэффициенты корреляции правильных ответов на вопросы**

Вопрос*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	0,26	0,14	0,21	0,21	0,15	0,09	0,19	0,13	0,03
2		1	0,16	0,20	0,18	0,11	0,02	0,19	0,16	0,09
3			1	0,17	0,17	0,18	0,08	0,17	0,12	0,01
4				1	0,49	0,29	0,15	0,40	0,22	0,06
5					1	0,24	0,12	0,31	0,16	0,05
6						1	0,18	0,32	0,17	0,05
7							1	0,16	0,08	0,03
8								1	0,21	0,04
9									1	0,07
10										1

\*нумерация вопросов соответствует приложению 3

**Приложение 5. Структура респондентов ООО «Демоскоп» по типу населенного пункта, в котором они проживают, суммарно по трем волнам, %**



## Приложение 6. Характеристики объектов псевдопанели

Группа	Пол	Доход, квинтиль	Тип населенного пункта*	Доход за последние 12 месяцев, тыс. руб.								
				2018			2020			2022		
				макс.	сред.	мин.	макс.	сред.	мин.	макс.	сред.	мин.
1	М	1	1	120,0	48,4	1,0	130,0	54,6	9,0	159,6	53,9	7,2
2	М	1	2	120,0	65,5	5,0	144,0	83,0	1,8	170,0	92,8	10,0
3	М	1	3	120,0	62,2	3,5	150,0	71,8	1,0	170,0	89,1	3,5
4	М	1	4	120,0	74,3	2,4	149,0	74,1	5,0	170,0	90,7	5,0
5	М	1	5	120,0	70,5	1,0	150,0	91,1	6,0	170,0	112,6	6,0
6	М	1	6	120,0	75,6	3,0	150,0	83,5	1,5	170,0	107,1	1,3
7	М	2	1	175,0	147,7	124,0	195,0	181,3	150,0	225,0	197,1	170,0
8	М	2	2	180,0	155,8	130,0	200,0	182,5	150,0	240,0	210,8	170,0
9	М	2	3	180,0	160,4	126,0	200,0	178,5	150,0	240,0	213,7	170,0
10	М	2	4	180,0	154,7	124,0	200,0	178,3	150,0	240,0	209,2	170,0
11	М	2	5	180,0	153,7	122,4	200,0	177,4	150,0	240,0	211,1	170,0
12	М	2	6	180,0	153,2	120,8	200,0	174,7	150,0	240,0	203,8	170,0
13	М	3	1	237,0	208,3	180,0	270,0	234,4	200,0	324,0	275,4	240,0
14	М	3	2	240,0	211,1	180,0	275,0	236,3	200,0	325,0	283,1	240,0
15	М	3	3	240,0	215,5	180,0	275,0	238,1	200,0	325,0	284,3	240,0
16	М	3	4	240,0	212,3	180,0	275,0	234,8	200,0	325,0	282,0	240,0
17	М	3	5	240,0	209,6	180,0	275,0	239,2	200,0	325,0	286,9	240,0
18	М	3	6	240,0	209,1	180,0	275,0	233,0	200,0	325,0	282,5	240,0
19	М	4	1	360,0	294,0	240,0	395,0	324,2	275,0	470,0	395,5	325,0
20	М	4	2	360,0	303,2	240,0	400,0	336,8	275,0	480,0	408,2	325,0
21	М	4	3	360,0	306,0	240,0	400,0	336,8	275,0	480,0	405,2	325,0
22	М	4	4	360,0	299,1	240,0	400,0	321,0	275,0	480,0	387,5	325,0
23	М	4	5	360,0	298,3	240,0	400,0	337,9	275,0	480,0	401,3	325,0
24	М	4	6	360,0	300,7	240,0	400,0	338,2	275,0	480,0	406,7	325,0
25	М	5	1	4600,0	792,7	363,0	400,0	825,9	400,0	750,0	1025,3	480,0
26	М	5	2	1875,0	538,3	369,0	2250,0	608,3	400,0	3250,0	788,9	480,0
27	М	5	3	2800,0	579,6	365,0	4200,0	646,8	400,0	7000,0	814,1	480,0
28	М	5	4	2250,0	541,0	375,0	2250,0	625,8	400,0	4000,0	770,8	480,0
29	М	5	5	3000,0	617,9	360,0	4000,0	703,3	400,0	4000,0	772,3	480,0
30	М	5	6	1300,0	483,8	365,0	1420,0	585,9	400,0	1800,0	689,3	480,0
31	Ж	1	1	120,4	50,9	0,2	140,0	70,1	3,0	165,0	73,9	5,0
32	Ж	1	2	120,0	70,5	0,5	145,1	79,6	2,5	170,0	96,8	4,2
33	Ж	1	3	120,0	73,5	0,6	150,0	84,9	1,2	170,0	102,1	4,5
34	Ж	1	4	120,0	73,6	1,4	148,0	91,3	0,7	170,0	106,5	2,6
35	Ж	1	5	120,0	84,7	0,5	150,0	98,4	0,8	170,0	116,7	4,5
36	Ж	1	6	120,0	81,8	0,6	150,0	91,9	0,8	170,0	109,0	1,5
37	Ж	2	1	179,0	153,6	125,0	195,0	172,1	150,0	233,0	196,4	170,0
38	Ж	2	2	180,0	152,0	122,0	200,0	178,7	150,0	240,0	204,9	170,0
39	Ж	2	3	180,0	157,5	125,0	200,0	176,9	150,0	240,0	207,2	170,0
40	Ж	2	4	180,0	153,1	121,0	200,0	175,7	150,0	240,0	204,1	170,0
41	Ж	2	5	180,0	152,3	121,4	200,0	175,0	150,0	240,0	207,3	170,0
42	Ж	2	6	180,0	148,8	121,0	200,0	174,9	150,0	240,0	204,1	170,0
43	Ж	3	1	238,0	206,3	180,0	274,8	234,8	200,0	324,0	274,3	240,0

Группа	Пол	Доход, квинтиль	Тип населенного пункта*	Доход за последние 12 месяцев, тыс. руб.								
				2018			2020			2022		
				макс.	сред.	мин.	макс.	сред.	мин.	макс.	сред.	мин.
44	Ж	3	2	240,0	206,7	180,0	275,0	233,7	200,0	325,0	277,7	240,0
45	Ж	3	3	240,0	208,5	180,0	275,0	234,5	200,0	325,0	283,1	240,0
46	Ж	3	4	240,0	208,4	180,0	275,0	234,1	200,0	325,0	283,6	240,0
47	Ж	3	5	240,0	209,3	180,0	275,0	236,4	200,0	325,0	284,9	240,0
48	Ж	3	6	240,0	209,4	180,0	275,0	231,9	200,0	325,0	282,4	240,0
49	Ж	4	1	360,0	294,0	240,0	396,0	316,6	275,0	470,0	386,4	325,0
50	Ж	4	2	360,0	290,9	240,0	400,0	329,5	275,0	480,0	399,1	325,0
51	Ж	4	3	360,0	298,6	240,0	400,0	335,3	275,0	480,0	401,4	325,0
52	Ж	4	4	360,0	291,9	240,0	400,0	325,7	275,0	480,0	391,9	325,0
53	Ж	4	5	360,0	294,6	240,0	400,0	340,5	275,0	480,0	396,4	325,0
54	Ж	4	6	360,0	295,7	240,0	400,0	325,0	275,0	480,0	390,5	325,0
55	Ж	5	1	2000,0	656,6	360,5	4080,0	695,2	400,0	6000,0	834,1	480,0
56	Ж	5	2	4300,0	538,0	370,0	2880,0	534,2	400,0	2250,0	655,6	480,0
57	Ж	5	3	2250,0	517,0	370,0	1375,0	553,6	400,0	1910,0	676,3	480,0
58	Ж	5	4	2200,0	535,5	361,1	1875,0	583,8	400,0	2750,0	697,8	480,0
59	Ж	5	5	2000,0	566,8	360,0	2000,0	641,4	400,0	1400,0	652,3	480,0
60	Ж	5	6	1300,0	463,7	360,2	1800,0	545,4	400,0	1800,0	693,6	499,2

**\*Обозначения в таблице**

1 – г. Москва;

2 – город с численностью населения 1 млн и более, кроме Москвы;

3 – город с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн чел.;

4 – город с численностью населения от 100 тыс. до 500 тыс. чел.;

5 – город с численностью населения менее 100 тыс. чел.;

6 – сельский населенный пункт.

## Приложение 7. Описание переменных

Наименование	Описание
Индекс ФГ	Среднее значение индекса финансовой грамотности респондентов в группе
Средний индекс ФГ	Группы респондентов с уровнем индекса ФГ от 5,3 до 5,85 (включительно)
Высший индекс ФГ	Группы респондентов с уровнем индекса ФГ более 5,85
Пол	Принимает значение 1 для мужчин и 0 для женщин
Возраст	Средний возраст респондентов в группе
Образование	Среднее ранжированных по мере возрастания уровня образования значений респондентов в группе
Техникум	Принимает значение 1 для респондентов, закончивших техникум, 0 – для остальных
Техническое училище	Принимает значение 1 для респондентов, закончивших техническое училище, 0 – для остальных
Вуз	Принимает значение 1 для респондентов, закончивших высшее учебное заведение, 0 – для остальных
Аспирантура	Принимает значение 1 для респондентов, закончивших аспирантуру, 0 – для остальных
Степень	Принимает значение 1 для респондентов, имеющих научную степень, 0 – для остальных
Семья	Среднее количество членов семьи респондентов в группе
Занятость	Доля работающих респондентов в группе
Населенный пункт	Принимает значения от 1 (г. Москва) до 6 (сельский населенный пункт)
$\Delta$ Мат. положение	Средняя среди респондентов в группе разница ответов «улучшилось» и «ухудшилось» на вопрос «Как изменилось Ваше материальное положение за последние 12 месяцев?»
Мат. положение	Среднее среди респондентов в группе ранжированных значений от 1 («денег не хватает на питание») до 6 («материальных затруднений не испытываем, при необходимости могли бы купить квартиру, дом»)
Продукты	Среднее среди респондентов в группе значение доли семейного дохода, которая тратится на продукты питания
VIX	Значение индекса VIX Московской биржи на закрытие последнего торгового дня месяца
Курс	Отношение значения курса рубль/доллар на конец месяца к курсу рубль/доллар на конец предыдущего месяца
Форма сбереж. (доля)	Доля ответов «на счете в банке» на вопрос «В какой форме сейчас лучше хранить сбережения?» среди респондентов в группе
Форма сбереж. (дамми)	Принимает значение 1 при выборе ответа «на счете в банке» на вопрос «В какой форме сейчас лучше хранить сбережения?», 0 – для остальных
Наблюдаемая инфляция	Ответ на вопрос «На сколько выросли цены за прошедшие 12 месяцев?»
Ожидаемая инфляция	Ответ на вопрос «На сколько вырастут цены в следующие 12 месяцев?»
Ковид	Принимает значение 1 для периодов с апреля по декабрь 2020 г., 0 – в остальные периоды

СВО	Принимает значение 1 для периодов с марта по декабрь 2022 г., 0 – в остальные периоды
Пассивность	Принимает значение 1 для выбравших ответ «Думаю в первую очередь как экономить» на вопрос «Люди по-разному реагируют на рост цен. Одни думают в первую очередь о том, как сэкономить. Другие думают о дополнительном заработке. А Вы относитесь скорее к первым или вторым?», 0 – для выбравших ответ «Думаю в первую очередь о дополнительном заработке»
Интернет	Доля респондентов в группе, положительно ответивших на вопрос «Вы пользуетесь Интернетом?»
Качество Интернета	Принимает значение 0 при выборе ответа «неудовлетворительное», 1 – «удовлетворительное», 2 – «хорошее» на вопрос «Оцените качество доступа к сети Интернет в вашем населенном пункте»
ИПЦ	Индекс потребительских цен за год в месяц проведения опроса ООО «инФОМ», %

**Приложение 8. Связь среднесрочных и долгосрочных инфляционных ожиданий с уровнем финансовой грамотности (опрос ООО «Демоскоп», 2022 год)**

Зависимая переменная	На сколько процентов вырастут цены в следующие 12 месяцев?		На сколько процентов вырастут цены через 3 года?	
	Полная	Сокращенная	Полная	Сокращенная
Выборка				
Индекс ФГ	-27,469*** (4,802)	-5,463*** (1,859)	-26,875*** (5,602)	-2,321** (1,000)
Возраст	0,259* (0,137)	0,073 (0,046)	1,814 (1,177)	0,166 (0,225)
Возраст <sup>2</sup>			-0,014 (0,013)	-0,002 (0,002)
Пол	8,521** (4,155)	-0,012 (1,318)	3,373 (4,987)	1,570 (1,147)
Пассивность	-4,753 (3,908)	-4,389*** (1,362)	-8,931* (4,933)	-1,530 (1,191)
<b>Образование</b>				
Техникум	23,813*** (6,758)	5,874*** (2,186)		
Техническое училище	8,711 (6,562)	3,816* (2,215)		
Вуз	35,440** (7,590)	9,023*** (2,830)	20,243*** (5,519)	1,668 (1,270)
Аспирантура	10,086 (22,444)	0,128 (6,548)	-0,880 (36,895)	-6,633* (3,754)
Степень	66,585*** (19,993)	10,280 (8,577)	22,044* (11,424)	-5,561 (3,830)
<b>Населенный пункт</b>				
От 1 млн	-1,405 (6,161)	-3,021 (2,192)	1,574 (8,035)	7,647*** (2,056)
От 500 тыс. до 1 млн	43,085*** (12,323)	2,034 (4,431)	31,846** (14,714)	1,351 (3,128)
От 100 тыс. до 500 тыс.	13,872* (7,837)	-7,246*** (2,403)	-3,094 (9,314)	0,347 (1,858)
От 10 до 100 тыс.	-13,468** (6,334)	-8,364*** (2,331)	-31,591*** (8,056)	-1,869 (2,010)
Менее 10 тыс.	10,581 (15,005)	18,032*** (5,764)	10,622 (19,987)	-11,740*** (3,097)
<b>Материальное положение</b>				
Денег не хватает даже на питание	15,110 (17,422)	5,808 (4,998)	15,713 (25,153)	9,402*** (3,498)
На питание денег хватает, на одежду и обувь – нет	12,458* (7,092)	5,563** (2,528)	13,721 (9,552)	10,194*** (2,348)
На покупку одежды и обуви денег хватает, на крупную бытовую технику – нет	2,739 (5,870)	1,141 (2,240)	3,488 (8,461)	7,101*** (2,000)
Денег хватает на все, кроме покупки автомобиля и недвижимости	0,746 (6,253)	-3,289 (2,401)	1,732 (8,985)	7,796*** (2,180)

Константа	256,405*** (38,651)	78,459*** (15,169)	263,525*** (44,089)	43,267*** (8,206)
Инструменты	Форма сбережений (дамми), Качество Интернета			
p-val Haus	0,000	0,000	0,000	0,004
F stat	31,605	16,968	33,924	27,134
p-val Sarg	0,016	0,037	0,010	0,442
N	2543	2456	1806	1384

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ .

**Приложение 9. Связь оценки среднесрочных темпов роста цен с социодемографическими характеристиками респондента (опрос ООО «Демоскоп» 2022 г.)**

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующие 12 месяцев? 1 – будут расти быстрее, чем сейчас; 5 – будут снижаться	
Метод	МНК <sup>1</sup>	Упорядоченная логит-модель
Пол	0,177*** (0,023)	0,081** (0,039)
20% группы по уровню дохода		
Q2	0,601*** (0,033)	0,023*** (0,060)
Q3	0,908*** (0,035)	0,317*** (0,061)
Q4	0,801*** (0,034)	0,257*** (0,060)
Q5	1,058*** (0,034)	0,283*** (0,063)
Тип населенного пункта		
Город-миллионник, кроме г. Москвы	1,128*** (0,037)	-0,424*** (0,076)
Город с численностью жителей 0,5–1 млн чел.	1,293*** (0,034)	-0,141** (0,071)
Город с численностью жителей 0,1–0,5 млн чел.	1,432*** (0,040)	0,048 (0,071)
Город с численностью жителей менее 0,1 млн чел.	1,276*** (0,032)	-0,286*** (0,068)
Сельский населенный пункт	1,490*** (0,031)	-0,113 (0,073)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub> /Доля корректно предсказанных случаев	0,771	43,5
VIFmax	2,906	
N	9730	

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов.

**Приложение 10. Связь оценки среднесрочных темпов роста цен с социодемографическими характеристиками респондента (количественный индикатор (значения при МНК и номера интервалов при логит-модели), опрос ООО «Демоскоп» 2022 г.)**

Зависимая переменная	На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?	
	МНК <sup>1</sup>	Упорядоченная логит-модель
Пол	3,958*** (1,380)	0,000 (0,047)
20% группы по уровню дохода		
Q2	12,458*** (2,101)	0,088 (0,074)
Q3	11,953*** (1,769)	0,011 (0,078)
Q4	6,650*** (1,811)	-0,123* (0,073)
Q5	11,342*** (1,506)	-0,025 (0,074)
Тип населенного пункта		
Город-миллионник, кроме г. Москвы	23,642*** (1,523)	0,499*** (0,080)
Город с численностью жителей 0,5–1 млн чел.	21,143*** (1,311)	0,364*** (0,079)
Город с численностью жителей 0,1–0,5 млн чел.	38,441*** (2,866)	0,422*** (0,083)
Город с численностью жителей менее 0,1 млн чел.	27,978*** (1,803)	0,292*** (0,083)
Сельский населенный пункт	38,199*** (1,815)	0,846*** (0,091)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub> /Доля корректно предсказанных случаев	0,375	19,0
N	6041	

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов.

**Приложение 11. Связь уровня финансовой грамотности с социодемографическими характеристиками респондента (опрос ООО «Демоскоп» 2022 г.)**

Зависимая переменная	Индекс финансовой грамотности	
	МНК <sup>1</sup>	Упорядоченная логит-модель
Метод		
Пол	0,110** (0,047)	-0,156*** (0,036)
20% группы по уровню дохода		
Q2	1,767*** (0,070)	0,313*** (0,056)
Q3	2,078*** (0,074)	0,299*** (0,056)
Q4	2,336*** (0,070)	0,611*** (0,054)
Q5	3,206*** (0,072)	0,884*** (0,056)
Тип населенного пункта		
Город-миллионник, кроме г. Москвы	3,336*** (0,085)	0,082 (0,083)
Город с численностью жителей 0,5–1 млн чел.	3,903*** (0,070)	0,477*** (0,070)
Город с численностью жителей 0,1-0,5 млн чел.	3,247*** (0,071)	-0,186*** (0,072)
Город с численностью жителей менее 0,1 млн чел.	2,772*** (0,068)	-0,579*** (0,067)
Сельский населенный пункт	2,667*** (0,064)	-0,837*** (0,067)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub> /Доля корректно предсказанных случаев	0,815	20,0
N	10606	

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов.

**Приложение 12. Зависимость различных метрик инфляционных ожиданий от уровня финансовой грамотности респондентов**

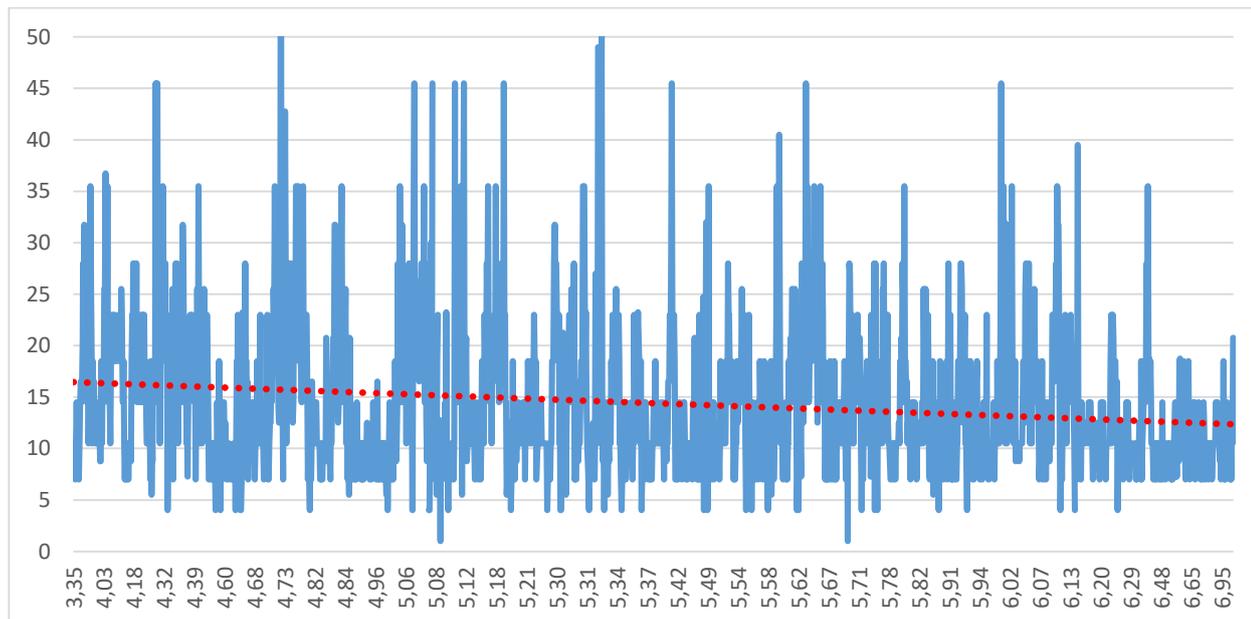


Рис. Распределение ответов на вопрос «На сколько выросли цены за прошедшие 12 месяцев?» в зависимости от индекса ФГ (горизонтальная ось)

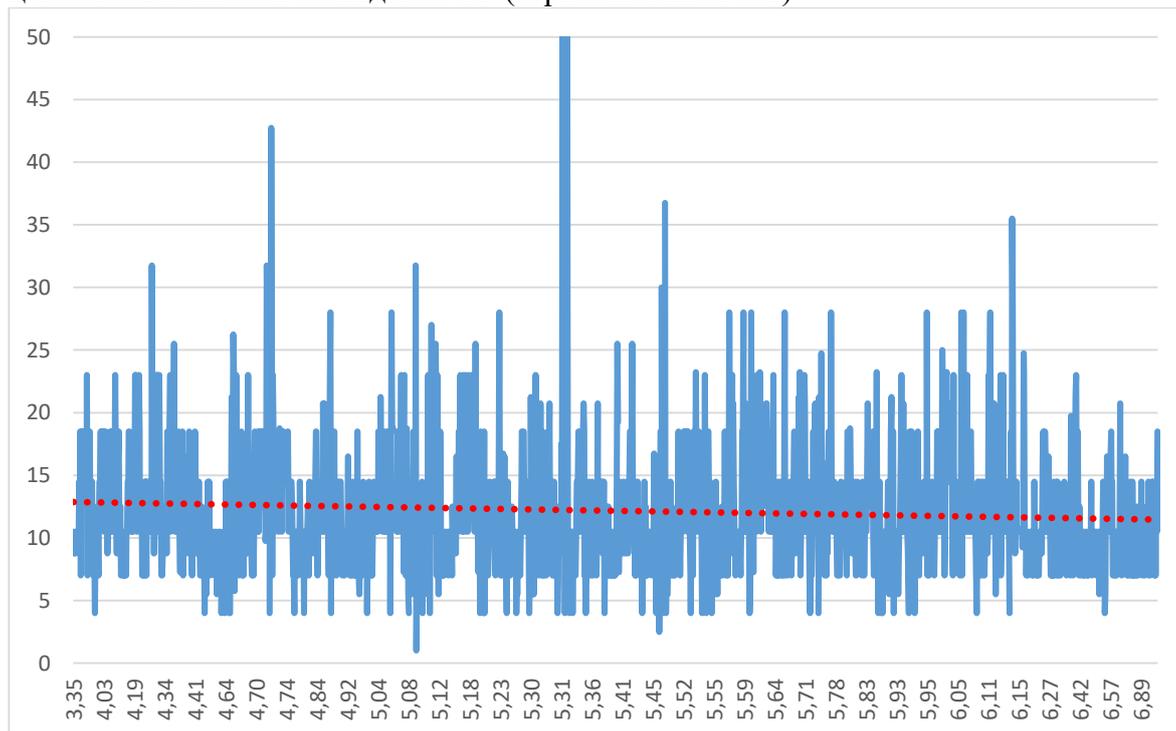


Рис. Распределение ответов на вопрос «На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?» в зависимости индекса ФГ (горизонтальная ось)

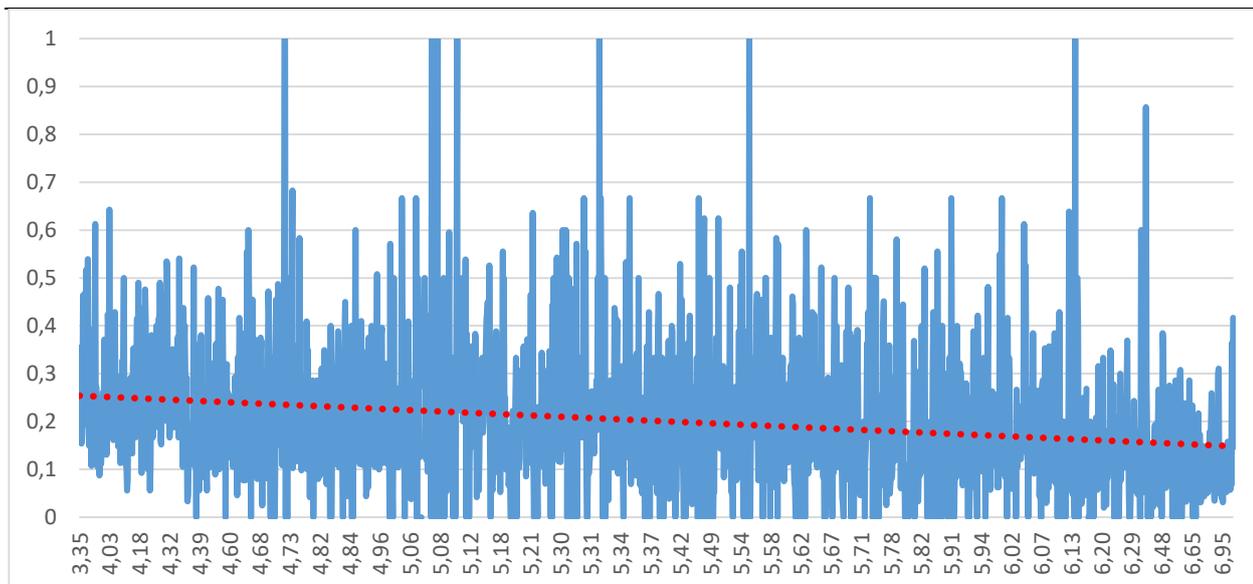


Рис. Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас» на вопрос «Как изменятся цены в следующем месяце?» в зависимости от индекса ФГ (горизонтальная ось)

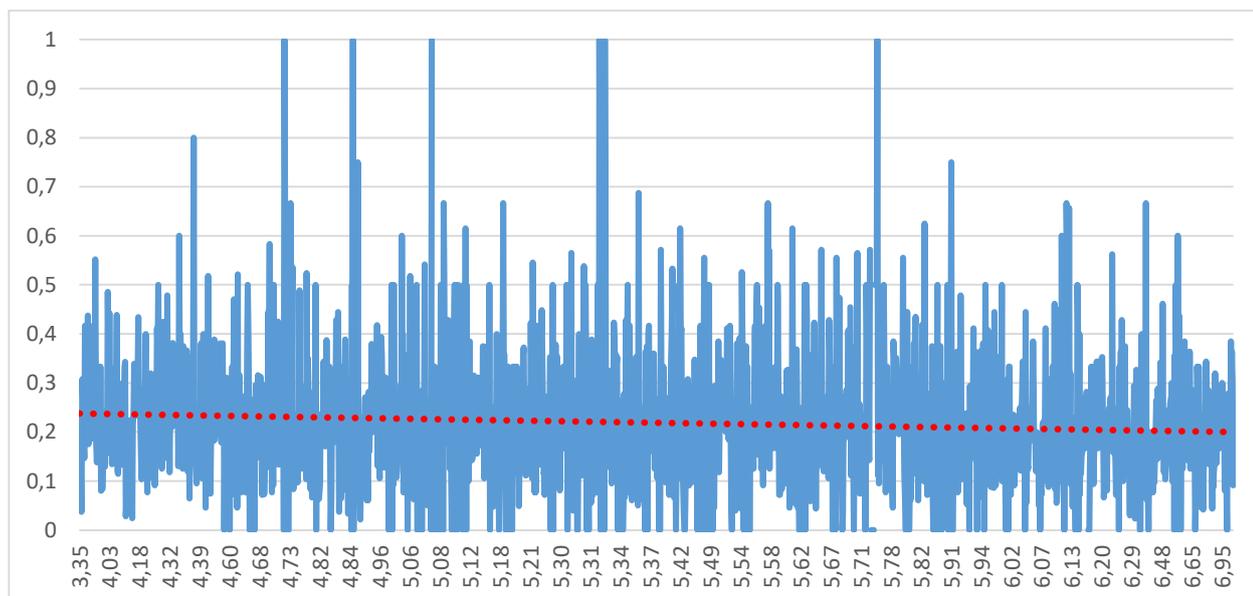


Рис. Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас» на вопрос «Как изменятся цены в следующие 12 месяцев?» в зависимости от индекса ФГ (горизонтальная ось)

### Приложение 13. Связь оценки краткосрочных темпов роста цен с уровнем финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующем месяце? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-0,123*** (0,039)	-0,075* (0,040)	-0,106** (0,043)
СВО	-0,082*** (0,022)	-0,061*** (0,019)	-0,074*** (0,023)
Возраст	-0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)
Образование	0,004 (0,009)	-0,001 (0,009)	0,001 (0,010)
Семья	-0,025 (0,018)	-0,020* (0,010)	-0,020 (0,013)
Занятость	0,109*** (0,039)	0,110*** (0,033)	0,107*** (0,033)
Пол	-0,063*** (0,014)	-	-0,059*** (0,014)
Населенный пункт	-0,019* (0,011)	-	-0,014 (0,011)
Δ мат.положение	-0,131*** (0,024)	-0,140*** (0,023)	-0,139*** (0,024)
Константа	1,003*** (0,331)	0,560** (0,228)	0,840*** (0,302)
Инструменты	Форма сбереж (доля), Ковид		
p-val Haus	0,084		
F stat	26,278		
p-val Sarg	0,02		
N	1310		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

### Приложение 14. Связь оценки среднесрочных темпов роста цен с уровнем финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующие 12 месяцев? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-0,240** (0,114)	1,814 (2,436)	-0,134** (0,053)
СВО	-0,126*** (0,046)	0,520 (0,740)	-0,075*** (0,025)
Ковид	-0,080*** (0,021)	-0,366 (0,549)	0,063*** (0,018)
Возраст	-0,008 (0,013)	-0,060 (0,060)	1,247e <sup>-4</sup> (0,006)
Возраст <sup>2</sup>	6,245e <sup>-5</sup> (1,313e <sup>-4</sup> )	0,001 (0,001)	-4,693e <sup>-5</sup> (6,622e <sup>-5</sup> )
Образование	0,049** (0,021)	-0,022 (0,056)	0,029 (0,022)
Семья	-0,056* (0,031)	0,004 (0,034)	-0,018 (0,015)
Занятость	0,041 (0,053)	0,061 (0,145)	-0,120*** (0,037)
Пол	-0,040 (0,029)	-	-0,030*** (0,007)
Населенный пункт	-0,051* (0,029)	-	-0,028** (0,011)
Продукты	-0,001 (0,001)	0,001 (0,002)	-0,004*** (0,001)
VIX	8,897e <sup>-5</sup> (3,423e <sup>-4</sup> )	0,005 (0,006)	1,359e <sup>-4</sup> (3,439e <sup>-4</sup> )
Константа	1,958** (0,924)	-8,430 (11,940)	1,383*** (0,390)
Инструменты	Форма сбереж (доля)		
p-val Haus	0,008		
F stat	10,767		
p-val Sarg	-		
N	1309		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

**Приложение 15. Связь оценки долгосрочных темпов роста цен с уровнем финансовой грамотности (псевдопанель 2018, 2020, 2022 гг.)**

Зависимая переменная	Через 3 года рост цен будет выше, ниже или примерно 4%? Доля ответов «примерно 4%»		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	0,103*** (0,050)	0,075* (0,043)	0,102** (0,047)
СВО	0,103** (0,026)	0,085*** (0,021)	0,103*** (0,026)
Возраст	-0,004 (0,009)	-0,002 (0,008)	-0,004 (0,007)
Возраст <sup>2</sup>	5,721e <sup>-5</sup> (1,064e <sup>-4</sup> )	2,603e <sup>-5</sup> (8,045e <sup>-5</sup> )	5,868e <sup>-5</sup> (7,884e <sup>-5</sup> )
Образование	0,023 (0,017)	-0,009 (0,010)	-0,022* (0,012)
Семья	0,038** (0,016)	0,016 (0,011)	0,037** (0,016)
Занятость	-0,105* (0,059)	-0,086** (0,035)	-0,102*** (0,037)
Пол	0,016 (0,013)	-	0,016 (0,011)
Населенный пункт	0,024** (0,012)	-	0,024** (0,012)
Δ Мат. положение	0,047 (0,031)	0,070*** (0,024)	0,049* (0,028)
Константа	-0,257 (0,394)	-0,003 (0,273)	-0,248 (0,323)
Инструменты	Форма сбереж. (доля), Ковид		
p-val Haus	0,060		
F stat	27,261		
p-val Sarg	0,487		
N	1310		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

**Приложение 16. Связь наблюдаемых темпов роста цен с уровнем финансовой грамотности (псевдопанель 2018, 2020, 2022 гг.)**

Зависимая переменная	На сколько выросли цены за прошедшие 12 месяцев?		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-15,357** (1,202)	-17,540*** (0,859)	-16,848*** (0,794)
Возраст	0,706 (0,771)	0,742** (0,338)	0,801** (0,347)
Возраст <sup>2</sup>	-0,008 (0,008)	-0,007* (0,004)	-0,008** (0,004)
Образование	2,181** (0,856)	1,213*** (0,429)	1,563*** (0,443)
Семья	-3,644*** (0,794)	-0,690 (0,495)	-2,203*** (0,444)
Занятость	0,570 (2,001)	-1,718 (1,618)	-0,075 (1,657)
Пол	-3,288** (1,485)	-	-2,818** (1,269)
Населенный пункт	-3,746*** (0,520)	-	-3,975*** (0,410)
Мат.положение	4,343*** (0,788)	-0,603 (0,610)	1,122** (0,562)
Курс	-12,758*** (1,949)	-15,287*** (2,022)	-14,112*** (2,097)
Константа	99,354*** (18,678)	105,734*** (9,668)	112,449*** (9,892)
Инструменты	Форма сбереж (доля), Ковид, СВО		
p-val Haus	0,000		
F stat	209,507		
p-val Sarg	0,126		
N	1308		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

### Приложение 17. Связь ожидаемого темпа роста цен с уровнем финансовой грамотности

Зависимая переменная	На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-6,968*** (0,671)	-7,634*** (0,614)	-7,563*** (0,559)
Возраст	0,216 (0,460)	0,454* (0,244)	0,432* (0,243)
Возраст <sup>2</sup>	-0,002 (0,005)	-0,004 (0,003)	-0,004 (0,003)
Курс	-6,122*** (1,456)	-7,070*** (1,451)	-6,640*** (1,460)
Образование	0,950* (0,510)	0,514* (0,311)	0,649** (0,312)
Семья	-1,723*** (0,408)	-1,066*** (0,346)	-1,475*** (0,307)
Занятость	3,058** (1,479)	3,329*** (1,157)	3,717*** (1,154)
Пол	-1,285* (0,766)	-	-1,028 (0,954)
Населенный пункт	-2,035*** (0,328)	-	-2,188*** (0,305)
Мат.положение	0,971* (0,566)	-1,517*** (0,438)	-0,919** (0,396)
Константа	55,243*** (14,214)	51,798*** (6,923)	58,661*** (6,993)
Инструменты	Форма сбереж (доля), Ковид, СВО		
p-val Haus	0,000		
F stat	209,507		
p-val Sarg	0,024		
N	1306		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

### Приложение 18. Связь оценки краткосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующем месяце? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
Индекс ФГ лаг 1	-0,047*** (0,013)	-0,010 (0,019)	-0,047*** (0,013)	-0,032*** (0,009)
Возраст	-0,012 (0,015)	-0,002 (0,012)	-0,012 (0,015)	-0,003 (0,007)
Возраст <sup>2</sup>	1,195e <sup>-4</sup> (1,597e <sup>-4</sup> )	2,066e <sup>-5</sup> (1,252e <sup>-4</sup> )	1,195e <sup>-4</sup> (1,597e <sup>-4</sup> )	2,739e <sup>-5</sup> (7,996e <sup>-5</sup> )
Образование	-0,006 (0,012)	0,006 (0,014)	-0,006 (0,012)	-0,012 (0,009)
Семья	0,011 (0,011)	-0,019 (0,022)	0,011 (0,011)	0,010 (0,008)
Занятость	0,054 (0,036)	0,115** (0,045)	0,054 (0,036)	0,054 (0,033)
Пол	-0,047*** (0,011)	-	-0,047*** (0,011)	-0,046*** (0,008)
Населенный пункт	-0,006 (0,005)	-	-0,006 (0,005)	-0,001 (0,003)
Продукты	0,001 (0,001)	2,703e <sup>-5</sup> (9,094e <sup>-4</sup> )	0,001 (0,001)	0,002*** (0,001)
VIX	0,001*** (1,904e <sup>-4</sup> )	0,001*** (2,020e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,904e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,492e <sup>-4</sup> )
Константа	0,668 (0,422)	0,210 (0,333)	0,668 (0,422)	0,321* (0,194)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,100	0,059		0,143
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 19. Связь оценки среднесрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующие 12 месяцев? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
Индекс ФГ лаг 1	-0,019** (0,009)	-0,060*** (0,016)	-0,019** (0,009)	-0,028*** (0,008)
Возраст	-0,019** (0,009)	-0,020*** (0,008)	-0,019** (0,009)	-0,013* (0,007)
Возраст <sup>2</sup>	1,991e <sup>-4</sup> * (1,002e <sup>-4</sup> )	2,245e <sup>-4</sup> *** (7,849e <sup>-5</sup> )	1,991e <sup>-4</sup> ** (1,002e <sup>-4</sup> )	1,268e <sup>-4</sup> * (7,381e <sup>-5</sup> )
Образование	0,006 (0,009)	0,009 (0,010)	0,006 (0,009)	0,001 (0,008)
Семья	0,008 (0,010)	0,004 (0,012)	0,008 (0,010)	-0,006 (0,008)
Занятость	-0,033 (0,034)	-0,010 (0,038)	-0,033 (0,034)	0,010 (0,032)
Пол	-0,014 (0,009)	-	-0,014 (0,009)	-0,021*** (0,008)
Населенный пункт	0,003 (0,003)	-	0,003 (0,003)	8,851e <sup>-5</sup> (0,003)
Продукты	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001** (0,001)
VIX	0,001*** (1,534e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,649e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,534e <sup>-4</sup> )	6,281e <sup>-4</sup> *** (1,414e <sup>-4</sup> )
Константа	0,691*** (0,255)	0,873*** (0,211)	0,691*** (0,255)	0,616*** (0,185)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,037	0,036		0,054
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 20. Связь оценки долгосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Через 3 года рост цен будет выше, ниже или примерно 4%? Доля ответов «примерно 4%»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
Индекс ФГ лаг1	0,025** (0,012)	0,071** (0,028)	0,025** (0,012)	0,012 (0,009)
Возраст	0,002 (0,012)	0,001 (0,012)	0,002 (0,012)	-0,006 (0,008)
Возраст <sup>2</sup>	-6,949e <sup>-6</sup> (1,352e <sup>-4</sup> )	-1,362e <sup>-6</sup> (1,382e <sup>-4</sup> )	-6,949e <sup>-6</sup> (1,352e <sup>-4</sup> )	-7,785e <sup>-5</sup> (8,373e <sup>-5</sup> )
Образование	-1,834e <sup>-4</sup> (0,013)	0,002 (0,016)	-1,834e <sup>-4</sup> (0,013)	0,008 (0,009)
Семья	0,016 (0,012)	0,015 (0,016)	0,016 (0,012)	0,012 (0,008)
Занятость	-0,077* (0,045)	-0,084* (0,047)	-0,077* (0,045)	-0,073** (0,033)
Пол	0,011 (0,011)	-	0,011 (0,011)	0,002 (0,008)
Населенный пункт	0,007* (0,004)	-	0,007* (0,004)	0,006* (0,003)
Продукты	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001** (0,001)
VIX	-2,155e <sup>-4</sup> (1,464e <sup>-4</sup> )	-3,923e <sup>-4</sup> ** (1,739e <sup>-4</sup> )	-2,155e <sup>-4</sup> (1,464e <sup>-4</sup> )	-2,965e <sup>-4</sup> ** (1,444e <sup>-4</sup> )
Константа	0,138 (0,238)	-0,029 (0,268)	0,138 (0,238)	0,417** (0,200)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,008	0,019		0,010
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 21. Связь наблюдаемого темпа роста цен с уровнем финансовой грамотности (инструмент с лагом)

Зависимая переменная	На сколько выросли цены за прошедшие 12 месяцев?	
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>
Индекс ФГ	-14,297*** (5,291)	-65,678* (38,399)
Возраст	0,919 (0,692)	0,222 (1,046)
Возраст <sup>2</sup>	-0,010 (0,008)	-0,001 (0,011)
Образование	3,052** (1,226)	3,004 (1,965)
Семья	-4,389*** (1,467)	5,350 (4,697)
Занятость	2,124 (3,354)	-3,266 (4,230)
Пол	-2,464 (1,633)	-
Населенный пункт	-3,467*** (1,342)	-
Δ Мат. положение	1,413 (1,933)	-14,267 (8,770)
Курс	-14,018*** (3,574)	5,693 (16,540)
VIX	0,008 (0,034)	-0,310 (0,243)
Константа	100,201*** (29,245)	341,999* (195,683)
Инструменты	Форма сбереж (доля) лаг 1	
p-val Haus	0,001	
F stat	13,979	
N	1244	

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами.

## Приложение 22. Связь ожидаемого среднесрочного темпа роста цен с уровнем финансовой грамотности (инструмент с лагом)

Зависимая переменная	На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?		
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-6,046* (3,360)	-27,946 (17,484)	-5,094** (2,261)
Возраст	0,280 (0,373)	0,516 (0,421)	-0,119 (0,256)
Возраст <sup>2</sup>	-0,003 (0,004)	-0,004 (0,005)	0,001 (0,002)
Курс	-6,008*** (2,256)	2,999 (7,750)	-6,873*** (2,146)
Образование	1,224* (0,647)	1,338 (0,970)	1,243* (0,645)
Семья	-1,696** (0,828)	1,897 (2,031)	-1,484** (0,670)
Занятость	3,837* (2,051)	3,239 (1,997)	2,863* (1,638)
Пол	-1,144 (0,760)	-	-0,907** (0,416)
Населенный пункт	-1,692* (0,900)	-	-1,450*** (0,538)
Δ Мат. положение	-2,005* (1,182)	-8,048** (3,809)	-2,504** (1,103)
VIX	0,028 (0,025)	-0,110 (0,112)	0,035** (0,017)
Константа	47,028** (19,685)	135,838 (84,003)	51,106*** (13,352)
Инструменты	Форма сбереж (доля) лаг 1		
p-val Haus	0,030		
F stat	13,979		
N	1243		

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.

### Приложение 23. Нелинейная связь оценки краткосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующем месяце? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
1/Индекс ФГ лаг 1	1,276*** (0,356)	0,353 (0,447)	1,276*** (0,356)	0,899*** (0,239)
Возраст	-0,012 (0,015)	-0,002 (0,012)	-0,012 (0,015)	-0,002 (0,007)
Возраст <sup>2</sup>	1,214e <sup>-4</sup> (1,615e <sup>-4</sup> )	2,041e <sup>-5</sup> (1,253e <sup>-4</sup> )	1,214e <sup>-4</sup> (1,615e <sup>-4</sup> )	2,592e <sup>-5</sup> (7,997e <sup>-5</sup> )
Образование	-0,007 (0,012)	0,006 (0,014)	-0,007 (0,012)	-0,012 (0,009)
Семья	0,012 (0,010)	-0,019 (0,022)	0,012 (0,010)	0,010 (0,008)
Занятость	0,053 (0,037)	0,115** (0,045)	0,053 (0,037)	0,056* (0,033)
Пол	-0,048*** (0,011)	-	-0,048*** (0,011)	-0,047*** (0,008)
Населенный пункт	-0,006 (0,005)	-	-0,006 (0,005)	-0,001 (0,003)
Продукты	0,001 (0,001)	3,007e <sup>-5</sup> (9,097e <sup>-4</sup> )	0,001 (0,001)	0,002*** (0,001)
VIX	0,001*** (1,866e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,971e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,866e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,489e <sup>-4</sup> )
Константа	0,165 (0,321)	0,090 (0,234)	0,165 (0,321)	-0,037 (0,184)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,099	0,059		0,142
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 24. Нелинейная связь оценки краткосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующем месяце? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
1/L_Индекс ФГ лаг 1	0,646*** (0,184)	0,183 (0,217)	0,646*** (0,184)	0,453*** (0,122)
Возраст	-0,012 (0,015)	-0,002 (0,012)	-0,012 (0,015)	-0,002 (0,007)
Возраст <sup>2</sup>	1,215e <sup>-4</sup> (1,617e <sup>-4</sup> )	2,038e <sup>-5</sup> (1,253e <sup>-4</sup> )	1,215e <sup>-4</sup> (1,617e <sup>-4</sup> )	2,582e <sup>-5</sup> (7,998e <sup>-5</sup> )
Образование	-0,008 (0,012)	0,006 (0,014)	-0,008 (0,012)	-0,013 (0,009)
Семья	0,013 (0,010)	-0,019 (0,022)	0,013 (0,010)	0,010 (0,008)
Занятость	0,053 (0,037)	0,115** (0,045)	0,053 (0,037)	0,056* (0,033)
Пол	-0,048*** (0,011)	-	-0,048*** (0,011)	-0,047*** (0,008)
Населенный пункт	-0,005 (0,005)	-	-0,005 (0,005)	4,887e <sup>-4</sup> (0,003)
Продукты	6,846e <sup>-4</sup> (7,914e <sup>-4</sup> )	3,065e <sup>-5</sup> (0,001)	6,846e <sup>-4</sup> (7,914e <sup>-4</sup> )	0,002*** (0,001)
VIX	0,001*** (1,861e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,964e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,861e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,488e <sup>-4</sup> )
Константа	0,016 (0,299)	0,047 (0,228)	0,016 (0,299)	-0,142 (0,190)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,098	0,059		0,142
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

**Приложение 25. Нелинейная связь оценки среднесрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности.**

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующие 12 месяцев? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»				На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>	
1/Индекс ФГ лаг 1	0,559** (0,233)	1,455*** (0,464)	0,559** (0,233)	0,822*** (0,212)	
1/Индекс ФГ					229,082*** (22,904)
Возраст	-0,019** (0,009)	-0,020*** (0,008)	-0,019** (0,009)	-0,012* (0,007)	0,302 (0,359)
Возраст <sup>2</sup>	1,998e <sup>-4</sup> * (1,005e <sup>-4</sup> )	2,247e <sup>-4</sup> *** (7,854e <sup>-5</sup> )	1,998e <sup>-4</sup> ** (1,005e <sup>-4</sup> )	1,232e <sup>-4</sup> * (7,366e <sup>-5</sup> )	-0,003 (0,004)
Образование	0,006 (0,009)	0,009 (0,010)	0,006 (0,009)	0,001 (0,008)	1,763*** (0,571)
Семья	0,007 (0,010)	0,004 (0,012)	0,007 (0,010)	-0,008 (0,007)	-2,369*** (0,463)
Занятость	-0,033 (0,035)	-0,010 (0,038)	-0,033 (0,035)	0,012 (0,032)	4,963*** (1,604)
Пол	-0,015* (0,009)	-	-0,015* (0,009)	-0,022*** (0,008)	-1,658* (0,875)
Населенный пункт	0,003 (0,003)	-	0,003 (0,003)	3,400e <sup>-4</sup> (0,003)	-2,327*** (0,380)
Продукты	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001*** (0,001)	
Δ Мат. положение					-2,059** (0,977)
VIX	0,001*** (1,548e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,665e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,548e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,408e <sup>-4</sup> )	
Константа	0,484** (0,224)	0,271 (0,212)	0,484** (0,224)	0,294* (0,174)	-32,292*** (9,588)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,038	0,035		0,057	
Инструменты					Форма сбереж. (доля) лаг1, СВО
p-val Haus					0,000
F stat					195,224
p-val Sarg					0,317
N	1194				1243

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов, <sup>5</sup>двухшаговый метод наименьших квадратов.

### Приложение 26. Нелинейная связь оценки среднесрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Как изменятся цены в следующие 12 месяцев? Доля ответов «будут расти быстрее, чем сейчас»				На сколько изменятся цены в следующие 12 месяцев?
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>	
1/ L_Индекс ФГ лаг 1	0,288** (0,116)	0,714*** (0,241)	0,288** (0,116)	0,412*** (0,106)	
1/ L_Индекс ФГ					118,754*** (12,017)
Возраст	-0,019** (0,009)	-0,020*** (0,008)	-0,019** (0,009)	-0,012* (0,007)	0,296 (0,359)
Возраст <sup>2</sup>	1,998e <sup>-4</sup> * (1,004e <sup>-4</sup> )	2,248e <sup>-4</sup> *** (7,853e <sup>-5</sup> )	1,998e <sup>-4</sup> * (1,004e <sup>-4</sup> )	1,227e <sup>-4</sup> * (7,365e <sup>-5</sup> )	-0,003 (0,004)
Образование	0,006 (0,009)	0,009 (0,010)	0,006 (0,009)	-0,022*** (0,008)	1,760*** (0,570)
Семья	0,007 (0,010)	0,004 (0,012)	0,007 (0,010)	-0,008 (0,007)	-2,379*** (0,464)
Занятость	-0,033 (0,035)	-0,010 (0,038)	-0,033 (0,035)	0,012 (0,032)	4,959*** (1,602)
Пол	-0,015* (0,009)	-	-0,015* (0,009)	-0,022*** (0,008)	-1,688* (0,875)
Населенный пункт	0,003 (0,003)	-	0,003 (0,003)	-1,405e <sup>-4</sup> (0,003)	-2,339 (0,381)
Продукты	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,001 (0,001)	0,002*** (0,001)	
Δ Мат. положение					-2,094** (0,976)
VIX	0,001*** (1,551e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,668e <sup>-4</sup> )	0,001*** (1,551e <sup>-4</sup> )	6,324e <sup>-4</sup> *** (1,408e <sup>-4</sup> )	
Константа	0,416* (0,223)	0,116 (0,241)	0,416* (0,223)	0,198 (0,180)	-60,179*** (11,111)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,038	0,034		0,057	
Инструменты					Форма сбереж. (доля) лаг1, СВО
p-val Haus					0,000
F stat					192,152
p-val Sarg					0,324
N	1194				1243

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов, <sup>5</sup>двухшаговый метод наименьших квадратов.

### Приложение 27. Нелинейная связь оценки долгосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Через 3 года рост цен будет выше, ниже или примерно 4%?			
	Доля ответов «примерно 4%»			
Модель	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
1/Индекс ФГ лаг 1	-0,628** (0,312)	-1,727** (0,704)	-0,628** (0,312)	-0,257 (0,239)
Возраст	0,002 (0,012)	0,001 (0,012)	0,002 (0,012)	-0,007 (0,008)
Возраст <sup>2</sup>	-8,531e <sup>-6</sup> (1,362e <sup>-4</sup> )	-1,773e <sup>-6</sup> (1,381e <sup>-4</sup> )	-8,531e <sup>-6</sup> (1,362e <sup>-4</sup> )	-7,764e <sup>-5</sup> (8,371e <sup>-5</sup> )
Образование	6,174e <sup>-4</sup> (0,013)	0,001 (0,016)	6,174e <sup>-4</sup> (0,013)	0,009 (0,009)
Семья	0,014 (0,012)	0,014 (0,016)	0,014 (0,012)	0,011 (0,008)
Занятость	-0,076 (0,046)	-0,084* (0,047)	-0,076 (0,046)	-0,071** (0,033)
Пол	0,011 (0,011)	-	0,011 (0,011)	0,002 (0,008)
Населенный пункт	0,006 (0,004)	-	0,006 (0,004)	0,005* (0,003)
Продукты	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001** (0,001)
VIX	-2,027e <sup>-4</sup> (1,466e <sup>-4</sup> )	-2,027e <sup>-4</sup> (1,466e <sup>-4</sup> )	-2,027e <sup>-4</sup> (1,466e <sup>-4</sup> )	-2,910e <sup>-4</sup> ** (1,443e <sup>-4</sup> )
Константа	0,395 (0,254)	0,681** (0,319)	0,395 (0,254)	0,542*** (0,190)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,007	0,018		0,010
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

**Приложение 28. Нелинейная связь оценки долгосрочных темпов роста цен с лагированным значением уровня финансовой грамотности**

Зависимая переменная	Через 3 года рост цен будет выше, ниже или примерно 4%? Доля ответов «примерно 4%»			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
1/ L Индекс ФГ лаг1	-0,314* (0,161)	-0,844** (0,360)	-0,314* (0,161)	-0,124 (0,121)
Возраст	0,002 (0,012)	0,001 (0,012)	0,002 (0,012)	-0,007 (0,008)
Возраст <sup>2</sup>	-8,706e <sup>-6</sup> (1,364e <sup>-4</sup> )	-1,913e <sup>-6</sup> (1,381e <sup>-4</sup> )	-8,706e <sup>-6</sup> (1,364e <sup>-4</sup> )	-7,765e <sup>-5</sup> (8,371e <sup>-5</sup> )
Образование	0,001 (0,013)	0,001 (0,016)	0,001 (0,013)	0,009 (0,009)
Семья	0,014 (0,012)	0,014 (0,016)	0,014 (0,012)	0,010 (0,008)
Занятость	-0,076* (0,046)	-0,085* (0,047)	-0,076* (0,046)	-0,071** (0,033)
Пол	0,011 (0,011)	-	0,011 (0,011)	0,002 (0,008)
Населенный пункт	0,006 (0,004)	-	0,006 (0,004)	0,005* (0,003)
Продукты	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001** (0,001)
VIX	-2,000e <sup>-4</sup> (1,467e <sup>-4</sup> )	-3,366e <sup>-4</sup> * (1,688e <sup>-4</sup> )	-2,000e <sup>-4</sup> (1,467e <sup>-4</sup> )	-2,901e <sup>-4</sup> ** (1,443e <sup>-4</sup> )
Константа	0,466* (0,270)	0,862** (0,377)	0,466* (0,270)	0,570*** (0,196)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,007	0,017		0,010
N	1194			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

## Приложение 29. Связь соотношения ожидаемой и наблюдаемой инфляции с уровнем финансовой грамотности

Зависимая переменная	Ожидаемая инфляция больше наблюдаемой				Ожидаемая инфляция меньше наблюдаемой				Ожидаемая инфляция равна наблюдаемой			
Индекс ФГ лаг 1	-0,325* (0,189)	0,016 (0,205)	0,291 (0,211)		0,585*** (0,140)	0,037 (0,168)	-0,576*** (0,170)		-0,487*** (0,156)	-0,051 (0,178)	0,390** (0,179)	
Наблюдаемая инфляция		-0,127*** (0,015)		-0,131*** (0,22)		0,247*** (0,018)		0,256*** (0,019)		-0,189*** (0,018)		-0,197*** (0,019)
Наблюдаемая инфляция X Индекс ФГ лаг1			-0,022*** (0,003)				0,044*** (0,003)				-0,034*** (0,003)	
Наблюдаемая инфляция X средний Индекс ФГ лаг1				0,004 (0,018)				-0,006 (0,014)				0,004 (0,012)
Наблюдаемая инфляция X высший Индекс ФГ лаг1				0,006 (0,021)				-0,014 (0,018)				0,012 (0,019)
Возраст	0,020 (0,018)	0,026 (0,020)	0,024 (0,020)	0,026 (0,020)	-0,019 (0,014)	-0,040** (0,017)	-0,038** (0,017)	-0,041** (0,016)	0,008 (0,015)	0,014 (0,016)	0,012 (0,017)	0,015 (0,016)
Образование	0,183 (0,170)	0,215 (0,174)	0,216 (0,174)	0,214 (0,172)	0,141 (0,135)	0,184 (0,183)	0,179 (0,184)	0,199 (0,179)	-0,297* (0,157)	-0,296 (0,180)	-0,289 (0,181)	-0,313* (0,177)
Семья	0,274* (0,148)	0,227 (0,165)	0,236 (0,164)	0,231 (0,151)	0,039 (0,118)	0,206 (0,148)	0,186 (0,147)	0,162 (0,143)	-0,248* (0,143)	-0,430** (0,170)	-0,414** (0,168)	-0,383** (0,156)
Занятость	1,671** (0,684)	1,331* (0,729)	1,333* (0,733)	1,323* (0,728)	-2,230*** (0,514)	-2,076*** (0,679)	-2,091*** (0,681)	-1,987*** (0,671)	1,542*** (0,557)	0,845 (0,672)	0,837 (0,673)	0,770 (0,661)

Пол	0,098 (0,193)	0,112 (0,193)	0,109 (0,194)	0,113 (0,194)	0,238* (0,141)	0,278 (0,171)	0,294* (0,171)	0,262 (0,172)	-0,338** (0,157)	-0,337** (0,172)	-0,344** (0,172)	-0,326* (0,172)
Населенный пункт	-0,126* (0,073)	-0,067 (0,077)	-0,066 (0,077)	-0,061 (0,072)	0,182*** (0,052)	0,103* (0,062)	0,103* (0,061)	0,069 (0,061)	-0,135** (0,056)	-0,051 (0,062)	-0,050 (0,062)	-0,019 (0,060)
Продукты	-0,005 (0,012)	0,012 (0,013)	0,011 (0,013)	0,012 (0,013)	0,004 (0,008)	-0,032*** (0,011)	-0,032*** (0,011)	-0,034*** (0,012)	-0,002 (0,009)	0,024** (0,010)	0,024** (0,010)	0,026** (0,010)
Константа	-2,748 (2,121)	-3,841* (2,332)	-5,373** (2,357)	-3,786** (1,824)	-2,560 (1,573)	-1,169 (1,942)	2,220 (1,928)	-0,730 (1,591)	3,251* (1,734)	2,746 (1,961)	0,338 (1,928)	2,226** (1,521)
Доля корректно предсказанных случаев	0,853	0,850	0,850	0,850	0,597	0,755	0,757	0,755	0,702	0,746	0,755	0,750
N	1190											

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ .

**Приложение 30. Связь отклонения оценок наблюдаемых и ожидаемых темпов роста цен за 12 месяцев с лагированным значением уровня финансовой грамотности**

Зависимая переменная	Модуль разницы между инфляционными ожиданиями и наблюдаемой инфляцией за 12 месяцев			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
Индекс ФГ лаг1	-1,656*** (0,259)	-1,905** (0,762)	-1,656*** (0,259)	-1,544*** (0,221)
Индекс ФГ лаг1 X Наблюдаемая инфляция	0,091*** (0,006)	0,091*** (0,008)	0,091*** (0,006)	0,093*** (0,002)
Возраст	-0,003 (0,039)	0,006 (0,047)	-0,003 (0,039)	-0,040* (0,021)
Образование	0,291 (0,366)	0,268 (0,487)	0,291 (0,366)	0,337 (0,205)
Семья	0,248 (0,243)	0,110 (0,245)	0,248 (0,243)	0,421** (0,178)
Занятость	-0,600 (0,837)	-0,550 (1,097)	-0,600 (0,837)	-2,187*** (0,780)
Пол	0,065 (0,229)	-	0,065 (0,229)	0,229 (0,201)
Населенный пункт	0,005 (0,095)	-	0,005 (0,095)	0,030 (0,080)
Δ Мат. положение	1,287 (0,788)	1,240 (0,872)	1,287 (0,788)	1,328** (0,519)
Константа	4,313 (4,364)	5,755 (6,890)	4,313 (4,364)	5,209** (2,364)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,528	0,523		0,620
N	1190			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

**Приложение 31. Связь относительного отклонения оценок наблюдаемых и ожидаемых темпов роста цен за 12 месяцев с лагированным значением уровня финансовой грамотности**

Зависимая переменная	Отношение модуля разницы между инфляционными ожиданиями и наблюдаемой инфляцией за 12 месяцев к наблюдаемой инфляции			
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	ВМНК <sup>4</sup>
Индекс ФГ лаг1	0,013 (0,018)	-0,008 (0,035)	0,013 (0,019)	-0,011 (0,012)
Наблюдаемая инфляция	0,013*** (0,003)	0,014*** (0,003)	0,013*** (0,003)	0,010*** (0,001)
Наблюдаемая инфляция X Дамми ожд=набл	-0,027*** (0,002)	-0,027*** (0,003)	-0,027*** (0,002)	-0,024*** (0,001)
Наблюдаемая инфляция X Дамми ожд<набл	-0,006** (0,003)	-0,005** (0,003)	-0,006** (0,003)	-0,002*** (0,001)
Наблюдаемая инфляция X средний Индекс ФГ лаг1	-2,232e <sup>-4</sup> (8,070 <sup>-4</sup> )	-0,002 (0,001)	-3,311e <sup>-4</sup> (8,135 <sup>-4</sup> )	3,201e <sup>-4</sup> (0,001)
Наблюдаемая инфляция X высший Индекс ФГ лаг1	-1,062e <sup>-4</sup> (1,163e <sup>-3</sup> )	-0,002 (0,001)	-2,455e <sup>-4</sup> (0,001)	0,001 (0,001)
Возраст	6,623e <sup>-4</sup> (1,558e <sup>-3</sup> )	1,531e <sup>-4</sup> (0,002)	0,001 (0,002)	-0,001 (0,001)
Образование	-0,015 (0,023)	-0,026 (0,029)	-0,016 (0,024)	0,015* (0,009)
Семья	0,030** (0,015)	0,026 (0,018)	0,029* (0,015)	0,013* (0,008)
Занятость	0,037 (0,076)	0,053 (0,074)	0,039 (0,076)	-0,041 (0,034)
Пол	-0,005 (0,022)	-	-0,006 (0,023)	-1,244e <sup>-4</sup> (0,009)
Населенный пункт	-0,001 (0,005)	-	-0,002 (0,005)	0,003 (0,004)
Δ мат.положение	0,044 (0,045)	0,046 (0,058)	0,045 (0,046)	0,052** (0,023)
Константа	0,061 (0,199)	0,244 (0,285)	0,071 (0,203)	0,197* (0,112)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,421	0,434		0,617
N	1190			

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 32. Связь отклонения оценки наблюдаемых темпов инфляции от ИПЦ Росстата с лагированным значением уровня финансовой грамотности

Зависимая переменная	Модуль разницы наблюдаемого темпа роста цен от значения индекса потребительских цен, рассчитанного Росстатом							
	МНК <sup>1</sup>		ФЭ <sup>2</sup>		СЭ <sup>3</sup>		ВМНК <sup>4</sup>	
Индекс ФГ лаг1	-0,623* (0,317)	-1,556** (0,773)	-7,205*** (1,150)	-7,897*** (1,279)	-0,623* (0,317)	-1,556** (0,773)	-0,547** (0,234)	-1,197*** (0,392)
Возраст	-0,216 (0,207)	-0,220 (0,213)	-0,242 (0,216)	-0,244 (0,223)	-0,216 (0,207)	-0,220 (0,213)	-0,117 (0,178)	-0,151 (0,179)
Возраст <sup>2</sup>	0,002 (0,002)	0,003 (0,002)	0,003 (0,002)	0,003 (0,002)	0,002 (0,002)	0,003 (0,002)	0,001 (0,002)	0,002 (0,002)
Образование	0,099 (0,259)	0,097 (0,262)	-0,581** (0,280)	0,342* (0,198)	0,099 (0,259)	0,097 (0,262)	0,049 (0,227)	0,062 (0,227)
Семья	0,641*** (0,213)	0,597*** (0,211)	1,171*** (0,424)	1,142** (0,434)	0,641*** (0,213)	0,597*** (0,211)	0,635*** (0,207)	0,607*** (0,207)
Занятость	1,150 (0,868)	1,136 (0,882)	1,147 (0,951)	1,137 (0,957)	1,150 (0,868)	1,136 (0,882)	1,390 (0,890)	1,348 (0,888)
Пол	-0,700** (0,280)	-0,709** (0,273)	-	-	-0,700** (0,280)	-0,709*** (0,273)	-0,937*** (0,227)	-0,954*** (0,227)
Населенный пункт	-0,176 (0,110)	-0,179 (0,107)	-	-	-0,176 (0,110)	-0,179* (0,107)	-0,131 (0,088)	-0,136 (0,088)
Продукты	0,018 (0,015)	0,017 (0,015)	0,032** (0,014)	0,031** (0,014)	0,018 (0,015)	0,017 (0,015)	0,013 (0,015)	0,012 (0,015)
Курс	8,052*** (0,760)	7,959*** (0,760)	7,677*** (0,714)	7,602*** (0,715)	8,052*** (0,760)	7,959*** (0,760)	7,485*** (1,049)	7,390*** (1,048)
Наблюдаемая инфляция	0,525*** (0,037)	0,201 (0,193)	0,593*** (0,035)	0,342* (0,198)	0,525*** (0,037)	0,201 (0,193)	0,469*** (0,014)	0,249** (0,108)
Индекс ФГ лаг1 X Наблюдаемая инфляция		0,058 (0,038)		0,044 (0,036)		0,058 (0,038)		0,040** (0,019)
Константа	-3,611 (5,370)	1,944 (7,863)	32,370*** (8,473)	36,427*** (9,616)	-3,611 (5,370)	1,944 (7,863)	-4,880 (4,902)	-0,336 (5,282)
R <sup>2</sup> <sub>adj</sub>	0,561	0,563	0,620	0,622			0,507	0,512
N	1192							

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ;  
<sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами, <sup>4</sup>взвешенный метод наименьших квадратов.

### Приложение 33. Связь отклонения оценки наблюдаемых темпов инфляции от ИПЦ Росстата с уровнем финансовой грамотности

Зависимая переменная	Модуль разницы наблюдаемого темпа роста цен от значения индекса потребительских цен, рассчитанного Росстатом					
	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>	МНК <sup>1</sup>	ФЭ <sup>2</sup>	СЭ <sup>3</sup>
Индекс ФГ	-4,968*** (1,263)	-3,871** (1,539)	-5,081*** (1,952)	-5,444*** (2,106)	-3,723* (1,968)	-5,072* (2,610)
ИПЦ				-0,325** (0,148)	-0,172 (0,130)	-0,306* (0,178)
Возраст	0,428 (0,352)	0,465* (0,266)	0,291 (0,311)	0,381 (0,384)	0,405 (0,261)	0,396 (0,286)
Возраст <sup>2</sup>	-0,004 (0,004)	-0,004 (0,003)	-0,003 (0,003)	-0,004 (0,004)	-0,004 (0,003)	-0,004 (0,003)
Курс	-4,241** (1,842)	-3,827** (1,595)	-4,349** (1,860)	-7,644*** (2,364)	-5,994*** (1,978)	-7,458*** (2,259)
Образование	0,476 (0,593)	-0,009 (0,341)	0,554 (0,467)	0,584 (0,613)	0,115 (0,341)	0,332 (0,410)
Семья	-0,551 (0,556)	0,355 (0,376)	-0,608 (0,585)	-0,925 (0,621)	-0,131 (0,375)	-0,639 (0,572)
Занятость	-1,794 (1,362)	-1,220 (1,265)	-2,479* (1,387)	-0,799 (1,109)	0,079 (1,263)	-0,183 (1,308)
Пол	-1,374** (0,689)	-	-1,262*** (0,398)	-1,334* (0,746)	-	-1,280** (0,580)
Населенный пункт	-0,978*** (0,308)	-	-0,982** (0,457)	-1,142** (0,451)	-	-1,102** (0,553)
Δ Мат. положение	-3,055*** (1,093)	-3,070*** (0,885)	-3,487*** (1,123)			
Продукты				0,106*** (0,030)	0,121*** (0,020)	0,116*** (0,022)
Интернет	12,425*** (3,799)	-4,246 (4,602)	13,428*** (2,497)	13,171*** (4,814)	-0,108 (4,503)	12,802*** (4,330)
СВО	-2,942*** (0,783)	-1,789** (0,745)	-3,009*** (1,141)	-0,123 (0,766)	-0,329 (0,766)	-0,083 (0,805)
Константа	23,829*** (8,916)	22,826** (11,591)	27,489** (11,014)	29,058** (13,408)	19,207 (13,892)	25,172 (15,414)
Инструменты	Форма сбереж (доля) лаг 1, Ковид					
p-val Haus	0,001			0,026		
F stat	22,992			11,449		
p-val Sarg	0,520			0,576		
N	1244					

Примечание: обозначение статистической значимости \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ ; <sup>1</sup>метод наименьших квадратов, <sup>2</sup>модель с фиксированными эффектами, <sup>3</sup>модель со случайными эффектами.