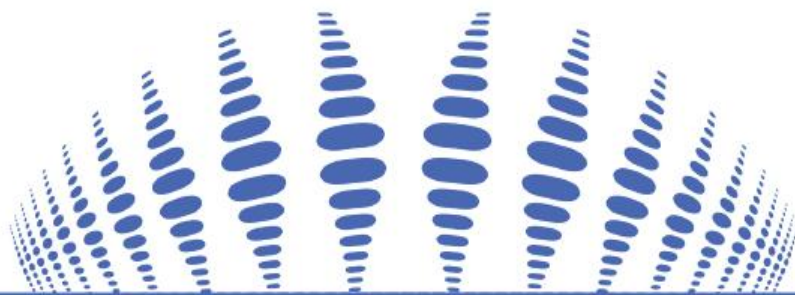


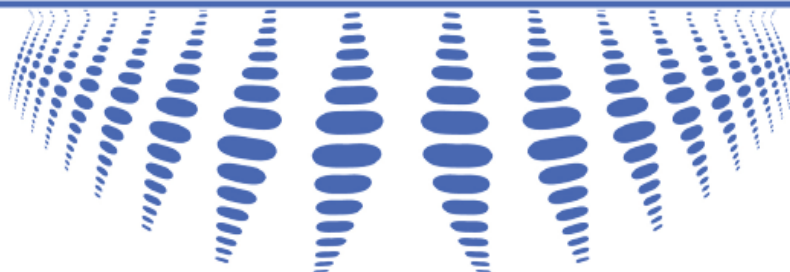


Институт статистических  
исследований  
и экономики знаний

Центр  
конъюнктурных  
исследований



# ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В I КВАРТАЛЕ 2026 г.



Апрель '26  
Москва

### **Авторы:**

Лола И.С (руководитель авторского коллектива)  
Остапкович Г.В.,  
Асосков Д.Г.,  
Урсуленко В.С.

**Потребительские настроения населения в I квартале 2026 г. – М.: НИУ ВШЭ, 2026 – 9 с.**

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Потребительские настроения населения в I квартале 2026 г.», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

**В основу обзора** положены ежеквартальные опросы более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше. Такие опросы Федеральная служба государственной статистики (Росстат) проводит во всех субъектах РФ. Это распространённый и действенный в международной практике статистических служб и исследовательских организаций источник информации о потребительских настроениях населения.

**Информационная база мониторинга** содержит категориальную статистику «**балансов мнений**», базирующуюся на ответах респондентов обследований Росстата. Такая «мягкая» качественная статистика отражает особенности когнитивного восприятия экономическими агентами экономических тенденций в режиме «почти реального времени».

Первичные данные Росстата (ответы респондентов на вопросы анкет) структурированы в соответствии с прямыми индикаторами каждого выборочного обследования. В результате их **квантификации** формируется информационный массив, представленный преимущественно в порядковой и номинальной шкалах измерения. Вычислительные процедуры для обработки и агрегации полученных категориальных данных позволяют получать динамику **композитных (сводных) индикаторов**.

**Основные требования** ко всем композитным индикаторам конъюнктурных обследований в сфере услуг – это измерение многомерных понятий; наличие опережающих свойств по выпуску результатов обследований; прозрачность метода агрегации, простота интерпретации и доступность для эффективного восприятия.

*Материал подготовлен в ходе проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)*

**Институт статистических исследований и экономики знаний**

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

E-mail: [issek@hse.ru](mailto:issek@hse.ru)

<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2026

При перепечатке ссылка обязательна

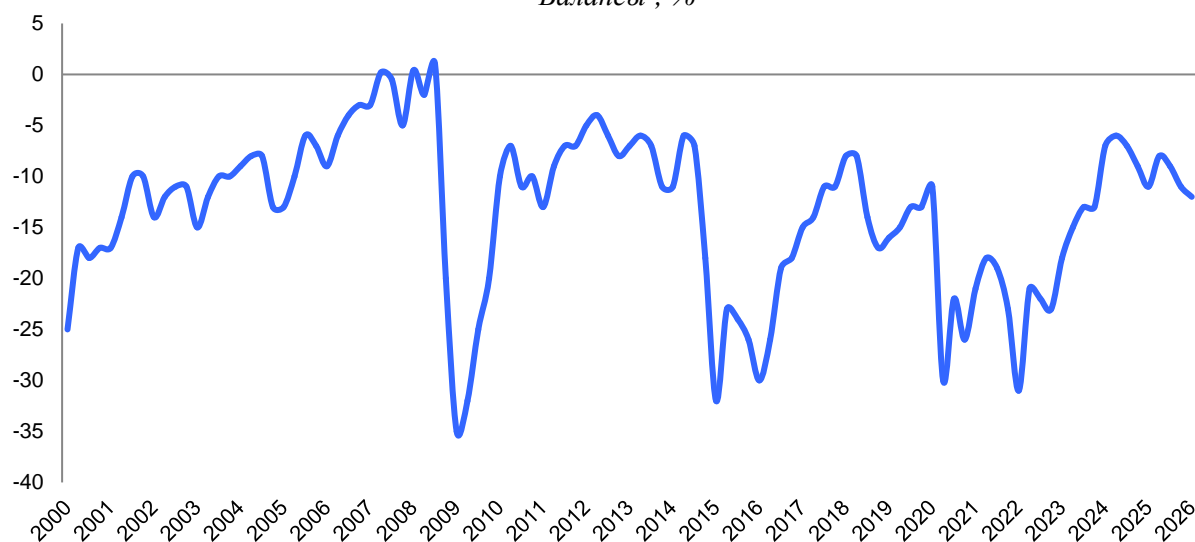
Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о потребительских настроениях населения России в I кв. 2026 г. Обзор базируется на результатах ежеквартального опроса потребителей (домашних хозяйств). Опрос проводился Федеральной службой государственной статистики во всех субъектах РФ, в нём приняли участие 5.1 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах.

## Основные итоги I квартала 2026 г.

Исходя из выявленных и обобщённых мнений более 5 тыс. взрослого населения страны, главный результирующий композитный индикатор данного исследования – **индекс потребительской уверенности (ИПУ)**, отражающий совокупные текущие потребительские настроения и ожидания населения, – в I кв. т. г. составил (-12%).

В квартальной и годовой динамике (к IV кв. 2025 г. и I кв. 2024 г.) снижение составило только 1 процентный пункт (далее – п. п.). Т.е. можно констатировать, что несмотря на вялотекущее ухудшение значения ИПУ, которое Росстат выявляет уже третий квартал подряд, потребительская уверенность сохраняет относительную стабильность, не демонстрируя признаков резкого ухудшения. Наблюдаемое изменение траектории индикатора безусловно свидетельствует о преобладании осторожных настроений, однако его слабый темп снижения (1 п. п. против более существенных колебаний в предыдущие периоды) указывает на высокую адаптацию домохозяйств к текущим макроэкономическим условиям.

Рис. 1. Динамика индекса потребительской уверенности  
Балансы<sup>1</sup>, %



Источник: Росстат.

Одновременно следует отметить, что если сравнивать итоги ИПУ в I кв. т. г. с соответствующими результатами всех первых кварталов любого года за последние 10 лет, следует иметь в виду, что потребительские настроения домашних хозяйств во всех первых кварталах, как правило, хуже, чем в остальные наблюдаемые периоды, особенно по

<sup>1</sup> Балансы оценок показателей (в процентах) определяются разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

сравнению с четвёртыми кварталами, когда выплачиваются все годовые финансовые бонусы (премии, дивиденды и др.), и даже отдельные социальные выплаты, предусмотренные к оплате в первых кварталах (пенсии, стипендии и др.). В результате реальные денежные доходы населения в первых кварталах любого года постоянно примерно на 25% меньше, чем в предыдущем четвертом квартале. Моментное сезонное квартальное падение доходов снижает платёжеспособность домашних хозяйств и уменьшает потребление товаров и услуг, что даже на уровне психологии ухудшает потребительские настроения респондентов, участвующих в опросах. Учитывая данное обстоятельство, полученное в I кв. т. г. значение ИПУ (-12%) можно с осторожностью интерпретировать как «удовлетворительное», по крайней мере для начала года. При этом следует напомнить, что самые низкие показатели ИПУ для первых кварталов за всё время наблюдений (с 1998 г.), были зафиксированы в стрессовые периоды для российской экономики – постдефолтный период 1999 г. и в начале финансово-экономического кризиса 2009 г. ((-51%) и (-35%) соответственно). Лучший результат ИПУ для всех первых кварталов был выявлен Росстатом на финише «тучного» периода для российской экономики - I кв. 2008 г. – (+0,4%).

Главными антидрайверами, помимо сезонной составляющей, сформировавшими понижательную тенденцию ИПУ, оценочно стали наблюдаемое снижение темпов роста реальной заработной платы и сжатие (охлаждение) экономики, что всё-таки вызывает определённые опасения относительно будущей динамики внутреннего потребления. Тем более, что в последнее время наблюдается склонность определённой части населения, преимущественно высокодоходного и верхних «децилей» среднедоходного, переходить от потребительской модели поведения к сберегательной, зачастую перенося покупку дорогостоящих и долговременных товаров в отложенный спрос. Так, по данным ЦБ РФ, депозитная база вкладов населения в банках достигла 67 трлн руб. Это рекордное значение, составляющее более 1,5 годового федерального бюджета страны, или почти треть совокупного ВВП. Однако относительным преимуществом подобного роста вкладов населения является тот очевидный факт, что все эти вложенные финансовые средства работают сегодня на само население и экономических агентов в виде соответствующих полученных кредитов.

Среди пяти компонентов, входящих в структуру сводного ИПУ в I кв. т. г., наблюдалась следующая коррекция по сравнению с IV кв. 2025 г.:

- ✓ **Индекс произошедших изменений в личном материальном положении за год снизился на 2 п. п. до (-10%);**
- ✓ **Индекс ожидаемых изменений личного материального положения в следующие 12 месяцев снизился на 1 п. п. до (-6%);**
- ✓ **Индекс произошедших изменений в экономике России за последний год снизился на 2 п. п. до (-18%);**
- ✓ **Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в краткосрочной перспективе снизился на 2 п. п. до (-9%);**
- ✓ **Индекс благоприятности условий для крупных покупок снизился на 2 п. п. до (-19%).**

Рис. 2. Компоненты ИПУ— частные индексы изменения экономической ситуации в России, личного материального положения, а также благоприятности условий для крупных покупок  
 Балансы, %



Источник: Росстат.

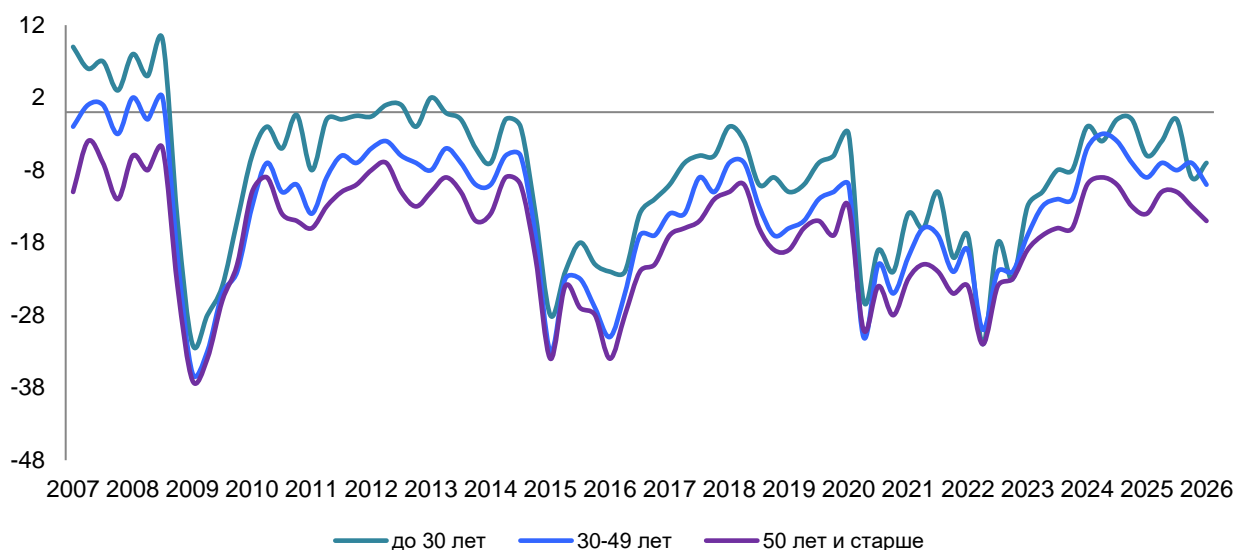
## Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения

Относительно лучшее значение ИПУ в отчётном квартале было зафиксировано в младшей группе респондентов в возрасте до 30 лет – (-7%). Индекс показал рост на 2 п. п. по сравнению с IV кв. прошлого года. Подобный манёвр со стороны молодёжи был вполне ожидаем после необъяснимого провала их ИПУ в IV кв. прошлого года по сравнению с III кв. на 8 п. п.

Средняя возрастная группа (30-49 лет) показала результат своего частного ИПУ (-10%), впервые за последний год войдя в двузначную отрицательную зону. Подобная негативная динамика потребительских настроений в средней группе респондентов (условный – средний класс) является тревожным сигналом, так как средневозрастная группа населения – самая многочисленная и самая производительная часть населения, создающая не только наибольшую долю ВВП страны, но и активно участвующая в потреблении и создании сбережений, а также обеспечивающая материально-финансовую поддержку младшего и старшего поколения. Причём снижение в средней группе наблюдается и по всем компонентам, входящим в структуру сводного ИПУ.

Традиционно самые пессимистичные настроения выявлены в I кв. т. г. в старшей возрастной группе населения (50 лет и старше) – (-15%). Падение ИПУ в данной группе наблюдается третий квартал подряд. При этом ухудшение потребительских настроений старшей возрастной группы происходит на фоне постоянной индексации страховых и социальных пенсий, снижения уровня бедности в стране, продолжения роста, хотя и более медленными темпами, реальных доходов населения. Видимо причины ухудшения потребительских настроений населения из старшей возрастной группы, в том числе находятся не только в экономической зоне, но и под влиянием иных факторов.

Рис. 3. Индекс потребительской уверенности по возрастным группам населения  
Балансы, %



Источник: Росстат.

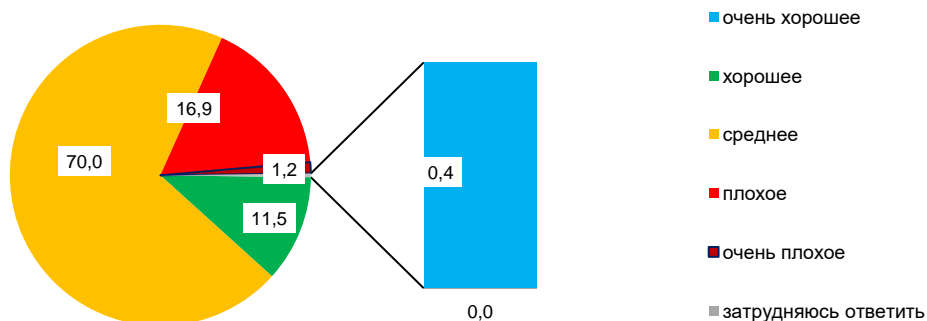
### Распределение ответов на отдельные вопросы анкеты

Итоговые обобщённые данные распределения мнений респондентов относительно отдельных показателей, формирующих потребительскую уверенность населения, представленные в пятикатегорийном интервале (от «очень хорошее» до «очень плохое»), показали следующие результаты.

Так, об «очень хорошем» и «хорошем» своём текущем материальном положении в отчётном квартале суммарно сообщили 11,9% респондентов, что на 1,8 п. п. меньше, чем в предыдущем квартале. Одновременно наблюдалось незначительное ухудшение суммарных оценок «плохого» и «очень плохого» материального положения (18,1%), что на 2,2 п. п. хуже предыдущего квартала. Основная доля ответов (70,0%) пришлась на оценку среднего материального положения.

Рис. 4. Распределение мнений респондентов о текущем материальном положении в I квартале 2026 г.

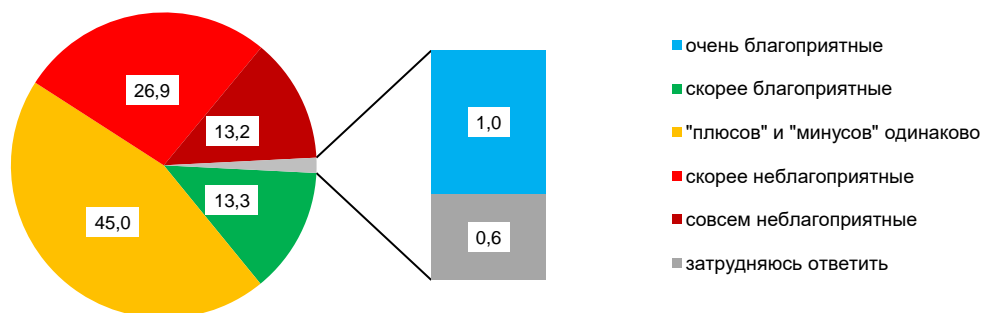
Доля от общего числа респондентов, %



Источник: Росстат.

**Рис. 5. Распределение мнений респондентов об условиях для крупных покупок в I квартале 2026 г.**

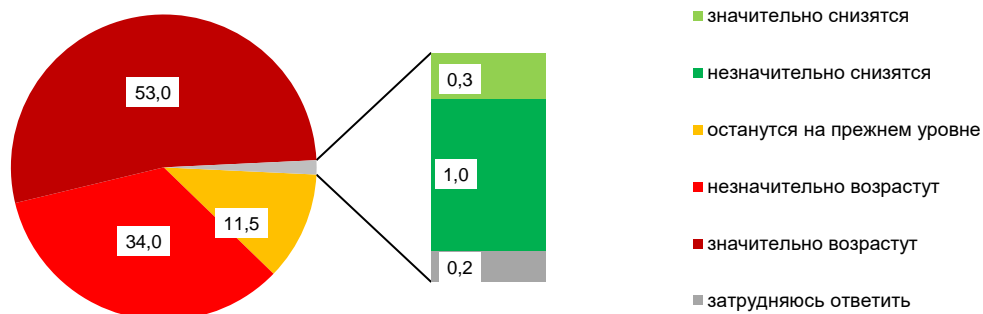
*Доля от общего числа респондентов, %*



Источник: Росстат.

**Рис. 6. Распределение мнений респондентов об ожидаемых изменениях цен в I квартале 2026 г.**

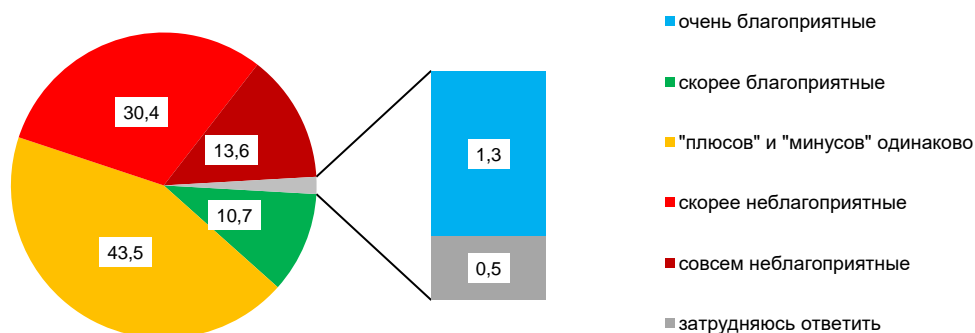
*Доля от общего числа респондентов, %*



Источник: Росстат.

**Рис. 7. Распределение мнений респондентов об условиях для формирования сбережений в I квартале 2026 г.**

*Доля от общего числа респондентов, %*



Источник: Росстат.

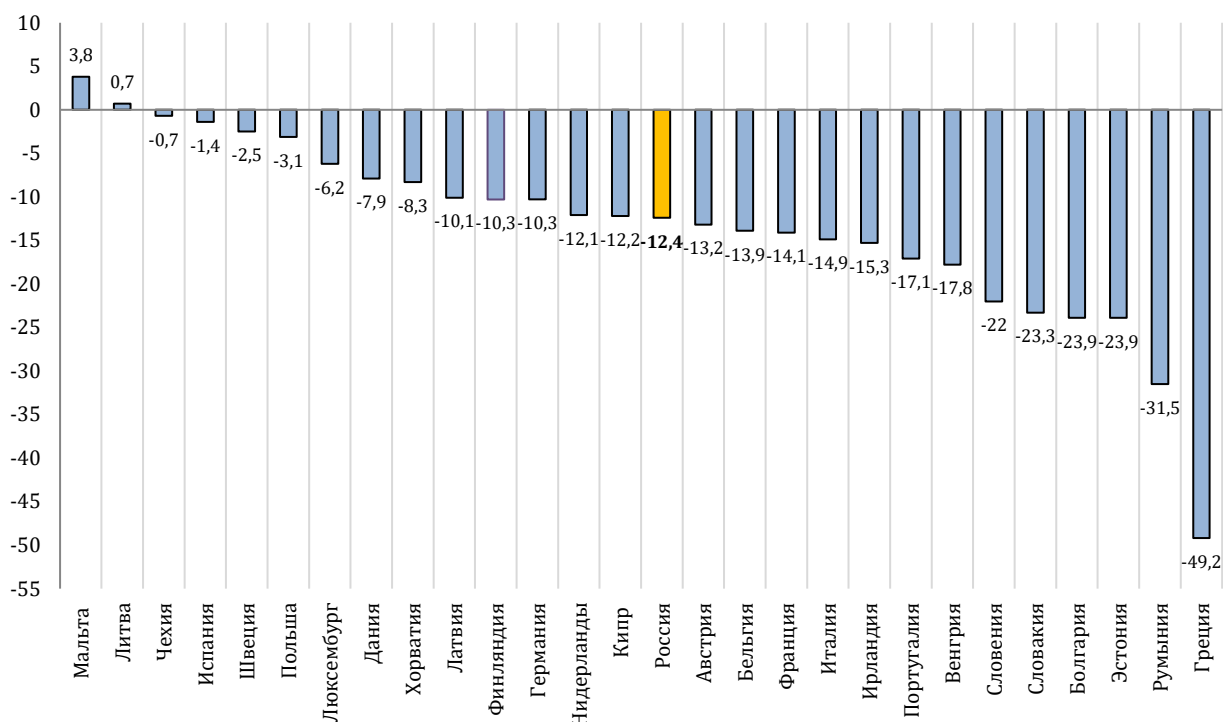
Как уже отмечалось выше, в отчётном квартале ухудшился показатель «благоприятность текущих условий» для крупных покупок. Об «очень благоприятном» и скорее «благоприятном» периоде для крупных покупок в I кв. т. г. сообщили 14,3% респондентов, что на 0,8 п. п. хуже, чем в IV кв. прошлого года. О «совсем

неблагоприятной» текущей ситуации для крупных покупок в отчётном квартале сообщили лишь 13,2% респондентов.

Участники опроса, несмотря на статистическое снижение уровня инфляции, особенно в своих ценовых ожиданиях, предполагают в 2026 г. устойчивый рост цен на товары и услуги. Так, 87,0% респондентов считают, что цены в текущем году продолжают свой рост, 53,0% ожидают «значительный рост» и 34,0% - «незначительный». При этом 1,3% респондентов констатируют возможность снижения цен, а 11,5% надеются на сохранение цен на уровне прошлого года.

### Позиция России в потребительском рейтинге европейских стран

Рис.8. Индексы потребительской уверенности в России и странах ЕС в I квартале 2026 г.  
Балансы, %



Источники: Росстат, Евростат.

В I кв. 2026 г. в рейтинг стран ЕС (27 стран), где подобные исследования проводятся по единой с российской методологией, индекс потребительской уверенности России переместился с 11-го места в IV кв. 2025 г. на 15-е место в отчётном квартале.

Остальные 25 стран ЕС имели отрицательное значение ИПУ. Традиционным аутсайдером является Греция (-49,2%). В замыкающую пятёрку вошли также Румыния (-31,5%), Эстония (-23,9%), Болгария (-23,9%), Словакия (-23,3%) и Словения (-22,0%).

## Методологические примечания

В ежеквартальных выборочных обследованиях потребительских ожиданий населения России, проводимых Росстатом с 1998 г., принимают участие более 5 тыс. человек в возрасте от 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах во всех субъектах Российской Федерации.

Анкета обследования включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации, личном материальном положении, сбережениях и других аспектах формирования потребительской уверенности.

Частные индексы рассчитываются на основе определения баланса оценок – разности между суммой долей (в процентах) определенно позитивных и 1/2 скорее позитивных ответов и суммой долей (в процентах) определенно негативных и 1/2 скорее негативных ответов.

Обобщающий индекс потребительской уверенности рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения, произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России, благоприятности условий для крупных покупок.