Россияне боятся девальвации рубля и роста цен, поэтому тратят деньги, как перед кризисом.

Как пишет РБК, об этом свидетельствуют данные опроса Центробанка, проведенного с 15 по 22 сентября. Из 2 тыс. опрошенных рост цен отмечают 34%. Доля респондентов, которые считают, что сейчас хорошее время для крупных покупок, увеличилась на 2% по сравнению с августом, также до 34% – это максимальное значение за всю историю наблюдений, признаются в ЦБ.

«Всякий раз, когда рубль обесценивается, население предпочитает мобилизовать ресурсы на покупку дорогих и крупных товаров, понимая, что завтра может быть еще хуже», – объясняет директор центра анализа доходов и уровня жизни населения Высшей школы экономики Лилия Овчарова. «Основная причина роста потребления крупных товаров – неопределенность в отношении будущего курса валюты», – соглашается главный экономист Deutsche Bank Ярослав Лисоволик.

Руководитель направления анализа и прогнозирования макроэкономических процессов ЦМАКП Дмитрий Белоусов вспоминает, что также вели себя потребители в 2008 году: «Когда население начинает чувствовать, что скоро будет волна кризиса, люди начинают в режиме «пока есть деньги» экстренно производить крупные покупки, чтобы избегать их в более поздний период».

Что подразумевается под крупными покупками, ЦБ в своем отчете не уточняет. Продавцы, например, квартир и автомобилей рост спроса точно не фиксируют. Так, как сообщала Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ), продажи новых легковых и коммерческих автомобилей (грузоподъемность – до 1,5 тонн, «Газель» и т.п.) в сентябре снизились на 20,1% по сравнению с аналогичным периодом 2013 года. Между тем продавцы менее дорогих товаров, к примеру, бытовой техники, настроены более оптимистично. «Для людей бытовая техника всегда является уверенным способом для инвестиций, а с учетом колебаний курса рубля многие считают, что хранить деньги рискованно и лучше инвестировать, например, в бытовую технику», – сообщил руководитель управления по связям с общественностью «М.Видео» Антон Пантелеев.

Гендиректор компании Anywayanyday, помогающей туристам бронировать отели и билеты, Кирилл Подольский также не видит всплеска потребления, о котором сообщил ЦБ. «Люди, наоборот, отказались от привычных трат и отказываются строить долгосрочные планы», - отмечает он.

Источник: znak.com