



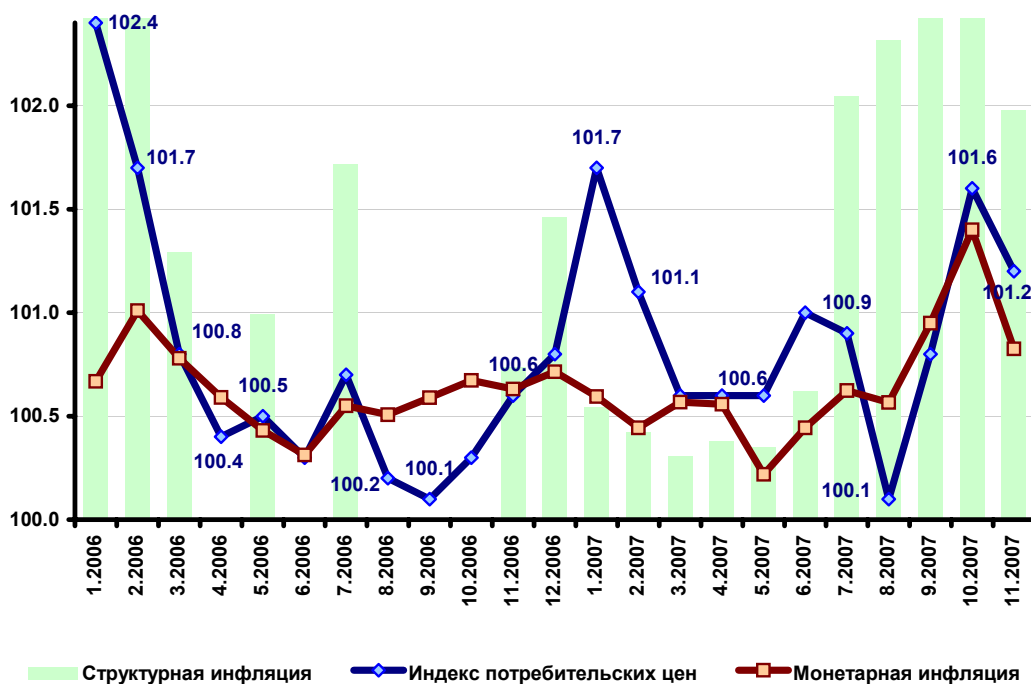
О динамике потребительских цен в ноябре 2007 г.

В ноябре инфляция составила 101.2%. Несомненно, после октябрьских 101.6% этот результат трудно не трактовать, как определенный успех (см. график 1). Тем более, что растущий в четвертом квартале вклад сезонного компонента инфляции (определяемый удорожанием плодоовощной продукции и предновогодним ростом продаж), наоборот, традиционно ведет к последовательному, месяц от месяца, повышению динамики цен.

Однако, ни сам уровень инфляции (вдвое больший, чем год назад), ни то обстоятельство, что столь высокий уровень¹ был продемонстрирован в ситуации, когда был задействован целый ряд инструментов, которые должны были радикально снизить уровень инфляции – добровольное замораживание цен на ряд видов продовольственных товаров со стороны торговых сетей, усиление укрепления рубля и т.д. Однако, положительный эффект от этих действий остается пока явно недостаточным.

¹ С этим связана определенная интрига. Согласно оперативной еженедельной информации Росстата, регулярно озвучивавшейся представителями Минэкономразвития и Банка России, инфляция по итогам месяца надежн овыходила на 100.8-100.9%, а инфляция по итогам года в целом – на 111.5%.

**График 1. Динамика потребительских цен в 2006-2007 гг.
(темпы роста,%)**



Высокий уровень инфляции объясняется действием следующих факторов:

- быстрым удорожанием молока и молочной продукции (молоко – 103.7%, сливочное масло – 104.3%). На фоне более низких, чем в прошлые два месяца², темпов роста цен на потребительском рынке, в структуре роста цен происходят примечательные подвижки. Речь идет о формировании на молочном рынке классической инфляции издержек (см. врезку), требующей для своего преодоления специфического инструментария³ (см. врезку 1, график 2а);

² Для сравнения, молоко: сентябрь – 107.2%, октябрь – 109.6%; сливочное масло: сентябрь – 112.7%, октябрь – 109.6%.

³ Отметим, что условиями известных соглашений о замораживании цен на отдельные виды продуктов питания в торговых сетях оговаривается, что это замораживание происходит при условии отсутствия крупномасштабного удорожания закупаемой продукции – а именно это условие сейчас и не выполняется.

Врезка 1. Об изменении модели удорожания молочной продукции

На раннем этапе (июль-сентябрь) скачок цен на молочную продукцию был обусловлен, отчасти, удорожанием импорта, и отчасти – игрой организаций торговли-региональных монополистов. Для этого периода характерна «обратная» логика удорожания молочной продукции – лидерами роста были цены на потребительском рынке и цены в молочной промышленности. В то же время сельскохозяйственные производители практически не получали эффекта от быстрого повышения цен на сельхозпродукцию – увеличение закупочных цен практически не выходило за пределы нормальной сезонной динамики.

Уже в октябре ситуация радикально изменилась. Возникновения локального дефицита молока (связанного с переориентацией части производителей на европейский рынок, а российских, соответственно – на рынки стран СНГ) привело к становлению в России, практически классического «рынка продавца» сельскохозяйственной продукции и к скачку закупочных цен на молоко.

- началом обычного сезонного удорожания плодоовощной продукции (106.2%);
- заметным удорожанием автомобильного бензина (102.3%) – впервые после почти годового перерыва. Надо отметить, что, несмотря на бурный рост цен на нефть на мировом рынке, это удорожание вряд ли окажется масштабным и длительным. Судя по имеющимся сведениям, ситуация⁴ используется крупными вертикально интегрированными компаниями, сдерживающими повышение цен на бензин за счет доходов от экспорта для зачистки рынка от мелких и средних субъектов, реализующих бензин на рынке под собственной маркой или на условиях франчайзинга.

В целом, инфляция на российском потребительском рынке сейчас имеет ярко выраженный структурный характер. Причем, именно снижение структурной инфляции⁵ со 104.2% в октябре до 102.0% в

⁴ Рост мировых цен на нефть сопровождается автоматическим повышением НДПИ; постепенно и для всех компаний повышаются затраты на энергоресурсы, оплату труда, транспортировку. Принципиальная разница состоит, во-первых, в возможности выхода на внешние рынки, во-вторых – в наличии собственной нефтепереработки, позволяющей распределять доходность и риски между разными направлениями бизнеса. И то, и другое в полной мере есть лишь у крупных вертикально-интегрированных компаний

⁵ Структурная инфляция обуславливается удорожанием товаров, на рынках которых, в той или иной степени, действуют специфические факторы инфляции – монополизация локальных рынков, импорт инфляции и инфляция издержек, обусловленная удорожанием затрат. В условиях 2007 г. в соответствующий агрегат мы включаем следующие товарные группы: хлеб и хлебобулочные изделия, крупа и бобовые, макаронные изделия, мясо и птица, молоко и молочная продукция, масло сливочное, масло подсолнечное, бензин автомобильный.

ноябре стало главным фактором общего замедления динамики потребительских цен (см. график 3).

Однако, устойчивость этого снижения – под вопросом. С одной стороны, явным ограничителем инфляции выступает тот факт, что по большинству товарных позиций, где отмечался ускоренный рост цен (молоко, сыр, сливочное масло, подсолнечное масло) цены в России вышли или приблизились к ценам на европейских рынках.

С другой стороны, существует ряд факторов, способных перевести удорожание ряда видов продовольственных товаров – особенно торгуемых только на локальных рынках, где фактор конкуренции с импортом не работает – в затяжную форму.

Это относится, в частности, к рынку хлеба и других продуктов, производимых из зерна (макаронные изделия, крупы). Стабилизация цен на хлеб (впрочем, достаточно относительная: октябрь – 101.0%, ноябрь – 100.6%) обусловлена исключительно замораживанием цен в торговле⁶ – в результате чего, доходность этого бизнеса, по имеющимся оценкам, снизилась до 2-3%. В то же время, на рынке хлеба продолжается четко выраженная инфляция издержек (см. график 2а). Рост закупочных цен на зерно заметно опережает повышение цен в мукомольно-крупяной и хлебопекарной промышленности, а они в свою очередь – полностью оторвались от удорожания хлеба на потребительском рынке. Такая ситуация, очевидно, создает потенциал для нового витка роста цен в перспективе.

⁶ Отметим, что на других рынках «зерновых» товаров – круп, макаронных изделий – никакой остановки роста цен не наблюдается. Удорожание круп осталось на уровне прошлого месяца (102.9%), макаронных изделий – даже несколько усилилось (103.3% против 103.1%).

График 2а. Соотношение динамики закупочных цен на молоко продукцию, цен производителей в молочной промышленности с ценами на молоко и молочную продукцию (12.2005=100, темпы роста)

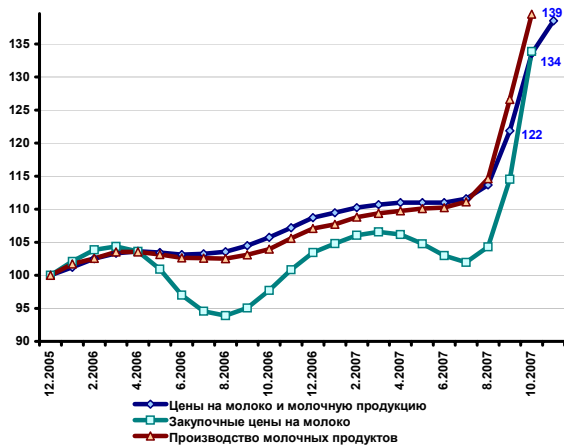


График 2б. Соотношение динамики закупочных цен на зерно, цен производителей в мукомольно-крупяной и хлебопекарной промышленности с ценами на хлеб (12.2005=100, темпы роста)

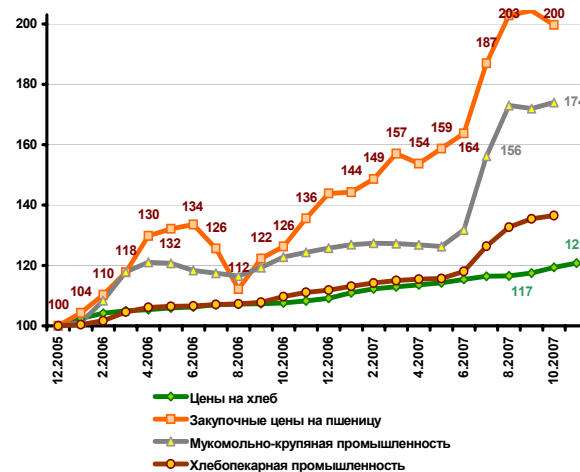
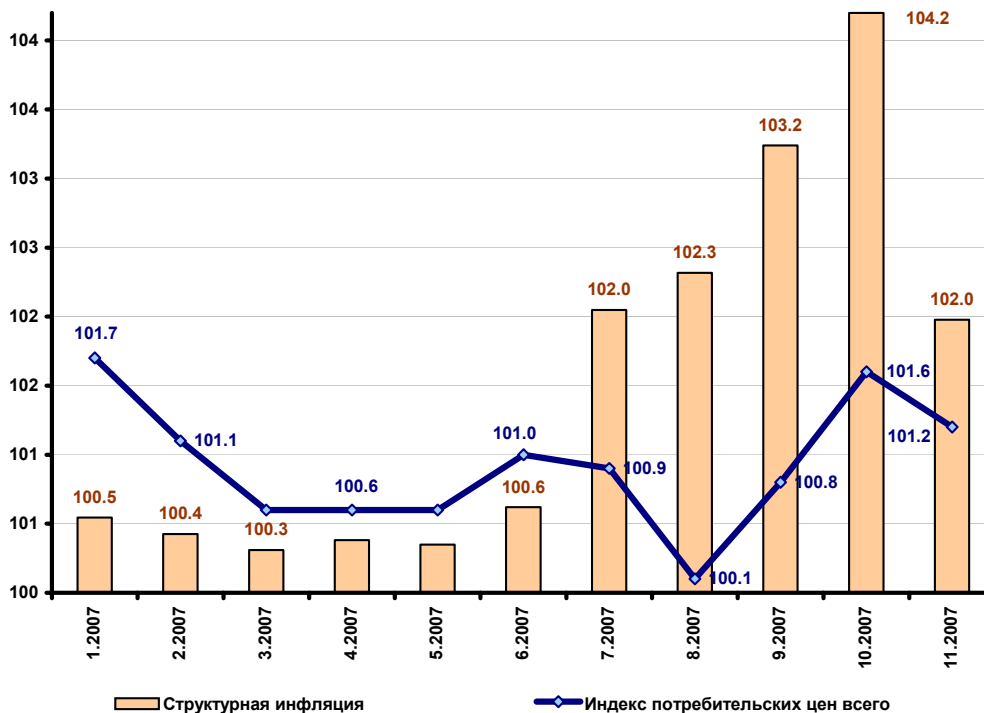


График 3. Динамика структурной инфляции (темпы роста, %)



Наконец, необходимо отметить, что ноябрь закрепил негативный социальный эффект российской инфляции, проявляющийся в ускоренном удорожании товаров и услуг, потребляемых малообеспеченными группами населения. В результате, за одиннадцать месяцев удорожание товаров по «корзине бедных», рассчитываемый ЦМАКП, составил уже 115% (за аналогичный период прошлого года – 109%, см. график 4).

График 4. Динамика удорожания товаров, входящих в «корзину бедных» в 2006 и 2007 гг. (оценка ЦМАКП, темпы роста, %)

