

Статья от 15.10.09 с сайта <http://www.vedomosti.ru/realty/news/2009/10/15/861386>

**К концу III квартала 2009 г. впервые с начала кризиса было зафиксировано снижение доли вакантных площадей в московских торгцентрах с 10% до 8%.** Спрос со стороны розничных сетей на торговые помещения возрос более чем на 50%, — говорится в отчете «Магазин магазинов / CBRE. До этого уровень вакантных площадей в торгцентрах, напротив, увеличивался (по оценке Colliers International, до 15%), а арендные ставки непрерывно снижались в течение 10 месяцев.

По данным Knight Frank, за первое полугодие текущего года ставки аренды снизились на 40-60% по сравнению с первым полугодием 2008 г. Падали и обороты розничной торговли — по данным Москомстата, за I полугодие 2009 г. объем оборота розницы составил почти 1,197 млрд руб., что на 5,5% меньше, чем за тот же период 2008 г.

В торговых центрах, функционирующих менее года или имеющих концептуальные недостатки, было свободно до 35-40%, — говорят брокеры. Между тем, эффективным торговый объект может быть, если вакантно не более 15% площадей, — считает Олег Терехов, консультант компании Kingsland.

Если финансовые обстоятельства или необходимость открыться к определенной дате заставляют девелопера выводить на рынок торговый центр, не заполнив его арендаторами даже на 60%, консультанты из компаний GVA Sawyer и Kingsland советуют:

— открыть собственные магазины. Пример: ТРЦ «Рио» на Дмитровском шоссе, где ГК «Гашир» открыла ряд магазинов (одежды, детских товаров и т. п.), ресторанов, кинотеатр самостоятельно;

— заполнять объект по частям, группируя магазины торговой галереи у мощных якорей. Пример: ТЦ «Галактика», Краснодар. Сначала открылись якорные арендаторы MediaMarkt, «Спортмастер» и ряд магазинов в галерее между ними, затем открылся гипермаркет Carrefour, и собственник заполнил галерею рядом. На текущий момент заполнено около 50% площадей, часть ТЦ пока строится;

— заключать договоры с арендаторами на льготных условиях с возможностью их пересмотра;

— девелопер закрывает торговую галерею, не приносящую прибыль, и оставляет только якорных арендаторов. Применяется на западе, примеров в России нет.

Статья от 6.10.2009 с сайта <http://bfm.ru/news/2009/10/06/infljacija-v-rf-v-sentjabre-0.html>

**Потребительские цены в России на протяжении всего сентября оставались неизменными**, сообщает Росстат. При этом с начала года инфляция составила 8,1%.

В прошлом году в сентябре потребители выросли на 0,8%, а с начала года по 1 октября на 10,6%.

Ранее министр экономического развития Эльвира Набиуллина прогнозировала сентябрьскую инфляцию на уровне 0-0,2%.

Как сообщал BFM.ru, в августе инфляция в РФ в августе впервые за 2009 год была зафиксирована на нулевом уровне

Между тем, по словам главы Центрального банка Сергея Игнатьева, уровень инфляции в России по итогам 2009 года может быть существенно ниже 11%.

Отметим, что первоначальный прогноз Минэкономразвития РФ по инфляции в текущем году составил 13%. Эту цифру понижали несколько раз — сначала до 12-12,5%, затем до 11,6%. В начале сентября Улюкаев назвал прогноз МЭР «достаточно консервативным» и предсказал, что инфляция в РФ в 2009 году может опуститься ниже уровня в 11,6%. Уже после его заявления МЭР снизил нижнюю планку прогноза инфляции на текущий год до 11%.

Статья от 21.09.09 с сайта <http://www.expert.ru/printissues/ural/2009/36/roznica/>

Розничная торговля — практически единственный сектор экономики, который не улучшил показатели развития в середине лета: потребительский спрос продолжает падать. Устойчивое звено в отрасли — крупные региональные продовольственные сети. Благодаря проектам внутренней оптимизации и расширения сети многие рассчитывают закончить год с неотрицательной динамикой.

В конце августа Минэкономразвития РФ в очередной раз скорректировало прогноз развития российской экономики. Впервые — в сторону улучшения. Основанием послужил рост промышленности, сменивший падение в середине года. По заявлениям главы ведомства, сделанным в начале сентября, низшая точка экономического развития пройдена, рост ВВП во втором полугодии по сравнению с первым может составить 3,9 — 4,5% и продолжиться в 2010 году. На Урале пока хуже: наблюдается только стабилизация (см. «Монопромышленная карма» [1], «Э-У» № 32 от 24.08.09).

Позитивные тенденции — следствие благоприятной внешней конъюнктуры: роста мировых цен на металлы и нефть. Оживление связано в первую очередь с отраслями, ориентированными на экспорт.

Внутренний рынок напротив не разделяет оптимизма. Торговля стала практически единственным сегментом, по которому Минэкономразвития скорректировал прогноз в сторону ухудшения. Падение потребительского спроса продолжается, при этом никаких стимулирующих мер нет. В июле в среднем по стране реальные располагаемые денежные доходы населения резко сократились: на 5,4% по сравнению с июлем 2008 года против 1% в июне. Реальная заработная плата упала на 5,8%. Ускоряется снижение товарооборота: в июле оно оказалось самым сильным за последние десять лет — 8,2%. На Урале тенденция та же: от месяца к месяцу динамика ухудшается.

Антикризисные меры предприятий — оптимизация трудовых издержек — продолжает сокращать приток денег в потребительскую сферу. Если в начале года, опасаясь девальвации рубля, население стремилось вложиться в товары длительного пользования, то сейчас предпочитает копить. По результатам исследования Nielsen, 43% опрошенных россиян планируют направить свободные денежные средства на сбережения: теперь это один из самых популярных способов применения денег. Отмечено снижение покупательной активности по большинству ключевых расходных позиций. 76% респондентов сообщили, что значительно изменили покупательские привычки.

С этим результатом Россия замыкает десятку стран, где потребители наиболее резко отреагировали на наступление рецессии. Новые открытия

Компании продовольственного сегмента сейчас в более выгодном положении, чем другие игроки потребительского рынка. Однако экономить начали даже на продуктах питания: отмечается сокращение товарооборота, уменьшение среднего чека и смещение спроса в сторону более дешевых товаров. Более привлекательными становятся дискаунтеры, гипермаркеты и даже продовольственные рынки. По оценкам РБК, доля продовольственной сетевой розницы сократилась — впервые с начала развития.

Несмотря на негативные тенденции в целом компании не планируют кардинально отказываться от стратегии роста. По подсчетам экспертов ИА «INFOLine», в июле 2009 года прирост торговых площадей крупнейших федеральных ритейлеров за счет открытия магазинов составил около 54,6 тыс. кв. метров, что почти в два раза больше, чем в июне этого года. Тенденция к сокращению количества открытий новых торговых объектов несколько замедлилась. На Урале по данным крупных продовольственных сетей, принявших участие в опросе, открыто более 20 магазинов совокупной торговой площадью более 20 тыс. кв. метров.

Многие региональные игроки заявили о готовности открывать новые магазины и во втором полугодии. Один из региональных примеров: к концу года ГК «Норма» (Пермь) планирует ввести в эксплуатацию ТРК площадью 7,5 тыс. кв. метров, на первом этаже которого откроется супермаркет «Виват». «В планы входит запуск объектов, находящихся в высокой степени готовности. Два объекта (магазины “Молния-Экспресс” в Челябинске) мы запустили в августе. В середине сентября готовится открытие супермаркета в Снежинске. Начинать новые проекты, расширять географию работы нашей сети или уходить в другую нишу мы не планируем», — рассказывает генеральный директор компании «МОЛЛ» (развивает сеть ЦТ «Молния») Дмитрий Бухарин.

«К сожалению, наши ожидания роста предложений недвижимости под размещение магазинов оправдались не в полной мере. Это не позволило использовать период для интенсивного географического развития, — сетует Татьяна Овсянкина, заместитель директора компании “Партнер-Маркет” (развивает сеть “Пчелка” и франчайзинговый проект “Мосмарт”). — До конца 2009 года будет запущено три магазина “Пчелка” формата “у дома”, в следующем году — третий “Мосмарт”. «Планируем открыть шесть магазинов в Ижевске и Сарапуле. География может быть расширена за счет соседних регионов. Есть предложения по приобретению или оперативному управлению отдельными магазинами и небольшими сетями», — предлагает альтернативный самостоятельному открытию магазинов вариант заместитель директора по экономике и развитию «Ижтрейдинг» Дмитрий Мельников.

Серьезным ограничителем развития региональных сетей в небольших городах может послужить запрет на открытие новых объектов для сетей с оборотом свыше миллиарда рублей и долей рынка в городе более 25%. Такое положение включено в проект закона о торговле, который Госдума недавно приняла в первом чтении (см. «Конкуренция под запретом» [2]). Игроки рынка удивлены, но серьезных опасений не испытывают: в крупных областных центрах никакой угрозы нет — ни для региональных, ни для федеральных сетей. К примеру, как отмечает генеральный директор сети «Звездный» Александр Райсих, Екатеринбург — очень конкурентный город, и потому ни одному из операторов в ближайшем будущем 25-процентного порога не достичь. В целом концентрация рынка в отличие от европейских стран значительно ниже: на пять крупнейших продуктовых ритейлеров приходится 10% российского рынка, на десять — чуть больше 13%.

Необходимой для выживания и успешного развития в период кризиса стратегией для ритейлеров становится оптимизация внутренних ресурсов и бизнес-процессов. Основной фронт работ сетевиков — минимизация трудовых, инвестиционных, логистических издержек, закрытие неприбыльных магазинов, увеличение среднего чека (см. «Эффективность в обмен на рост» [3], «Э-У» № 25 от 29.06.09). «Кризис притормозил развитие конкуренции в регионе, и мы получили временной запас, который направили на повышение эффективности работы», — отмечает Татьяна Овсянкина.

В качестве антикризисных решений сетевики работают над продуктовым портфелем: увеличивают нижний ценовой сегмент, сокращают премиум, наращивают долю продовольственных товаров по сравнению с непродовольственными.

— Мы сосредоточили усилия на маркетинге и продажах. Внедрили категорийный менеджмент. Основой для принятия управленческих решений стали не домыслы топ-менеджеров и маркетологов о том, что хочет покупатель, а потребительские ожидания, выявленные и формализованные в ходе анкетирования и опросов, — рассказывает генеральный директор сети «Елисей» Марина Лачихина.

— Наиболее радикальным изменениям подверглась сеть «Пчелка»: в начале кризиса было принято решение об изменении позиционирования и переходе в более низкий ценовой сегмент. В связи с этим проведено существенное сокращение ассортимента, предпринят ряд мер для повышения оборачиваемости товаров, внедрена агрессивная система промо, урезаны затраты, — добавляет Татьяна Овсянкина.

Просто сместить ассортимент в сторону масс-маркет мало, нужна своя «изюминка». Один из приоритетов в корректировке продуктового портфеля — развитие продаж товаров под собственной торговой маркой (СТМ) и увеличение их доли в ассортименте. Это действенный способ повышения операционной эффективности. К примеру, X5 Retail Group запустил первую СТМ уральского производства. Сетевики также отмечают, что растут продажи собственных цехов, производящих салаты, выпечку и другие полуфабрикаты: потребители отказываются от ресторанов и кафе, но продолжают покупать готовые продукты.

Для стимулирования продаж сети активнее стали использовать всевозможные маркетинговые ходы — скидки, бонусы, программы лояльности и специальные акции. Марина Лачихина: «Мы выбрали наступательную тактику привлечения клиентов: устраиваем различные промоакции, дегустации продукции собственного производства, лотереи, детские конкурсы и прочее».

Эффективность мер подтверждают исследования: специалисты «Ромир» задали вопрос «как изменилось отношение к скидкам и специальным предложениям розничных магазинов в вашей семье за последние три месяца?». Более четверти опрошенных отметили, что стали рассматривать их более внимательно. Только 6% утверждают обратное. Опрос показал, что гораздо чаще на скидки обращают внимание покупатели в крупных городах численностью от 500 тысяч до миллиона человек. Значительно реже на снижение цен реагируют представители высокодоходной категории граждан (18%) и жители сельской местности (21%).

До сих пор сектор розничной торговли, как правило, помогал экономике держаться на плаву. Теперь негативные тенденции вызывают скепсис. По прогнозам

Минэкономразвития, в 2009 году спад торговли в России ожидается на 5,8%, при этом во втором полугодии — на 8,6%. Поддерживающим звеном для потребительского сектора и экономики в целом могли бы стать крупные региональные продовольственные сети. Примечательно, что многие из них ожидают положительных результатов за год. Никто полностью не отказывается от проектов роста: сети открывают новые точки, некоторые даже осваивают новые регионы. Одновременно с работой над оптимизацией внутри компаний это принесет неотрицательный итог по динамике за 2009 год.

Статья от 8.09.09 с сайта <http://bfm.ru/articles/2009/09/08/novye-tc-obrushili-arendnye-stavki-na-70.html>

В первом полугодии 2009 года в российских регионах было введено 392 тысяч квадратных метров торговых площадей, из которых 112 тысяч метров пришлось на города-миллионники. По данным компании Jones Lang LaSalle, новые ТЦ увеличили количество вакантных площадей с 5 до 15% и обрушили арендные ставки.

Тенденция к увеличению доли свободных площадей, по данным экспертов Jones Lang LaSalle, скорее всего, сохранится в ближайшие месяцы, так как ожидается завершение строительства и сдача в эксплуатацию большого количества торговых центров, строительство которых началось до кризиса.

«В последующие два года ввод новых торговых площадей будет минимальным из-за отмены и переноса сроков сдачи большого количества объектов на начальных этапах строительства, что, в свою очередь, ограничит дальнейший рост доли вакантных площадей в регионах», — говорится в отчете компании.

Коррекция ставок аренды в региональных городах была более значительной, чем в Москве и Санкт-Петербурге. В первой половине текущего года они снизились на 15-70% в зависимости от профиля арендаторов. Максимальная ставка в магазинах до 100 кв. метров на первом этаже ТЦ составила 650 долларов за метр в год.

Олеся Черданцева, руководитель отдела аналитики рынка торговой недвижимости отдела экономических и стратегических исследований компании Jones Lang LaSalle, в интервью BFM.ru уточнила, что самое большое снижение произошло в аренде площадей для торговли детскими товарами (на 70%) и для одежного ритейла (60%).

Также аналитик Jones Lang LaSalle полагает, что в условиях кризиса развитие в регионах замедлило темпы: «Девелоперы и ритейлеры сосредоточились на менее рискованных столичных рынках. Большинство региональных городов, особенно с населением менее пятисот тысяч, по-прежнему недообеспечено современными торговыми площадями». Эксперт прогнозирует, что в ближайшее время строительство ТЦ в регионах будет вестись очень осторожно.

Регионы, в которых зафиксировано наибольшее падение ставок, в Jones Lang LaSalle не называют. Однако в предыдущих исследованиях компании перечисляются крупнейшие торговые центры, которые введены в эксплуатацию в российских регионах во 2 квартале 2009 года. Это ТРЦ «Золотой Вавилон» в Ростове-на-Дону с торговой площадью 52 тысячи кв. метров, и ТЦ «Мегакомплекс Московский» в Самаре с площадью 60 тысяч кв. метров. Можно предположить, что наибольшее падение ставок фиксируется именно в этих регионах.

В компании «Магазин магазинов» в ассоциации с СВ Richard Ellis приводят данные за 8

месяцев этого года: в регионах России (за исключением Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга) было введено в эксплуатацию 609 тысяч общей и 378 тысяч кв. метров торговой площади в торговых центрах против 1,467 млн общей и 906 тысяч торговой площади за аналогичный период 2008 года. Таким образом, сокращение количества вышедших на рынок торговых площадей составило 58%.

Крупнейшими открывшимися торговыми центрами в региональных городах за первые восемь месяцев 2009 года стали ТРЦ «Мега» в Омске общей площадью 130 тысяч кв. метров, вторая очередь ТРЦ «Мегакомплекс Московский» в Самаре общей площадью 80 тысяч кв. метров, ТЦ «Твой дом» в Воронеже общей площадью 80 тысяч кв. метров, ТРЦ «Золотой Вавилон» в Ростове-на-Дону общей площадью 75 тысяч кв. метров.

«Региональный рынок торговой недвижимости в полной мере ощутил на себе негативное влияние экономического кризиса, — комментирует специалист отдела исследований «Магазина магазинов» в ассоциации с СВ Richard Ellis Андрей Сурков. — Снижение оборотов розничной торговли сказалось на финансовых результатах ритейлеров, которые, в свою очередь, стали активно оптимизировать свои расходы, в том числе настаивая на уменьшении арендной ставки и закрывая нерентабельные магазины. Понижение спроса на торговую недвижимость со стороны розничных сетей спровоцировало падение арендных ставок в среднем на 30-40% за первые восемь месяцев 2009 года по сравнению с декабрем 2008 года и увеличение доли вакантных площадей в торговых центрах в среднем на 5-7% в зависимости от города. Но стоит также отметить, что наиболее сильные региональные торговые центры в меньшей степени пострадали от экономического кризиса — в них по-прежнему почти полностью отсутствуют вакантные площади», — полагает эксперт.

<http://lenta.ru/news/2009/09/02/deflation/>

За неделю с 25 по 31 августа 2009 года в России впервые с начала года была зарегистрирована дефляция, говорится в [отчете](#) "Росстата". Потребительские цены в указанный период снизились на 0,1 процента. По итогам всего августа инфляция составила 0,1 процента, а с начала 2009 года - 8,2 процента. Для сравнения, в августе 2008 года рост потребительских цен составил 0,4 процента, а с начала года - 9,7 процента.

Снижение потребительских цен происходило благодаря уменьшению стоимости плодоовощной продукции в среднем на 3,2 процента. В частности, лук подешевел на 3,7 процента, морковь - 4,6 процента, а картофель - на 6,5 процента. В то же время цены на сахар выросли на два процента, а на яйца, мясо кур и гречневую крупу - на 0,2-0,4 процента. Стоимость бензина выросла на 0,4 процента, а на дизельное топливо - на 0,1 процента.

В июле 2009 года заместитель председателя Центробанка России [Алексей Улюкаев](#) заявил, что ожидает по итогам августа дефляцию. По его прогнозу, в июле инфляция должна была быть нулевой. Этот прогноз не оправдался: в июле потребительские цены выросли на 0,5 процента.

Согласно прогнозу Министерства экономического развития, инфляция в России в 2009 году составит 12-12,5 процента. Для сравнения, по итогам 2008 года потребительские цены выросли на 13,3 процента.

Статья от 1.09.09 с сайта <http://rian.ru/economy/20090901/183240705.html>

Минэкономразвития ухудшило прогноз по обороту розничной торговли в РФ в 2009 и 2010 годах: в текущем году ожидается снижение показателя на 6% вместо прогнозирувавшихся ранее 5,8%, в 2010-м - рост на 1,5% вместо 2,1%, сообщил РИА Новости источник в финансово-экономическом блоке правительства.

"По рознице даже чуть-чуть снизили прогноз на 0,2% (в 2009 году), в 2010 году оборот вырастет на 1,5%", - отметил собеседник агентства.

Это практически единственное ухудшение основных прогнозных показателей, которое Минэкономразвития внесло в прогноз социально-экономического развития РФ до 2012 года, добавил источник.

При этом министерство улучшило прогноз по рознице на 2011-2012 годы. Оборот розничной торговли в 2011 году, согласно новым расчетам Минэкономразвития, вырастет на 3,4%, в 2012 году - на 3,8%. Ранее прогнозировалось, что рост розницы в эти годы будет равным - 3,2% каждый год.

Прогноз по реальным доходам населения министерство оставило на прежнем уровне.

<http://www.rian.ru/economy/20090824/182168227.html>

**Оборот розничной торговли в РФ в июле** с учетом сезонного фактора снизился на 0,2% по сравнению с июнем 2009 года, сообщил замглавы Минэкономразвития Андрей Клепач журналистам.

"В рознице сохраняется негативная тенденция, она отражает падение как реальных доходов и зарплаты, так и сокращение потребительского кредитования. Но июль для розницы всегда был тяжелым", - сказал Клепач.

По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в июле 2009 года снизился на 8,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года - до 1,2 триллиона рублей.

Согласно прогнозу Минэкономразвития, в 2009 году спад торговли в России ожидается на уровне 5,8%, при этом во втором полугодии этот показатель снизится на 8,6%.

Статья от 25.08.09 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/7989>

**На рынке торговой недвижимости все больше свободных мест.** По данным компании Jones Lang LaSalle объем вакантных площадей в торговых центрах Москвы и Санкт-Петербурга вырос с 3% в первом квартале до 8% во втором квартале. Это было обусловлено снижением доходов населения и, как следствие, закрытием нерентабельных магазинов. Также росту вакантных площадей способствовал выход на рынок площадей в новых торговых центрах. На фоне большого объема запланированных к вводу торговых площадей в России Jones Lang LaSalle прогнозирует дальнейшее увеличение доли вакантных площадей – в Москве до 12% в 2010 г., а в Санкт-Петербурге и в региональных городах до 20%.

После значительной коррекции арендных ставок в начале года для большинства типов арендаторов в Москве, во втором квартале 2009 г. ставки сохранились на прежнем уровне – средняя ставка в ТЦ составила \$1 000. Максимальные ставки снизились еще на 20% до \$3 000 за кв. м в год. Ставки аренды для якорных и мини-якорных арендаторов в Санкт-Петербурге во втором квартале 2009 г. снижались в большинстве ТЦ. Максимальные

ставки в торговых галереях Санкт-Петербурга сохранились на уровне \$1 800 за кв. м в год. Коррекция ставок аренды в региональных городах была более значительной, чем в Москве и Санкт-Петербурге – в первом полугодии ставки в региональных ТЦ для некоторых типов арендаторов снизились вдвое.

Арендная ставка в форме процента с оборота получает распространение в новых договорах аренды. По мнению Jones Lang LaSalle, это сигнализирует готовность ритейлеров раскрывать свои объемы продаж. «Эта форма ставки используется в основном международными ритейлерами и местным операторам еще предстоит адаптироваться к этой схеме, - сказано в сообщении. - Торговые помещения в новых ТЦ предлагаются в аренду по так называемой «step-up rent», что предполагает скидку на первые два года, а в некоторых существующих торговых центрах собственники готовы пересматривать договоры, снижая ставку на ближайший год».

Появление свободных торговых площадей и снижение ставок аренды дает возможность небольшим ритейлерам, которые обычно платили самую высокую плату за вход и арендную ставку, открывать магазины в ТЦ или в торговом коридоре. До кризиса это было им не доступно по причине дороговизны или отсутствия подходящих площадей.

«На фоне коррекции ставок, спрос на аренду помещений со стороны ритейлеров начал восстанавливаться во 2 кв. 2009 г. Особую активность проявляли операторы, работающие в сегментах одежды и косметики, - рассказала Олеся Черданцева, руководитель отдела аналитики рынка торговой недвижимости, отдела экономических и стратегических исследований компании Jones Lang LaSalle. - Тем не менее, зафиксированная во втором квартале стабилизация арендных ставок, скорее всего, будет краткосрочной. На фоне дальнейшего падения товарооборота мы ожидаем продолжения снижения средних ставок аренды в торговых центрах России», - добавила эксперт.

Статья от 25.08.09 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/7970/>

По оценкам Минэкономразвития, ВВП растет второй месяц (к предыдущему месяцу с очисткой от сезонных и календарных влияний). Так, **в июне ВВП увеличился в сравнении с маем на 0,4%** (предыдущая оценка — 0,1%), в июле в сравнении с июнем — на 0,5%, сообщил Клепач. В сравнении с тем же месяцем прошлого года в июне экономика сократилась на 10,1%, в июле — на 9,3%.

Месяц назад, зафиксировав микророст ВВП после восьми месяцев его падения, Клепач осторожно заметил, что «экономика близка ко дну» и что прогнозы ведомства о начале восстановления в III квартале оправдываются. Июльские данные позволили ему «с большей уверенностью говорить, что общий спад в экономике завершился».

Промышленность определенно прошла дно, поскольку к майскому росту в сырьевых секторах в июне — июле добавились и несырьевые (рост к предыдущему месяцу со снятой сезонностью), сказал Клепач. В июле впервые с начала кризиса увеличился инвестиционный спрос (на 0,3% к июню с очисткой от сезонности): инвестиционная сфера, которая раньше была «эпицентром кризиса», больше таковой не является, заключил он. Правда, продолжает падать потребительский спрос.

Промышленность осенью тоже может взять паузу в росте из-за аварии на Саяно-Шушенской ГЭС и из-за машиностроения с его длинным производственным циклом,



предупредил Клепач. Но индустрия все равно уже адаптировалась к кризису, считает он, растет и госзаказ.

Экономика будет расти в III и IV кварталах (к предыдущему периоду с сезонной очисткой), этот рост два квартала подряд и дает основания считать рецессию завершённой, пояснил Клепач. Но говорить о завершении кризиса можно тогда, когда производство превысит докризисный максимум, сказал он, а для этого может потребоваться несколько лет. По прогнозу Минэкономразвития, в этом году производство сократится на 12,5%, в 2010 г. начнет расти, но к 2013 г. еще не выйдет на докризисный уровень.

Рецессия — понятие техническое, согласен начальник аналитического отдела Сбербанка Николай Кашеев: спад рано или поздно сменяется ростом на фоне спада предыдущих периодов. Сейчас главная опасность для западных экономик в том, что правительства не смогут остановить программы денежного стимулирования, а для российской — что потратят все фонды, считает Кашеев. Проблема западных экономик — в отсутствии механизма, который бы работал сам по себе, российский рост был обеспечен их механизмом, дававшим приток капитала и рост экспорта, рассуждает Кашеев. Делать ставку на внутренние механизмы роста, требующие диверсификации экономики, в столь стесненных обстоятельствах проблематично, заключает он.

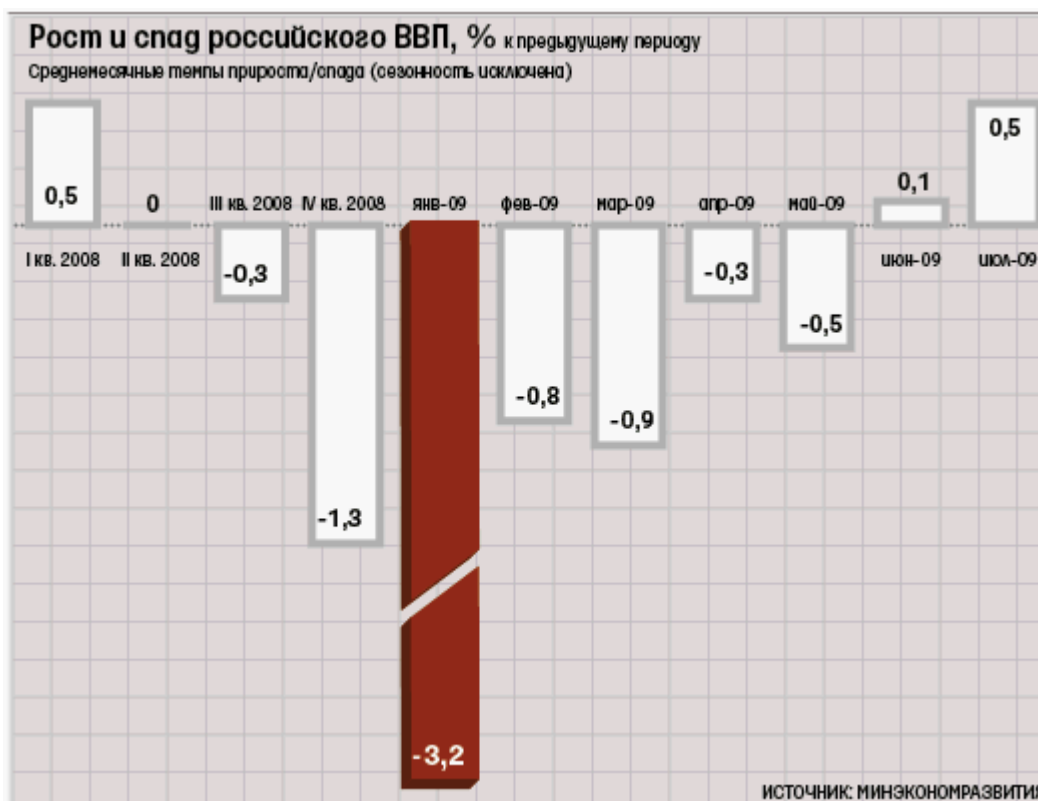
Проблемы у Запада будут в любом случае — и если государства откажутся от стимулов, и если продолжат их, пишет профессор Нью-Йоркского университета Нуриэль Рубини в FT. Если продолжить, то растущие бюджетные дефициты приведут к необходимости повысить налоги, сократить расходы и стерилизовать избыточную ликвидность, что грозит рецессией в сочетании с дефляцией. Если отменить — усилятся инфляционные ожидания, подскочат процентные ставки, что грозит рецессией в сочетании с инфляцией. Пара кварталов быстрого роста (а по итогам апреля — июня о выходе из рецессии уже объявили Германия, Франция, Япония) сменится годами анемичного восстановления, считает Рубини, но остаются и риски W-образной рецессии с двойным дном.

С мировой экономикой проблем больше, чем с российской: ей не надо «выходить из стимулов», поскольку их и не было, замечает Евгений Гавриленков из «Тройки диалог». Есть риск навредить самим себе, устроив «финансовую атаку на экономику», которая приведет к инфляции и волатильности курса, беспокоится он. За январь — июль бюджет тратил в среднем 700 млрд руб. в месяц, в оставшиеся месяцы для выполнения бюджетного плана ежемесячные расходы должны вырасти до 1,1 трлн руб. Это совершенно бессмысленно, уверен Гавриленков: выход из рецессии произошел без участия государства. Вялый спрос на фоне начавшегося роста производства означает, что экономику вытягивают не стимулы правительства, а внешний спрос, т. е. решения других государств, говорит Гавриленков: «Это оживление — эхо внешних событий, и потому оно спонтанное».

Сменить

ориентир

Рассматривать докризисные максимумы в качестве ориентира выхода из кризиса неправильно, убежден Гавриленков: прежний рост был раздут дешевыми деньгами. Признак выхода из кризиса — это сбалансированная траектория роста потребления, инвестиций, производства и экономики, когда показатели растут примерно одинаково, и в 2010 г. есть возможность выйти на такую траекторию.



<http://vz.ru/economy/2009/8/12/316860.html>

С 4-го по 10 августа 2009 года **инфляция составила 0,1%**. Больше всего подорожали яйца и сахар. Самое сильное снижение цен было отмечено на плодоовощную продукцию: картофель, морковь, лук. Цены на бензин за неделю выросли на 1%. Многие эксперты и представители властей прогнозируют замедление инфляции во втором полугодии. По прогнозам, на конец года она должна составить около 12% против 13,3% в 2008 году.

Статья от 10.08.09 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/7598>

**Официальная безработица в России по состоянию на 5 августа составила 2 миллиона 140 тысяч человек**, число граждан, зарегистрированных в органах занятости, продолжает снижаться, сообщил в понедельник вице-премьер РФ Александр Жуков.

"За первую неделю августа безработица сократилась еще на 6 тысяч человек", - сообщил Жуков, выступая на видеоконференции с регионами, посвященной ситуации на рынке труда.

Он отметил, что определенную роль в снижении безработицы играет сезонный фактор.

"Очевидно, что эти положительные тенденции необходимо закрепить в преддверии осени", - сказал Жуков.

По словам вице-премьера, с апреля по июль общая безработица в стране снизилась с 6,7 миллиона до 6,3 миллиона человек, что составляет 8,3% от численности экономически активного населения.

Жуков отметил, что несмотря на общую тенденцию к снижению числа безработных, в ряде регионов с апреля по июль наблюдался рост безработицы: в Свердловской области -

на 12%, в Самарской области - на 14,3%, в Нижегородской области - на 15,1%, в Карачаево-Черкесии - на 20%.

По его словам, общая численность уволенных работников в РФ с октября 2008 года, по состоянию на 5 августа, составила 589 тысяч человек, из них 164,2 тысячи были трудоустроены, в том числе 93 тысячи человек - на прежних предприятиях.

Общая численность работников, находящихся в простое по вине администрации, работавших неполное рабочее время, а также находящихся в вынужденных отпусках на 5 августа составило один миллион 624,4 тысячи человек.

Статья от 6.08.09 с сайта <http://www.aif.ru/money/article/28565>

В июле **средние потребительские цены в России выросли**, по подсчётам [Росстата](#), на 0,6%. Примечательно, что эта цифра почти в два раза ниже показателя прошлого месяца — в июне товары для россиян подорожали на 1,1%. Кроме того, рост цен оказался медленнее, чем в прошлом году: к середине предкризисного 2008-го жизнь в России стала дороже на 9,3%, в этом году семь первых месяцев принесли подорожание на 8,1%.

Однако в отдельных регионах разброс от среднего показателя довольно ощутимый, причём как в сторону уменьшения, так и наоборот. Например, на Чукотке потребительские товары стали дороже на 3,2%, а продукты так вообще — на 6,7%. Зато в Сахалинской и Магаданской областях минимальная стоимость продуктового набора даже упала на 0,3-0,2%. А вот в двух столицах — Москве и Санкт-Петербурге — колебания оказались практически незначительными. Там цены поднялись на 0,8% и 0,6% соответственно.

Что касается конкретных видов продуктов, больше всего отличились, как всегда, морепродукты и фрукты-овощи. Первые стабильно растут в цене с начала года (за последний месяц — плюс 0,8%), вторые прибавили в стоимости, в основном, за счёт поступления на рынки нового урожая.

Сильнее всего подорожал картофель (13,1%), цены на апельсины выросли на 11,5%, репчатый лук теперь дороже на 6,4%, чеснок, лимоны, морковь и яблоки — на 1,2-3,6%. Но есть и приятные новости, например, для любителей борща и салатов: капуста белокочанная подешевела на 8,8%; также снизилась средняя стоимость бананов и груш на 8,7% и 1,2% соответственно.

Из других продуктов наиболее заметно подорожали мёд (2%), отдельные виды детского питания, растворимый кофе и сливочное мороженое (1,1-1,5%). Немного сбросили в цене почти все крупы (пшено — на 2,6%, гречка — на 1,3%), сыры (1,3%), пшеничная мука (0,8%), молоко и молочные напитки (0,7%), а также творог различной жирности (0,4-0,6%).

Таким образом, стоимость минимального набора продуктов питания в среднем по России в конце июля составила 2305,2 рубля. По сравнению с концом июня его стоимость увеличилась на 1,5% (с начала года — на 8,9%). В Москве самое скромное пропитание обходится теперь в 2635,2 рубля в месяц (увеличилась на 2,5%, с начала года — на 12,6%), в Санкт-Петербурге — 2516,1 рубля (рост на 2,7%, с начала года — на 8,9%).

Ещё одна «больная» ценовая тема России — бензин — снова всплыла в середине лета: автомобильное топливо показало самое высокое подорожание среди

непродовольственных товаров. Бензин АИ-92 (АИ-93 и т.п.) стал дороже на 7,9%, А-76 (АИ-80) — на 6,7%, АИ-95 и выше — на 6,2%. Дизельное топливо, напротив, подешевело за прошедший месяц на 1,4%.

Как ни странно, скакнули цены и на товары для школьников: готовясь к началу учебного года, продавцы подняли стоимость портфелей, учебников, письменных принадлежностей и канцелярских товаров на 1-1,9%. Детская одежда также постепенно начала расти в цене.

Кроме того, подорожали пассажирские железнодорожные перевозки — на 6,6-13,4% — и услуги зарубежного туризма. Например, путёвки по одному из самых популярных у россиян направлений — в Турцию — прибавили в цене 4,3%, в Испанию — 4,2%. Экскурсионные туры по городам Европы и в Германию подорожали на 2,1% и 1,6% соответственно. Дешевле стали только поездки в Китай (на 0,3%), видимо, из-за боязни туристов подхватить свиной или птичий грипп. А вот внутренний туризм становится всё дороже и дороже, несмотря на то что туры по России, по мнению многих экспертов, сильно переоценены. Несмотря на сравнительно малую популярность среди россиян, дома отдыха и пансионаты на территории страны подняли расценки в среднем на 2,7%.

Лекарства в России, на фоне неухающих скандалов в фарм-индустрии, продолжают потихоньку дешеветь. Конечно, вряд ли испуганные новым законом о госрегулировании цен на лекарства, аптеки и производители решили сбавить обороты, но как бы там ни было, на большинство видов медикаментов цены снизились. Наиболее заметно в июле подешевели йод, корвалол, эналаприл, галазолин и супрастин — на 1,8-2,9%.

Статья от 06 Августа 2009 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/7527>

Летом падение потребительской активности в России достигло максимума с начала экономического кризиса, отмечают специалисты. В июне почти 85% наших граждан отказались от привычных покупок тех или иных товаров. И если падение спроса на бытовую технику можно было предсказать, то снижение затрат на еду стало неожиданностью. Эксперты прогнозируют: потребление продолжит падать – признаков улучшения материального положения покупателей пока нет.

Очередной ежеквартальный мониторинг потребительского поведения россиян, который регулярно проводят социологи компании «Башкирова и партнеры», не порадовал. Оказалось, что наши граждане продолжают отказываться себе во всех видах товаров. Процесс идет довольно стремительно. Так, еще в декабре 2008 года треть опрошенных заявляли, что кризис на их покупки не повлиял. В апреле доля счастливых снизилась до 21,1%, а в июне – уже до 15,4%. Другими словами, почти 85% россиян к лету пересмотрели свои привычные траты. Неудивительно, что росло число отказов от крупных покупок: в декабре – 15,8%, в июне – 25,2%. Туристические поездки этим летом отложили 21,2% россиян, хотя в декабре «отказников» насчитывалось лишь 12,9%. Бытовая техника зимой была не по карману 25,9% респондентов, сегодня – 38,9%. Впрочем, уменьшение потребления в этих сегментах было предсказуемым.

Однако снижение по другим показателям стало довольно неожиданным. Так, за полгода число отложивших покупку одежды выросло с 25,7 до 41,7%. Некоторые аналитики предполагали, что россияне будут меньше покупать «дорогих тряпок». Но в регионах большинство людей всегда обходились одной-двумя парами обуви в год. Так что такое резкое падение спроса на одежду говорит о серьезных материальных трудностях граждан. Но это еще не все. С декабря по июнь доля отказывающих себе в каких-либо продуктах питания выросла с 22,2 до 35,4%. А ведь раньше утверждалось, что спрос на еду

неэластичный.

Самих исследователей эти цифры не удивили. По их словам, снижение уровня доходов вкупе с высокой инфляцией напрямую повлияло на падение потребления. Плюс к лету россияне проели те запасы, которые накопили до начала кризиса. «Проели запасы те, у кого кризис отнял работу. Но даже работающие снижают уровень потребления, – рассказал «НИ» замдиректора Института мировой экономики и международных отношений РАН Евгений Гонтмахер. – Люди предполагают, что экономическая ситуация ухудшится. Они меньше покупают товаров длительного пользования. Вместо этого россияне начали откладывать деньги на «черный день»: число депозитов в банках растет. Кроме того, на снижение потребления влияет и сужение рынка кредитования».

По прогнозу эксперта, потребление к концу года будет падать. «Есть тенденция к ухудшению ситуации. Положительных факторов в экономике не видно. Зарплаты не растут, поэтому восстановления потребления не будет. Траты могут увеличить только пенсионеры, но на общую картину они не повлияют», – полагает г-н Гонтмахер. Экономист добавил, что снижение оборотов в торговле грозит сокращениями в этой сфере. Это может произойти уже осенью. Стоит сказать, что, по прогнозу американского агентства Bloomberg, к концу года с российского рынка уйдут 14 тыс. розничных продавцов одежды из 42 тыс. ныне работающих. В частности, во втором полугодии продажи немецких марок одежды могут упасть на 30%.

статья от 05.08.09 <http://finamlight.ru/news/article20932/default.asp>

**Спрос населения на наличную валюту** в июне вырос на 20%. Такие данные приводит ЦБ.

Совокупный спрос населения на наличную иностранную валюту (сумма купленной в обменных пунктах, полученной по конверсии и снятой с валютных счетов наличной иностранной валюты) по сравнению с маем возрос на 20% - до \$5,7 млрд. "Его объем превысил совокупный спрос в июне 2007 года на 4%, но был ниже его уровня в июне 2008 года на 6%", - сообщает регулятор.

Спрос на европейскую валюту в июне рос более высокими темпами, чем спрос на доллары США. В результате доля евро в структуре совокупного спроса возросла до 41%, а доля долларов США сократилась до 59% относительно 40 и 60% соответственно в мае 2009 года.

В июне населением было куплено в обменных пунктах и операционных кассах уполномоченных банков наличной иностранной валюты на 37% больше, чем месяцем ранее. Объем покупки евро возрос на 49%, долларов США - на 31%. Количество операций по покупке физическими лицами наличной иностранной валюты увеличилось на 17% - до 2,4 млн сделок, средний размер сделки по покупке наличной иностранной валюты возрос на 16% - до 1241 доллара.

Совокупное предложение населением наличной иностранной валюты (сумма проданной в обменных пунктах и операционных кассах, направленной на конверсию и зачисленной на валютные счета наличной иностранной валюты) в июне 2009 г. увеличилось по сравнению с маем на 4% и составило \$6,6 млрд. Его объем был выше аналогичных показателей июня 2007 и 2008 гг. на 15 и 16% соответственно.

В июне 2009 г. совокупное предложение населением европейской валюты возросло на

12%, совокупное предложение долларов США практически не изменилось.

Подводя итоги, Центробанк отмечает что, в июне на рынке наличной иностранной валюты наблюдалось увеличение объемов большинства операций, связанных с ее поступлением и расходованием, за исключением операций по покупке у физических лиц наличной иностранной валюты и операций по вывозу банками наличной иностранной валюты из страны. Остатки наличной иностранной валюты в кассах уполномоченных банков за месяц сократились на 12% и составили \$5,4 млрд.