

## Итоги III квартала 2009 года

Министерство экономического развития сообщило, что сезонно выровненный ВВП РФ вырос в третьем квартале 2009 года, что стало первым кварталом роста, считая со второго квартала прошлого года. Падение ВВП России замедлилось в сентябре 2009 г. до 8,6% к аналогичному периоду 2008 г. по сравнению с падением на 10,5% в августе. Но в структуре ВВП продолжается тенденция к снижению всех компонент, при этом также продолжается тенденция к некоторому перераспределению источников падения. Среди основных факторов, влияющих на снижение ВВП, аналитики называют падение инвестиций, а также снижение объемов розничной торговли. 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%. Оборот розничной торговли в России, по данным Росстат, в сентябре этого года составил 1 трлн 229,5 млрд рублей, что на 9,9% меньше, чем в сентябре 2008 года. В январе-сентябре 2009 года показатель оборота розничной торговли России понизился на 5,3%, до 10 трлн 463,3 млрд рублей. Согласно Минэкономразвития РФ на 2009 год, спад оборота розничной торговли составит 5,8% по отношению к показателю за 2008 год.

По данным Росстата, в сентябре, как и в августе, была зафиксирована нулевая инфляция. Но с начала года цены на товары и услуги увеличились на 8,1% по сравнению с 10,6% за три квартала 2008 года. Среднемесячные темпы прироста потребительских цен за второй и третий квартал текущего года равняются 0,7%, что существенно ниже значений, наблюдававшихся в 2008 – начале 2009 годов (в среднем 1,1% в месяц).

Столь ощутимое снижение темпов роста потребительских цен в последние месяцы объясняется действием сезонных факторов. Если исключить влияние сезонных факторов, то в сентябре наблюдалось заметное сокращение инфляции с 0,8% до 0,5%. Ослабление инфляционного давления в экономике явилось следствием резкого сокращения потребительского спроса. Влияние факторов, действующих со стороны издержек, также в настоящий момент заметно ослабло.

В сентябре продолжилась тенденция к снижению уровня благосостояния населения. Так, темпы снижения реальных располагаемых доходов ускоряются от месяца к месяцу, а динамика реальной заработной платы демонстрирует устойчивые отрицательные показатели прироста на протяжении большей части текущего года. Реальные располагаемые денежные доходы населения России в сентябре 2009 года по сравнению с соответствующим периодом 2008 года, по предварительной оценке, снизились на 4,9%, в январе-сентябре 2009 года - на 1,1%, сообщает во вторник Федеральная служба государственной статистики. При этом среднемесячная начисленная заработная плата в сентябре 2009 года, по предварительным данным, составила 18,702 тысячи рублей, увеличившись по сравнению с сентябрем 2008 года на 4,9%.

Но при этом, результаты обследований, проведенных Росстатом в начале III квартала 2009 года, свидетельствуют о возрастании уверенности населения в улучшении экономической ситуации. Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в III квартале 2009г. по сравнению со II кварталом 2009г. поднялся на 7 процентных пунктов и составил (-25%). Положительные сдвиги в значении индекса связаны с продолжающимся повышением доли позитивных оценок населением ожидаемых через год изменений в экономике страны и собственного материального положения, а также снижением негативных оценок условий для крупных покупок.

Специалисты рынка недвижимости признают, что сегмент торговой недвижимости вместе с офисным оказался одним из тех, которые в наибольшей степени пострадали из-за кризиса. По итогам августа 2009 года по данным некоторых обозревателей недвижимости

средний размер месячной платы за аренду торговых помещений в Москве впервые продемонстрировал вполне ощутимый рост – порядка 5%.

К концу III квартала 2009 г. было зафиксировано снижение доли вакантных площадей в московских торговых центрах с 10% до 8%. Спрос со стороны розничных сетей на торговые помещения возрос более чем на 50%, — говорится в отчете компании «Магазин магазинов». По оценкам участников рынка, до конца 2009 года в Москве может быть открыто еще более 10-15 торговых комплексов. По прогнозам специалистов рынка недвижимости в перспективе доля вакантных помещений в торговых центрах г.Москвы будет увеличиваться.

Но по мнению специалистов агентств недвижимости, зафиксированная в третьем квартале стабилизация арендных ставок, скорее всего, будет краткосрочной. На фоне дальнейшего падения товарооборота можно ожидать продолжения снижения средних ставок аренды в торговых центрах г.Москвы.

Несмотря на кризис, о выходе на рынок Москвы заявляют некоторые западные операторы. В торговых центрах Москвы открываются магазины H&M, Max Maга, планирует открыть до конца 2009 года 6 новых магазинов, Peek&Kloppenburg готовит к открытию в Москве первый магазин в ноябре 2009 года, в августе швейцарская компания Strellson открыла свой первый в Москве фирменный магазин Strellson Sportswear. Продавец товаров класса люкс — Mercury зарегистрировала лицензионный договор на пользование товарным знаком Ferrari Store и под этим брендом компания открыла в ЦУМе магазин аксессуаров с символикой итальянской марки.

Торговля стала практически единственным сегментом, по которому Минэкономразвития скорректировал прогноз в сторону ухудшения. Падение потребительского спроса продолжается, при этом никаких стимулирующих мер нет. По данным компаний одежного ретейла, продажи к 3 кварталу этого года упали в среднем на 40%.

В последние месяцы наблюдается резкое сокращение спроса на непродовольственные товары: за январь - август спрос снизился на 6,9% по отношению к соответствующему периоду 2008 года. По мнению экспертов одежного рынка, по итогам года объем российского рынка одежды в лучшем случае останется на прошлогоднем уровне — около 38 млрд долларов. По данным международного института маркетинговых исследований GFK доля в бюджете потребителя, приходящаяся на одежду, стабилизировалась на уровне 13%. Сами же доходы уменьшились, и поэтому снизились объемы потребления. Люди снизили траты на одежду за счет частоты покупок и сокращения среднего чека. Если раньше спонтанные покупки составляли значительную сумму в общем объеме продаж магазина, то сейчас выбор потребителя становится более рациональным.

По результатам исследования Nielsen, отмечено снижение покупательной активности населения по большинству ключевых расходных позиций: 76% респондентов сообщили, что значительно изменили покупательские привычки, 43% опрошенных россиян планируют направить свободные денежные средства на сбережения. Кризис заставил многих покупательниц изменить свой подход к обновлению гардероба. 40% респонденток сообщили, что стали покупать меньше одежды. Однако лишь 7% были вынуждены решительно отложить покупки до лучших времен. Каждая вторая покупательница стала более внимательно относиться к различным скидкам и распродажам, и каждая четвертая стала покупать более доступные марки и модели

Компании, работающие на рынке одежного ретейла, проводят изменения в ассортиментной политике магазинов – происходит замещение остро модных моделей базовыми артикулами, спрос на которые есть всегда, происходит сокращение ассортимента и в глубину, и в ширину. В результате сокращения предложения высвобождаются торговые площади, которые заполняются другими товарными группами – обувью, аксессуарами, либо вводится ценовой ряд или новые марки.

Одной из тенденций рынка одежного ретейла становится конкуренция магазинов одежды еще и с «непрофильными» конкурентами. У потребителей происходит перераспределение структуры расходов: доля расходов на товары fashion группы сокращается за счет увеличения доли других расходных статей семейного бюджета.