

По данным Министерства экономического развития, ВВП России растет два квартала подряд, в третьем — на 1,1%, в четвертом — на 1,9% (к предыдущему кварталу со снятой сезонностью). Спад по итогам 2009 г. составил порядка 8,5%. 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. Практически все основные показатели финансово-экономической деятельности розничной торговли продолжили в четвертом квартале снижение. По итогам 11 месяцев 2009 года, по данным Росстата, оборот розничной торговли составил 13 трлн рублей, что на 5,7% меньше, чем за тот же период прошлого года. Глава Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) называет еще менее радужную цифру: спрос, по его данным, упал за 2009 год на 15%. По итогам года Минэкономразвития прогнозирует снижения оборота розничной торговли на 6%. В структуре оборота розничной торговли произошли изменения: 50,4% объема в настоящее время приходится на продовольственные и 49,6% на непродовольственные товары, в то время как за январь-ноябрь 2008 года распределение было 46,4% и 53,6% соответственно. Розничные компании неохотно делают прогнозы покупательской активности в следующем году, хотя ритейлеры считают острую фазу кризиса пройденной и готовятся к постепенному восстановлению спроса.

Учитывая замедляющуюся второй квартал подряд динамику снижения основных показателей финансово-экономической деятельности компаний розничной торговли, можно предположить, что отрасль готова для качественного восстановительного рывка по выходу из кризиса, однако, говорить о начале масштабного восстановительного роста розничной торговли рано.

Курс рубля по итогам 2009 года показал небольшое ослабление по отношению к ведущим мировым валютам - доллару и евро. Курс доллар-рубли за год увеличился на 2,9% - с уровня 29,4 до 30,25 руб., а курс евро-рубли повысился на 4,7% - с уровня 41,4 руб. до отметки 43,35 руб. На последних торгах 2009 года средневзвешенный курс доллара к рублю расчетами tomtom на ММВБ, по которому определяется официальный курс ЦБ России, вырос на 39,51 коп до уровня 30,2442 руб., а средневзвешенный курс евро - на 26,37 коп до уровня 43,3451 руб. Замглавы Минэкономразвития Андрей Клепач рассчитывает, что укрепление рубля будет проходить быстрыми темпами и уже в первой половине 2010 года реальный эффективный курс национальной валюты (к корзине валют основных торговых партнеров РФ с учетом инфляции) выйдет на докризисный уровень.

По данным Росстата по итогам 2009 года рост потребительских цен замедлился до 8,8%. В 2010 году правительство прогнозирует дальнейшее снижение инфляции. За декабрь 2009 года она составила 0,4%, в то время как в последнем месяце предыдущего года была на уровне 0,7%. Основными причинами снижения инфляции специалисты называют снижение уровня доходов населения и последующее падение потребительского спроса. По данным экспертов, по продуктовым сетям рост цен составил 2-3%, при этом спрос в реальном выражении снизился на 15%. Непродовольственные товары в 2009 году дорожали более высокими темпами, чем в 2008 году: 9,7% против 8%. В декабре 2009 года, согласно данным ЦБ, денежная база в широком определении (M2) выросла на 1,25 трлн руб. — это самый большой ежемесячный прирост денег в экономике за месяц с 2003 года.

На данный момент по данным горадминистрации г.Москвы на 1 тысячу жителей столицы приходится 755 квадратных метров торговых площадей. По данным агентства Knight Frank, в Москве в 2009 году введено около 2,7 млн кв. метров торговых площадей. Риэлтеры утверждают, что к концу года количество сделок с высококачественными площадями несколько возросло. Однако, по данным Jones Lang LaSalle доля вакантных

торговых площадей в г.Москве в IV квартале 2009 года составила 7%. Но следует отметить, что это на 1% ниже по сравнению с III кварталом этого года.

По данным консалтинговой компании CB Richard Ellis (CBRE) Москва заняла седьмое место в рейтинге городов с самыми высокими топовыми арендными ставками на торговые помещения. В 4 квартале 2009 года рынок аренды торговых помещений г.Москвы показал рост в 3% к уровню 3 квартала. В целом же, средняя арендная ставка снизилась на 34% от докризисного уровня. По мнению экспертов рынка недвижимости арендные ставки в торговых центрах будут снижаться далее, и падение ставок аренды будет не только более глубоким, но и более затяжным. В настоящее время разница между максимальным и минимальным значением арендной ставки на помещения формата street-retail составляет 3,5-4 раза, тогда как в мае этого года она составляла 6-6,5 раз.

По данным брокеров рынка недвижимости на рынке офисной недвижимости г.Москвы в 2009 году было введено 1,5 млн. кв.м. новых офисных площадей, однако свободными остаются 20–25% качественных площадей (примерно 2 млн кв. метров). Однако падение ставок замедлилось. По данным компании Jones Lang LaSalle, объем купленных и арендованных площадей в четвертом квартале вырос на 32% и составил 510,5 тыс. кв. метров. Базовые арендные ставки на офисы класса А стабилизировались на уровне 500–600 долларов за метр в год. По словам риэлтеров, наблюдается географическая централизация спроса: если раньше в условиях дефицита предложения и постоянно растущих ставок арендаторы рассматривали офисные помещения за пределами Третьего транспортного кольца, то сегодня возрос спрос на офисы в центральном деловом районе.

В 2009 году с российского рынка ушли французская марка модной женской одежды Коокаі, итальянская марка Diesel, была закрыта сеть магазинов одежды "Модный сезон", прекратили свое существование Bananamama, SoFrench, также закрылись монобрендовые бутики Stella McCartney и Alexander McQueen в Москве, Hugo Boss, Escada в Петербурге.

Однако, согласно исследованию компании CB Richard Ellis, Россия занимает десятое место в списке наиболее привлекательных стран для экспансии международных розничных сетей.

В IV квартале 2009 года в Москве открылись первые магазины шведского ритейлера H&M, американский обувной ритейлер Collective Brands Inc. ищет помещения для развития сети магазинов Payless ShoeSource. На ул.Тверской (в помещении бывшей "Галереи "Самсунг") компания F.D. Lab вместо планируемого магазина «Hamleys», открыла магазин "Сказка" — самый большой в Москве магазин игрушек.

Несмотря на снижение оборота розничной торговли и сокращение доходов россиян, аналитики верят в акции российских компаний. По оценке инвестбанка Citi, потребительский сектор представляется наиболее привлекательным для долгосрочных инвестиций. Аналитики считают наиболее привлекательными для инвестиций акции розничных сетей и отечественных производителей лекарств. Акции потребительского сектора устояли во время потрясений на фондовом рынке и смогли превзойти рост индекса фондового рынка на 140% в 2009 году, говорится в аналитическом обзоре Citi.

Розничная торговля и сфера услуг является одной из основополагающих отраслей экономики РФ, по итогам 2009 года доля отрасли в ВВП РФ составила 20%. По прогнозу Минэкономразвития, падение оборота розничной торговли по итогам 2009 года может составить примерно 6%. По мнению экспертов одежного рынка, по итогам года снижение объема московского рынка одежды составило 20-30%. Можно отметить изменение основных тенденций в отрасли и выделить следующие тренды:

1. По мнению аналитиков одежного рынка по итогам 2009 года в сегменте luxury снижение оборота в среднем по России составило от 40% до 50%, в среднем ценовом сегменте — до 60%, рост показал только низкий ценовой сегмент.
2. По результатам опроса москвичей, 46% отметили, что в 2009 году их подход к покупке одежды изменился. При этом из них 38% стали покупать одежду реже, 25% перешли на покупку более дешевых марок одежды, а 43% покупают одежду только на распродажах.
3. Потребитель стал экономнее и расчетливее, переключился на более дешевые товары, сузилось разнообразие покупаемых товаров, люди стали обходить большее число магазинов в поисках низких цен. Однако лишь 6% москвичей отметили, что вынуждены решительно отложить покупку одежды и обуви до лучших времен.
4. По итогам 2009 года эксперты Института экономики переходного периода отметили новый глобальный тренд — западные ритейлеры теряют интерес к России, в связи с тем, что не все иностранные компании готовы к российскому уровню административных издержек. Кроме того, препятствием для многих иностранных инвесторов стал готовящийся закон о торговле, предполагающий ограничения масштабов экспансии розничных сетей в России и снижение "порога доминирования" в регионах до 25%.
5. При этом коррекция арендных ставок и снижение затрат на развитие сетевых проектов позволили региональным операторам выйти на московский рынок. Например, в 2009 году в столицу пришли петербургская сеть детских товаров «Здоровый малыш», оператор формата «Сделай сам» «Старт», липецкая компания «Уютterra».
6. В 2009 году магазины уменьшили объемы закупок, стали осторожнее относиться к новым коллекциям: они появляются реже и в меньшем объеме. Компании пополняют свое предложение не за счет сверхмодных линеек, а за счет функциональных, но качественных изделий. Это связано с развитием потребительского тренда — более рационального по сравнению с докризисным временем.
7. Западные производители в России, имеющие опыт ведения бизнеса в кризис, действуют более продуманно. Они не стремились тотально сокращать ассортимент, а в основном лишь трансформировали его. Например, уменьшили или вообще убрали лимитированные серии и увеличили количество функциональных и универсальных моделей. Западные одежные и обувные компании расширили предложение универсальных моделей базовых цветов (черного, коричневого, бежевого) и предложили больше “одиночных” моделей. Стремление иностранцев сделать ассортимент максимально функциональным проявляется и в предложении одежды пограничных размеров (например, 44–46-го или 48–50-го размеров), что дает возможность наиболее широкого охвата потребителя. Помимо того, продвинутые одежные марки сегодня пытаются стимулировать спрос, выпуская больше аксессуаров — шарфиков, ремешков, сумочек.
8. Одной из тенденций рынка одежного ритейла 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.

Премьер-министр Владимир Путин на заседании президиума правительства РФ сообщил, что реально располагаемые доходы населения по итогам 2009 г незначительно выросли -

на 0,7-1,0 проц. Однако, он отметил, что, несмотря на определенный рост доходов в некоторых отраслях, во многих других доходы в 2009 г сокращались. По данным Москомстата среднедушевой денежный доход населения г.Москвы за январь – ноябрь 2009 года в среднем составил – 42 769 рублей, что на 22,7% выше по сравнению с соответствующим периодом прошлого года (без учета инфляции). По данным всероссийского опроса, который провел ВЦИОМ, в IV квартале 2009 года все меньше россиян негативно оценивают свое материальное положение. Если в начале года плохим его считали 28–33%, то в ноябре доля таких респондентов снизилась до 24%.