



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА

Москва
2015

Деловой климат в розничной торговле в I квартале 2015 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 19 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в розничной торговле в I квартале 2015 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ¹ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей около 4.0 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Конъюнктурные обследования направлены на оперативное получение от предпринимателей, в дополнение к официальным статистическим данным, краткосрочных качественных оценок о состоянии бизнеса и основных тенденциях его динамики, особенностях функционирования хозяйствующих субъектов, их намерениях, степени адаптации к механизмам хозяйствования, сложившемуся деловом климате, а также о важнейших факторах, лимитирующих их деятельность.

Программы обследований сопоставимы с международными стандартами и базируются на Европейской системе обследований деловых тенденций.

Структура выборочной совокупности идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объем выборки достаточен для получения необходимой точности оценок показателей на всех уровнях разработки по разделу ОКВЭД (розничная торговля).

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 18
Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67
E-mail: issek@hse.ru
<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2015
При перепечатке ссылка обязательна

¹ Исследование подготовлено в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, выделенной НИУ ВШЭ.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал о состоянии делового климата в розничной торговле в I квартале 2015 г. и ожиданиях предпринимателей на II квартал 2015 г.

В докладе использованы результаты ежеквартальных выборочных² опросов руководителей около 4 тыс. организаций розничной торговли из 78 регионов России, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Обобщенная конъюнктура в розничной торговле³

Результаты опроса за I квартал 2015 года выявили дальнейшее ухудшение экономической конъюнктуры в отрасли. Розничный сегмент продолжил сжиматься под натиском мощных дестабилизирующих макроэкономических факторов, что выражается в крайне низких предпринимательских оценках, данных практически по всем показателям, характеризующих состояние делового климата в обследованных торговых организациях.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций розничной торговли
Балансы, %⁴

| | 2014 | | | | 2015 | | |
|---|-----------|------------|-------------|------------|-----------|------------|-------------|
| | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | I квартал | II квартал | III квартал |
| Оборот розничной торговли | -8 | -1 | -3 | -10 | -13 | | |
| Объем продаж в натуральном выражении | -9 | -1 | -4 | -11 | -15 | | |
| Заказы на поставку товаров | -4 | +4 | -1 | -7 | -11 | | |
| Ассортимент товаров | +12 | +14 | +14 | +10 | +5 | | |
| Численность занятых | -8 | -8 | -10 | -14 | -15 | | |
| Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами | -5 | -4 | -5 | -8 | -9 | | |
| Цены реализации | +42 | +44 | +46 | +48 | +55 | | |
| Прибыль | -15 | -5 | -8 | -17 | -18 | | |

Следует иметь в виду, что данный опрос проводится Росстатом на респондентской панели, составленной в основном из торговых фирм, не входящих в систему розничных сетей федерального уровня. Учитывая, что эффективность ведения бизнеса в крупном сетевом ритейле практически всегда выглядит лучше, чем в остальных торговых организациях, за счет больших возможностей для маневра с торговыми и финансовыми потоками, можно предположить, что общий фон развития торгового бизнеса более позитивный, но принципиально не влияющий на негативные изменения по сравнению с IV кварталом прошлого года.

² Выборка репрезентативна в целом по виду деятельности, по численности занятых, формам собственности, видам реализуемой продукции, а также по регионам.

³ Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций розничной торговли.

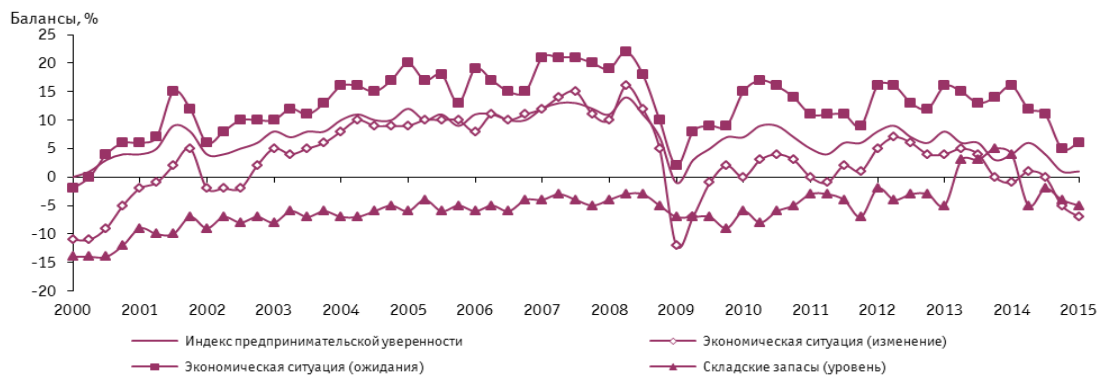
⁴ Баланс – разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение значения показателя по сравнению с предыдущим периодом (кварталом), или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном периоде (квартале); в процентах.

В начале 2015 года, большинство озвученных респондентами в IV квартале потенциальных рисков, переросли в фактические с возможным усилением сферы их воздействия и усугубления ситуации. Возросшая степень критичных составляющих выражалась для розницы в первую очередь в негативном влиянии роста инфляционной составляющей, снижением реальных располагаемых денежных доходов населения, являющихся конечными потребителями продукции торговли, и, главное – сужении зоны потребительского доверия к складывающейся конъюнктуре.

Таким образом, не исключая эффект преемственности со стороны уже сформировавшейся динамики центральных операционных индикаторов торговли за предшествующие периоды 2014 года, первые бизнес-шаги в 2015 году оказались предсказуемо зыбкими. К сожалению, поквартально-массивные падения большинства важнейших индикаторов, как реакция на спад деловой активности всех участников рынка на протяжении последних трех кварталов, де-факто свидетельствует о начале перехода розничного ритейла в фазу рецессии.

Вместе с тем, нейтральная реакция основного результирующего индикатора обследования – индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)⁵ на разнообразие неблагоприятных конъюнктурообразующих факторов, продублировавшего результат IV квартала и удержав положительное значение ИПУ +1%, все-таки оставляет небольшую надежду на замедление негативных тенденций во II квартале.

Рис. 1. Динамика индекса предпринимательской уверенности и его составляющих в организациях розничной торговли



Данная гипотеза имеет место для существования по следующим причинам. Прежде всего, возможная, пусть и совсем невыразительная положительная коррекция индекса может последовать в связи с возобновлением роста предпринимательских оценок одного из его ключевых компонентов – ожиданий изменения экономической ситуации на II квартал текущего года. Следует отметить, что важной особенностью конъюнктурных мониторингов является их опережающий характер в связи с чуткой реакцией предпринимателей на грядущие отраслевые изменения. Предполагаемые колебания индикаторов в течение 2014 года и, в частности, экономического положения на 2015 год, респонденты безошибочно отражали в своих прогнозных оценках. Учитывая данный факт, выявленное улучшение ожиданий, впервые зафиксированное в текущем обследовании после неуклонно нараставшего прогнозного пессимизма в течение 2014 года, только увеличивает потенциал доверия.

⁵ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем периоде по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем периоде; в процентах.

Следующим важным моментом, позволяющим рассчитывать на небольшую компенсацию текущих тенденций во II квартале, следует считать сезонную составляющую в торговой сфере. После зимнего затишья рынок, начиная «просыпаться», инстинктивно берет свое. По крайней мере, основным перспективным драйвером возможно станет продовольственный сегмент, включая практически обязательное снижение цен на плодоовощную продукцию в весенне-летний период. ИПУ, характеризующий деловой климат в продуктовой рознице, после резкого падения за 2014 год, в течение первых месяцев текущего года отыграл 1 п.п. и достиг положительного значения, составив +1%.

В то же время, ИПУ по непродовольственным организациям, несмотря на позитивный вклад в итоговую динамику развития сектора за 2014 год в связи с ажиотажным спросом населения на товары длительного пользования в конце года, начал ухудшаться, впервые за историю обследований опустившись в зону отрицательных значений. Так, если еще в IV квартале 2014 года ИПУ по «непродам» заметно превосходил продовольствие и достигал +3%, то по итогам I квартала 2015 года опустился до -1%.

Рис. 2. Динамика индекса предпринимательской уверенности в организациях розничной торговли



В шести федеральных округах Российской Федерации⁶ наибольшее значение индекса предпринимательской уверенности зафиксировано в организациях розничной торговли Дальневосточного федерального округа (+1%), наименьшее – Сибирского и Северо-Западного федеральных округов (-4%).

Таким образом, текущая динамика сектора с одной стороны свидетельствует о разворачивании негативных процессов. Однако с другой стороны, исходя из ожиданий респондентов, можно с осторожностью предположить некоторые позитивные изменения в ближайшей перспективе.

⁶ Данные по Южному, Северо-Кавказскому и Крымскому федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах.

Оборот розничной торговли. Объем продаж в натуральном выражении. Заказы на поставку товаров. Численность занятых

Подробная идентификация динамики показателей торгового процесса свидетельствует о серьезной «просадке» итоговых значений деятельности розничных организаций в отчетном периоде по сравнению с предшествующим кварталом. Причем оценки руководителей по отдельным показателям были сопоставимы с их же оценками, характерными для кризисного периода – начала 2009 года.

В частности, в I квартале 2015 г. 30% руководителей констатировали снижение **спроса на реализуемые товары**. Баланс показателя опустился с -7% до -11%, установив абсолютный антирекорд за всю историю обследований. Так, в разгар кризиса 2009 г. максимально негативное значение показателя достигло -8%, с последующим достаточно быстрым восстановлением положительного результата.

Рис. 3. Динамика оценок изменения количества заказов на поставку товаров в организациях розничной торговли



Обновление отрицательного максимума произошло и по такому важнейшему индикатору торговли, как **объем продаж в натуральном выражении**. Относительно IV квартала более трети руководителей констатировала сокращение данного показателя. Балансовое значение опустилось с -11% до -15% преодолев результат 2009 года в -13%.

Полученные тенденции полностью согласуются с количественной статистикой Росстата. Так, в январе-феврале т.г. оборот розничной торговли снизился на 6.1%.

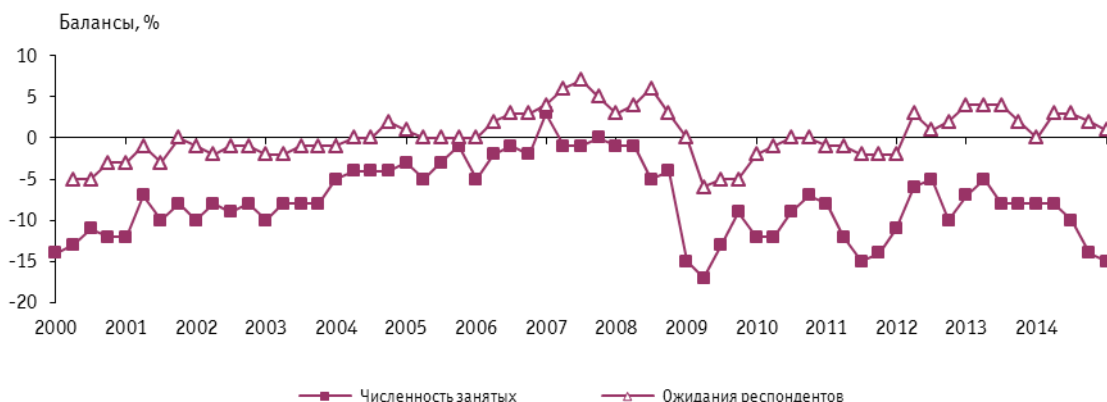
Рис. 4. Динамика оценок изменения объемов продаж в организациях розничной торговли



Динамика текущих событий предопределила состояние рынка труда в сфере розничной торговли. В течение I квартала отмечалось усиление тенденции к сокращению занятости в отрасли, о чем сообщили 30% предпринимателей. Баланс оценки изменения численности составил -15% против -14% кварталом ранее (-8% в I квартале 2014 г.).

Прогнозные оценки руководителей торговых организаций свидетельствуют о том, что отток занятых в их фирмах в последующих кварталах 2015 г. будет продолжаться.

Рис. 5. Динамика оценок изменения численности занятых в организациях розничной торговли



Оценивая причины столь негативных коррекций, очевидно, что принципиальное влияние было оказано именно со стороны ухудшения потребительских настроений домашних хозяйств, т.е. в силу упавшей покупательной способности, тех, кто предъявлял спрос на продукцию розничной торговли. Данная тенденция для розницы оказалась чуть ли не фактормажорным обстоятельством.

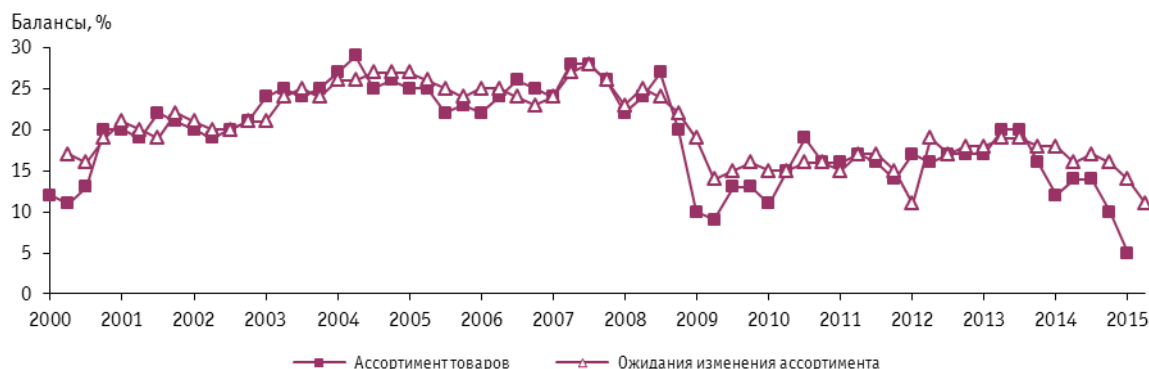
Ассортимент товаров. Поставщики товаров. Объем складских запасов

Важным моментом обследования, напрямую отражающим разбалансированность торгового процесса, являются кардинальные перемены в **ассортиментной матрице** розничных организаций.

По итогам I квартала, вследствие асимметричного санкционного ответа, можно констатировать комплексную диверсификацию номенклатуры, подразумевающую проведение коррекции согласно классическому маркетинговому подходу ее формирования. Причем выбытие импортной доли товаров вкупе с оптимизацией линейки, учитывающей не только поиск возможных альтернатив санкционным товарам, но и исчерпывающую покупательскую лояльность, привели к самому масштабному сжатию товарного предложения за последние 15 лет.

Балансовое значение ассортимента с легкостью преодолело минимальный порог 2009 г. в +9%, опустившись до +5%. Дальнейшие планы предпринимателей четко свидетельствуют о продолжении в среднесрочной перспективе оптимизировать ассортимент путем его сжатия.

Рис. 6. Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях розничной торговли



Осложнить данный процесс помимо вышеперечисленных факторов может инфраструктурная составляющая бизнеса. В частности, если в течение предшествующего года стагнационный характер торговли обусловил вялотекущее сужение **складских площадей**, то по итогам работы в первые месяцы с.г. отрицательная динамика указанного явления усилилась.

Данный факт вполне согласуем с формированием новой модели развития торговли, где форматы площадей в 2015 г. должны будут соответствовать обновленным объемам торговых операций, структуре товарооборота, товарным запасам и ассортименту, а также повышением ценовой составляющей за аренду складов.

Структура поставщиков товаров **организациям розничной торговли в I квартале 2015 г. была сформирована из производителей продукции, оптовых и оптово-посреднических фирм, предприятий розничной торговли, физических лиц и прочих организаций**. При этом основными поставщиками для большинства розничных сетей стали оптовые и оптово-посреднические фирмы, а также предприятия-производители, расположенные в одном с ними регионе.

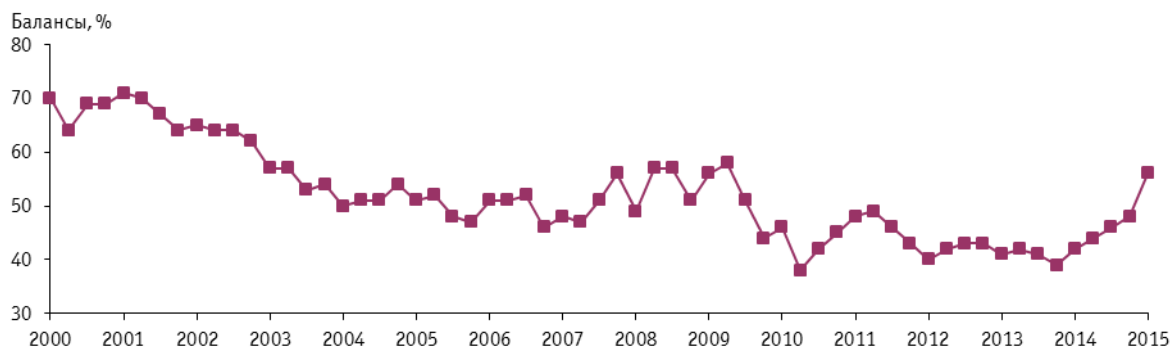
Цены реализации товаров. Торговые наценки. Система расчетов

Результаты конъюнктурного обследования в организациях розничной торговли в I квартале 2015 года позволили зарегистрировать очередной инфляционный виток. Девальвация национальной валюты 2014 года сполна отыгралась на ценовом тренде начала 2015 года. Учитывая весомую долю импортной продукции в товарообороте России, исчерпание товарных запасов приобретенных по старому курсу, предопределило развитие новой ценовой волны.

Несмотря на сжатие спроса и максимально пристальное внимание потребителей к стоимостным аспектам товарного предложения, экономические агенты сохранили повышательную модель ценообразования предыдущих периодов, о чем предупреждали в своих прогнозных оценках еще в IV квартале прошлого года. Об увеличении темпов роста цен на реализуемые товары сообщили уже 60% предпринимателей против 50% в IV квартале 2014 года. Балансовое значение показателя возросло с +48% до +56%.

Пока наблюдаемая тенденция коррелирует с официальным прогнозом Минэкономразвития, указавшему в рамках обновленного варианта, что пик инфляции в России придется на первый-второй кварталы.

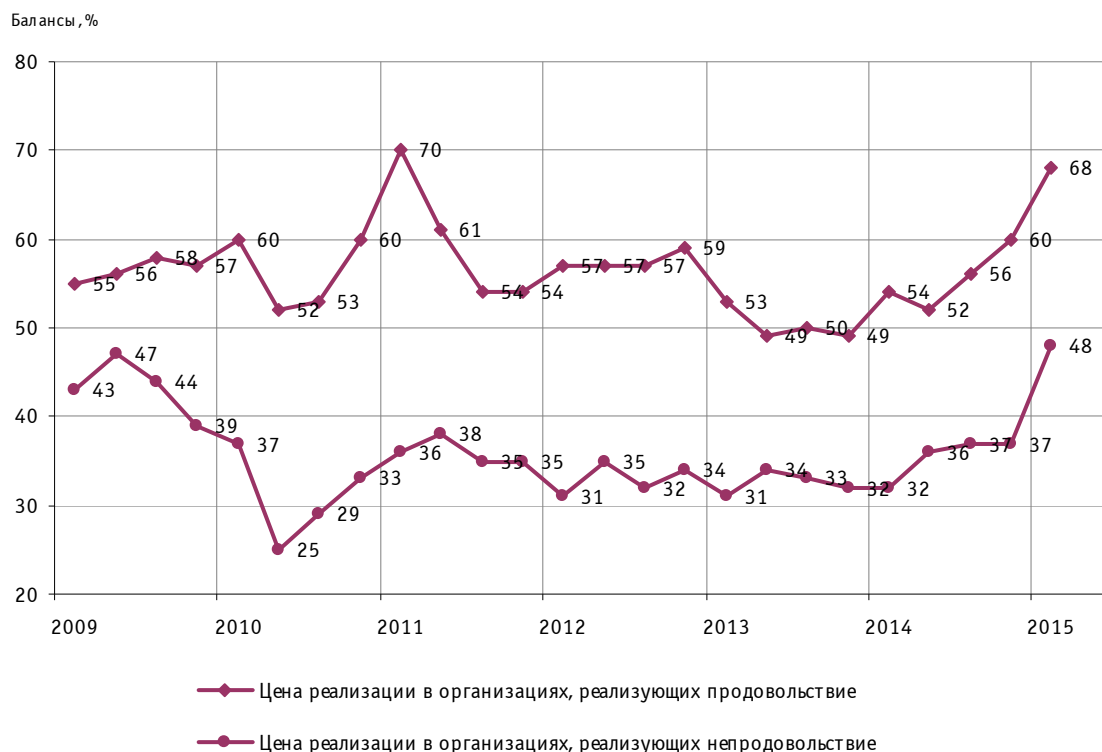
Рис. 7. Динамика оценок изменения цен реализации в организациях розничной торговли



Однако особенное внимание по-прежнему приковано к изменению ценового предложения в разрезе товарных групп. Основной вклад в текущую инфляцию оказал продовольственный сегмент, где по итогам I квартала доля респондентов, констатировавших рост цен, возросла с 60% в IV квартале до 70%. Балансовое значение показателя увеличилось сразу на 8 п.п. достигнув +68%.

Синхронную ценовую динамику в I квартале продемонстрировали и непродовольственные товары. Инфляционный разгон в своих фирмах отмечали 55% руководителей организаций против 42% в конце 2014 года. Балансовое значение выросло с +37% до +48%.

Рис. 8. Динамика оценок изменения цен реализации в организациях розничной торговли, реализующих продовольственные и непродовольственные товары



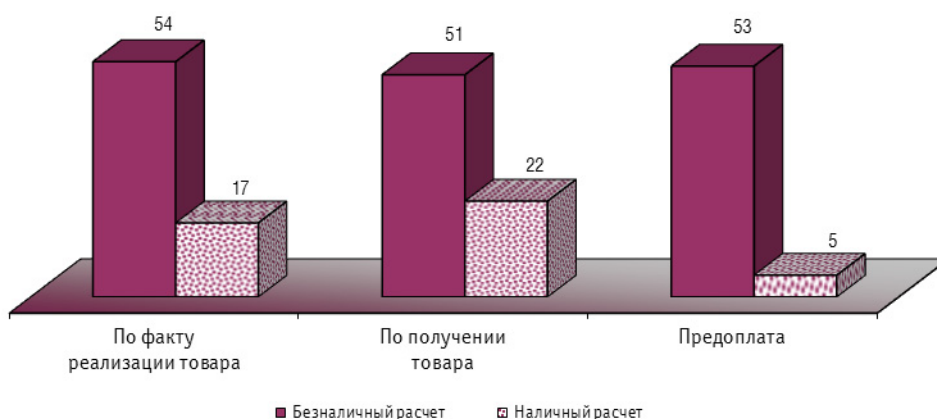
Исходя из результатов обследования, **средний сложившийся уровень торговой наценки** в организациях составил 26%, при этом, по мнению участников опроса, желаемая средняя торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой прибыли, составляет около 40%.

В то же время, средний уровень торговой наценки в розничных организациях **по социально значимым продовольственным товарам** сохранил значение в 18%, тогда как, по мнению предпринимателей, средний уровень, который был бы необходим для получения прибыли, составил 27%.

Независимо от складывающейся экономической ситуации в анализируемом квартале сохранялась практически без изменений **система расчетов с поставщиками** – 54% руководителей торговых организаций предпочитали применять безналичные платежи по факту реализации товара.

Система наличных расчетов с поставщиками товаров традиционно применялась руководителями менее активно. Наличные расчеты проводились в основном при получении товара и по факту его реализации, на что указали 22 и 17% руководителей соответственно.

Рис. 9. Распределение организаций розничной торговли по видам расчетов с поставщиками в I квартале 2015 г.
Доля организаций от их общего числа, %



Финансово-экономическое положение

Анализ финансово-экономического положения розничных организаций подчеркивает глубину негативных тенденций, сформировавшихся в секторе в I квартале 2015 г. Напряженность конъюнктурного момента обогащенного неустойчивыми монетарными и инфляционными параметрами, качественным ухудшением кредитного портфеля, а также сжатием потребления, продолжила осложнять ситуацию с собственными средствами фирм, а также прибылью.

Итоговым результатом развития операционной деятельности выступил очередной негативный резонанс со стороны центрального индикатора – **прибыли**, установив по итогам анализируемого периода новый антирекорд. В частности, практически 40% предпринимателей констатировали уменьшение прибыли относительно предшествующего квартала, а балансовое значение опустилось до -18% (-15% в I квартале 2014 г.).

Рис. 10. Динамика оценки изменения прибыли в организациях розничной торговли



Негативный импульс также получил показатель **обеспеченность фирм собственными средствами**. Баланс оценки изменения полученного значения претерпел дальнейшую негативную корректировку и в анализируемом периоде составил -9% (-5% в IV квартале 2014 г.).

Рис. 11. Динамика оценок изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами в организациях розничной торговли



В результате эскалации негативных рыночных тенденций, балансовое значение оценки изменения **экономической ситуации** в организациях снизилось относительно IV квартала на 2 п.п. и составило -7% (-1% в I квартале 2014 г.).

Рис. 12. Динамика оценок экономической ситуации в организациях розничной торговли



Факторы, лимитирующие деятельность организаций розничной торговли

Усиление неблагоприятного конъюнктурного фона оказало принципиальное воздействие на группу факторов, лимитирующих торговый процесс. Охват негативных явлений 2014 и 2015 г.г., оказался наиболее масштабным, что обусловило новую реакцию предпринимателей на воздействие многих дестабилизирующих бизнес параметров. В результате, как показало обследование, впервые за несколько лет произошла принципиальная смена в рейтинге факторов, ограничивающих торговую деятельность.

В частности, на протяжении длительного времени ключевым негативным обстоятельством для развития бизнеса руководители фирм отмечали высокую фискальную нагрузку. Однако начало текущего года отчетливо показало, что «потребительский дефицит» возможностей и, как следствие, все утрачивающееся внимание и повышенная избирательность в приобретении различных групп товаров, способно привести к резкому сокращению товарооборота. Особенно это актуально для существенной части непродовольственной номенклатуры, которая еще несколько кварталов назад и, особенно в предшествующем, создавала определенный запас прочности для розничной торговли в целом.

Так, в I квартале **«недостаточный платежеспособный спрос»** констатировали уже 52% респондентов против 47% по итогам 2014 года, что автоматически перенесло данный фактор во главу лимитирующего рейтинга.

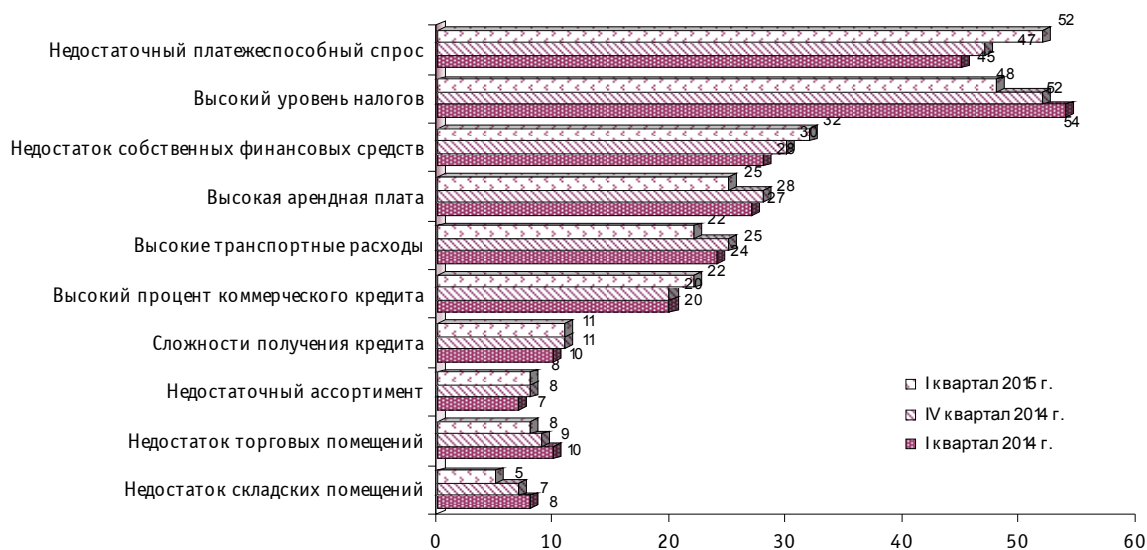
В то же время негативные предпринимательские оценки, данные фактору **«высокий уровень налогов»**, в анализируемом периоде несколько ослабли, продолжая оказывать дискомфорт ведения бизнеса у 48% руководителей против 52% в IV квартале.

Рис. 13. Динамика факторов «недостаточный платежеспособный спрос» и «высокий уровень налогов», лимитирующих развитие розничных организаций
Доля организаций от их общего числа, %



Распространение негативных мнений респондентов прослеживалось по группам ограничений, отождествляющих финансовый потенциал. В частности, в I квартале 32% респондентов против 30% в IV-м, указывали на нарастающую проблему нехватки в их фирмах **собственных финансовых средств**, а 22% против 20% были недовольны **высокими процентными ставками за кредиты**.

Рис. 14. Факторы, ограничивающие деятельность организаций розничной торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, результаты текущего конъюнктурного опроса, характеризующего деловой климат в розничном сегменте, однозначно войдут в историю обследований, закрепив за I кварталом 2015 года статус одного из самых неблагоприятных и сложных периодов. Обновленные критические ретроспективные минимумы многих операционных показателей торгового процесса, станут новой отправной точкой очередного этапа отраслевого развития.

Анализируемый период более тонко расставил акценты в экономических, политических и, главное, социальных факторах влияния на динамику экономического развития торгового процесса, позволив впервые за последние несколько кварталов более детально проанализировать сложившуюся ситуацию и подвести итоги ажиотажного функционирования розничных фирм.

К сожалению, пока, получить «охлажденные» предпринимательские оценки не удалось. Сектор разогрет до предела, о чем свидетельствуют яркие негативные результаты практически по всему спектру показателей. Эмоциональный накал всех участников рыночных отношений, окрашенный оттенками неопределенности и неуверенности в завтрашнем дне, помимо объективных макроэкономических препятствий, также оказывал весомый вклад на совокупную динамику торговли. Однако учитывая некоторую относительно положительную коррекцию в оценках руководителей будущих тенденций по отдельным индикаторам, можно предположить, что пик панических настроений у бизнесменов все-таки пройден, что не скажешь про домашние хозяйства. Большое количество действующих проинфляционных факторов, вызывающих все новые всплески цен сохраняют максимальное негативное воздействие на их поведенческую модель. И складывается впечатление, что данное обстоятельство не сильно беспокоит ритейлеров. Цены, «накаченные» курсом доллара, продолжили оказывать сильное давление на рыночный механизм изнутри, сдерживая потребительскую активность домашних хозяйств. Увеличивающийся «инфляционный налог» на покупателей, регистрируемый в том числе и данными Росстата по итогам первых месяцев 2015 года, яркое тому свидетельство. Причем доходы россиян, согласно официальной статистике, уже с ноября сохраняют устойчивую тенденцию к снижению.

И хотя ритейлеры уже постепенно начали приспосабливаться к новым рыночным условиям, рассчитывать на повторение декабрьского бума покупок не приходится. Динамика продаж и ассортиментная политика фирм ярко свидетельствует о глубокой заморозке шкалы личных предпочтений потребителей в различных сегментах. Очевидно, что ожидания населением дефляционной фазы чревато очередной понижательной реакцией спроса, и, как след-

ствии, банкротством части магазинов, передела рынка, что можно констатировать уже сегодня невооруженным глазом, особенно, среди непродовольственных точек.

Также нельзя забывать, что скорее всего, население в ближайшей перспективе будет придерживаться сберегательной модели поведения и избирательно подходить к своей корзине потребления. При этом увеличивая долю своих сбережений, кто может это себе позволить, создавая, как и государство, свои валютные резервные фонды, фонды своего благосостояния и т. д. для минимизации возможных социальных потерь из-за непредсказуемости экономической и политической ситуации.

Судя по сложившейся ситуации, пока вступят в действие все факторы государственной поддержки, по крайней мере в краткосрочной перспективе, розничным организациям остается рассчитывать только на «гудвилл» или неосязаемые факторы развития, заключающиеся в повышенной репутации относительно конкурентов, удобным месторасположением, качеством обслуживания и т.д. Главным условием их выживания в ближайшие кварталы 2015 года станет высокая оперативность работы, подкрепленная новой стратегией и конкретными инициативами, направленными на максимальное удовлетворение запросов потребителей.

ДИНАМИКА ОЦЕНОК ИЗМЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Таблица 1

Оборот розничной торговли Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 26 | 40 | 34 | -8 | 34 | 51 | 15 | +19 |
| II квартал | 31 | 37 | 32 | -1 | 33 | 52 | 15 | +18 |
| III квартал | 30 | 37 | 33 | -3 | 28 | 53 | 18 | +10 |
| IV квартал | 26 | 38 | 36 | -10 | 27 | 54 | 18 | +9 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 26 | 35 | 39 | -13 | 28 | 53 | 19 | +9 |

Таблица 2

Объем продаж в натуральном выражении Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 21 | 49 | 30 | -9 | 27 | 61 | 12 | +15 |
| II квартал | 26 | 47 | 27 | -1 | 28 | 59 | 13 | +14 |
| III квартал | 24 | 48 | 28 | -4 | 24 | 61 | 15 | +9 |
| IV квартал | 20 | 49 | 31 | -11 | 23 | 61 | 16 | +7 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 19 | 47 | 34 | -15 | 21 | 59 | 16 | +5 |

Таблица 3

Заказы на поставку товаров
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 19 | 58 | 23 | -4 | 24 | 66 | 10 | +14 |
| II квартал | 24 | 56 | 20 | +4 | 23 | 66 | 11 | +12 |
| III квартал | 22 | 56 | 23 | -1 | 20 | 68 | 12 | +8 |
| IV квартал | 19 | 55 | 26 | -7 | 20 | 67 | 13 | +7 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 19 | 51 | 30 | -11 | 22 | 63 | 15 | +7 |

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 22 | 68 | 10 | +12 | 22 | 72 | 6 | +16 |
| II квартал | 24 | 66 | 10 | +14 | 23 | 71 | 6 | +17 |
| III квартал | 25 | 65 | 9 | +14 | 21 | 74 | 5 | +16 |
| IV квартал | 21 | 68 | 11 | +10 | 20 | 74 | 6 | +14 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 20 | 65 | 15 | +5 | 20 | 71 | 9 | +11 |

Таблица 5

Численность занятых
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 17 | 58 | 25 | -8 | 10 | 83 | 7 | +3 |
| II квартал | 17 | 58 | 25 | -8 | 10 | 83 | 7 | +3 |
| III квартал | 16 | 57 | 26 | -10 | 10 | 83 | 8 | +2 |
| IV квартал | 16 | 56 | 30 | -14 | 9 | 83 | 8 | +1 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 15 | 57 | 30 | -15 | 8 | 83 | 8 | 0 |

Таблица 6

Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 9 | 78 | 14 | -5 | 12 | 82 | 6 | +6 |
| II квартал | 9 | 78 | 13 | -4 | 10 | 83 | 7 | +3 |
| III квартал | 8 | 79 | 13 | -5 | 9 | 84 | 7 | +2 |
| IV квартал | 8 | 76 | 16 | -8 | 9 | 83 | 8 | +1 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 9 | 74 | 17 | -9 | 11 | 79 | 10 | +1 |

Таблица 7

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 21 | 43 | 36 | -15 | 26 | 58 | 15 | +11 |
| II квартал | 24 | 47 | 29 | -5 | 25 | 58 | 16 | +9 |
| III квартал | 23 | 46 | 31 | -8 | 22 | 59 | 18 | +4 |
| IV квартал | 19 | 45 | 36 | -17 | 22 | 58 | 19 | +3 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 20 | 42 | 38 | -18 | 23 | 54 | 21 | +2 |

Таблица 8

Объем складских запасов
Доля организаций от их общего числа, %

| | Выше нормального уровня | Нормальный уровень | Ниже нормального уровня | Баланс |
|-------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------|
| 2014 | | | | |
| I квартал | 4 | 87 | 8 | +4 |
| II квартал | 10 | 85 | 5 | -5 |
| III квартал | 6 | 86 | 8 | -2 |
| IV квартал | 9 | 85 | 5 | -4 |
| 2015 | | | | |
| I квартал | 10 | 85 | 5 | -5 |

Таблица 9

Конкурентоспособность⁷
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 10 | 78 | 12 | -2 | 12 | 82 | 6 | +6 |
| II квартал | 11 | 77 | 12 | -1 | 11 | 82 | 7 | +4 |
| III квартал | 10 | 78 | 12 | -2 | 11 | 82 | 6 | +5 |
| IV квартал | 9 | 78 | 13 | -4 | 10 | 82 | 7 | +3 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 11 | 75 | 14 | -3 | 12 | 78 | 8 | +4 |

Таблица 10

Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию
Доля организаций от их общего числа, %

| | В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом | | | | Ожидания на следующий квартал | | | |
|-------------|--|---------------|------------|--------|-------------------------------|---------------|------------|--------|
| | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс | увеличение | без изменения | уменьшение | баланс |
| 2014 | | | | | | | | |
| I квартал | 8 | 79 | 7 | +1 | 9 | 80 | 5 | +4 |
| II квартал | 9 | 78 | 7 | +2 | 9 | 80 | 5 | +4 |
| III квартал | 9 | 78 | 7 | +2 | 7 | 80 | 6 | +1 |
| IV квартал | 9 | 74 | 11 | -2 | 7 | 80 | 7 | 0 |
| 2015 | | | | | | | | |
| I квартал | 8 | 71 | 14 | -6 | 9 | 74 | 9 | 0 |

⁷ Данные в таблицах 9 и 10 приведены без сезонной корректировки.