





**ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований  
и экономики знаний**

**Центр конъюнктурных исследований**

# **ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА**

Москва  
2015

**Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2015 года.** – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 17 с.

**Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ** представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2015 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ<sup>1</sup> 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, сложившемся 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](mailto:issek@hse.ru)  
<http://issek.hse.ru>

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

---

<sup>1</sup> 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 во II квартале 2015 г. и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2015 г.

В докладе использованы результаты ежеквартальных выборочных<sup>2</sup> опросов руководителей около 4 тыс. организаций розничной торговли из 78 регионов России, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

### Обобщенная конъюнктура в розничной торговле<sup>3</sup>

Результаты опроса за II квартал 2015 года позволяют констатировать некоторые позитивные изменения в динамике ключевых операционных показателей торгового процесса относительно предшествующих периодов. Оценки респондентов, впервые со II квартала 2014 года, в своей совокупности характеризовались скромной повышательной тенденцией, свидетельствуя о том, что пик панических настроений у бизнесменов пройден. Обнадеживающие прогнозы, данные руководителями в I квартале т.г. по отдельным индикаторам, выразились в ослаблении отрицательной динамики большинства из них.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций розничной торговли  
Балансы, %<sup>4</sup>

	2014				2015		
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал
Оборот розничной торговли	-8	-1	-3	-10	-13	-9	
Объем продаж в натуральном выражении	-9	-1	-4	-11	-15	-10	
Заказы на поставку товаров	-4	+4	-1	-7	-11	-7	
Ассортимент товаров	+12	+14	+14	+10	+5	+8	
Численность занятых	-8	-8	-10	-14	-15	-11	
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-5	-4	-5	-8	-9	-6	
Цены реализации	+42	+44	+46	+48	+55	+52	
Прибыль	-15	-5	-8	-17	-18	-11	

Корректирующие изменения в деятельности розничного сегмента отражает возобновившаяся динамика роста основного индикатора обследования – **индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)**<sup>5</sup>. Значение индикатора, после полугодового нахождения

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

<sup>3</sup> Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций розничной торговли.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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.

## Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2015 года

в критической околонулевой зоне, возросло с +1% до +4%, перекрыв минимумы двух предшествующих кварталов.

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

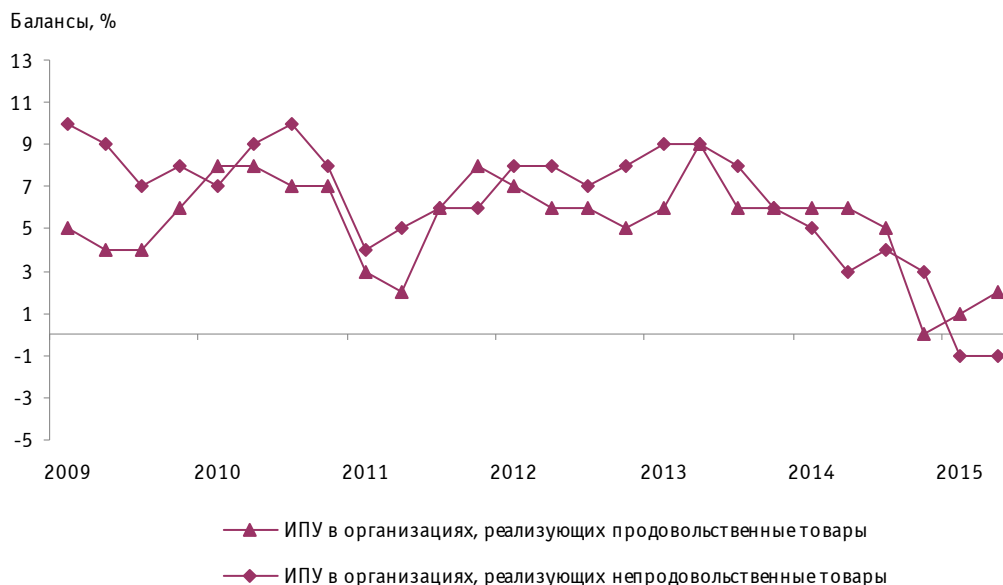


Тем не менее, более детальный анализ сущности причин наблюдаемого улучшения делового климата показал, что как и предполагалось в предыдущем обзоре, положительная коррекция Индекса последовала в связи с возобновлением роста предпринимательских оценок одного из его ключевых компонентов – ожиданий изменения экономической ситуации на III квартал текущего года.

Одновременно, источником активизации торговой деятельности следует считать весенне-летний период. Хотя даже этого традиционно-весомого влияния оказалось явно недостаточно, чтобы «раскачать» все сегменты розничной торговли.

Эффект «летнего оптимизма» в большей мере распространился лишь на продовольственную сферу торговли (ИПУ, после резкого падения за 2014 год, в течение первого полугодия отыграл лишь 2 п.п., составив +2%), тогда как рынок непродовольственных товаров продолжил пребывать в депрессивном состоянии. Данный факт подтверждает стагнирующее значение ИПУ, характеризующее деловой климат в непродуктовой рознице относительно предшествующего квартала, сохранившееся на отметке (-1%).

Рис. 2 Динамика индекса предпринимательской уверенности в организациях розничной торговли



В шести федеральных округах Российской Федерации<sup>6</sup> наибольшее значение индекса предпринимательской уверенности зафиксировано в организациях розничной торговли Приволжского и Дальневосточного федеральных округов (+2% соответственно), наименьшее – Уральского федерального округа (-3%).

В целом, смена характера наблюдаемых процессов в организациях была слабо акцентированной, т.к. действительно экономически весомых составляющих, способных на качественном уровне скорректировать серьезные негативные явления, наблюдающиеся в данной сфере в последний год, по итогам текущего полугодия не отмечается. Динамика развития ключевых статистических социально-экономических макроагрегатов в течение 2015 года, является веским аргументом, подрывающим возникший оптимизм.

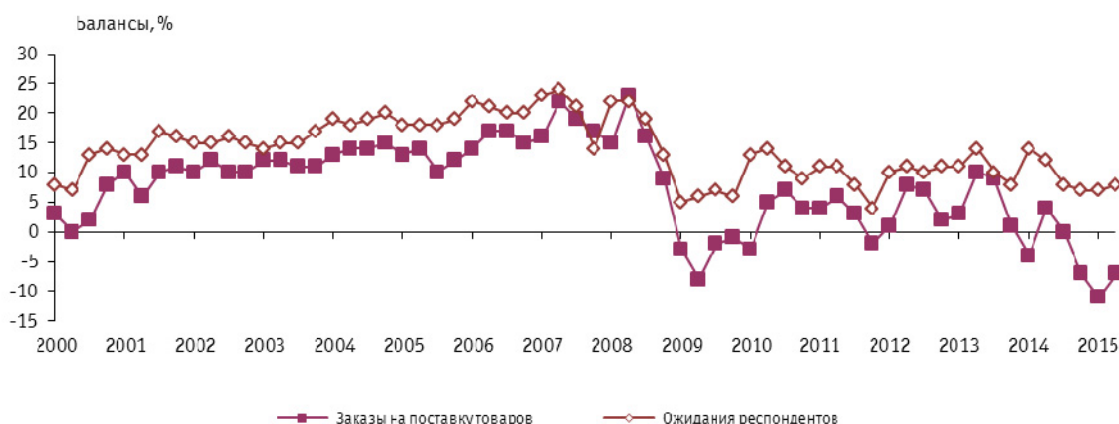
### Оборот розничной торговли. Объем продаж в натуральном выражении. Заказы на поставку товаров. Численность занятых

Результаты конъюнктурного обследования, характеризующие экономическую деятельность розничных организаций за II квартал 2015г., с одной стороны позволяют констатировать определенные положительные изменения в динамике ключевых операционных показателей торгового процесса. Однако с другой стороны, в контексте официальной статистики, начавшаяся в 2014 г. и сохраняющаяся в первой половине т.г. тенденция замедления роста реальных располагаемых денежных доходов населения, увеличение численности безработных, снижение реальной начисленной заработной платы, инфляционная составляющая, не способствовали качественной компенсации негативных трендов, характеризующих продажи и финансовый потенциал организаций.

По итогам анализируемого периода рубеж отрицательной зоны оказался не преодолен такими показателями торговли, как **заказы, объем продаж, товарооборот**, хотя их динамика и претерпела определенную компенсационную корректировку.

В частности, во II квартале с.г. снижение спроса на реализуемые товары продолжали констатировать 28% респондентов. Баланс показателя составил -7% против -11%, сохранившись в диапазоне минимальных значений за всю историю обследований (+4% во II квартале 2014 г.).

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



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

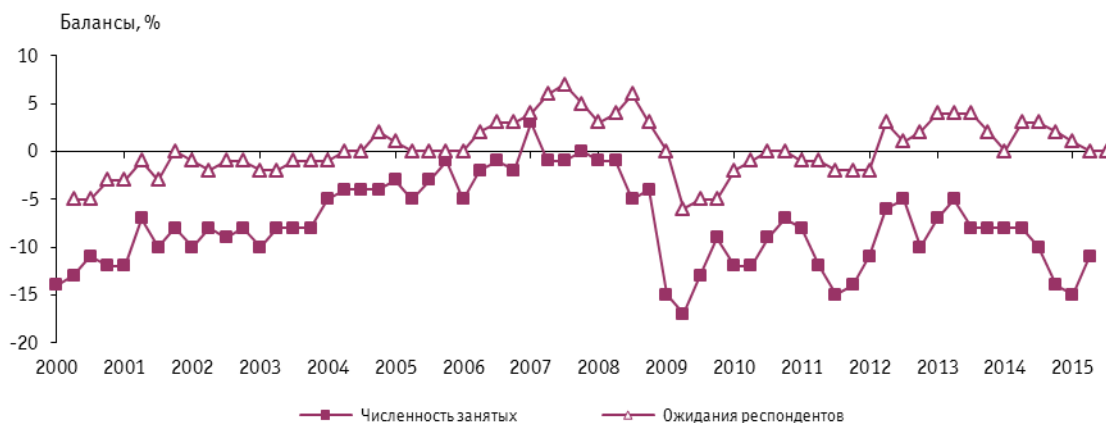
Определенная компенсация отрицательных максимумов зафиксирована и по таким важнейшим индикаторам торговли, как **объем продаж в натуральном выражении и товарооборот**. Относительно I квартала сокращение данных показателей замедлилось. Балансовые значения составили -10% и -9% против -15% и -13% соответственно.

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



Динамика текущих событий практически не повлияла на состояние рынка труда в сфере розничной торговли. По итогам I полугодия сокращение занятости в отрасли продолжалось, о чем сообщили около 30% предпринимателей. Скорректированный баланс оценки изменения численности составил -11% против -15% кварталом ранее (-8% во II 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



## Ассортимент товаров. Поставщики товаров. Объем складских запасов

Одной из важных тенденций обследования, отражающей нюансы формирования новой поведенческой модели торговли, являются начавшиеся коррективы в **ассортиментной матрице** розничных организаций.

По итогам II квартала, впервые после годового сжатия товарного предложения, можно наблюдать первые результаты комплексной диверсификации номенклатуры, заключающиеся в расширении **ассортимента** реализуемых товаров. Балансовое значение данного показателя преодолело минимальный порог I квартала т.г. увеличившись до +8%. Наибольший

рост товарного предложения прослеживался в организациях, реализующих продовольственные товары.

Санкционный режим 2014 г. и его продление в текущем году будет способствовать дальнейшему насыщению ассортимента с учетом процесса импортозамещения, адаптируя российского потребителя под новую номенклатуру. По крайней мере, как показывает обследование, планы предпринимателей четко свидетельствуют о продолжении во II полугодии оптимизировать ассортимент путем его расширения.

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



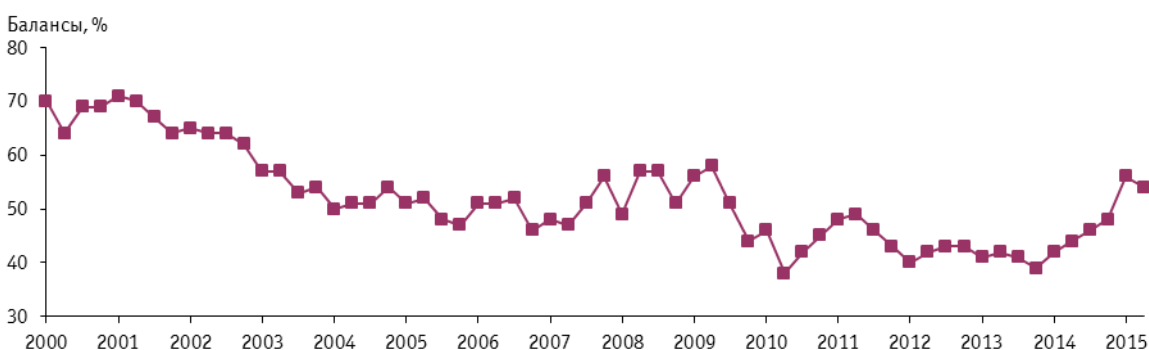
Структура поставщиков товаров **организациям розничной торговли во II квартале 2015 г. была сформирована из производителей продукции, оптовых и оптово-посреднических фирм, предприятий розничной торговли, физических лиц и прочих организаций.** При этом основными поставщиками для большинства розничных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

### Цены реализации товаров. Торговые наценки. Система расчетов

Одним из важных конъюнктурных моментов в секторе продолжает оставаться ценовая составляющая. Факт повышения цен реализации по-прежнему констатировали большинство руководителей торговых фирм – 56%, однако впервые с 2014 года инфляционный разгон приостановился, преодолев пиковые значения предшествующих кварталов. Балансовое значение показателя снизилось с +56% до +54% (+44% во II квартале 2014 г.).

В планах большинства предпринимателей и в III квартале сдерживать рост цен.

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





Изменение ценового предложения в разрезе товарных групп свидетельствует об основном вкладе в текущую инфляцию со стороны продовольственного сегмента. По итогам I полугодия доля респондентов, констатировавших рост цен, продолжала превышать 60%.

Синхронную ценовую динамику относительно I квартала демонстрировали непродовольственные товары. Инфляционный разгон в своих фирмах по-прежнему отмечали 55% руководителей.

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



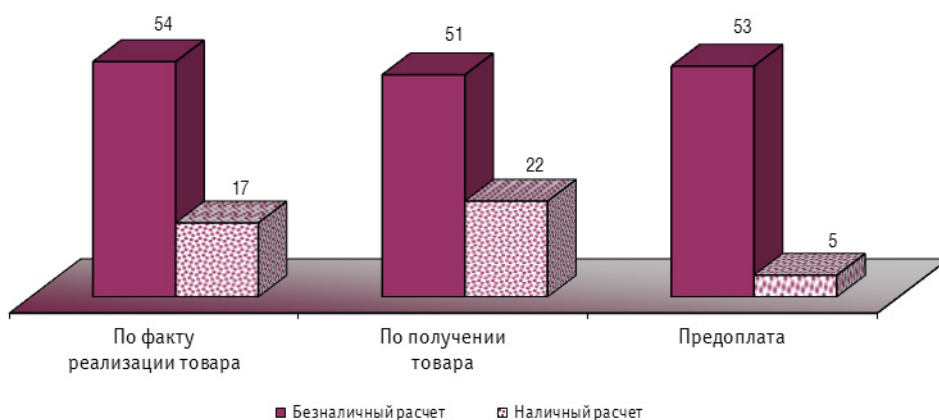
Исходя из результатов обследования, **средний сложившийся уровень торговой наценки** в организациях составил 26%, при этом, по мнению участников опроса, желаемая средняя торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой прибыли, составляет 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 во II квартале 2015 г.  
Доля организаций от их общего числа, %



### Финансово-экономическое положение

Анализ финансово-экономического положения розничных организаций позволяет констатировать замедление распространение негативных тенденций, превалирующих в секторе в течение года. Напряженность конъюнктурного момента, вызванная неустойчивыми монетарными и инфляционными параметрами, сжатием потребления, несколько ослабла, что выразилось в более позитивных, нежели в начале года предпринимательских оценках, характеризующих ситуацию с собственными средствами фирм, а также прибылью.

Тем не менее, скорректированная динамика показателей продолжала характеризоваться низкими отрицательными значениями, лишь отчасти преодолевшими порог критических минимальных значений двух предшествующих кварталов.

В частности, практически более трети предпринимателей продолжали констатировать уменьшение прибыли относительно предшествующего квартала. Балансовое значение показателя составило -11% (-5% во II квартале 2014 г.).

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



В результате относительной деэскалации негативных рыночных тенденций, в анализируемом периоде балансовое значение оценки изменения **экономической ситуации** в организациях получило корректирующий импульс и составило -1% против -7% в I квартале (+1% во II квартале 2014 г.).

Рис. 11. Динамика оценок экономической ситуации в организациях розничной торговли



### Факторы, лимитирующие деятельность организаций розничной торговли

Ослабление дестабилизирующих конъюнктурных посылов не оказало принципиальное воздействие на группу факторов, лимитирующих торговый процесс. Обследованием не выявлены акцентированные изменения, способные повлечь смену в рейтинге факторов, ограничивающих торговую деятельность. Новая расстановка предпринимательских оценок, сформированная в предыдущем опросе, сохранила негативное лидерство за фактором **«недостаточный платежеспособный спрос»**. Его влияние, как максимально затрудняющее торговый процесс, отмечали 52% респондентов. Причем в большей степени данное ограничение касалось непродуктовой розницы, о чем сообщили 57% руководителей.

Рис. 12. Факторы, ограничивающие деятельность организаций розничной торговли, реализующих продовольственные и непродовольственные товары во II квартале 2015 года

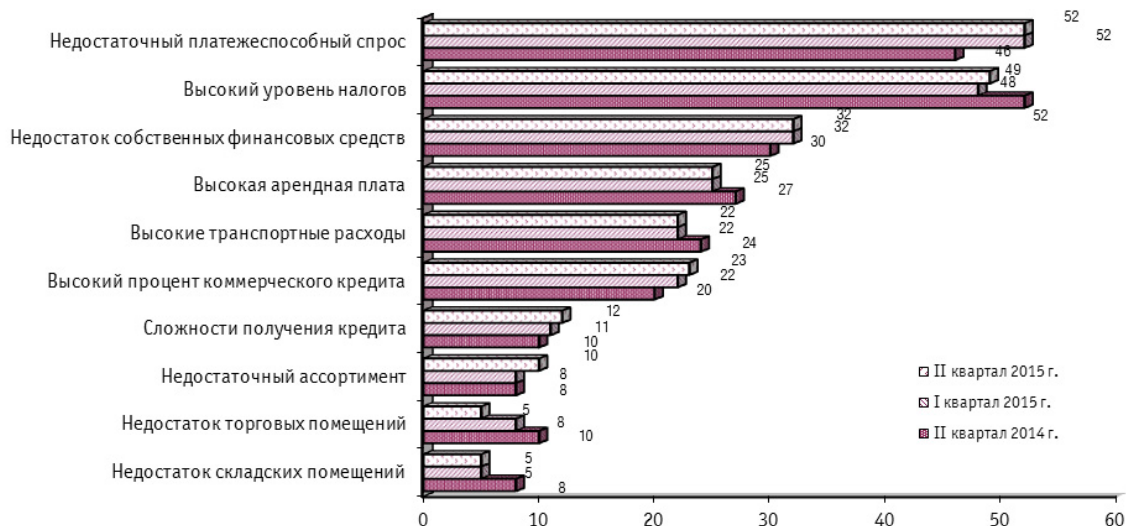
Доля организаций от их общего числа, %



В то же время в анализируемом периоде возобновились негативные предпринимательские оценки, данные фактору **«высокий уровень налогов»**. Дискомфорт ведения бизнеса в связи с фискальным давлением испытывали 49% предпринимателей.

Сохранение негативных мнений респондентов прослеживалось по группам ограничений, отождествляющих финансовый потенциал. В частности, как и в I квартале, 32% респондентов указывали на проблему нехватки в их фирмах **собственных финансовых средств**, а 22% были недовольны **высокими процентными ставками за кредиты**.

Рис. 13. Факторы, ограничивающие деятельность организаций розничной торговли  
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, полученные итоги подвели черту годового функционирования розничного сегмента в рамках беспрецедентных конъюнктурных составляющих. Как показывают результаты опроса, во II квартале 2015 года розничной торговле удалось избежать дальнейшего кризисного падения и завершить I полугодие на более оптимистичной ноте. Значение главного результирующего индикатора состояния делового климата – ИПУ, все-таки вырвалось из критической околонулевой зоны, что позволяет говорить о выработке определенного иммунитета предпринимателей к экономико-политическим и главное – социальным факторам, определяющим динамику развития торгового процесса.

Разворот большинства негативных трендовых траекторий деятельности организаций, свидетельствует о прохождении острой фазы кризиса, однако не дает оснований быть уверенными в наращивании позитивных корректив в ближайшей перспективе. Судя по сложившейся ситуации, наблюдаемая активность в секторе отнюдь не связана с «включением» всех факторов поддержки для бизнеса и нейтрализации деструктивных явлений. Напротив, лето 2015 года стало новым этапом введения санкций против России, что, безусловно, в какой-то мере продолжит подавлять отечественный бизнес.

Тем не менее, максимальный эффект от продуктового эмбарго в принципе уже получен и в виду его максимальной преемственности, очередной удар вряд ли способен вызвать повторный ажиотажный диссонанс ни со стороны предпринимателей, ни со стороны потребителей. И те и другие за год сумели максимально сконцентрироваться, выбрав для себя оптимизационную модель взаимодействия. При этом, продление санкционного режима для российского товарного рынка будет способствовать дальнейшему насыщению ассортимента с учетом импортозамещения, адаптируя российского потребителя под новую номенклатуру. Данный процесс уже проявился в анализируемом периоде: впервые с 2014 года оценки респондентов свидетельствовали о возобновлении расширении ассортиментной матрицы. Причем наибольший рост товарного предложения прослеживался в организациях, реализующих

## Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2015 года

продовольственные товары. Данная мера сопрягается с политикой крупного сетевого ритейла, которые после пролонгации санкций намерены более активно снижать долю импорта.

По всей вероятности, в III квартале 2015 года мы вряд ли увидим серьезные отклонения от полученных результатов. Предприниматели, не раз испытанные на прочность, продолжают функционирование в текущих дискомфортных рамках, но уже без эмоций, технически отработывая конъюнктурные послы.

## 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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	26	35	39	-13	28	53	19	+9
II квартал	28	35	37	-9	29	52	18	+11

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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	19	47	34	-15	21	59	16	+5
II квартал	21	48	31	-10	23	61	16	+7

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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	19	51	30	-11	22	63	15	+7
II квартал	21	51	28	-7	23	62	15	+8

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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	20	65	15	+5	20	71	9	+11
II квартал	21	66	13	+8	22	70	8	+14

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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	15	57	30	-15	8	83	8	0
II квартал	17	55	28	-11	9	82	9	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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	9	74	17	-9	11	79	10	+1
II квартал	11	72	17	-6	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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	20	42	38	-18	23	54	21	+2
II квартал	23	43	34	-11	24	56	20	+4

Таблица 8

**Объем складских запасов**  
Доля организаций от их общего числа, %

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

Таблица 9

**Конкурентоспособность<sup>7</sup>**  
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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	11	75	14	-3	12	78	8	+4
II квартал	11	75	13	-2	12	80	7	+5

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
<b>2014</b>								
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
<b>2015</b>								
I квартал	8	71	14	-6	9	74	9	0
II квартал	8	72	13	-5	9	75	9	0

<sup>7</sup> Данные в таблицах 9 и 10 приведены без сезонной корректировки.