



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В СФЕРЕ УСЛУГ ВО II КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА

Москва
2015

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015 – 21 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 5.5 тыс. организаций сферы услуг, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Конъюнктурные обследования направлены на оперативное получение от предпринимателей в дополнение к официальным статистическим данным краткосрочных качественных оценок состояния бизнеса и основных тенденций его динамики, особенностей функционирования хозяйствующих субъектов, их намерений, степени адаптации к механизмам хозяйствования, сложившегося делового климата, а также важнейших факторов, лимитирующих производственную деятельность.

Программа обследования сопоставима с международными стандартами и базируется на Европейской Системе обследований деловых тенденций.

Структура выборочной совокупности идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объем выборки достаточен для получения необходимой точности выборочных оценок показателей на всех уровнях разработки статистических данных по видам деятельности сферы услуг.

Материал подготовлен 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.

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67
E-mail: issek@hse.ru
<http://issek.hse.ru>

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал о деловом климате в сфере услуг во II квартале 2015 года. В обзоре использованы результаты выборочных опросов¹ руководителей более 5.5 тыс. организаций, оказывающих различные виды услуг (проводятся Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме).

Основные итоги II квартала 2015 г.

- 26% предпринимателей отметили **падение спроса на услуги** по сравнению с предыдущим кварталом и 19% – его рост (годом ранее – 20 и 20%);
- 27% респондентов указали на **снижение объема оказанных услуг** и 21% – на его рост (годом ранее – 22 и 22%);
- 29% респондентов констатировали **снижение прибыли** и 14% – ее рост (годом ранее – 23 и 16%);
- 16% руководителей организаций **сокращали штат работников** и 9% – расширяли его (годом ранее – 13 и 10%);
- в 12% организаций наблюдался **рост тарифов на оказываемые услуги** и в 81% – сохранились прежние расценки (годом ранее – 9 и 85%);
- 21% респондентов констатировал **ухудшение экономического положения организаций** и 18% – ее улучшение (годом ранее – 15 и 20%);
- 48% предпринимателей отметили негативное воздействие на бизнес **недостатка спроса на оказываемые услуги**, а 45% – **дефицита финансовых средств** (рост на 8 и 3 п. п. в годовом интервале).

Обобщенная оценка конъюнктуры в сфере услуг

Результаты опроса свидетельствуют о **продолжении спада деловой активности на рынке услуг** во II квартале 2015 г. Некоторое улучшение настроений предпринимателей по сравнению с предыдущим кварталом носит исключительно сезонный характер² и не может свидетельствовать о системном улучшении бизнес-климата в этом секторе экономики.

Балансы³ предпринимательских оценок изменения (относительно предыдущего квартала) всех ключевых индикаторов деятельности сервисных организаций – потребительского спроса, объема оказанных услуг и полученной прибыли, численности занятых, конкурентной позиции и экономического положения организаций – сохранили отрицательные значения и были заметно ниже, чем в соответствующем периоде предыдущего года. В положительной зоне находились только балансы оценок изменения цен на услуги, что вряд ли можно считать позитивным явлением.

¹ Конъюнктурные опросы не измеряют точных экономических параметров динамики развития сферы услуг. Данный метод наблюдения позволяет выявить реакцию предпринимательского сообщества на изменение основных показателей деятельности обследуемых экономических агентов, а также общее состояние делового климата в анализируемом периоде, причем в режиме раннего оповещения.

² В настоящий момент сезонная коррекция результатов обследования делового климата в сфере услуг не проводится в связи с недостаточной длиной динамических рядов показателей.

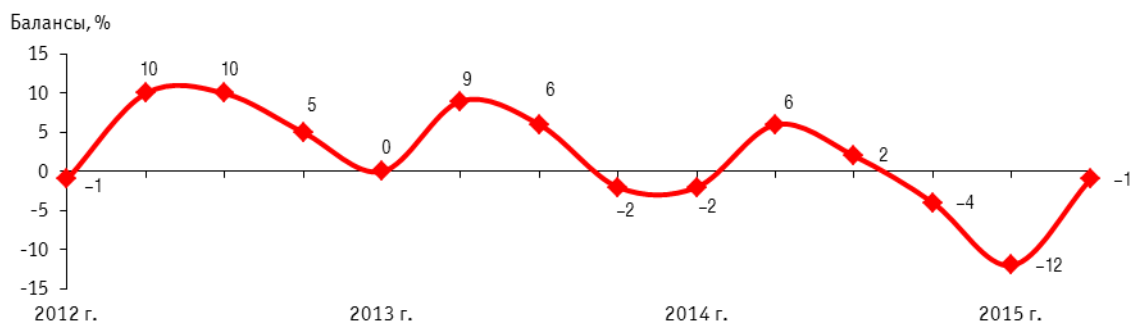
³ Баланс – разность долей респондентов (в процентах), отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном периоде («нормальный» уровень – достаточный, допустимый, приоритетный для сложившихся условий).

Динамика оценок изменения основных показателей деятельности организаций сферы услуг
Балансы, %

| | 2014 | | | | 2015 | |
|--|-----------|------------|-------------|------------|-----------|------------|
| | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | I квартал | II квартал |
| Спрос на услуги организаций | -18 | 0 | -2 | -7 | -26 | -7 |
| Число заключенных договоров или обслуженных клиентов | -14 | -1 | -2 | -6 | -24 | -8 |
| Объем оказанных услуг (в стоимостном выражении) | -17 | 0 | -1 | -7 | -26 | -6 |
| Численность занятых | -6 | -3 | -4 | -8 | -10 | -7 |
| Цены (тарифы) на услуги | 2 | 3 | 3 | 1 | 7 | 5 |
| Прибыль | -19 | -7 | -8 | -13 | -29 | -15 |
| Собственная конкурентная позиция | -4 | -1 | -2 | -3 | -7 | -3 |
| Экономическое положение организаций | -7 | 5 | 3 | -2 | -21 | -3 |

Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)⁴, основной показатель обследования, интегрально характеризующий деловой климат на рынке услуг, вырос относительно предыдущего квартала на 11 п. п., однако не смог выйти за пределы зоны отрицательных значений, остановившись на отметке (-1)%. При этом значение ИПУ в годовом интервале снизилось на 7 п. п.

Рис. 1. Динамика индекса предпринимательской уверенности в сфере услуг



Такая динамика индикатора не дает поводов для оптимистичной оценки ситуации в секторе. В предыдущие три года проведения данного обследования значение ИПУ во втором квартале всегда возвращалось в положительную зону после зимнего «дна» деловой активности. В текущем году ИПУ сохранил отрицательное значение, что свидетельствует о неблагоприятном деловом климате в сфере услуг в целом, несмотря на определенное сезонное оживление в некоторых ее сегментах. Очевидно, что при возможности элиминирования сезонных флуктуаций проявился бы отчетливый понижающийся тренд индикатора, отражающий серьезное ухудшение совокупных деловых настроений предпринимателей.

⁴ Индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок изменения спроса на услуги и экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале; в процентах.

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

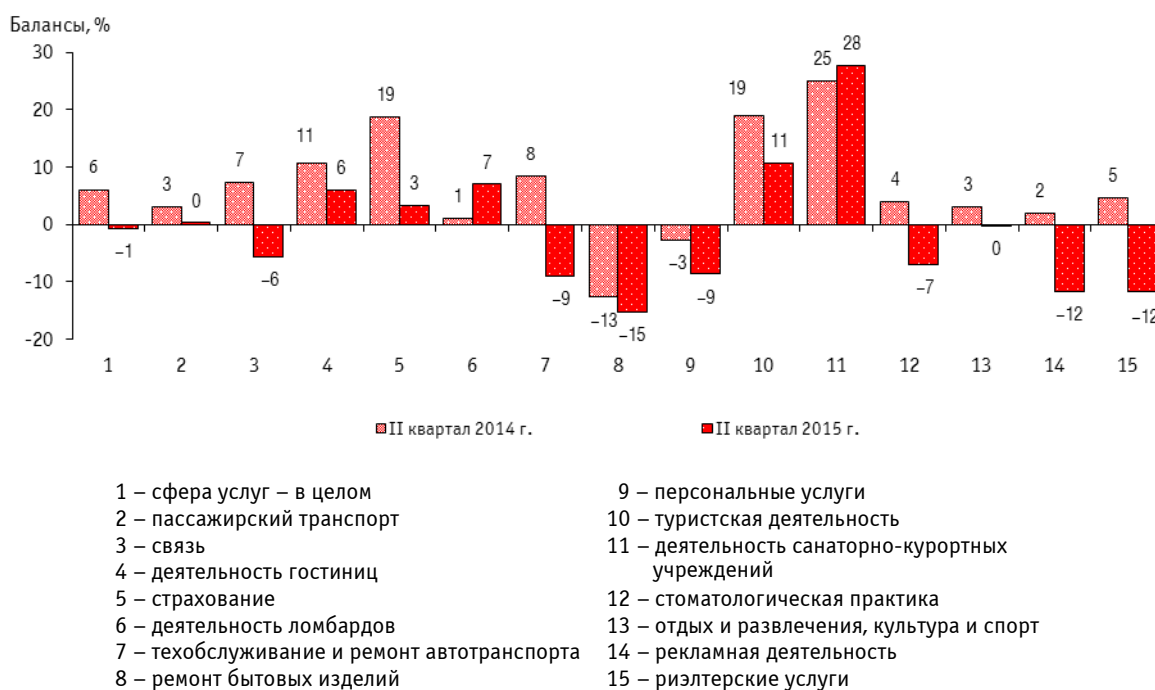
Положительные значения ИПУ сложились только в 5 из 14 обследуемых видов услуг, из них три имеют ярко выраженный сезонный характер динамики: туристические, санаторно-курортные и гостиничные услуги.

Деловой настрой страховщиков – традиционно самых оптимистичных участников данного обследования – значительно ухудшился: ИПУ, несмотря на положительное значение в текущем квартале (+3%), потерял за последний год 16 п. п.

Группа стабильных пессимистов, в которую ранее входили предприниматели, оказывающие бытовые услуги и занимающиеся ремонтом бытовых изделий и предметов личного пользования, значительно расширилась за счет рекламщиков, риелторов и стоматологов. В трех последних видах деятельности отрицательные значения ИПУ сохраняются уже третий квартал подряд.

Неожиданным выглядит отрицательное значение индикатора, рассчитанное на основании мнений предпринимателей, оказывающих услуги связи. На протяжении предыдущих трех лет проведения обследований данная группа респондентов всегда позитивно оценивала показатели деловой активности своих организаций.

Рис. 2. Индекс предпринимательской уверенности в различных видах экономической деятельности сферы услуг



Даже в тех видах деятельности, где сложилось положительное значение индикатора, оно было ниже, чем в соответствующем квартале предыдущего года. Рост ИПУ в годовом интервале был отмечен только в двух видах услуг: санаторно-курортных учреждений и ломбардов. В первом случае это можно только приветствовать, хотя благополучие российских курортов в значительной степени обеспечивается обвалом зарубежного туризма. Однако повышенная активность ломбардов по понятным причинам имеет лишь негативную окраску.

Продолжение спада деловой активности в сфере услуг объясняется, прежде всего, перманентным **сокращением платежеспособного потребительского спроса**. Реальные располагаемые денежные доходы населения сокращаются уже 7 месяцев подряд, причем эта тенденция в последнее время только усиливается; реальная заработная плата работающего населения снижается ускоренными темпами. В текущем году финансовые ограничения осложнились ростом напряженности на рынке труда – начиная с февраля 2015 г., статистика фиксирует рост

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

безработицы в стране⁵. Процентные ставки на потребительские кредиты и непредсказуемость экономической и геополитической ситуации ограничивают для большинства населения возможность использования заемных средств. Финансовые проблемы домашних хозяйств неизбежно сказываются на состоянии сервисных организаций – переходя в «режим экономии» население пытается создавать личные резервные фонды и фонды семейного благосостояния, отказываясь от приобретения необязательных услуг.

Прогнозы предпринимателей на III квартал 2015 г. формально можно назвать позитивными: балансы оценок ожидаемого изменения всех основных показателей деятельности имеют положительные значения. Однако анализ их динамики за последние два года с учетом влияния сезонного фактора свидетельствует об очевидном росте пессимизма респондентов. В частности, балансы оценок ожидаемого изменения спроса на услуги снизились в годовом интервале с 16 до 8%, численности занятых – с 4 до 1%, прибыли – с 12 до 2%, экономического положения организаций – с 21 до 9%. Причем их положительные значения были обеспечены, главным образом, расчетом руководителей санаторно-курортных учреждений, гостиниц и туристических фирм на продолжение сезонной активизации спроса. Предприниматели, занятые в остальных обследуемых видах деятельности, как правило, намеревались в III квартале текущего года сокращать штаты, предполагая дальнейшее снижение спроса и ухудшение финансовой ситуации.

Таким образом, сфера услуг, еще полтора года назад драйвер экономического роста, сейчас функционирует в общем русле рецессионного развития национальной экономики. При этом, в отличие от производственного сектора, она не получает поддержки со стороны государства, не имеет практически никакой выгоды от колебаний валютного курса и импортных ограничений, не может работать «на склад» и жестко зависит от состояния потребительского спроса, который продолжает падать. Восстановление спроса невозможно без роста покупательной способности населения, стабилизации экономической и геополитической обстановки. Однако реальные располагаемые денежные доходы населения в 2015 году не выходят из зоны отрицательного роста, и вряд ли ситуация изменится в лучшую сторону до конца текущего года. Атмосфера неуверенности в будущем, подогреваемая начавшимся ростом безработицы, заставляет домашние хозяйства функционировать в режиме строгой экономии. Семейные бюджеты оптимизируются, прежде всего, за счет минимизации пользования необязательными услугами или отказа от них.

В результате, некоторые сегменты сервисной сферы переживают сейчас очень нелегкие времена. Так, туристический бизнес пребывает в депрессивном состоянии с конца прошлого года, когда по известным причинам рухнул сегмент заграничного туризма. Переориентация на внутренний рынок, если и происходит, то пока не дает ощутимых результатов, по крайней мере, никак не сказывается на деловых настроениях предпринимателей, участвующих в конъюнктурных обследованиях.

Сегмент ремонта и технического обслуживания автотранспорта также не подает позитивных сигналов – спрос на эти услуги не может вырасти, пока сокращаются продажи новых автомобилей, а автовладельцы стараются экономить на ремонте и обслуживании своих транспортных средств.

В условиях стагнации в реальном секторе экономики не только население, но и большинство компаний вынуждены максимально сокращать расходы, что ведет к падению спроса на услуги по стороны бизнеса. В частности, наблюдается депрессия на рынке рекламных услуг, несмотря на обвальное падение стоимости контента. Единственным растущим сегментом данного рынка остается интернет-реклама. Все остальные рекламные площадки, включая ТВ, радио, печатные издания, переживают полноценный кризис, сопоставимый с кризисом

⁵ По оценке Росстата, в мае 2015 г. (относительно мая 2014 г.) реальные располагаемые денежные доходы населения сократились на 6,4%, реальная начисленная заработная плата – на 7,3%, при этом общая численность безработных выросла на 13,5%.

2009 года. Закрываются многие издания, массово сокращается персонал рекламных компаний.

Следует помнить о том, что отнюдь не только рекламный сегмент, но и сфера услуг в целом дает рабочие места и, соответственно, денежные доходы значительной части населения страны, особенно в «малых» городах России, которые не располагают большим количеством производственных структур для обеспечения занятости.

К сожалению, одним из основных отличий сегодняшнего кризиса от предыдущего (2008–2009 гг.), по-видимому, будет более долгое восстановление реальных денежных доходов населения. Соответственно, высокая зависимость сферы услуг от платежеспособного спроса населения не даст отрасли выйти из депрессии быстрыми темпами.

Спрос на услуги

Платежеспособный потребительский **спрос на услуги**, исходя из мнений предпринимателей, во II квартале 2015 г. продолжал снижаться. Баланс оценок изменения показателя относительно предыдущего квартала сохранил отрицательное значение (-7)%, хотя годом ранее он находился на нулевой отметке. При этом около 40% респондентов констатировали, что спрос на оказываемые услуги был ниже своего «нормального»⁶ уровня.

Большинство участников опроса рассчитывали на сохранение интереса потребителей к оказываемым услугам в III квартале текущего года, а около четверти – надеялись на оживление спроса. В результате баланс оценок ожидаемого изменения показателя имел небольшое положительное значение +8% (в предыдущие три года он варьировал от 19 до 22%).

Рис. 3. Динамика оценок изменения спроса на услуги

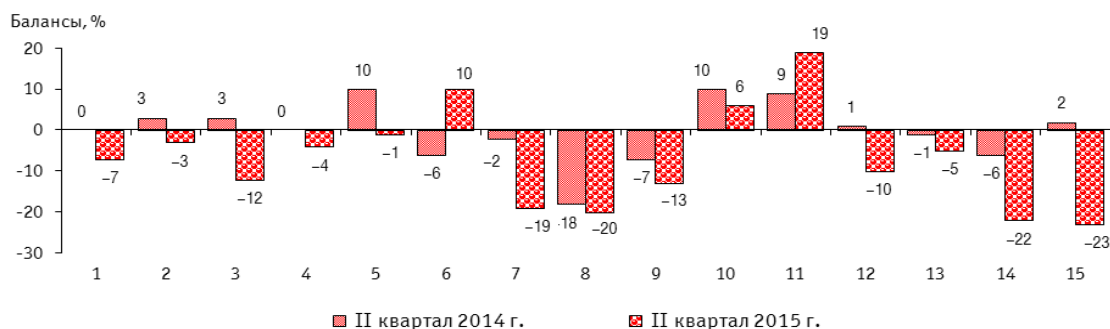


Снизился спрос на 11 из 14 обследуемых видов услуг. Позитивным исключением стали только туристические и санаторно-курортные услуги, находящиеся сейчас на пике сезонного спроса, и услуги ломбардов, что неудивительно при продолжающемся снижении реальных доходов населения. Наиболее заметно упал интерес потребителей к ремонту бытовых изделий и автотранспортных средств (включая техобслуживание), а также к риэлтерским и рекламным услугам – балансы оценок изменения показателя в этих видах деятельности находились в диапазоне от (-19) до (-23)%.

⁶ Нормальный уровень – уровень, достаточный для сложившихся условий в период обследования.

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

Рис. 4. Оценки изменения спроса на различные виды услуг



- | | |
|---|--|
| 1 – сфера услуг – в целом | 9 – персональные услуги |
| 2 – пассажирский транспорт | 10 – туристская деятельность |
| 3 – связь | 11 – деятельность санаторно-курортных учреждений |
| 4 – деятельность гостиниц | 12 – стоматологическая практика |
| 5 – страхование | 13 – отдых и развлечения, культура и спорт |
| 6 – деятельность ломбардов | 14 – рекламная деятельность |
| 7 – техобслуживание и ремонт автотранспорта | 15 – риэлтерские услуги |
| 8 – ремонт бытовых изделий | |

Дефицит спроса на услуги во II квартале 2015 г. продолжал лидировать в рейтинге барьеров, лимитирующих развитие бизнеса, причем степень его негативного воздействия продолжала расти. В течение года доля указавших на данную проблему предпринимателей увеличилась с 40 до 48%. Как и следовало ожидать, наиболее часто ее отмечали руководители туристических фирм (более 70% респондентов), а также представители рекламного, санаторно-курортного и гостиничного бизнеса (более 60%). В то же время ломбарды, по-видимому, не испытывали недостатка в клиентах: спросовые ограничения упомянул лишь один из десяти руководителей данных заведений.

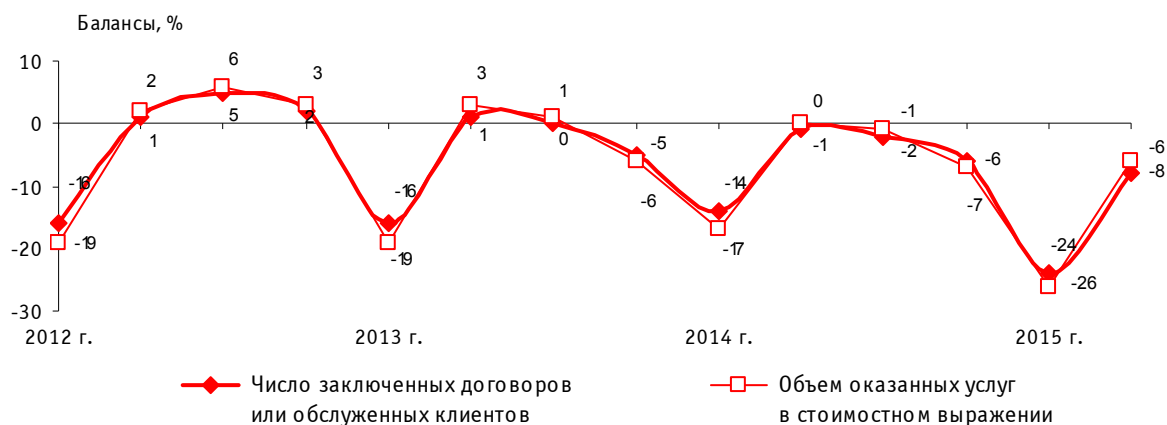
Рис. 5. Оценка лимитирующего фактора «недостаточный спрос на данный вид услуг» по видам экономической деятельности во II квартале 2015 г. Доля от общего числа обследованных организаций соответствующего вида деятельности, %



Объем оказанных услуг

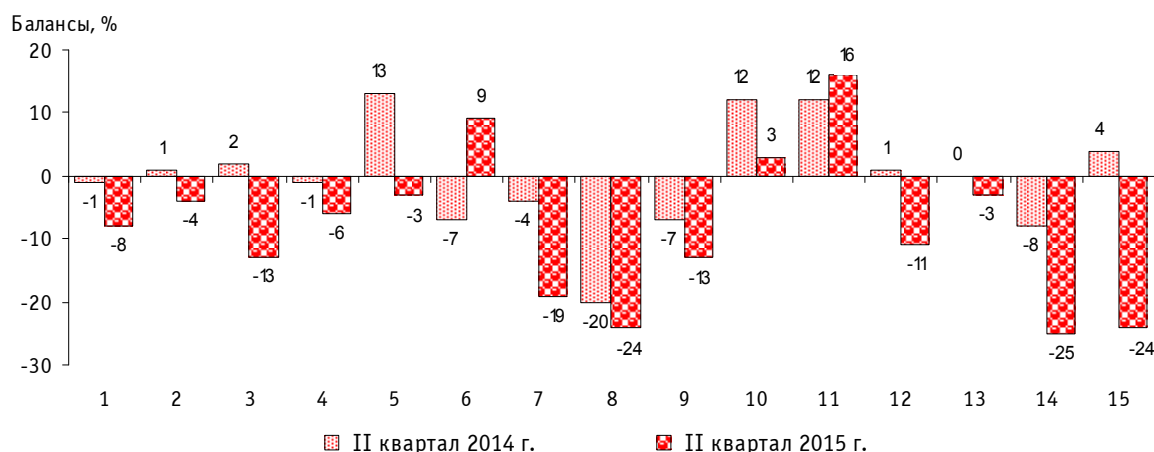
Тенденции изменения физического и стоимостного объема предоставленных услуг развивались в соответствии с динамикой спроса. Исходя из обобщенных мнений предпринимателей, данные показатели выросли по сравнению с предыдущим зимним кварталом, но не достигла уровня II квартала 2014 г. Значения балансов оценок изменения **числа заключенных договоров (количества обслуженных клиентов)** и **стоимости оказанных услуг** составили (-8) и (-6)%, снизившись в годовом измерении на 5 и 6 п. п. соответственно.

Рис. 6. Динамика оценок изменения объема оказанных услуг



Рост объема оказанных услуг наблюдался только в трех из 14 обследованных сегментов сферы сервиса: в ломбардах, туристических компаниях и санаторно-курортных учреждениях. Очевидно, что в последних двух случаях позитивная динамика объяснялась сезонным фактором. Наиболее резко снизилось число потребителей рекламных и риэлтерских услуг, а также услуг по ремонту бытовых изделий: балансы предпринимательских оценок изменения показателя опустились ниже (-20)%.

Рис. 7. Оценки изменения числа заключенных договоров (обслуженных клиентов) по видам экономической деятельности



- 1 – сфера услуг – в целом
- 2 – пассажирский транспорт
- 3 – связь
- 4 – деятельность гостиниц
- 5 – страхование
- 6 – деятельность ломбардов
- 7 – техобслуживание и ремонт автотранспорта
- 8 – ремонт бытовых изделий

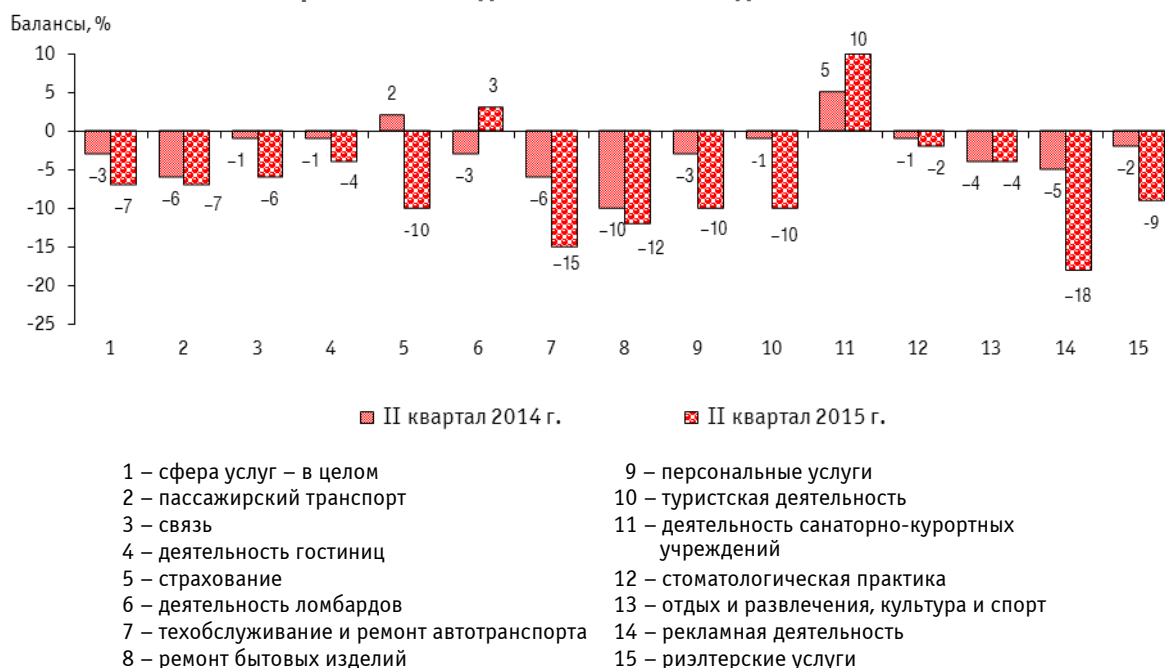
- 9 – персональные услуги
- 10 – туристская деятельность
- 11 – деятельность санаторно-курортных учреждений
- 12 – стоматологическая практика
- 13 – отдых и развлечения, культура и спорт
- 14 – рекламная деятельность
- 15 – риэлтерские услуги

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

Численность занятых

Численность занятых в сфере сервиса во II квартале 2015 г. сокращалась более интенсивно, чем в соответствующем квартале предыдущего года. Баланс оценок изменения показателя снизился до (-7%), тогда как годом ранее он составлял (-3%). Опережающими темпами, причем уже второй квартал подряд, сокращались штаты рекламных компаний и станций техобслуживания автомобилей: балансы оценок опустились до (-18) и (-15)% соответственно. Такая негативная тенденция вполне коррелирует с заметным сокращением спроса на данные услуги.

Рис. 8. Оценки изменения численности занятых в организациях различных видов экономической деятельности



Прогноз по численности занятых на III квартал 2015 г. в целом достаточно позитивен, однако положительное значение баланса оценок ожидаемого изменения показателя (+1%) сложилось благодаря предполагаемому сезонному набору персонала санаторно-курортных учреждений и гостиниц (в этих видах деятельности балансы соответствующих оценок достигли +25 и +7%). В большинстве остальных сегментов сферы услуг число предпринимателей, планировавших сокращение кадров, превышало число тех, кто рассчитывал на расширение штатов. Самые пессимистичные прогнозы были получены от руководителей рекламных компаний – баланс оценок ожидаемого изменения численности занятых составил (-11)%.

Цены (тарифы) на услуги

Исходя из обобщенных мнений предпринимателей, во II квартале 2015 г. продолжилось **удорожание многих видов услуг**, хотя пик интенсивности роста цен был, судя по результатам опроса, пройден в предыдущем квартале. Баланс оценок изменения показателя снизился по сравнению с рекордной отметкой прошлого квартала на 2 п. п. до +5%, что, однако, выше значения II квартала 2014 г. (+3%). При этом большинство респондентов (81%) констатировали стабильность расценок на оказываемые услуги.

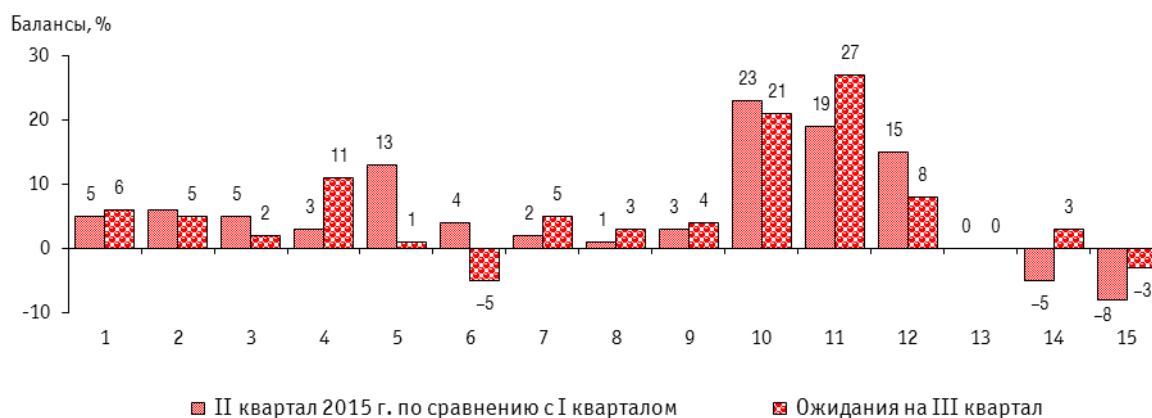
В III квартале текущего года, по прогнозам респондентов, рост цен на услуги не ускорится (баланс оценок ожидаемого изменения показателя составил +7%).

Рис. 9. Динамика оценок изменения цен (тарифов) на услуги



Наиболее значительно во II квартале 2015 г. выросла стоимость туристических, санаторно-курортных, стоматологических и страховых услуг (балансы оценок изменения показателя составили +23, +19, +15 и +13%). Следует отметить, что туристические услуги, наиболее тесно связанные с курсом национальной валюты, лидируют по интенсивности роста тарифов в течение последних четырех кварталов. В то же время снизились расценки на рекламные и риэлтерские услуги.

Рис. 10. Оценки изменения цен (тарифов) на различные виды услуг



- | | |
|---|--|
| 1 – сфера услуг – в целом | 9 – персональные услуги |
| 2 – пассажирский транспорт | 10 – туристская деятельность |
| 3 – связь | 11 – деятельность санаторно-курортных учреждений |
| 4 – деятельность гостиниц | 12 – стоматологическая практика |
| 5 – страхование | 13 – отдых и развлечения, культура и спорт |
| 6 – деятельность ломбардов | 14 – рекламная деятельность |
| 7 – техобслуживание и ремонт автотранспорта | 15 – риэлтерские услуги |
| 8 – ремонт бытовых изделий | |

Во III квартале 2015 г. ожидается повышение цен практически во всех сегментах сферы сервиса; наиболее заметно могут подорожать туристические и санаторно-курортные услуги.

Финансово-экономическое положение организаций

Финансовый потенциал сервисных организаций во II квартале 2015 г. продолжал снижаться. Об уменьшении **объема полученной прибыли** относительно предыдущего квартала сообщила почти треть всех участников опроса (29%), а баланс позитивных и негативных оценок данного показателя составил (-15%), что на 8 п. п. меньше, чем годом ранее.

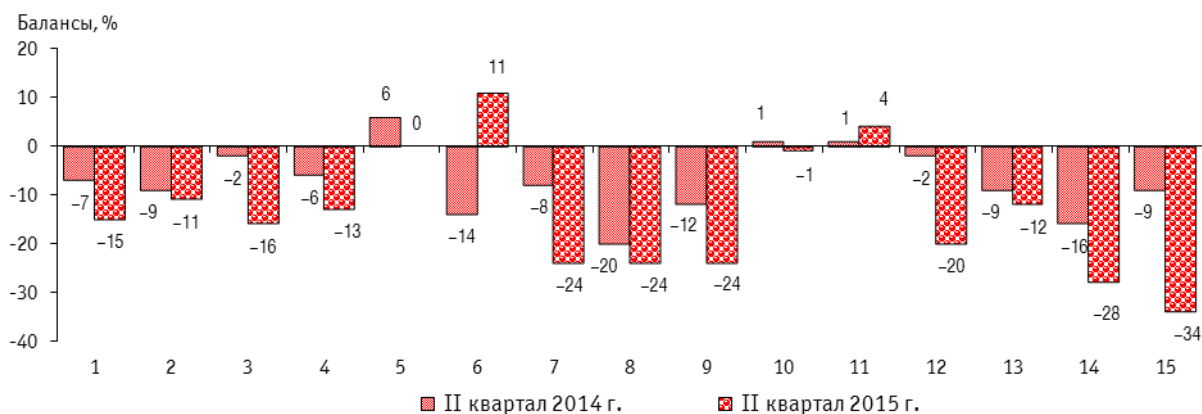
Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

Рис. 11. Динамика оценок изменения прибыли



Отрицательные значения балансов оценок изменения прибыли сложились практически во всех наблюдаемых видах услуг, за исключением услуг ломбардов и санаторно-курортных учреждений. Максимальное количество негативных оценок было получено от руководителей риэлтерских и рекламных фирм – балансы мнений достигли (-34) и (-28)% соответственно.

Рис. 12. Оценки изменения прибыли организаций различных видов экономической деятельности



- | | |
|---|--|
| 1 – сфера услуг – в целом | 9 – персональные услуги |
| 2 – пассажирский транспорт | 10 – туристская деятельность |
| 3 – связь | 11 – деятельность санаторно-курортных учреждений |
| 4 – деятельность гостиниц | 12 – стоматологическая практика |
| 5 – страхование | 13 – отдых и развлечения, культура и спорт |
| 6 – деятельность ломбардов | 14 – рекламная деятельность |
| 7 – техобслуживание и ремонт автотранспорта | 15 – риэлтерские услуги |
| 8 – ремонт бытовых изделий | |

Судя по обобщенным предпринимательским прогнозам, в III квартале текущего года в финансовом состоянии организаций сферы услуг в целом не произойдет существенных корректив. Баланс оценок ожидаемого изменения прибыли сохранил значение предыдущего квартала (+2%). При этом оптимизм руководителей санаторно-курортных учреждений и гостиниц (балансы оценок достигли отметок +36 и +20%) нивелируются пессимистическими ожиданиями риэлторов, рекламщиков и стоматологов (балансы составляли от -6 до -7%).

Дефицит финансовых средств во II квартале текущего года занимал вторую ступень рейтинга лимитирующих факторов. При этом его негативное воздействие на деятельность сервисных организаций заметно повысилось за последний год: доля отметивших данную

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

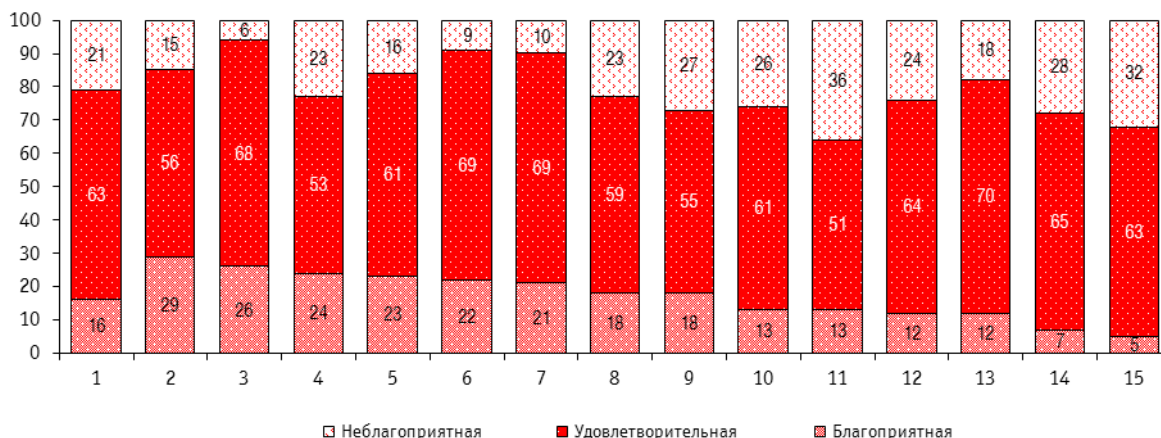
проблему предпринимателей выросла с 42 до 45%. Наиболее часто такого мнения придерживались руководители предприятий пассажирского транспорта (66%), а также санаторно-курортных учреждений и мастерских по ремонту бытовых изделий (около половины).

Рис. 13. Оценка лимитирующего фактора «недостаток финансовых средств» по видам экономической деятельности во II квартале 2015 г.
Доля от общего числа обследованных организаций соответствующего вида деятельности, %



Негативная динамика производственных и финансовых индикаторов вполне ожидаемо сказалась на **экономическом положении сервисных организаций**. Второй квартал подряд негативные оценки данного показателя преобладали над позитивными, а их баланс сохранил отрицательное значение, составив (-5%). При этом 20% предпринимателей констатировали ухудшение ситуации относительно предыдущего квартала и 18% – ее улучшение.

Рис. 14. Оценки экономического положения организаций во II квартале 2015 г.
Доля от общего числа обследованных организаций соответствующего вида деятельности, %



- | | |
|---|---|
| 1 – сфера услуг – в целом | 9 – рекламная деятельность |
| 2 – отдых и развлечения, культура и спорт | 10 – техническое обслуживание и ремонт транспортных средств |
| 3 – страхование | 11 – туристская деятельность |
| 4 – риэлтерские услуги | 12 – деятельность гостиниц |
| 5 – связь | 13 – персональные услуги |
| 6 – деятельность ломбардов | 14 – пассажирский транспорт |
| 7 – Стоматологическая практика | 15 – ремонт бытовых изделий |
| 8 – деятельность санаторно-курортных учреждений | |

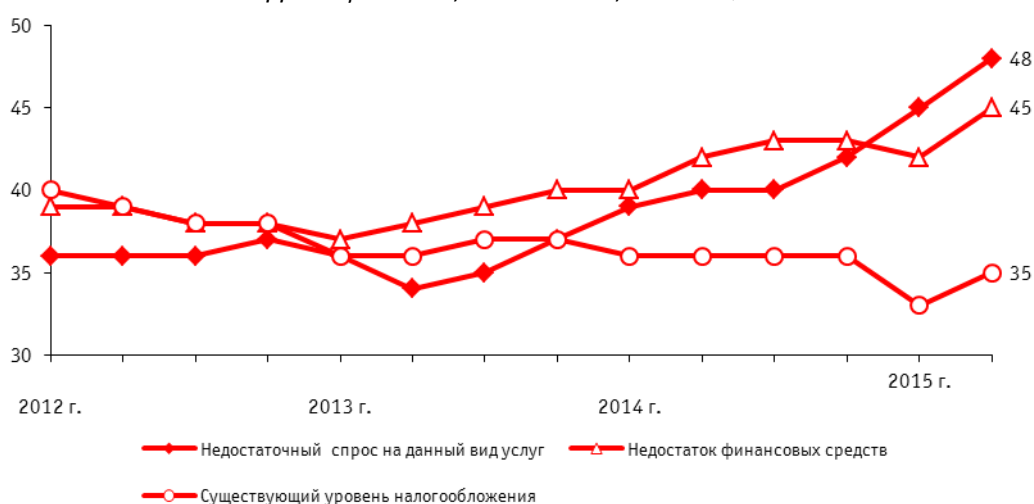
Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

Независимо от колебаний конъюнктуры рынка, оценки **конкурентной позиции** организаций практически не меняются. Так, во II квартале 2015 г. большинство предпринимателей (78%) считали конкурентную позицию «нормальной», 4% - высокой и 18% – низкой. Подобное распределение мнений наблюдалось и в течение двух предыдущих лет. Баланс оценок уровня показателя по сфере услуг в целом составил (-14%), а в разрезе отдельных ее сегментов варьировал от (-2%) по стоматологическим клиникам до (-21%) по туристическим фирмам.

Факторы, отрицательно влияющие на деятельность организаций

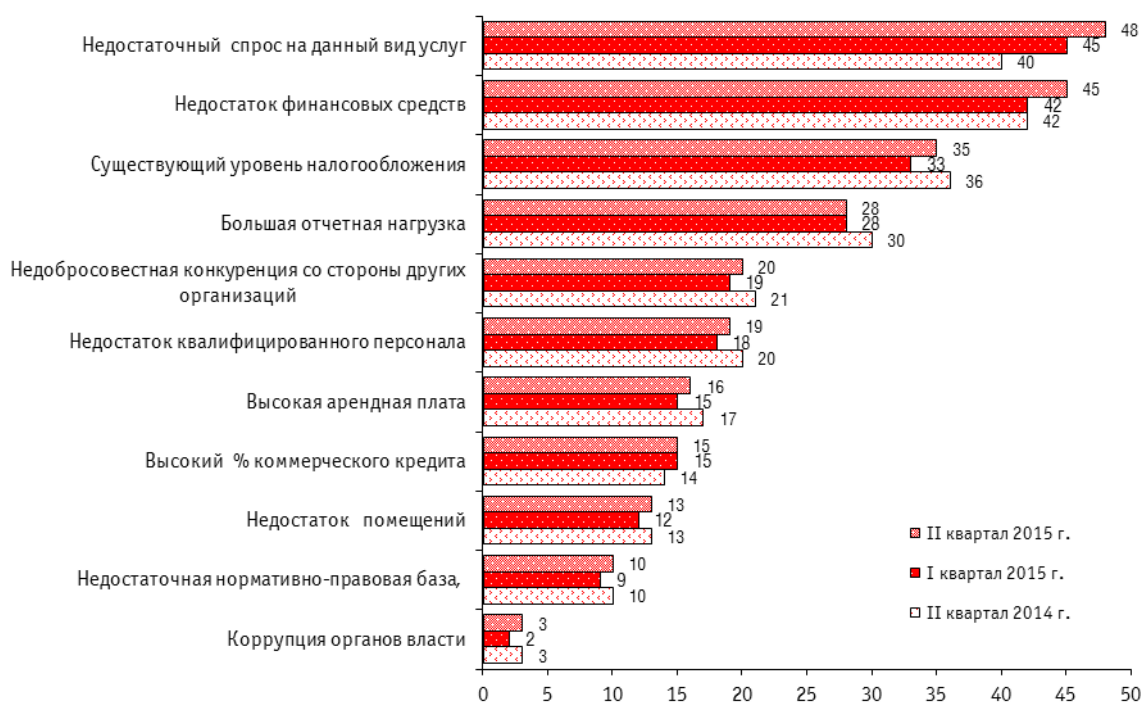
В рейтинге факторов, ограничивающих деятельность сервисных организаций, во II квартале 2015 г. существенных подвижек произошло. На верхней позиции второй квартал подряд остается **недостаточный спрос на услуги**. В течение года доля предпринимателей, констатировавших негативное влияние данной проблемы, увеличилась с 40 до 48%. Возросло также давление **недостатка финансовых средств** (с 42 до 45%). Около трети респондентов считали основной преградой на пути развития бизнеса **высокий уровень налогообложения**.

Рис. 15. Динамика основных факторов, ограничивающих деятельность организаций сферы услуг
Доля организаций от их общего числа, %



Значимость остальных лимитирующих факторов не претерпела заметных изменений. По мнению 28% респондентов, деятельность организаций осложняла **большая отчетная нагрузка**; каждый пятый ссылался на **недобросовестную конкуренцию со стороны других организаций** и **недостаток квалифицированного персонала**. Негативное воздействие **высокой арендной платы, высокого процента коммерческого кредита, недостатка помещений и недостаточно разработанной нормативно-правовой базы** отметили от 10 до 16% респондентов. **Коррупцию органов власти** большинство участников опроса, как и прежде, не считали значимой проблемой; на нее указали только 3% предпринимателей.

Рис. 16. Динамика оценок факторов, ограничивающих деятельность организаций сферы услуг
Доля организаций от их общего числа, %



В 9 из 14 наблюдаемых видов услуг основным ограничителем деятельности предприниматели считали дефицит спроса, при этом его давление на бизнес в большинстве случаев заметно усилилось. Так, в течение года доля указавших на эту проблему руководителей туристических, рекламных и риэлтерских агентств выросла с 45 до 71%, с 44 до 63% и с 34 до 52% соответственно; станций техобслуживания автомобилей – с 41 до 52%.

Недостаточная обеспеченность финансовыми средствами доминировала в перечнях лимитирующих факторов, составленных на основании оценок руководителей предприятий пассажирского транспорта и связи (66 и 41% соответственно).

Респонденты, представляющие сравнительно благополучные сегменты сферы услуг, в качестве основных проблем рассматривали налоговое давление (такого мнения придерживались более половины руководителей ломбардов) и большую отчетную нагрузку (на нее указали две трети руководителей страховых компаний и треть стоматологов).

Методологический комментарий

Методология обследования базируется на международном опыте изучения уровня и тенденций предпринимательской активности в сфере услуг с учетом особенностей развития указанного сектора экономики в России и практически полностью гармонизирована с методологией, принятой в странах ОЭСР.

В процессе обследования Росстатом были опрошены руководители более 5.4 тыс. организаций сферы услуг из всех регионов России. Выборочная совокупность является репрезентативной как для сферы услуг в целом, так и для входящих в ее состав отдельных видов экономической деятельности, и стратифицирована по всем федеральным округам Российской Федерации.

Распределение обследованных организаций по видам деятельности

| Виды деятельности, охваченные обследованием | Раздел или подраздел ОКВЭД | Число организаций |
|--|---|-------------------|
| Пассажирский транспорт | 60.21; 60.22; 60.23; 61.10; 61.20.1; 62.10.1; 62.20.1 (деятельность в области пассажирского транспорта, кроме железнодорожного) | 919 |
| Связь | 64.11.1; 64.12; 64.2 (деятельность почтовой связи общего пользования; курьерская деятельность, кроме национальной; деятельность в области электросвязи) | 330 |
| Деятельность гостиниц | 55.1; 55.2 (деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания) | 618 |
| Страхование | 66 (страхование) | 160 |
| Деятельность ломбардов | 65.55.6 (предоставление ломбардами краткосрочных кредитов под залог движимого имущества) | 89 |
| Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств | 50.2 (техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств) | 413 |
| Ремонт бытовых изделий | 52.7 (ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования) | 151 |
| Персональные услуги | 93 (предоставление персональных услуг) | 715 |
| Туристская деятельность | 63.3 (деятельность туристических агентств) | 212 |
| Деятельность санаторно-курортных учреждений | 85.11.2 (деятельность санаторно-курортных учреждений) | 322 |
| Стоматологическая практика | 85.13 (стоматологическая практика) | 374 |
| Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта | 92 (деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта) 293 | 807 |
| Рекламная деятельность | 74.4 (рекламная деятельность) | 265 |
| Риэлтерские услуги | 70.31.1 (предоставление посреднических услуг при покупке, продаже и аренде недвижимого имущества) | 126 |
| Всего | | 5516 |

Программа обследования предусматривает выявление мнений руководителей организаций, оказывающих услуги, о сложившемся в исследуемом квартале состоянии и изменениях деятельности возглавляемых ими структур, а также об их ожиданиях на краткосрочную перспективу.

Оценка текущего положения в организациях основывалась на сопоставлении фактического и «нормального» (допустимого, обычного, достаточного в сложившихся условиях деятельности в период обследования) уровней деловой активности. При оценке изменения показателей во времени использовались следующие критерии: «увеличение» («улучшение»), «без изменений», «уменьшение» («ухудшение»). Результаты обследования обобщались в виде балансов мнений, определяемых разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также разностью долей респондентов, оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2015 года

На основе балансов мнений был рассчитан композитный индикатор, отражающий обобщенное мнение респондентов о состоянии делового климата в организациях сферы услуг – **индекс предпринимательской уверенности**. В соответствии с международной практикой, указанный индекс рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок изменения спроса на услуги и экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале (в процентах).

**ДИНАМИКА ОЦЕНОК ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ⁷**

Таблица 1

Спрос на услуги
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 3 | 65 | 32 | 11 | 60 | 29 | 29 | 61 | 10 |
| II квартал | 3 | 67 | 30 | 20 | 60 | 20 | 25 | 63 | 12 |
| III квартал | 3 | 68 | 29 | 19 | 60 | 21 | 22 | 62 | 16 |
| IV квартал | 3 | 65 | 32 | 17 | 59 | 24 | 17 | 64 | 19 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 3 | 56 | 41 | 10 | 54 | 36 | 25 | 60 | 15 |
| II квартал | 3 | 58 | 39 | 19 | 55 | 26 | 23 | 62 | 15 |

Таблица 2

Число заключенных договоров или обслуженных клиентов
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 67 | 31 | 12 | 62 | 26 | 26 | 64 | 10 |
| II квартал | 3 | 67 | 30 | 18 | 63 | 19 | 23 | 65 | 12 |
| III квартал | 2 | 69 | 29 | 17 | 64 | 19 | 20 | 66 | 14 |
| IV квартал | 3 | 65 | 32 | 16 | 62 | 22 | 15 | 68 | 17 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 58 | 40 | 9 | 58 | 33 | 23 | 63 | 14 |
| II квартал | 2 | 60 | 38 | 17 | 58 | 25 | 21 | 65 | 14 |

⁷ Данные могут не суммироваться на 100% за счет доли респондентов, затруднившихся с ответом или из-за отсутствия явления.

Объем оказанных услуг (в стоимостном выражении)
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 3 | 64 | 33 | 13 | 57 | 30 | 30 | 59 | 11 |
| II квартал | 3 | 65 | 32 | 22 | 56 | 22 | 26 | 61 | 13 |
| III квартал | 3 | 66 | 31 | 21 | 57 | 22 | 23 | 61 | 16 |
| IV квартал | 2 | 64 | 34 | 19 | 55 | 26 | 17 | 64 | 19 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 56 | 42 | 11 | 52 | 37 | 26 | 58 | 16 |
| II квартал | 2 | 58 | 40 | 21 | 52 | 27 | 24 | 61 | 15 |

Таблица 4

Численность занятых
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 86 | 12 | 7 | 80 | 13 | 9 | 86 | 5 |
| II квартал | 2 | 86 | 12 | 10 | 77 | 13 | 9 | 85 | 6 |
| III квартал | 2 | 85 | 13 | 10 | 76 | 14 | 7 | 85 | 8 |
| IV квартал | 2 | 85 | 13 | 8 | 76 | 16 | 6 | 87 | 7 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 85 | 13 | 6 | 78 | 16 | 8 | 85 | 7 |
| II квартал | 2 | 85 | 13 | 9 | 75 | 16 | 8 | 85 | 7 |

Цены (тарифы) на услуги
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 82 | 16 | 9 | 84 | 7 | 10 | 86 | 4 |
| II квартал | 2 | 82 | 16 | 9 | 85 | 6 | 9 | 87 | 4 |
| III квартал | 2 | 82 | 16 | 9 | 85 | 6 | 7 | 88 | 5 |
| IV квартал | 2 | 81 | 17 | 8 | 85 | 7 | 10 | 85 | 5 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 3 | 76 | 21 | 15 | 77 | 8 | 12 | 83 | 5 |
| II квартал | 3 | 77 | 20 | 12 | 81 | 7 | 10 | 86 | 4 |

Таблица 6

Прибыль
Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|------------|-------------------------------|---------------|------------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | увеличение | без изменения | уменьшение | увеличение | без изменения | уменьшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 2 | 57 | 41 | 10 | 61 | 29 | 24 | 64 | 12 |
| II квартал | 2 | 58 | 40 | 16 | 61 | 23 | 22 | 65 | 13 |
| III квартал | 2 | 59 | 39 | 15 | 62 | 23 | 18 | 65 | 17 |
| IV квартал | 2 | 56 | 42 | 14 | 59 | 27 | 14 | 65 | 21 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 1 | 48 | 51 | 8 | 55 | 37 | 20 | 62 | 18 |
| II квартал | 1 | 51 | 48 | 14 | 57 | 29 | 19 | 64 | 17 |

Конкурентная позиция организаций

Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|------------|------------------|--|---------------|-----------|-------------------------------|---------------|-----------|
| | выше нормального | нормальный | ниже нормального | улучшение | без изменения | ухудшение | улучшение | без изменения | ухудшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 4 | 80 | 16 | 4 | 88 | 8 | 10 | 86 | 4 |
| II квартал | 4 | 80 | 16 | 6 | 87 | 7 | 9 | 86 | 5 |
| III квартал | 4 | 80 | 16 | 6 | 86 | 8 | 7 | 88 | 5 |
| IV квартал | 4 | 79 | 17 | 6 | 85 | 9 | 6 | 88 | 6 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 4 | 78 | 18 | 4 | 85 | 11 | 8 | 86 | 6 |
| II квартал | 4 | 78 | 18 | 6 | 85 | 9 | 8 | 87 | 5 |

Таблица 8

Экономическая ситуация

Доля от общего числа обследованных организаций, %

| | Уровень текущего квартала | | | В текущем квартале по сравнению с предыдущим | | | Ожидания на следующий квартал | | |
|-------------|---------------------------|--------------------|-----------------|--|---------------|-----------|-------------------------------|---------------|-----------|
| | благоприятная | удовлетворительная | неблагоприятная | улучшение | без изменения | ухудшение | улучшение | без изменения | ухудшение |
| 2014 | | | | | | | | | |
| I квартал | 21 | 62 | 17 | 14 | 65 | 21 | 30 | 61 | 9 |
| II квартал | 21 | 64 | 15 | 20 | 65 | 15 | 26 | 64 | 10 |
| III квартал | 21 | 64 | 15 | 19 | 65 | 16 | 23 | 64 | 13 |
| IV квартал | 20 | 64 | 16 | 17 | 64 | 19 | 18 | 65 | 17 |
| 2015 | | | | | | | | | |
| I квартал | 15 | 60 | 25 | 10 | 59 | 31 | 24 | 61 | 15 |
| II квартал | 16 | 63 | 21 | 18 | 61 | 21 | 23 | 63 | 14 |