

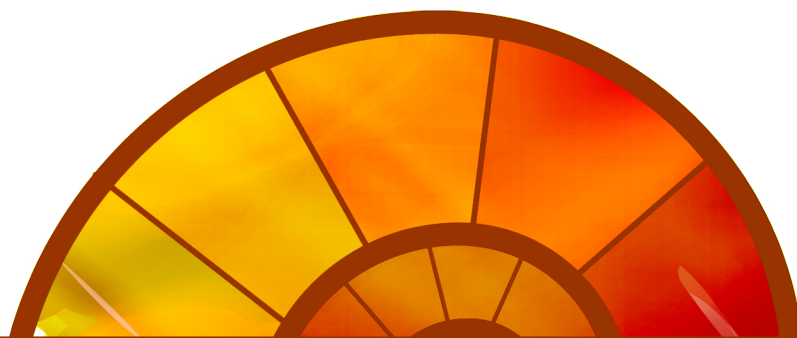


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований  
и экономики знаний

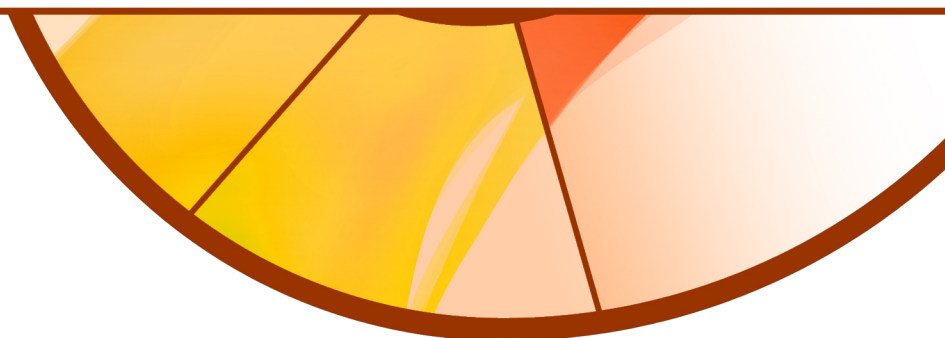
Центр конъюнктурных исследований



---

**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ  
В РОЗНИЧНОЙ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ  
В I КВАРТАЛЕ 2021 ГОДА**

---



Май '21

---

Москва

**Авторы:**

Лола И.С., Остапкович Г.В., Лукашина Ж.Е.

**Деловой климат в розничной и оптовой торговле в I квартале 2021 года.** – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 16 с.

**Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ** представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в розничной и оптовой торговле в I квартале 2021 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ<sup>1</sup> на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей 3,9 тыс. организаций розничной торговли и 6,1 тыс. организаций оптовой торговли, проводимых Федеральной службой государственной статистики в 82 субъектах Российской Федерации. Обследования проводились на основе форм федерального статистического наблюдения: форма № 1-конъюнктура (розница) «Обследование конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле», форма № 1-конъюнктура(опт) «Обследование конъюнктуры и деловой активности в оптовой торговле» от 24.07.2020 № 410.

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 выборочных совокупностей обследований идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объемы выборок достаточны для получения необходимой точности оценок показателей на всех уровнях разработки по соответствующим разделам ОКВЭД2.

**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](mailto:issek@hse.ru)

[issek.hse.ru](http://issek.hse.ru)

© Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики», 2021

*При перепечатке ссылка обязательна*

---

<sup>1</sup> Материал подготовлен в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический доклад, характеризующий состояние делового климата организаций розничной и оптовой торговли в I квартале 2021 г. и ожидания на II квартал 2021 г.<sup>2</sup>

Приведенные данные базируются на результатах опросов 10 тыс. руководителей торговых организаций из 82 субъектов Российской Федерации, проводимых в ежеквартальном режиме Федеральной службой государственной статистики.

## 1. Деловой климат в розничной торговле

### Основные результаты

- ✓ *Вопреки возросшим в конце прошлого года рискам ухудшения эпидемиологической обстановки ожидаемого усиления негативного влияния коронакризиса на деловую конъюнктуру розничной торговли в течение первых трех месяцев т.г. не произошло, что обеспечило частичное возобновление прервавшихся в IV квартале стабилизационных тенденций, сформировавших локальные положительные изменения в динамике текущих и, особенно, ожидаемых деловых настроений в сегменте;*
- ✓ *Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)<sup>3</sup> в I квартале увеличился до (+2%) с (0%) в IV-м, определяя стартовое состояние делового климата розничной торговли одним из самых благоприятных в постшоковом периоде;*
- ✓ *Позитивное, но достаточно консервативное восстановление Индекса устойчивости: ИРУ по сравнению с IV-м кварталом улучшил значение на 0,1 п.п. до отметки 100,8%, впервые достигнув среднего уровня отраслевого напряжения, регистрировавшегося в 2019 г.;*
- ✓ *Сложившийся фон конъюнктуры предпринимательских настроений обеспечивался прежде всего более позитивными, нежели в IV квартале, оценками изменения ассортимента, численности занятых, конкурентоспособности, инвестиционной активности, состояния складских площадей, а также экономической ситуации, тогда как продолжающиеся неблагоприятные тенденции в динамике спроса и продаж, сопровождаемые ускоряющейся инфляцией, продолжали оказывать максимально негативный вклад;*
- ✓ *Позитивный вектор ожидаемого предпринимателями изменения уровня деловой активности во II квартале обусловлен самым мощным всплеском краткосрочных прогнозных оценок за последние как минимум десять лет наблюдений:*
  - *25, 27 и 33% респондентов ожидают рост заказов, объема и оборота продаж;*
  - *18% планируют расширять ассортиментную матрицу;*
  - *28% рассчитывают увеличить прибыль.*

<sup>2</sup> Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций розничной и оптовой торговли

<sup>3</sup> Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ) в 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 %.

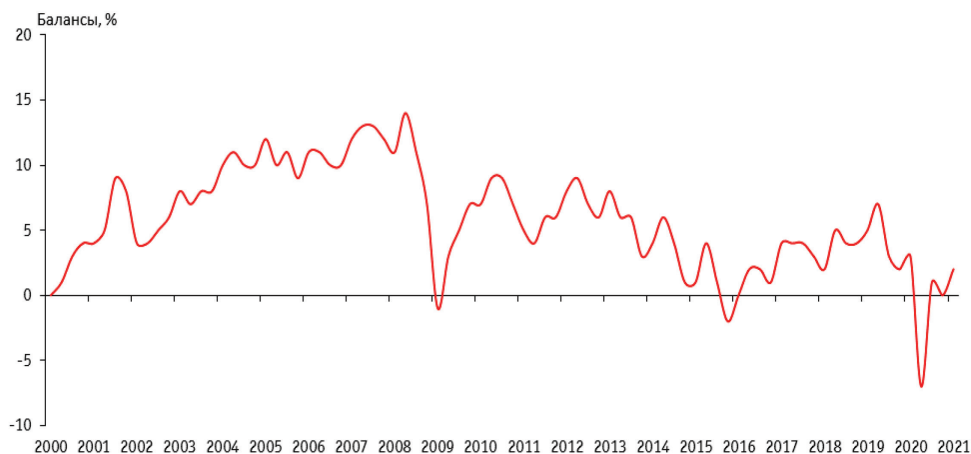
Итоги конъюнктурного опроса за I квартал 2021г. позволяют констатировать, что сложившиеся тенденции сегмента розничной торговли по сравнению с преимущественно неблагоприятным IV кварталом прошлого года подверглись позитивной перезагрузке, что позволило в определенной степени улучшить общее состояние делового климата и выйти по отдельным составляющим конъюнктуры на самый положительный результат с момента беспрецедентного коронакризисного обрушения.

Усилившееся в IV квартале волнение предпринимателей, связанное с замедлением рыночной активности вследствие возможного вторичного эпидемиологического ухудшения и повлекшее за собой консервативные прогнозы относительно результативности текущего квартала, не оправдалось. Из транслируемых в прошлом году негативных ожиданий реализованными оказались действительно снизившиеся тенденции совокупного спроса и продаж, а также прибыли. Однако, учитывая определяющую значимость сезонного фактора для торговой деятельности, наблюдаемое ухудшение данных показателей следует связывать прежде всего с традиционным ослаблением экономической активности в начале года.

В целом, несмотря на некоторое ухудшение спросовой ситуации, деловая конъюнктура в течение I квартала характеризовалась фрагментарными, но позитивными коррективами. В частности, композитный **индикатор предпринимательской уверенности** не только восполнил просадку предшествующего квартала и вернулся на траекторию роста, но и достиг лучшего результата в посткризисной фазе пандемического эволюционирования: **ИПУ увеличился до (+2%) с (-7%) и (0%) во II-м и IV-м кварталах 2020 г. соответственно.**

Столь значимое преломление краткосрочной ретроспективной динамики развития индекса в первую очередь обусловил мощный позитивный импульс со стороны оценки прогнозируемой респондентами на II квартал т.г. экономической ситуации в торговых компаниях.

Рис. 1. Динамика индекса предпринимательской уверенности в организациях розничной торговли



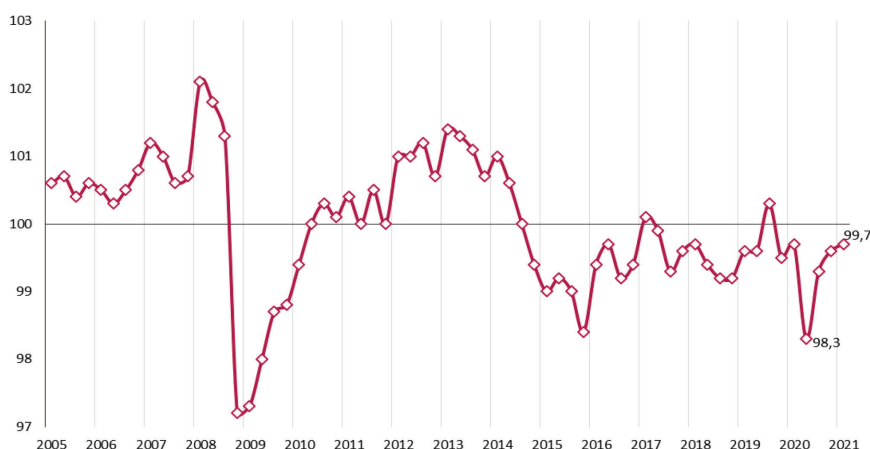
Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

Альтернативный композитный индикатор – **индекс делового климата (ИДК)**<sup>4</sup>, компонентный состав которого включает расширенный состав показателей программы наблюдения, также свидетельствует о тенденции компенсирующего подъема деловой активности в отрасли

<sup>4</sup> Индекс делового климата (ИДК) в розничной торговле рассчитывается с помощью метода факторного анализа и базируется на расширенном наборе показателей программы наблюдения 1-конъюнктура (розница), что позволяет отражать количественную динамику одного важных экономических показателей торгового процесса — индекса физического товарооборота — более точно и с опережением по сравнению с традиционным для конъюнктурных обследований индексом предпринимательской уверенности (ИПУ).

в I квартале: рост индикатора по сравнению с кризисным II-м и IV-м кварталами прошлого года составил 1,4 и 0,1 п.п. до 99,7%, что соответствует среднему значению 2019 г.

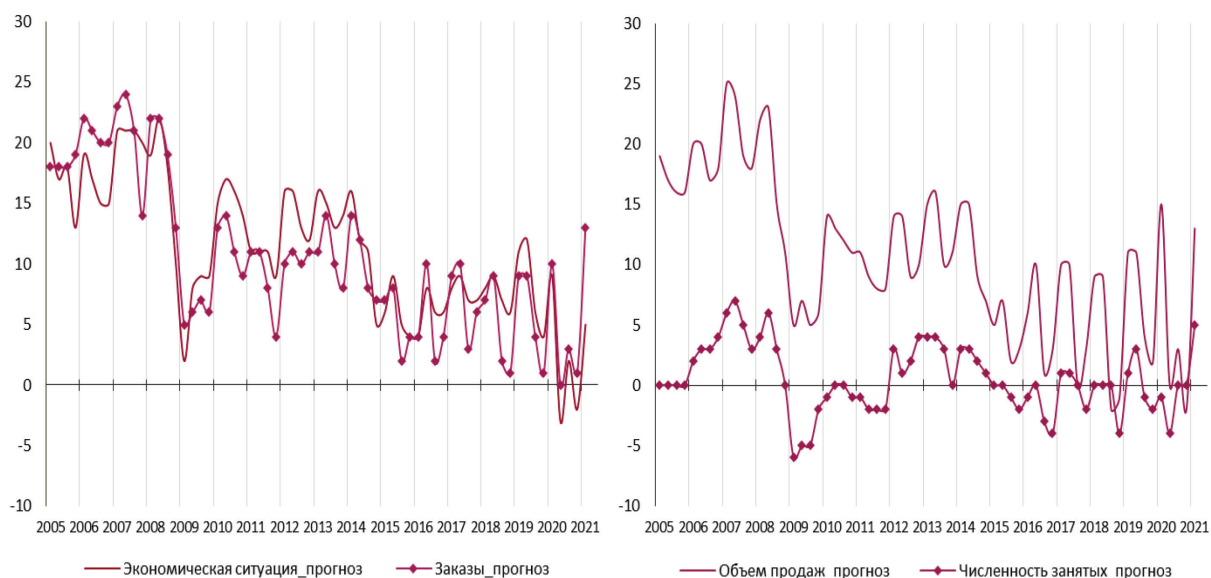
Рис. 2. Динамика индекса делового климата в организациях розничной торговли (%)



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

Из всех компонентов, обусловивших динамику ИДК в анализируемом периоде наибольший вклад внесли все прогнозные оценки показателей — экономической ситуации (баланс<sup>5</sup> оценок увеличился по сравнению с IV-м кварталом до +5 с (-2%)); заказов (до +13 с +1%); объема продаж (до +13 с (-2%)); численности занятых (до +5 с 0%); цены реализации (до +35 с +26%).

Рис.3. Динамика отдельных компонентов ИДК в розничной торговле – ожидаемого изменения экономической ситуации, заказов, объема продаж и численности занятых во II квартале 2021 г. (балансы, %)



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

<sup>5</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.

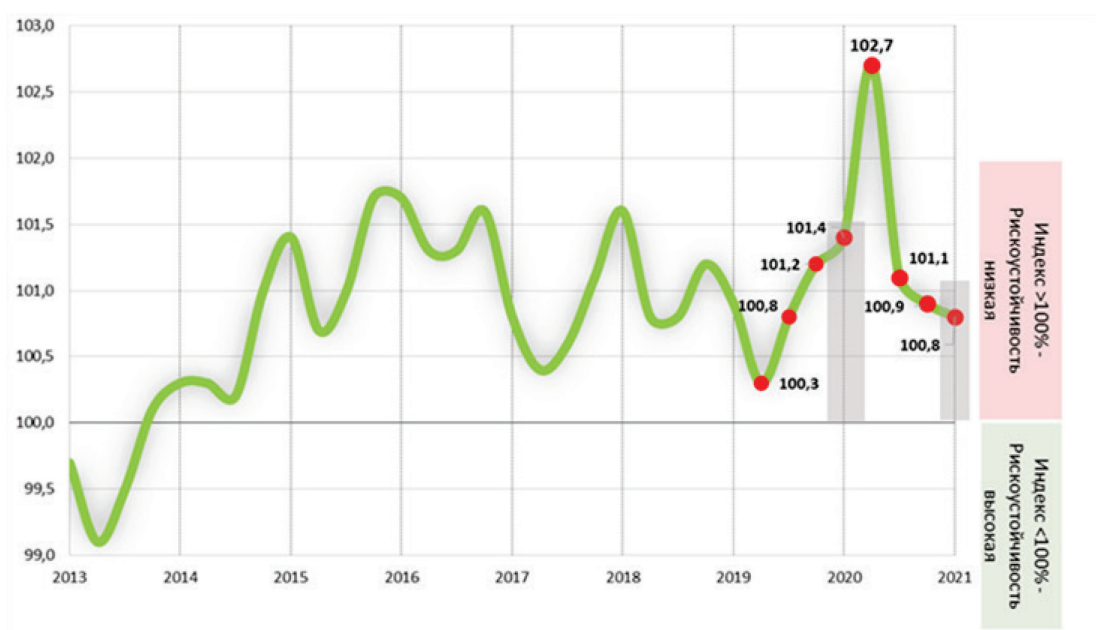
Следует отметить, что одной из ярких тенденций в результатах наблюдения стал мощный всплеск роста предпринимательского оптимизма, что вернуло деловые настроения в диапазон тональности 2016– конца 2019 гг.

Как было указано выше, наиболее очевидными ожидаемыми краткосрочными оценками изменения параметров развития предприниматели обозначают улучшение экономической ситуации вследствие активизации отложенного спроса не только на продовольствие, но и на непродовольственные товары. Данный факт подкрепляется в том числе обозначенными намерениями респондентов во II квартале расширить ассортиментный ряд реализуемых товаров, увеличить товарооборот и складские площади.

Одновременно снижение негативной пандемической динамики в оценках деловой активности в I квартале сопровождалось позитивным, но достаточно консервативным восстановлением **рискоустойчивости**<sup>6</sup>: ИРУ по сравнению с IV кварталом улучшил значение еще на 0,1 п.п. до отметки 100,8%, впервые достигнув среднего уровня отраслевого напряжения, регистрировавшегося в 2019 г.

Тем не менее, несмотря на то, что фактически индекс еще в III квартале 2020 г. вышел из кризисного шока и вернулся в диапазон предпандемических значений, его динамика продолжала отражать проблему низкого спроса, объема продаж и товарооборота на фоне существенного потенциала риска возможной дестабилизации конъюнктуры вследствие обострения структурных последствий коронакризиса или наступления третьей волны пандемии.

Рис.4. Динамика индекса рискоустойчивости розничной торговли (%)



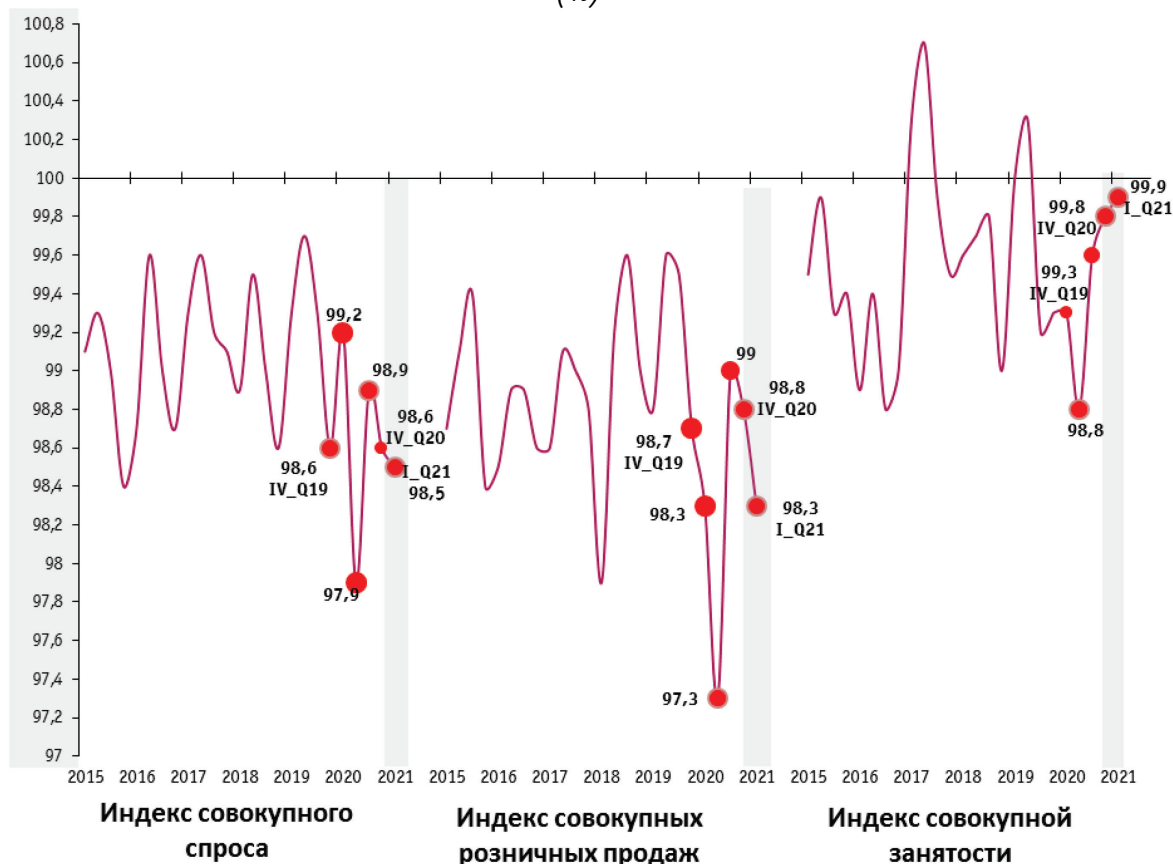
Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

<sup>6</sup> Здесь и далее Индекс рискоустойчивости (ИРУ) показывает устойчивость розничных организаций к рискам и негативным вызовам конъюнктуры. Рассчитывается с использованием метода главных компонент как «общий» фактор динамики специально отобранных показателей программы обследования деловой активности розничной торговли, гармонизированных с методологическими принципами квантификации непараметрической информации и построения композитных циклических индикаторов ЕС и OECD; в %. Значение Индекса 100% выражает «нейтральный» уровень, в то время как значения выше 100% и ниже 100% – соответственно, снижение и повышение его динамики в течение квартала.

Данный вывод по-прежнему подтверждают неблагоприятные темпы изменения **индексов совокупного спроса и продаж**, которые показали очередную негативную коррекцию к IV кварталу, опустившись в I-м до 98,5 и 98,3% с 98,6 и 98,8% соответственно.

Противоположная тенденция зафиксирована в итоговой динамике **индекса совокупной занятости (ИСЗ)**<sup>7</sup>. Несмотря на продолжение сокращения персонала в организациях, темпы выбытия замедлялись третий квартал подряд: ИСЗ улучшил свое значение к IV кварталу еще на 0,1 п.п. до отметки 99,9%. Компенсация по отношению к кризисному II-му кварталу достигла 1,1 п.п., полностью перекрыв среднее значение индекса перед входом в пандемию, составлявшее 99,7%.

Рис.5. Динамика индекса совокупного спроса, индекса совокупных продаж, индекса совокупной занятости в розничной торговле (%)



Примечание: Значение 100% выражает «нейтральный» уровень Индекса (средний, нормальный, допустимый на момент обследования); выше 100% - зона роста Индекса (наблюдаемое явление характеризуется благоприятной тенденцией и/или отражает рост); ниже 100% – зона снижения Индекса (наблюдаемое явление характеризуется неблагоприятной тенденцией и /или отражает спад)

Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

<sup>7</sup> Здесь и далее Индексы совокупного спроса (ИСС), совокупной занятости (ИСЗ), совокупных продаж (ИСП) – композитные индикаторы, оперативно отражающие отраслевые тенденции изменения спроса, реализации товаров и общего товарооборота, численности занятых в анализируемом периоде по сравнению с предшествующим. Рассчитываются с помощью метода главных компонент, агрегируя балансовые оценки соответствующих показателей программы конъюнктурного наблюдения Росстата. В качестве основных подходов к разработке Индексов применялись методологические принципы квантификации непараметрической информации и построения композитных циклических индикаторов Европейской Комиссии (ЕС) и Организации экономического сотрудничества и развития (OECD).

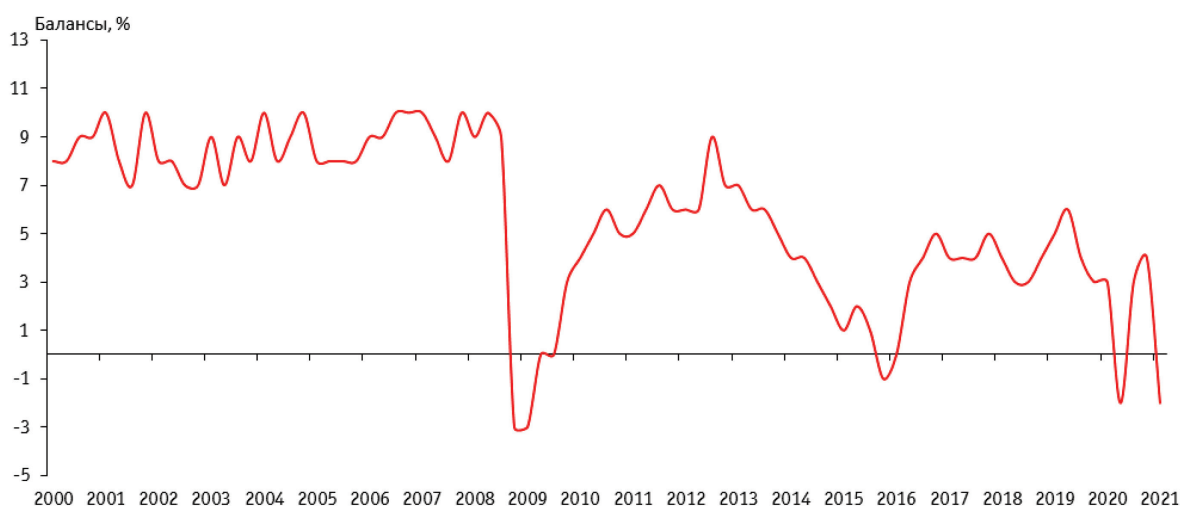


## 2. Деловой климат в оптовой торговле

### Основные результаты

- ✓ Преломление роста деловой активности и нивелирование компенсационного постпандемического подъема, достигнутого в оптовом сегменте в течение второго полугодия прошлого года: практически по всем исследуемым группам реализуемых товаров в I квартале по сравнению с IV-м отмечалось усиление отрицательной динамики продаж, прибыли и общее ухудшение предпринимательских настроений.
- ✓ Индекс предпринимательской уверенности<sup>8</sup> в оптовой торговле в I квартале (далее ИПУ) снизился до (-2%) с (+4%) в IV-м, вернувшись в координаты коронакризисного II квартала 2020 г.

Рис. 6. Динамика индекса предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

- ✓ На фоне ухудшения экономической конъюнктуры, в оптовых организациях, реализующих социально-значимые товары — привычных и основных «антидрайверов» формирования делового климата в последние годы, существенное негативное влияние на снижение предпринимательской уверенности оказано в том числе со стороны организаций, занимающихся поставками товаров производственно-технического назначения.

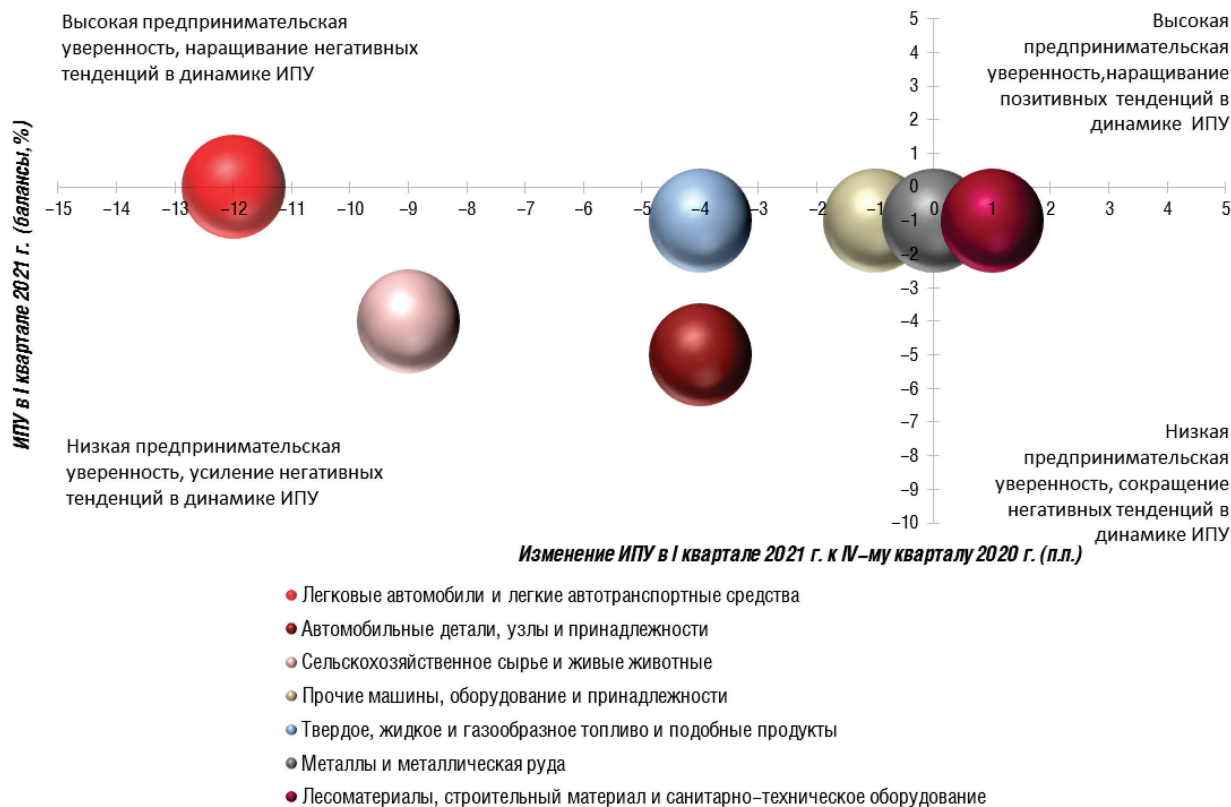
Со стороны таких сегментов оптового рынка наибольшее торможение деловой активности по отношению к IV-му кварталу зафиксировано в фирмах, реализующих легковые автомобили и легкие автотранспортные средства (снижение ИПУ на 12 п.п. до 0%); сельскохозяйственное сырье (на 9 п.п. до (-4 %)); автомобильные детали, узлы и принадлежности (на 4 п.п. до (-5%)), а также топливо (на 4 п.п. до (-1%)).

<sup>8</sup> Индекс предпринимательской уверенности в оптовой торговле рассчитывается как среднее арифметическое балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале; в процентах.



Относительно благоприятная ситуация наблюдалась в организациях, поставляющих лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование; металлы и металлургическую руду, а также прочие машины, оборудование и принадлежности.

**Рис. 7. ИПУ и его изменение в оптовых организациях, реализующих товары производственно-технического назначения**



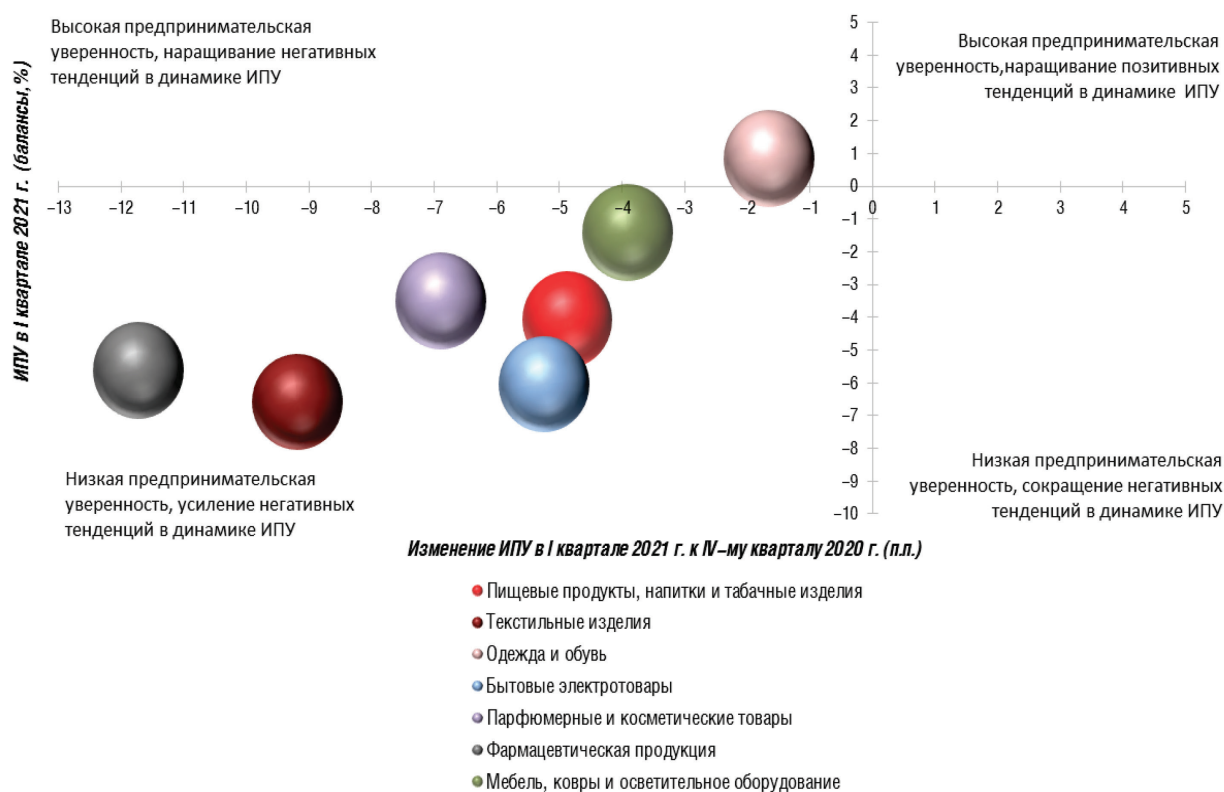
Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

- ✓ **Преобладающее доминирование негативных потребительских тенденций на рынке социально значимых товаров по-прежнему концентрирует внимание из полученных результатов именно на эту сферу оптовых продаж.**

Согласно результатам обследования, в I квартале т.г. низкая предпринимательская уверенность и наиболее высокий темп ее снижения зафиксирован в организациях, реализующих фармацевтическую продукцию (ИПУ снизился на 12 п.п. по сравнению с IV кварталом до (-6%)), текстильные изделия (на 9 п.п. до (-7%)); парфюмерные и косметические товары (на 7 п.п. до (-3%)), бытовые электротовары (на 5 п.п. до (-6%)).

Также следует отдельно обратить внимание на аналогичную тенденцию в организациях, занимающихся поставками пищевых продуктов, напитков и табачных изделий: ИПУ, после выхода в двух предшествующих кварталах в зону роста, в анализируемом периоде вновь вернулся к отрицательным значениям, снизившись к IV-му сразу на 5 п.п. до (-4%).

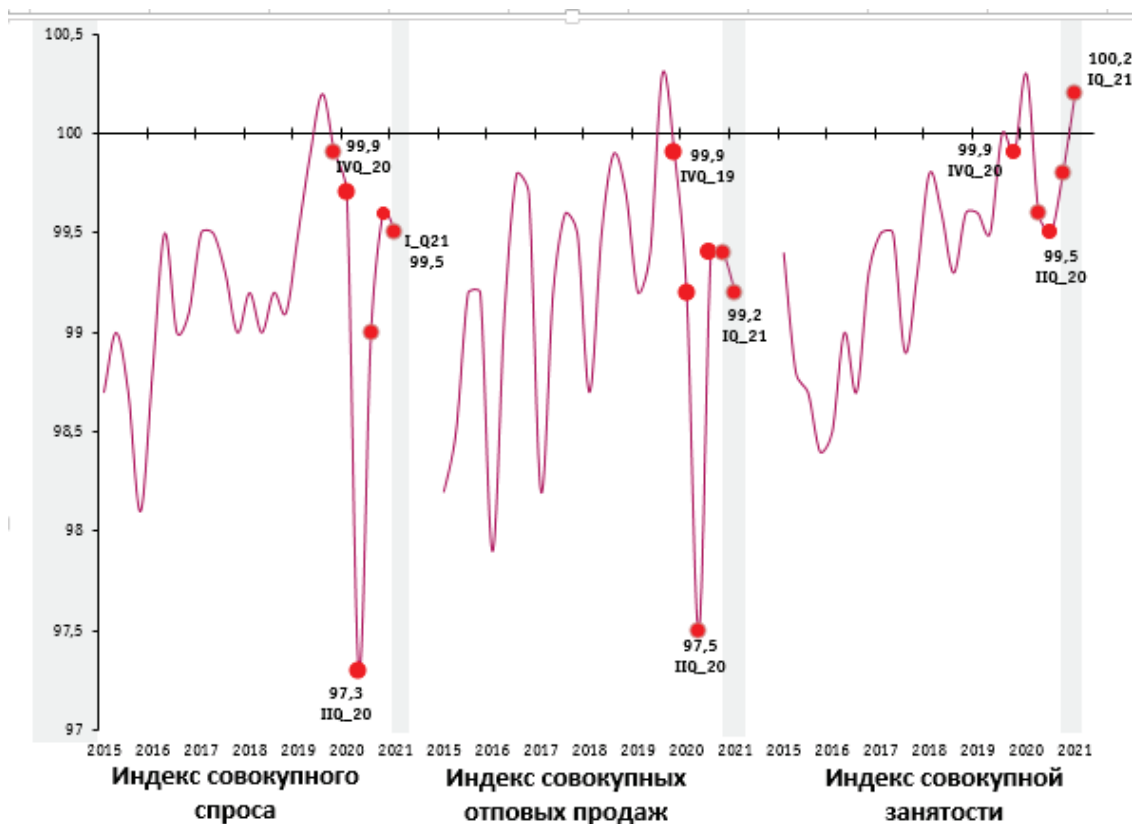
Рис.8. ИПУ и его изменение в оптовых организациях, реализующих социально—значимые товары



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

- ✓ **Общий подавленный фон сложившихся в начале т.г. фактических предпринимательских настроений в сегменте отражают Индексы совокупного спроса и оптовых продаж, которые после компенсационного подъема в течение второго полугодия прошлого года, в начале текущего характеризовались обратной тенденцией, снизившись до 99,5 и 99,2% с 99,6 и 99,4% в IV-м, соответственно.**
- ✓ **Одновременно, одним из предвестников возможного восстановительного подъема предпринимательской уверенности и деловой активности во II квартале выступает Индекс совокупной занятости, который характеризовался акцентированным ростом, улучшив свое значение до 100,2 с 99,8%.**

Рис. 9. Динамика Индекса совокупного спроса,  
Индекса совокупного товарооборота,  
Индекса совокупной занятости в оптовой торговле  
(%)



Примечание: Значение 100% выражает «нейтральный» уровень Индекса (средний, нормальный, допустимый на момент обследования); выше 100% - зона роста Индекса (наблюдаемое явление характеризуется благоприятной тенденцией и/или отражает рост); ниже 100% – зона снижения Индекса (наблюдаемое явление характеризуется неблагоприятной тенденцией и/или отражает спад)

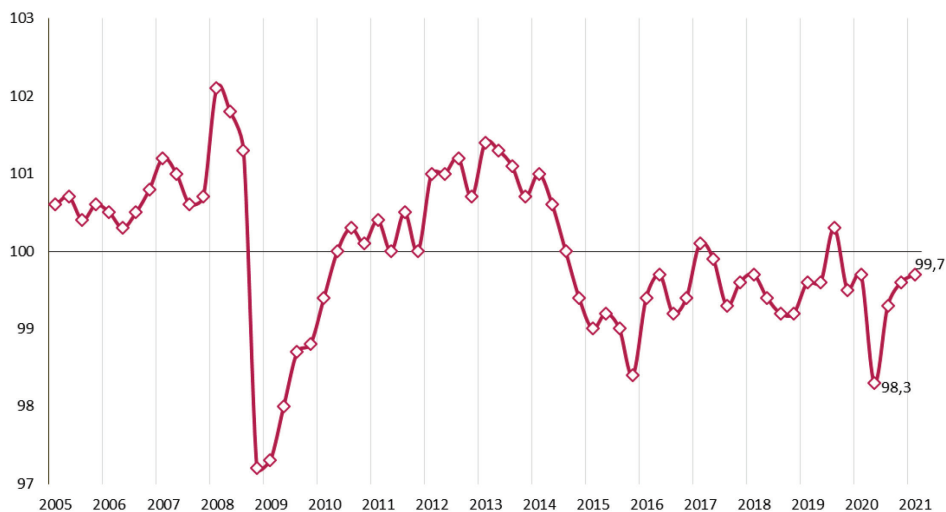
Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

В то же время, альтернативный композитный индикатор – **индекс делового климата (ИДК)**<sup>9</sup> в оптовой торговле, включающий расширенный состав компонентов программы наблюдения, в числе которых задействованы и прогнозные оценки ключевых операционных показателей (спрос, объем продаж, численность и т.д.) позволяет говорить о локальном сезонном ослаблении конъюнктуры, которое сменится подъемом активности в оптовом сегменте уже во II квартале.

В I квартале рост индекса продолжил скромное, но последовательное восхождение и по сравнению с IV-м кварталом прошлого года увеличился на 0,1 п.п. до отметки 99,7%, впервые после коронакризисного обвала достигнув среднее значение ИДК 2019 г.

<sup>9</sup> Индекс делового климата (ИДК) в оптовой торговле рассчитывается с помощью метода факторного анализа и базируется на расширенном наборе показателей программы наблюдения 1-конъюнктура (опт), что позволяет отражать количественную динамику одного важных экономических показателей торгового процесса — индекса физического товарооборота — более точно и с опережением по сравнению с традиционным для конъюнктурных обследований индексом предпринимательской уверенности (ИПУ).

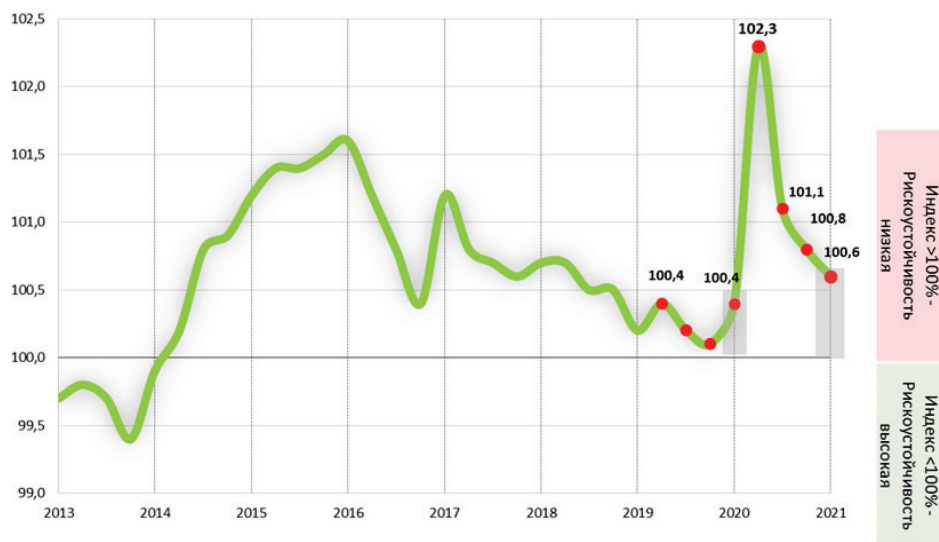
Рис. 10. Динамика индекса делового климата  
в организациях оптовой торговли  
(%)



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

- ✓ На фоне резкого ослабления предпринимательской уверенности сохранение тенденции позитивного восстановления Индекса рискоустойчивости: ИРУ по сравнению с IV-м кварталом продолжил движение по траектории восстановления, демонстрируя ослабление негативной динамики и снизился до отметки 100,6 со 100,8%.

Рис.11. Динамика Индекса рискоустойчивости оптовой торговли  
(%)



Источник: Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

## Выводы

**В целом, исходя из обобщенных мнений респондентов в качестве основного положительного сюжета, вытекающего из итогов предпринимательского опросов, можно с уверенностью выделить очевидные позитивные ожидания руководителей розничных и оптовых торговых организаций относительно состояния делового климата своих структур как минимум в ближайшие полгода. Причём благоприятные прогнозные настроения в большей степени относятся и к главным операционным торговым показателям «спрос-объем продаж - ассортимент - численность занятых».**

В частности, учитывая, что, например, розничная торговля, пожалуй, единственная отрасль среди базовых видов экономической деятельности, которая практически полностью зависит от конечного спроса на свои реализуемые товары со стороны населения и, соответственно, от его платёжеспособности, можно заключить, что ритейлеры надеются на рост реальных располагаемых денежных доходов населения в ближайшее время. Надо заметить, что, исходя из официальных статистических данных Росстата по динамике реальных располагаемых денежных доходов за 2020 г. и I квартал т.г. (наблюдалось их падение на 3,0 и 3,6% соответственно), ситуация с доходами домашних хозяйств, особенно ожидаемая, находится в состоянии относительной неопределённости. Однако ряд прямых и косвенных факторов говорит, что, начиная со II квартала т.г., реальные доходы населения перейдут в фазу компенсационного восстановительного роста, «отбивая» свои потери преимущественно из-за коронавирусной атаки в 2020 г., когда выпадающие доходы населения в абсолютном выражении составили около 2 трлн руб. Ожидаемый восстановительный рост реальных доходов будет наблюдаться по мере реализации бонусной программы для населения, в том числе для семей с детьми, объявленной Президентом России в его послании Федеральному Собранию и принимаемым действиям по финансовой поддержке населения и бизнеса со стороны Правительства Российской Федерации и ЦБ РФ. Можно предположить, что вплотную к федеральным выборам (сентябрь) традиционно будут приняты дополнительные бонусные меры для населения. Во-вторых, постепенно начинает восстанавливаться экономика страны, а, значит, у экономических агентов будут расти объемы производства (услуг), увеличиваться прибыль и рентабельность, мотивируя предпринимателей к дополнительному найму своего персонала и увеличению зарплат. На росте реальных доходов в текущем II квартале т.г. неминуемо косвенно отразится низкая база сравнения со II кварталом прошлого года, когда реальные доходы в эпицентре пандемической атаки, локдаунов во многих отраслях и «великой самоизоляции» рухнули на 8,0%. Соответственно, ожидаемый рост реальных доходов в ближайшее время, помимо улучшения уровня и качества жизни населения, скажется на улучшении экономической ситуации в розничной торговле и сфере услуг за счёт роста платёжеспособности конечного потребителя их услуг.

Вместе с тем, оценочно можно констатировать, что пока население России, преимущественно низкодородный сегмент, ещё пребывает в сберегательной, а не потребительской модели поведения, перенося покупки товаров, особенно дорогостоящих и длительного пользования в отложенный спрос, что естественно негативно сказывается на розничной торговле, хотя в первые месяцы текущего года ситуация начала улучшаться, несмотря на статистическое падение реальных располагаемых денежных доходов населения в I квартале т.г. По-видимому, улучшилось психологическое состояние людей. После полной непредсказуемости маршрута COVID-19 и неопределённости возможных последствий от его атаки, которые были присущи населению России ещё год назад, сегодня наблюдается, во-первых, относительная адаптация людей к совместному проживанию с COVID-19, и главным позитивным моментом стало начало всеобщей вакцинации населения. Во многом эти два фактора и поддержка жизненного уровня российских домашних хозяйств со стороны государства частично минимизировали психологию

ческое давление пандемии, и люди начали постепенно возвращаться к потребительской модели поведения и компенсировать свой отложенный спрос. Вместе с тем, у части населения склонность к сбережениям сохраняется. Так, по данным Росстата на 1 апреля т.г. денежные вклады населения достигли максимальных значений за последние годы - 33 682,0 млрд руб. При этом остаток наличных денег на руках населения на ту же дату составил 13 911,0 млрд руб., что также является максимальным значением. Выявленные данные свидетельствуют, что население пока ещё предпочитает сберегать денежные средства, а не использовать их на потребление. Правда все эти перестроения с повышением динамики вкладов и ростом остатков наличных денег на руках осуществляют не больше 35% от всего населения, преимущественно высокодоходное и верхние децили среднедоходного населения. Низкодоходное население и нижние децили среднедоходного населения акцентировано сбережениями не занимаются и их практически все доходы уходят на потребление.

Следует обратить внимание, что последние заявления некоторых экономистов о росте потребления населения в I квартале т.г. (а именно розничная торговля и сфера услуг являются основными драйверами, формирующими потребительский спрос) не имеют большого экономического смысла. Их мнение основывается на том, что, по данным Росстата, денежные доходы населения в I квартале т.г. составили 14,3 трлн руб., а расходы 14,9 трлн руб. Значит, население сняло разницу в 600 млрд руб. со сбережений и реализовало эти средства на потребление. Необходимо напомнить, что в IV квартале прошлого года денежные доходы населения составляли 18,9 трлн руб., а расходы 16,3 трлн руб., т. е. разница составляла 2,6 трлн рублей, но уже в пользу доходов. Это типичная статистическая ситуация каждого I квартала любого года, когда доходы резко падают по сравнению с IV кварталом прошлого года. И население начинает тратить в I квартале остатки денег на руках, полученные в IV квартале, в том числе досрочные за I квартал. Так, практически все январские пенсии, январские авансовые расчёты в бюджетной сфере, некоторые социальные выплаты были выданы населению в декабре четвёртого квартала прошлого года, значительно увеличив доходы людей в декабре и сократив их в январе. Подобная статистика наблюдается традиционно в IV и I кварталах каждого года и эти перестроения практически не свидетельствуют ни о росте потребления, ни о росте или падении уровня бедности, которую нужно оценивать лишь в годовом интервале. Статистический уровень бедности в I квартале любого года из-за указанных пертурбаций с доходами всегда заметно выше, чем в IV квартале того же года. Например в I квартале 2020 г. уровень бедности составил 12,6% от общей численности населения страны, а в четвёртом квартале он имел значение 9,2 процента. В результате годовой уровень бедности составил 12,1%. Именно выявленные предпринимательским спросом позитивные ожидания ритейлеров, а также предполагаемый рост реальных располагаемых денежных доходов населения дают основания предполагать, что во II квартале т.г. розничная торговля войдёт в фазу компенсационного роста. Позитивные ожидания бизнеса играют жизненно важную роль, воздействуя практически на каждую предпринимательскую операцию и управленческие решения.

Помимо благоприятных прогнозов по объемам продаж и спросу предприниматели ожидают повышательную динамику численности занятых в своих организациях. Многие респонденты сообщают о возможном расширении штата своих сотрудников в ближайшие полгода. В принципе, данный прогноз выглядит вполне логично. Если торговый бизнес прогнозирует улучшение экономической конъюнктуры и вдобавок в летний период начнут работать дополнительные сезонные торговые объекты (ярмарки, оптовые рынки и т.д.), естественно предприниматели будут расширять занятость. Учитывая, что в торговле (включая оптовую) занята наибольшая доля людей от общей численности (15,5% в 2020 г.) среди всех базовых отраслей, то позитивные прогнозы руководителей торговых организаций о дополнительном найме сотрудников в ближайшей перспективе могут повлиять и на общие макроэкономические показатели по снижению уровня безработицы, и, соответственно, рост доходов населения по экономике в целом.



К сожалению, среди позитивных ожиданий по росту практически всех операционных показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность розничной торговли, есть один индикатор, который экономически благоприятнее хотелось бы наблюдать с обратной тенденцией. Это цены. В предпринимательском опросе за I квартал т.г. доля руководителей торговых организаций, которые констатировали о росте текущих и ожидаемых цен реализации своих товаров, достигла максимума за последние годы наблюдений. Однако даже при выявленных негативных ожиданиях по дальнейшему росту цен говорить об образовании новой акцентированной «галолирующей» тенденции пока преждевременно.

В продуктовом сегменте розничной торговли уровень цен будет зависеть от урожая сельскохозяйственных продуктов в текущем году, уровня мировых цен на продукты питания и, соответственно, мотивации отечественных производителей относительно поставок на экспорт и действий Правительства РФ по регуляторному и нормативному воздействию на динамику цен отдельных продовольственных товаров. Вместе с тем, негативные возможности выхода продовольственной инфляции в интервал 6,2 – 6,8% сегодня просматриваются. Это примерно на 1,5 п.п. выше таргета по общему ИПЦ (4,7-5,2%), который ставит ЦБ РФ на текущий год. Однако обвинять в росте цен на продукты питания только розничную торговлю абсолютно неразумно. Ритейлеры преимущественно продолжают ставить на продукты питания ту же торговую наценку, но они уже поступают на реализацию от поставщиков с повышенной ценой. Здесь надо анализировать всю цепочку (производитель, РЖД, транспорт, бензин, посредники, монополизм агрохолдингов и даже уровень мировых цен на отдельные товары). И конечно, нельзя забывать о вялотекущем снижении рубля из-за чего дорожает импортная составляющая, присутствующая во всех звеньях. При этом необходимо обратить внимание, что цены на продовольственные товары, особенно биржевые, растут во всём мире из-за удешевления стоимости денег (инфляция) в результате запуска во всех странах «печатного станка» для экстренной помощи людям и бизнесу от пандемической атаки. Как свидетельствует экономическая история, в подобные периоды (пандемия, крупные стихийные бедствия, локальные войны, техногенные катастрофы и др.) всегда дорожают все активы, включая такой мощный как продовольствие, особенно товары, торгуемые на международных биржах (коммодити). Правда возникает вопрос, а почему в России темпы роста продовольственных цен практически всегда выше, чем, например, в Европе. Ответ кроется в традиционных российских проблемах, связанных с относительно слабой конкуренцией на сельскохозяйственном рынке, монополизмом сельхозпроизводителей (агрохолдинги), частым образованием временного дефицита отдельных продовольственных товаров и даже с обширностью территории России, усложняющей логистику и доставку товаров путём иногда таких дорогостоящих транспортных средств, как авиация и суда. Все это приводит к увеличению различных посредников, участвующих в торговом процессе, включая очень обширное оптовое звено, требующее серьёзной оплаты за свою работу.

В защиту розничной торговли можно утверждать, что крупные, преимущественно сетевые торговые организации, обладающие обширной линейкой продовольственных и непродовольственных товаров, зачастую торгуют жизненно необходимыми продуктами питания широкого пользования с минимальной торговой наценкой, а иногда и в убыток, «отбивая» потерянную маржу за счёт акцентированной наценки на продовольственные и непродовольственные товары класса «люкс» и «премиум класса», а также на алкоголе и табаке. Подобный манёвр позволяет низкодходному населению иметь доступ к основным продуктам питания по более-менее приемлемым ценам, но создает существенный ценовой дискомфорт для потребителей из среднего класса и даже для высокодоходного населения.

В заключение хотелось бы обратить внимание на возможное, но пока не ярко выраженное начало новой принципиальной для розничной торговли тенденции. Исходя из косвенных мнений респондентов, участвующих в предпринимательских опросах торговых организаций, мнений населения, составляющих панель потребительских опросов, а также поведения людей, которые в ближайшие 1,5-2 года наверняка психологически, под влиянием страха от послед-



ствий беспрецедентной коронавирусной атаки будут минимизировать обширные межличностные связи между собой, складывается такое впечатление, что эпоха гипермаркетов, крупных супермаркетов и крупных торговых центров подошла к концу. Дополнительным сюжетом, подтверждающим данный вывод, станет (и уже начавшаяся) смена поколения основных потребителей товаров и услуг с «беби-бумеров» на «миллениалов» и поколение «Z» со своими выработанными преимущественно онлайн взглядами на приобретение товаров и услуг, а также желанием находиться в жизненном «шеринге» и не закупать постоянно товары впрок по принципу «n+1», как это зачастую делают «бэби-бумеры» и поколение «X».

Исходя из изложенного, скорее всего по крайней мере в ближайшем будущем мы вряд ли уже увидим строительство гигантских торговых объектов, а уже действующие перестроят свою деятельность с розничной торговли на индустрию развлечений, фуд-корты, коворкинги и т.д. оставив для «розницы» только дорогостоящие бутики и индивидуальные брендовые торговые точки. В принципе, розничная торговля, тем более сетевая, несмотря на наблюдаемый повышательный уровень консолидации, наверняка найдёт управленческое решение, как минимизировать и эту проблему не снижая товарооборота, а вот для «строительства» данная пертурбация неминуемо вызовет снижение спроса на возведение подобных объектов. А именно эти объекты составляют существенный объем строительных работ, причём практически с гарантированным финансированием и высокой рентабельностью для достаточно заметной доли девелоперов.