



Институт статистических  
исследований  
и экономики знаний

Центр  
конъюнктурных  
исследований



## ТЕНДЕНЦИИ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ РОЗНИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В 2022 г.



Февраль '23

---

Москва

**Автор:**  
Лола И.С.

**Тенденции ассортиментной матрицы розничных организаций в 2022 г. М.: НИУ ВШЭ, 2023. – 6 с.**

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет экспресс-обзор, характеризующий динамику ассортимента, а также тенденции форматирования ассортиментной матрицы в розничных организациях России в течение 2022г.<sup>1</sup>

Обзор подготовлен на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей 4,2 тыс. организаций розничной торговли из 85 регионов России, проводимых в ежеквартальном режиме Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации.

Одновременно материал содержит отдельные результаты конъюнктурного мониторинга деловых тенденций и цифровой активности розничного сегмента, проведенного в октябре 2022 г. АНО ИИЦ «Статистика России» по заказу НИУ ВШЭ. Выборочная совокупность представлена более 800 организациями розничной торговли из 30 субъектов России. Выборка репрезентативна по всем единицам наблюдения, многомерна, стратифицирована, а также представительна по основным экономическим параметрам тридцати регионов РФ.

Программы обследований базируются на рекомендациях OECD и Европейской Комиссии по обследованию деловой активности, а также практики Европейской комиссии в области развития цифровой повестки, разработки, актуализации инструментария наблюдения и проведения ежегодных опросов по информационному обществу (Community survey on ICT usage and e-commerce in enterprises).

**Институт статистических исследований и экономики знаний**

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

E-mail: [issek@hse.ru](mailto:issek@hse.ru)

<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики», 2023  
*При перепечатке ссылка обязательна*

---

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

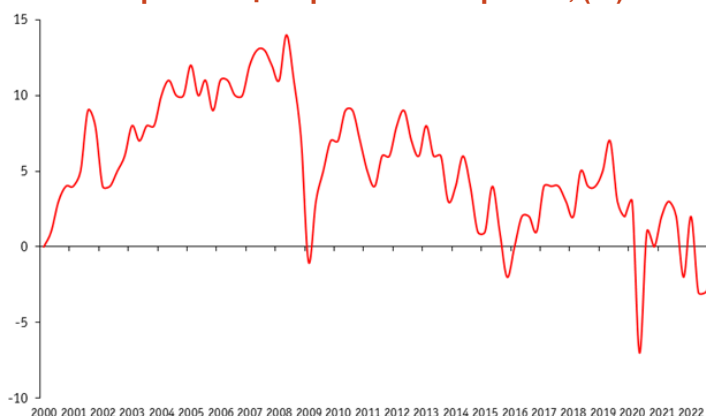
**Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)<sup>2</sup> и Индекс делового климата (ИДК)<sup>3</sup>, демонстрируя неблагоприятные колебания значений большую часть прошлого года, в IV квартале 2022г. частично погасили негативную динамику**

**ИПУ в IV квартале увеличился на 1 п.п. к III-му и составил (-2%), вернувшись к финальному уровню 2021 г.**

**ИДК в IV квартале превысил значение предыдущего квартала на (0,1%) и составил 98,5%**

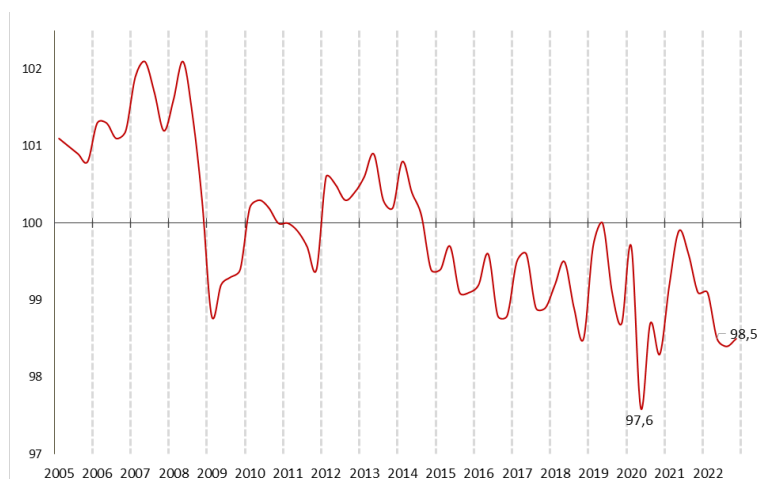
Розничный сегмент завершил 2022 г. преимущественно в неблагоприятных координатах развития, однако по итогам IV квартала предпринимательская уверенность и общее состояние делового климата транслировали своей динамикой заметные накопительные эффекты разворачивающихся адаптационных тенденций.

**Рис. 1. Динамика индекса предпринимательской уверенности в организациях розничной торговли, (%)**



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

<sup>2</sup> Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ) 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 %.

<sup>3</sup> Индекс делового климата (ИДК) рассчитывается с помощью метода факторного анализа и базируется на расширенном наборе показателей программы наблюдения 1-конъюнктура (розница), что позволяет отражать количественную динамику одного из важных экономических показателей торгового процесса — индекса физического товарооборота — более точно и с опережением по сравнению с традиционным для конъюнктурных обследований индексом предпринимательской уверенности (ИПУ).

**Динамика ассортимента в розничных организациях, сложившаяся по итогам 2022 г. — следствие активной перезагрузки ассортиментной матрицы к вызовам конъюнктуры**

**56%** организаций розничной торговли России в 2022 г. были вынуждены вносить изменения в ассортиментную матрицу организаций в связи с новой экономической конъюнктурой

**33%** организаций оставили товарную сетку без изменений ввиду отсутствия необходимости ее обновления

Масштабное форматирование ассортиментной матрицы в розничном сегменте в связи с жесткой деформацией торговых связей, сжатием потребительского спроса и воздействия других негативных факторов, продуцируемых санкционными ограничениями, обусловило в течение 2022 г. самое выраженное изменение динамики ассортимента, выявленное конъюнктурными наблюдениями впервые с момента беспрецедентного коронакризисного локдауна (подобный сценарий в отрасли наблюдался только в острую фазу пандемии 2020 г.). Баланс<sup>4</sup> оценки изменения данного показателя после поквартальной корректировки снизился с (+8%) в начале года до (0%) в IV квартале 2022г.

Тем не менее, выявленное «обнуление» темпов индикатора прежде всего является следствием оптимизации товарной линейки, как одного из важных составляющих процесса адаптационной трансформации и поиска новых торговых стратегий.

**Рис.3. Динамика текущих и ожидаемых оценок ассортимента в организациях розничной торговли, (%)**

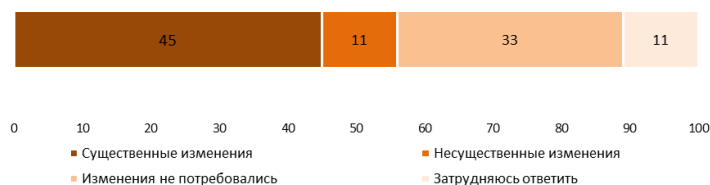


Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ; Росстат

Согласно результатам пилотного опроса, 45% торговых организаций были вынуждены в течение 2022 г. существенно скорректировать ассортиментную матрицу. В чуть меньшей степени такие изменения потребовались для 11% компаний. Для трети организаций внесение изменений в ассортимент не потребовалось.

**Рис.4. Оценка необходимости внесения изменений в ассортиментную матрицу в связи с новой экономической конъюнктурой**

Доля от общего числа обследованных организаций, %



Источник: Данные пилотного обследования; ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

<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.

**72%** организаций в 2022 г. столкнулись с дефицитом импортных товаров, причем для **30%** из них он оказался существенным

**35%** организаций устранили возникший дефицит товаров, для **46%** сохраняется частичная актуальность

**48%** организаций заменили поставщиков в течение 2022 г.

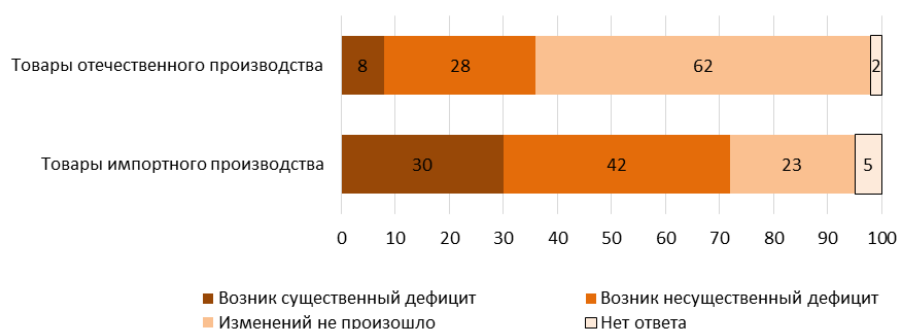
По сравнению с 2021г. большинство торговых организаций России столкнулись с дефицитом товаров, формирующих ассортиментную матрицу.

В 2022 г. основную проблему представляли товары импортного производства, существенный недостаток которых возник в 30% организациях. Менее значимым он оказался для 42% компаний.

Товары отечественного производства, «выпавшие» из товарооборота, вызвали вдвойне меньшее беспокойство: дефицит констатировали 36% респондентов, из которых только 8% сочли его «существенным».

**Рис.5. Оценка степени дефицита товаров различных категорий в 2022 г. по сравнению с 2021 г.**

Доля от общего числа обследованных организаций, %

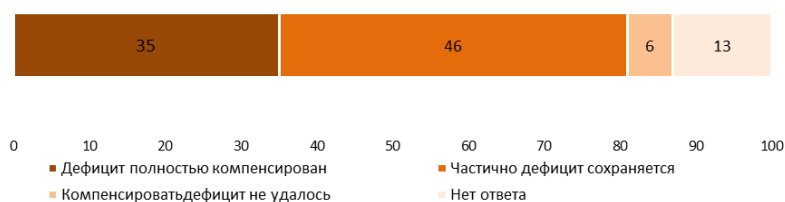


Источник: Данные пилотного обследования; ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Полное устранение возникшего дефицита товаров (отечественных и импортных) произошло в 35% организациях против 6%, в которых не удалось его компенсировать. При этом более 45% организаций сумели восполнить недостаток товаров лишь частично.

**Рис.6. Оценка устранения дефицита товаров**

Доля от общего числа обследованных организаций, %



Источник: Данные пилотного обследования; ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

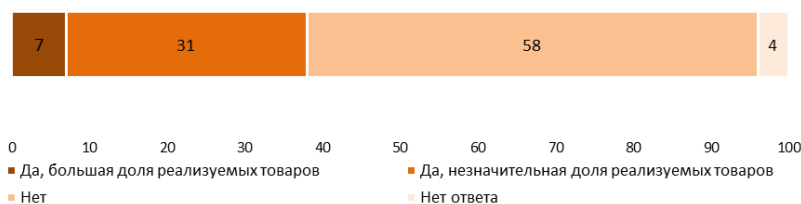
**38%** организаций в ассортиментной матрице содержали товары, закупленные в рамках параллельного импортозамещения

**52%** руководителей организаций, закупая товары для реализации в рамках параллельного импортозамещения, не столкнулись с затруднениями

Ассортимент практически 40% розничных организаций в конце 2022 г. включал товары, закупленные в рамках параллельного импортозамещения. Из них в 7% организациях такие товары были преобладающими в обороте.

**Рис.7. Оценка присутствия в ассортиментной матрице товаров, закупленных в рамках параллельного импортозамещения**

Доля от общего числа обследованных организаций, %



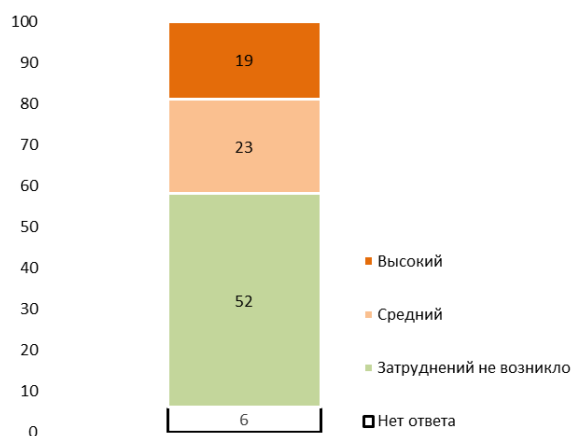
Источник: Данные пилотного обследования; ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Оценка уровня сложности процедуры закупки товаров для реализации в рамках параллельного импортозамещения показала, что более половины участвующих в опросе организаций не столкнулись с затруднениями.

Противоположная ситуация сложилась в 42% организациях, из которых 19 и 23% руководителей сообщили о высоком и среднем уровне сложности, соответственно.

**Рис.8. Оценка уровня сложности процедуры закупки товаров в рамках параллельного импортозамещения**

Доля от общего числа обследованных организаций, %



Источник: Данные пилотного обследования; ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ