

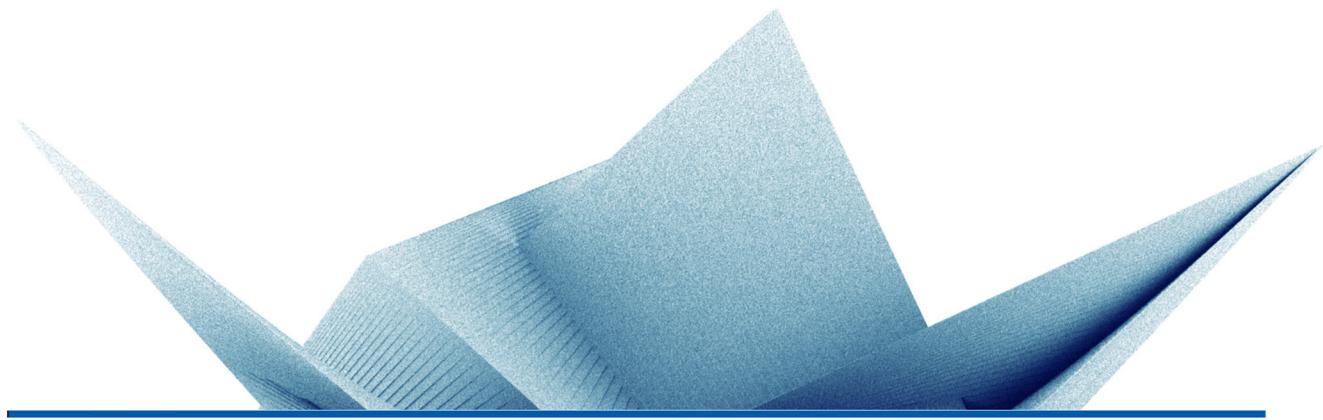


ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

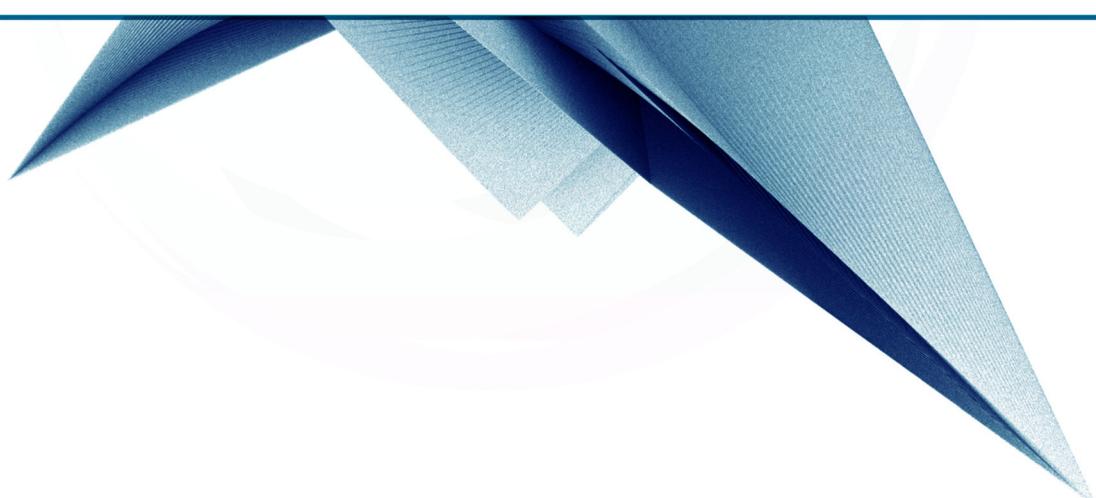


Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
ВО II ПОЛУГОДИИ 2014 ГОДА**



Январь '15

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
ВО II ПОЛУГОДИИ 2014 ГОДА**

Москва
2015

Деловой климат в малых организациях розничной торговли во II полугодии 2014 года –
М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 9 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал по результатам пилотного конъюнктурного опроса руководителей малых розничных организаций. Данное исследование проводилось в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ по теме «Мониторинг делового климата организаций реального сектора и сферы услуг».

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 и их намерений, степени адаптации к механизмам хозяйствования, сложившегося делового климата, а также важнейших факторов, лимитирующих деятельность организаций.

Программа обследования базируется на Европейской Системе обследований деловых тенденций.

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>

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о состоянии делового климата в малых¹ розничных организациях во II полугодии 2014 г. и ожиданиях предпринимателей на I полугодие 2015 г. В докладе использованы результаты пилотного обследования деловой активности 1200 торговых организаций, проведенного по заказу ВШЭ в октябре с.г. АНО «Статистика России».

Обобщенная конъюнктура малых розничных организаций

Результаты пилотного обследования делового климата в малых организациях розничной торговли во II полугодии 2014 г. заключили спектр тенденций, а также продемонстрировали многочисленные процессы и проблемы, отражающие их финансово-экономическое положение.

Следует отметить, что анализируемый период в контексте сложившейся конъюнктуры, оказал подавляющее воздействие на развитие организаций. Деловая активность определялась инерционностью экономико-политических составляющих I полугодия т.г., среди которых наиболее значимыми для предпринимателей оказались сильные колебания на внутреннем и внешнем товарных рынках, повышательная инфляционная динамика в стране, текущая рокировка соотношения товарного импорта и экспорта, а также ослабление потребительского мультиплексора. При этом не менее важной дестабилизирующей компонентой для малых фирм стала непредсказуемость текущей и будущей экономической ситуации, обуславливающей усугубление старых проблем и распространение новых рисков. Согласно обследованию, 64% руководителей констатировали неопределенность текущей экономической обстановки, как один из главных факторов, лимитирующих торговый процесс.

Сложившиеся отраслевые возможности отразились в основном результирующем показателе исследования – индексе предпринимательской уверенности (ИПУ)², значение которого во II полугодии 2014 г. составило +1%.

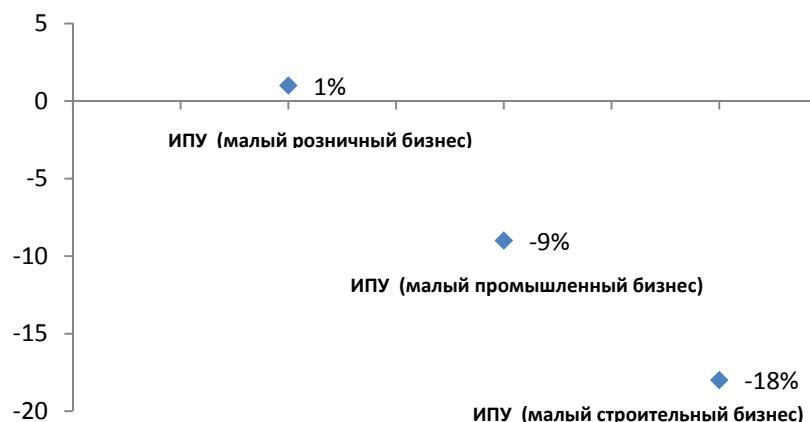
На фоне других секторов российской экономики представляющих малый бизнес, ситуация у малых организаций розничной торговли выглядит более оптимистично. В частности, пилотные обследования экономического развития предприятий промышленности и строительства за аналогичный период т.г. свидетельствуют о существенном контрасте предпринимательских мнений относительно сложившегося делового климата (ИПУ за этот период в промышленности и строительстве характеризовался отрицательной направленностью и составил -9 и -18% соответственно³).

¹ В соответствии с Федеральным законом N 209-ФЗ от 24.07.2007, критериями отнесения к субъектам малого предпринимательства, следует считать: микропредприятия – численность которых не превышает 15 человек с объемом годовой выручки менее 60 млн.руб; малые компании - от 16 до 100 человек и/или с объемом годовой выручки до 400 млн. руб.

² 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.

³ Данные основаны на результатах пилотных обследований деловой активности более 1000 малых промышленных организаций различных видов экономической деятельности и 400 подрядных организаций, проведенных по заказу ВШЭ в октябре с.г. АНО «Статистика России».

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в малых организациях розничной торговли, промышленности⁴, строительства⁵ во II квартале 2014 года

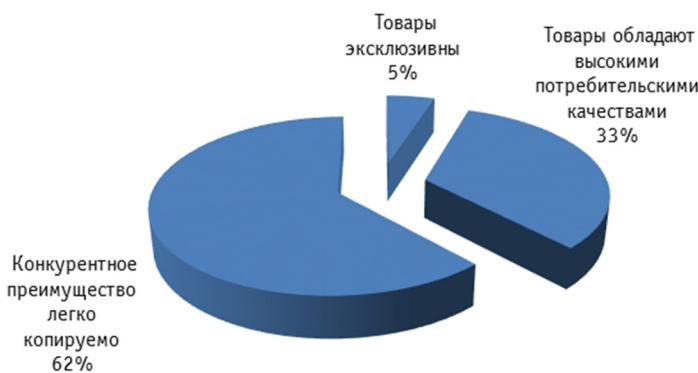


В свете положительного значения результирующего индикатора делового климата (ИПУ), к позитивным моментам, выявленным опросом, можно отнести усиление конкурентоспособности торговых фирм. По итогам анализируемого периода, доля предпринимателей, отмечавших укрепление своих конкурентных преимуществ по сравнению с I полугодием, превосходила долю тех, кто фиксировал обратное (баланс оценки изменения значения показателя составил +6%). При этом треть руководителей придерживались мнения, что товарное предложение их магазинов обладает высокими потребительскими качествами, а 5% вовсе сочли его эксклюзивным.

В свою очередь, укрепление рыночных позиций подстегнуло движущие силы соперничества между торговыми фирмами, зачастую не ограничивающихся законными приемами. Согласно результатам обследования, 54% предпринимателей отмечали факт недобросовестной конкуренции как серьезную помеху для развития. Применяемые меры вполне оправданы, ведь 62% респондентов констатировали, что в случае прихода более сильного участника, будут вынуждены покинуть рынок.

Тем не менее, 57% участников опроса придерживались мнения, что занимаемые позиции организаций сохранятся, а более 20% - что рост конкурентоспособности продолжится и в I полугодии 2015 года.

*Рис. 2. Конкурентное преимущество продукции малых торговых организаций на российском рынке
(в % от общего числа организаций)*



⁴ Индекс предпринимательской уверенности в промышленности рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов по фактически сложившимся уровням спроса и запасам готовой продукции (с обратным знаком) и ожидаемой тенденции выпуска продукции; в процентах.

⁵ Индекс предпринимательской уверенности в строительстве рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня портфеля заказов и ожидаемых изменений численности занятых, в процентах.

По мнению предпринимателей, учитывая текущее состояние торговых организаций, со стороны государства в ближайшее время необходима реализация следующих мер, максимально способствующих росту конкурентоспособности:

- Смягчение и оптимизация фискальной политики – 48%;
- Активизация региональной поддержки малого бизнеса, в том числе инвестиционной – 45 %;
- Снижение ставок по коммерческим кредитам – 43%;
- Устранение административных барьеров – 37%;
- Возможность получения долгосрочных кредитов – 32%
- Устранение коррумпированности власти на местах – 27 %.

Более детальная интерпретация параметров состояния делового климата в малом торговом бизнесе и их сопоставление относительно преимущественной инерционности социально-экономических трендов, превалирующих в 2014 г., несколько нейтрализует возникший оптимизм. Прежде всего, данное заключение обуславливается не только акцентированным ухудшением большинства центральных показателей торгового процесса относительно начала текущего года, но и сущностью причин их обуславливающих.

Главным источником определенной жизнестойкости торговых организаций и относительно сглаживающим моментом, повлиявшим на достигнутые результаты предпринимателей, следует считать сезонную составляющую. Так, II полугодие для торговли традиционно является более благоприятным бизнес - сезоном, когда после летнего затишья, в осенне-зимний период происходит уплотнение потребительского потока, тем самым наращиваются темпы роста рыночной конъюнктуры. Но даже указанный аспект не смог нивелировать деструктивное влияние внешних воздействий, определяющее не только потребительскую активность, но и в целом динамику рынка. В результате, в обследуемом периоде по сравнению с I полугодием, в основной массе были зафиксированы преимущественно негативные тенденции изменения большинства показателей.

Охлаждение потребительского рынка стало определяющим в формировании динамики спроса и объема продаж. По итогам II полугодия тенденция ослабления спросовой ситуации усилилась и приобрела довольно масштабный характер. Практически каждый третий респондент констатировал уменьшение востребованности товаров со стороны потребителей (баланс⁶ показателя имел отрицательное значение, составив -13%).

Серьезная дестабилизация коснулась и реализации товаров. Согласно результатам обследования, в организациях по сравнению с началом года, отмечалось снижение объема продаж (баланс оценок изменения показателя составил -11%). Очевидно, что сложившаяся покупательская модель – следствие сжатия реальных располагаемых доходов населения, темп роста которых, по данным Росстата, в январе – ноябре с.г. вышел в негативную зону. Именно недостаточный спрос предприниматели назвали самым сдерживающим фактором в развитии. На его отрицательное влияние указали 70% респондентов.

Масштаб негативных явлений оказал решающее воздействие и на финансовую компоненту малых фирм. В частности, кульминацией сценарного развития операционной деятельности торгового бизнеса выступает крайне отрицательный резонанс со стороны центральных показателей ресурсообеспеченности – прибыли, а также обеспеченности фирм финансовыми и кредитными средствами. В анализируемом периоде, одни из первых строк в лимитирующем рейтинге ограничений принадлежали факторам «недостаток финансовых средств» (47%), «высокий процент коммерческого кредита» (55%), а также «высокая налоговая нагрузка» (54%).

Сложившаяся в течение первого полугодия 2014 г. макросреда, а также финансовый потенциал торговых организаций явились доминирующими аспектами, оказавшими прямое влияние на формирование ценового тренда в данном сегменте экономики. Вариантность конъюнктурных переменных, обеспечивающих денежно-кредитную политику, не оставила предприни-

⁶ Баланс — разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение значения показателя по сравнению с предыдущим периодом (кварталом); в процентах.

мателям выбора, кроме как соответствовать изменяющейся монетарной траектории. Кроме того, к указанным составляющим следует причислить не менее весомый, а скорее центральный инфляционный фактор, заключающийся в повышении цен на поставки со стороны оптовиков. Данные меры были одними из немногих альтернатив для продолжения развития и существования фирм на рынке. В частности, как показывает обследование, по мнению 64% руководителей, текущая инфляция в стране существенно препятствовала функционированию торговой деятельности.

В результате, в анализируемом периоде, предприниматели, руководствуясь, прежде всего действующими на рынке механизмами ценообразования, поддержали сформировавшуюся в I полугодии 2014 г. тенденцию увеличения торговых наценок, а также темпов роста цен на реализуемый товар. Так, по сравнению с I полугодием 2014 г. о наращивании цен реализации сообщили 27% респондентов, в то время как только 5% констатировали их уменьшение. Баланс оценки изменения показателя составил +22%.

Следует отметить, что, по мнению участников опроса, средний уровень торговой наценки в малых организациях составил 25%, а желаемая средняя торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой прибыли, составила 33%.

Фундаментальным фактором, оказавшим весомое влияние на развитие данного сегмента экономики, оставалась эластичность рынка труда. Анализ ситуации с трудовыми ресурсами в торговых организациях во II половине 2014 г. показал, что большинство руководителей продолжили тенденцию, начавшуюся в начале года в части оптимизации штата сотрудников путем сокращения персонала. Безусловно, текущее состояние рынка труда, демонстрирующее снижение количества занятых в сфере торговли, доставляет немало сопутствующих проблем для руководителей организаций. Согласно результатам проведенного исследования в анализируемом периоде, доля предпринимателей, указывающая на высвобождение персонала, превышала долю тех, кто набирал работников. Значение баланса оценок изменения показателя составило –3%.

Вместе с тем, большинство участвовавших в опросе респондентов (87%) отмечали, что в анализируемом периоде уровень численности занятых в их организациях был достаточен. На недостаточный уровень кадрового состава указали 11% респондентов и только 2% зарегистрировали его избыток.

Оценивая ситуацию в сегменте малого торгового бизнеса, становится очевидно, что предпринимателям, вопреки всем традиционным активаторам деловой активности, было достаточно сложно функционировать в рамках этого делового сезона. Стремительное затухание одного из ключевых драйверов – потребительского сегмента, ослабило иммунитет торговых организаций, выразившись в сниженных по сравнению с началом года оценках респондентов относительно сложившейся экономической ситуации (баланс оценки изменения показателя в отчетном периоде находился в отрицательной зоне и составил –10%).

Учитывая сложившуюся отраслевую конъюнктуру, результаты проведенного исследования позволили сформировать рейтинг, заключающий ключевые негативные проблемы малого торгового бизнеса.

**Рис. 3. Факторы, лимитирующие развитие малых розничных организаций
(доля организаций от их общего числа, %)**



Рейтинг позволил выявить в том числе специфические для торговли проблемы, распространение которых в независимости от складывающейся конъюнктуры, являются в отрасли преобладающими. Речь идет о институционально-инфраструктурном комплексе ограничений, затрагивающих функционирование малых организаций. В частности, более 50% руководителей организаций были достаточно обеспокоены необоснованными проверками со стороны контролирующих органов и давлением со стороны фискальных, контролирующих и регулирующих органов.

Торговая деятельность первостепенно подвержена проверкам десятками контролирующих организаций, в числе которых налоговая инспекция, местная администрация, антимонопольный комитет, комитет по защите прав потребителей, государственный пожарный надзор, санитарно-эпидемиологический надзор и иные надзоры, правоохранительные органы и множество других. Штрафы, накладываемые этими органами и организациями, иногда могут достигать катастрофических размеров и ставить под угрозу существование самого предприятия.

Однако, как показывают результаты проведенного исследования, основной головной болью для предпринимателей во II полугодии 2014 г. стали проверки налоговиков. Более 35% респондентов сообщили, что наибольшее число проблемных ситуаций возникало при контактах с налоговыми инспекторами, в результате фискальные проверки стали одним из наиболее проблемных со стороны контролирующих органов.

К наиболее обременительным проверяющим инстанциям в анализируемом периоде руководители также отнесли пожарную инспекцию и Роспотребнадзор. Относительно контролирующей деятельности органов пожарного надзора негативное мнение высказали более трети респондентов, а Роспотребнадзора более четверти.

**Рис. 4. Наиболее проблемный вид проверок в сфере малого бизнеса для розничной торговли
(доля организаций от их общего числа, %)**



Таким образом, развитие малых розничных организаций во II полугодии 2014 года проходило под знаком неопределенности и растущих издержек. Латентный период экономико-политических преобразований, в который попали буквально все субъекты реального сектора, безусловно связан с особенностями текущего конъюнктурного момента и однозначная интерпретация параметров делового климата, как безусловной реакции на внешние шоки, довольна затруднительна. Очевидно главное: наступил очередной период испытаний, который предприниматели проходят с трудом. Специфика наступившего момента такова, что самый главный драйвер торгового процесса - активность домашних хозяйств, не раз выручавший в сложные времена дестабилизации (включая кризис 2008 г.), себя практически исчерпал. Потенциал предпринимательской «изобретательности» ослабевает на глазах, ведь серьезной поддержки ждать по-прежнему не откуда. По мнению 80% руководителей защиты интересов предпринимательского сообщества со стороны общественных организаций, за последние три года полностью отсутствовала! Кроме того, 72% респондентов констатировали об отсутствии какого-либо положительного влияния на развитие их деятельности внесение законодательных изменений в ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства». Таким образом, оставшись один на один с массой накопившихся отраслевых проблем, а также новых рисков, обусловленных переменчивостью текущих экономических событий, малый торговый бизнес был вынужден существовать вопреки угасающему тренду и текущим регулирующим инициативам.

В частности, не заставил себя ждать очередной Закон о введении с 2015 года ежеквартальных взносов для предпринимателей. Бизнесменам придется оплачивать еще одну налоговую пошлину, которая фактически нивелирует упрощенную систему налогообложения, делая ее двойной. Так, например, 1 кв. м площади торгового зала будет обходиться предпринимателю в 6,0 тыс. руб. ежеквартально. Если учесть, что согласно текущему опросу, более 60% респондентов отнесли «высокие арендные ставки» к сильнейшему лимитирующему бизнес фактору, дальнейшие комментарии не имеют смысла. Бесконечное экспериментирование с нормативной базой, которое происходит в последние годы, приводило лишь к росту социальной напряженности и уходу предприятий в тень, особенно в таком мобильном секторе, как торговля. Учитывая более чем 20 летнюю историю развития малого бизнеса в России, последствия не заставят себя долго ждать и к концу 2015-2016 гг. сегмент рискует качественно просесть, соответственно расширив долю теневой экономики.

Более четкую реакцию на происходящие события, одного из наиболее уязвимых видов малого предпринимательства, будет возможно оценить лишь в 2015 г. На данный момент мы располагаем лишь субъективными прогнозными оценками респондентов, позволяющих лишь в очередной раз только поразиться непоколебимости, оптимизму и творческому подходу рос-

сийского бизнесмена по оптимизации потерь от постоянных изменений правил игры со стороны регуляторов их деятельности. Тем более, что изменения условий зачастую проходят во время самой игры без предварительного обсуждения. Несмотря на сложившийся деловой фон, большинство руководителей малых торговых фирм придерживаются осторожного позитивизма относительно ожидаемой динамики развития в I полугодии 2015 г.

Таким образом, слабый ритм реального сектора и корректизы в структуре потребления, связанные с возможным дальнейшим снижением темпов роста реальных располагаемых денежных доходов населения, неминуемые последствия негативного эффекта грядущих мер уже-сточения со стороны различных сфер административного регулирования и другие обостряющие бизнес критерии, не предполагают множество вариантов развития сектора в 2015 г., кроме как стагнационного.

Резюмируя полученные данные, к сожалению, приходится констатировать, что пока малый торговый бизнес выживает за счет внутренних резервов и оптимизма, видя во внешних факторах не столько поддержку, сколько проблемную составляющую своей деятельности.