

Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2016 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 17 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2016 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ¹ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей около 4.0 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Конъюнктурные обследования направлены на оперативное получение от предпринимателей, в дополнение к официальным статистическим данным, краткосрочных качественных оценок о состоянии бизнеса и основных тенденциях его динамики, особенностях функционирования хозяйствующих субъектов, их намерениях, степени адаптации к механизмам хозяйствования, сложившемся деловом климате, а также о важнейших факторах, лимитирующих их деятельность.

Программы обследований сопоставимы с международными стандартами и базируются на Европейской системе обследований деловых тенденций.

Структура выборочной совокупности идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объем выборки достаточен для получения необходимой точности оценок показателей на всех уровнях разработки по разделу ОКВЭД (розничная торговля).

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 18
Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67
E-mail: issek@hse.ru
<http://issek.hse.ru>

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2016
При перепечатке ссылка обязательна

¹ Исследование подготовлено в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, выделенной НИУ ВШЭ.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал о состоянии делового климата в розничной торговле во II квартале 2016 г. и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2016 г.

В докладе использованы результаты ежеквартальных выборочных² опросов руководителей около 4 тыс. организаций розничной торговли из 78 регионов России, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Обобщенная конъюнктура в розничной торговле³

Во II квартале 2016 года, впервые с 2015 года, результаты текущего конъюнктурного опроса позволили зафиксировать относительное возобновление предпринимательской активности в торговой сфере. Ослабление напряжения выразилось в нивелировании высокой концентрации негативных предпринимательских оценок относительно текущих и будущих тенденций, характеризующих состояние делового климата в торговле.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций розничной торговли

Балансы, %⁴

	2015				2016			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Оборот розничной торговли	-13	-9	-6	-22	-16	-9		
Объем продаж в натуральном выражении	-15	-10	-9	-19	-17	-11		
Заказы на поставку товаров	-11	-7	-5	-20	-13	-5		
Ассортимент товаров	+5	+8	+8	+4	+8	+7		
Численность занятых	-15	-11	-15	-15	-19	-16		
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-9	-6	-8	-14	-10	-8		
Цены реализации	+56	+54	+48	+44	+50	+48		
Прибыль	-18	-11	-12	-27	-18	-13		

Сводный индикатор обследования – сезонно скорректированный **индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)⁵**, преодолел диапазон критически низких значений, увеличившись относительно I квартала 2016 года на 2 п.п. и составил (+2%).

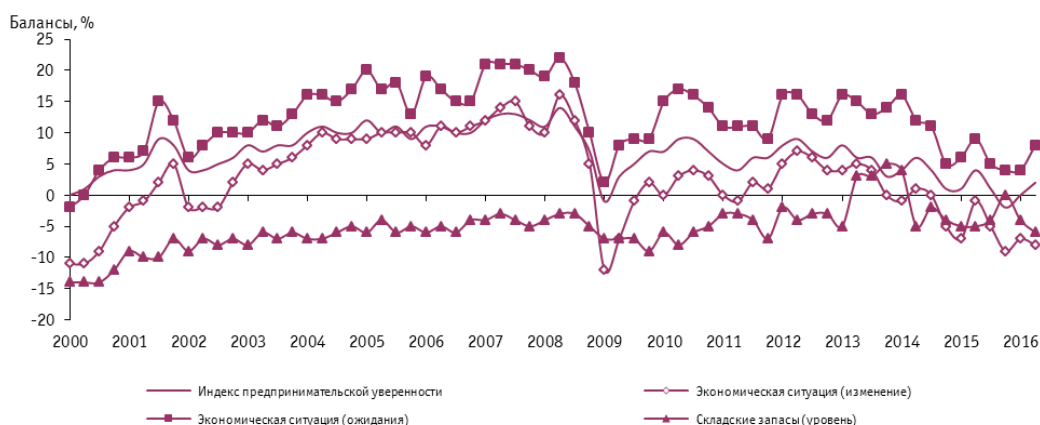
² Выборка репрезентативна в целом по виду деятельности, по численности занятых, формам собственности, видам реализуемой продукции, а также по регионам.

³ Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций розничной торговли.

⁴ 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.

⁵ 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.

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



Вместе с тем, результаты обследования сохранили яркие акценты, свидетельствующие, что поиск равновесия и адаптация к новым реалиям у предпринимателей по-прежнему протекали в рамках слабого покупательского спроса не только на непродовольственные, но и продовольственные товары. Детальный анализ делового климата различных сегментов розничной торговли свидетельствует о тотальной экономии домохозяйств и низкой востребованности на товары практически всех категорий, особенно относящихся к необязательному потреблению.

Так, на фоне продолжающегося сокращения потребительской активности населения, по итогам I полугодия 2016 г. не произошло позитивных изменений с ИПУ в **продовольственном ритейле**. Индекс сохранил значение предшествующего квартала, составив +2%.

В то же время, оставалась сложной ситуация и в **непродовольственном сегменте**. Несмотря на незначительную компенсацию относительно I квартала в 1 п.п., ИПУ зафиксировался в области самых низких значений с 2009 г., составив (0%).

Рис. 2. Динамика индекса предпринимательской уверенности в сегментах продовольственных и непродовольственных товаров



В шести федеральных округах Российской Федерации⁶ значения ИПУ характеризовались относительным восстановлением. Наихудшее состояние делового климата зафиксировано в организациях розничной торговли Уральского федерального округа (-7%).

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

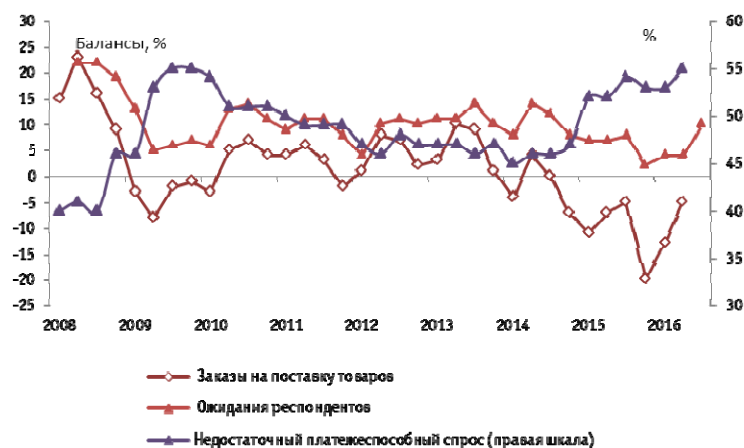
В целом, преломление прочно обосновавшихся отраслевых негативных тенденций в розничных организациях, характеризовалось слабой компенсационной динамикой, т.к. действительно экономически весомые составляющие, способные акцентированно подавить затянувшийся спад деловой активности и преодолеть его последствия на качественном уровне, по-прежнему отсутствуют. Очевидно, что источником легкой активизации торговой деятельности следует считать весенне-летний период. Хотя даже этого традиционно-весомого влияния оказалось явно недостаточно, чтобы реабилитировать ключевые сегменты розничной торговли. Масштабы сокращения объемов продаж, товарооборота, прибыли, выбытие численности занятых и других составляющих развития ритейла, установленные текущим обследованием, не позволяют с большим оптимизмом оценивать некоторые позитивные конъюнктурные изменения, наблюдаемые в отчетном квартале.

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

Основным лейтмотивом в результатах торговой деятельности во II квартале 2016 г., безусловно, следует считать определенную компенсацию негативных трендов, характеризующих спрос и продажи (по сравнению с началом года можно наблюдать практически двукратное снижение темпов их отрицательной динамики). Тем не менее, сохраняющаяся уже более полутора лет тенденция сокращения реальных располагаемых денежных доходов населения не позволила основным операционным показателям торговой деятельности выйти из зоны отрицательных значений.

Так, 50% респондентов сообщили о неизменности ситуации с **заказами на поставку товаров** по сравнению с I кварталом с.г., а их уменьшение отмечали практически 30% участников опроса. Балансовое значение показателя составило (-5%) (-7% во II квартале 2015 г.).

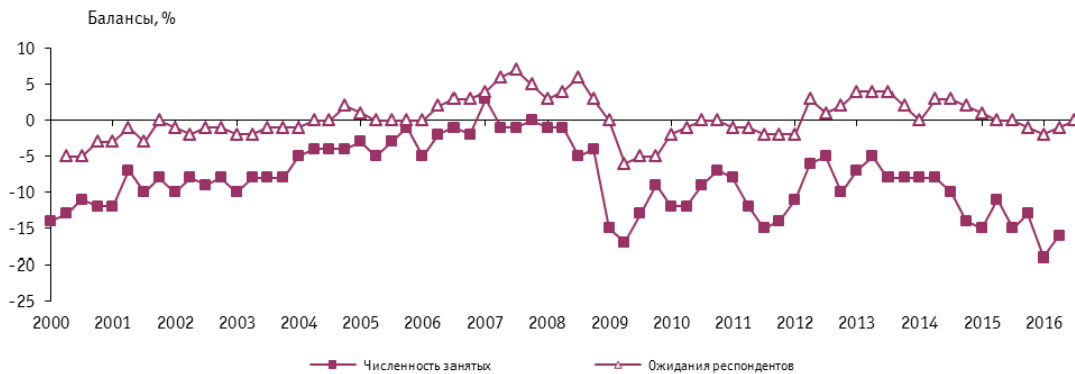
Рис. 3. Динамика оценок изменения текущего и ожидаемого количества заказов на поставку товаров и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос» в организациях розничной торговли



На фоне инерционного влияния негативной тенденции, характеризующей ослабление востребованности реализуемых товаров со стороны населения, предпринимательские оценки, хоть и с меньшей интенсивностью, но продолжали свидетельствовать о сокращении **объемов продаж и товарооборота**. В частности, во II квартале снижение указанных показателей констатировали 32% и 37% респондентов, а балансовые оценки их изменения составили (-11%) и (-9%) против (-17%) и (-16%) в I квартале, соответственно.

Еще одним признаком, косвенно указывающим на сохранение высокого градуса проблем в сегменте розничной торговли, следует считать масштаб **сокращения численности занятых**. Зафиксированный в I квартале т.г. самый мощный всплеск сокращений персонала за всю историю наблюдения за сектором (с 1998 г.) получил резонанс и во II квартале. Об увольнениях продолжали констатировать практически треть руководителей. Баланс оценки изменения численности сумел сгладить антирекорд предыдущего квартала лишь на 3 п.п., составив (-16%) (-11% во II квартале 2015 г.). Учитывая рекрутинговые планы руководителей, во втором полугодии интенсивность высвобождения занятых продолжится.

Рис. 4. Динамика оценок изменения численности занятых в организациях розничной торговли

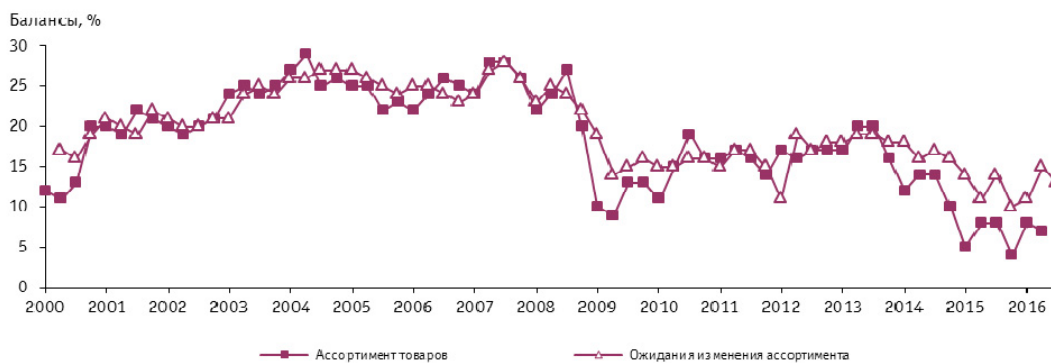


Ассортимент товаров. Поставщики товаров. Объем складских запасов

Характер формирования **ассортиментного предложения** в розничных организациях во II квартале 2016 г. мало чем отличился не только относительно I квартала, но и предшествующего 2015 года. Структуризация номенклатуры по-прежнему обуславливалась сжатым потреблением, продемонстрировав очередное незначительное сужение по сравнению с началом года.

Большинство предпринимателей (65%) в отчетном периоде отмечали об отсутствии изменений в номенклатуре товаров. При этом об увеличении ассортимента товаров в анализируемом периоде сообщили чуть более 20% респондентов. Балансовое значение ассортимента снизилось на 1 п.п. и составило +7%, сохранившись в диапазоне самых низких значений, фиксируемых обследованиями с начала 2015 года.

Рис. 5. Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях розничной торговли



Следует заметить, что появление нового ассортимента товаров не всегда означает его увеличение. Зачастую в маркетинговых целях ритейлера просто проводят ребрендинг товаров, особенно, не пользующихся спросом у населения.

Структура поставщиков товаров **организациям розничной торговли во II квартале 2016 г. была сформирована из производителей продукции, оптовых и оптово-посреднических фирм, других предприятий розничной торговли, физических лиц и прочих организаций.** При этом основными поставщиками для большинства розничных сетей стали оптовые и оптово-посреднические фирмы, а также предприятия-производители, расположенные в одном с ними регионе.

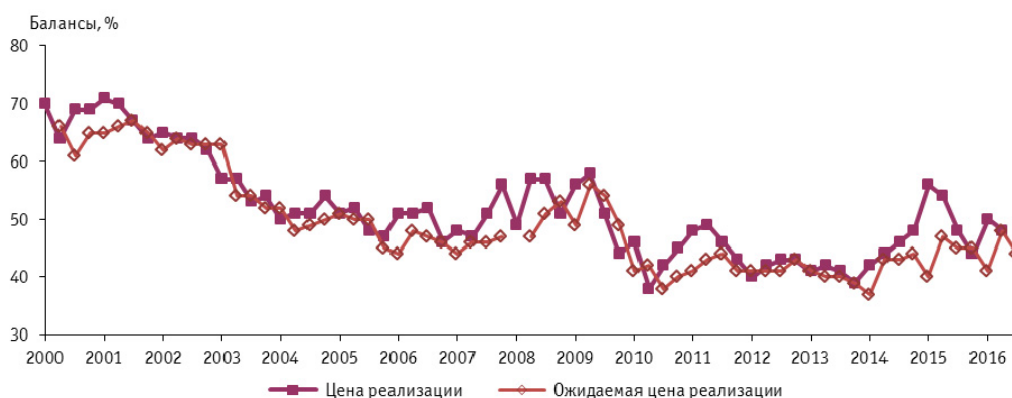
Цены реализации товаров. Торговые наценки. Система расчетов

В условиях жесткой денежно-кредитной политики и сдерживающих инфляцию факторов, главными из которых стали низкая покупательская способность населения и, соответственно, их слабая деловая активность, ритейлеры завершили I полугодие 2016 г. в рамках относительного снижения роста **цен реализации** по сравнению с началом года.

Факт повышения цен констатировали более 50% руководителей торговых фирм против 55% в I-м квартале. Продолжая оставаться выше средних соответствующих квартальных значений, фиксируемых предыдущими обследованиями, баланс оценки изменения цены реализации с начала года опустился с +50% до +48% (+54% во II квартале 2015 г.).

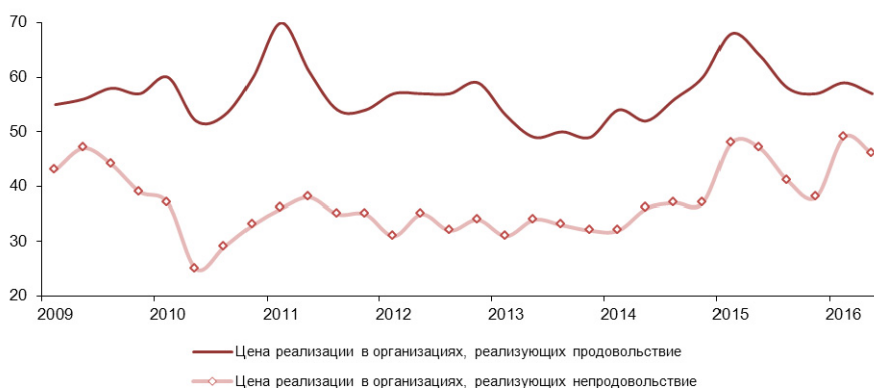
Настроения предпринимателей относительно будущего ценообразования свидетельствуют об их намерениях во втором полугодии т.г. продолжать сдерживать рост цен. Баланс ожиданий показателя «цена реализации» снизился с +48% до +44%.

Рис. 6. Динамика оценок изменения цен реализации в организациях розничной торговли



Особенное внимание по-прежнему приковано к изменению ценового предложения в разрезе товарных групп. Как показало обследование, по итогам II квартала основной вклад в текущую инфляцию остался за продовольственным сегментом. Между тем, замедление темпов роста цен по сравнению с I кварталом с.г. отмечалось как в продовольственном, так и непродовольственном розничном рынке.

Рис. 7. Динамика оценок цен реализации продовольственных и непродовольственных товаров в организациях розничной торговли. (балансы, %)



Исходя из результатов обследования, **средний сложившийся уровень торговой наценки** в организациях составил 24%, при этом, по мнению участников опроса, желаемая средняя торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой прибыли, составляет 35%.

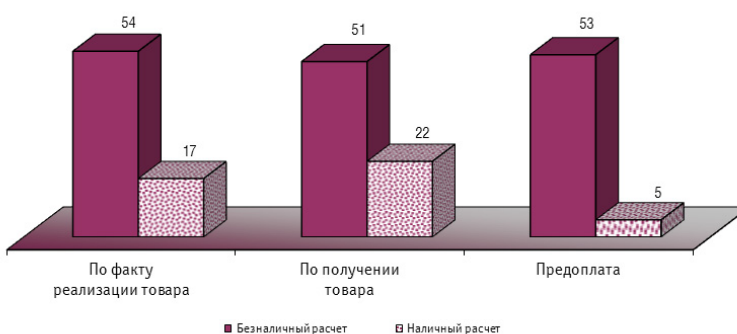
В принципе, с большей степенью осторожности эту разницу между желаемой наценкой и фактической в 11% можно трактовать как теневой оборот для части торговых организаций. Например, за счет ухода от налогов на фонд оплаты труда путем использования труда неоформленных продавцов. Или принятия их на работу по заниженной ставке оплаты труда. А по договоренности с ними администрация магазина компенсирует им выпадающие официальные доходы за счет «конвертной» оплаты труда.

Средний уровень торговой наценки в розничных организациях **по социально значимым продовольственным товарам** закрепился на значении в 16%, тогда как, по мнению предпринимателей, средний уровень, который был бы желательным, составил 25%.

Независимо от складывающейся экономической ситуации в анализируемом квартале сохранялась практически без изменений **система расчетов с поставщиками** – 54% руководителей торговых организаций предпочитали применять безналичные платежи по факту реализации товара.

Система наличных расчетов с поставщиками товаров традиционно применялась руководителями менее активно. Наличные расчеты проводились в основном при получении товара и по факту его реализации, на что указали 22 и 17% руководителей соответственно.

Рис. 8. Распределение организаций розничной торговли по видам расчетов с поставщиками во II квартале 2016 г. Доля организаций от их общего числа, %

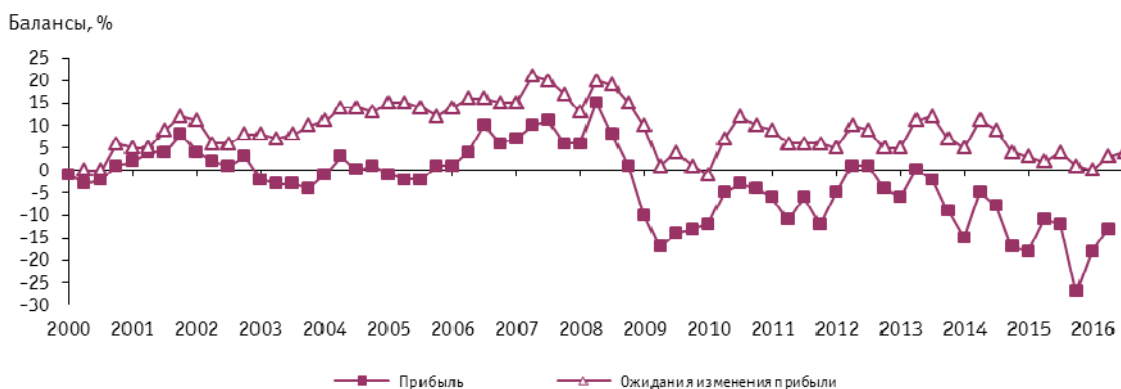


Финансово-экономическое положение

Анализ финансово-экономического положения розничных организаций позволяет констатировать, что по итогам I полугодия и II квартала в частности, финансовое состояние ритейлеров оставалось сложным. Предприниматели, хотя и в несколько меньшей степени, нежели кварталом ранее, но массово продолжали негативно оценивать сложившиеся тенденции показателей, представляющих данный блок опроса.

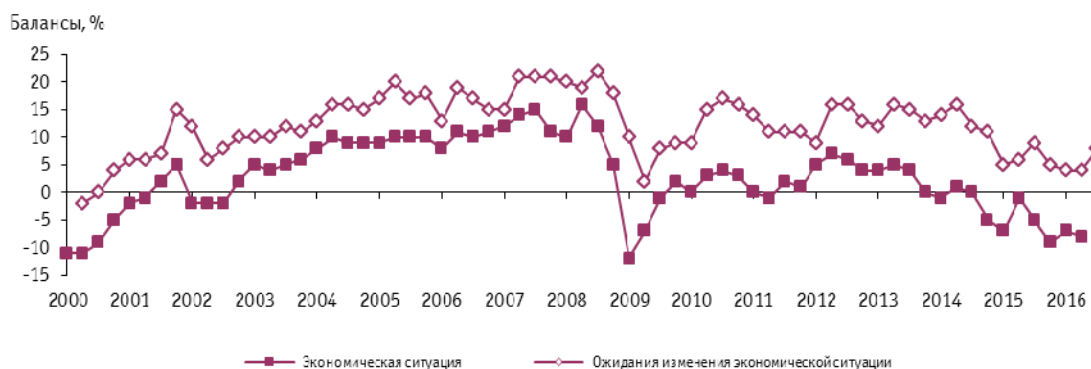
Так, слабое торможение спада **прибыли** относительно начала т.г. оказалось неприципальным для необходимой весомой корректировки ее отрицательной динамики. Доля респондентов, отмечавших уменьшение показателя относительно предшествующего квартала (34%), значительно превосходила долю тех, кто констатировал обратное (21%). Балансовое значение составило (-13%) против (-18%) в предыдущем (-11% во II квартале 2015 г.).

Рис. 9. Динамика оценки изменения прибыли в организациях розничной торговли



В анализируемом периоде негативные предпринимательские оценки, характеризующие сложившуюся **экономическую ситуацию**, несколько усилились, продолжая оставаться крайне неблагоприятными (67% предпринимателей сочли ее сохранившейся без изменений относительно начала года, и только 12% констатировали ее улучшение). Балансовое значение показателя составило (-8%) против (-7%) в I квартале 2016 г.

Рис. 10. Динамика оценок экономической ситуации в организациях розничной торговли



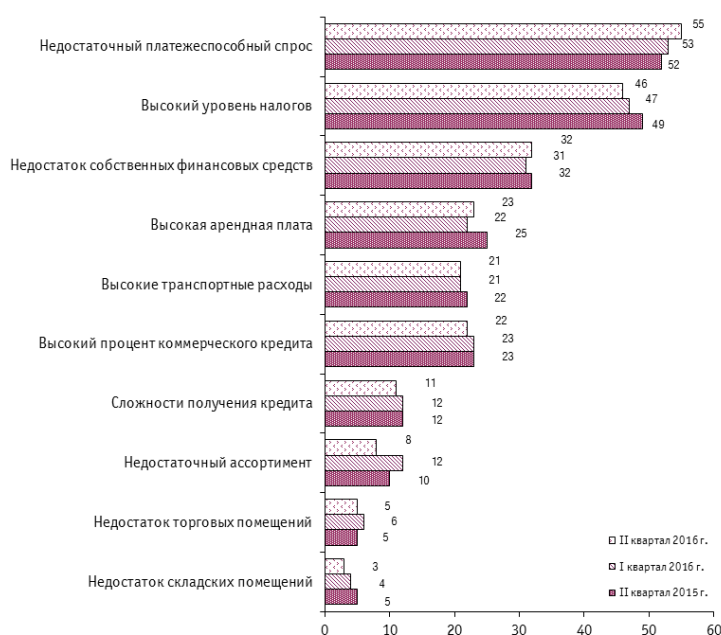
Факторы, лимитирующие деятельность организаций розничной торговли

Анализ результатов, отражающих совокупное негативное влияние лимитирующих факторов в течение II квартала, свидетельствует, что острота реагирования руководителей на снижающийся **спрос** увеличилась по сравнению с началом года. Так, уже 55% опрошенных против 53% в I квартале т.г. из всей совокупности ограничений, указали на **«недостаточный платежеспособный спрос»**, как на главную проблему для бизнеса. В большей степени данная проблема касалась непродовольственной розницы, о чем сообщили 60% руководителей против 48%, представляющих продуктовый сегмент.

Одновременно, практически треть предпринимателей ссылались на нехватку в их фирмах **собственных финансовых средств**.

В то же время продолжили ослабевать негативные предпринимательские оценки фактора **«высокий уровень налогов»**, в анализируемом периоде его влияние выявлено у 46% руководителей против 47% в I квартале и 49% во II квартале 2015 года.

Рис. 11. Факторы, ограничивающие деятельность организаций розничной торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, полугодовые итоги функционирования розничного сегмента, безусловно, неоднозначны, однако не лишены оптимистичных результатов. Преломление большинства негативных трендовых траекторий деятельности организаций, свидетельствует о том, что сделав небольшое колебательное восходящее движение в начале года, по итогам I полугодия 2016 г. розница набрала относительную силу и, скорее всего, действительно оторвалась от «дна». Значение главного результирующего индикатора состояния делового климата – ИПУ, достигнув +2%, успешно миновало критическую околонулевую зону, что позволяет говорить о некоторой адаптации предпринимателей к экономико-политической неопределенности и главное – социальным факторам, влияющим на динамику развития торгового процесса.

Выбранная ритейлерами модель функционирования в текущем году, заключающаяся в виртуозном маневрировании между жесткими параметрами рынка, конечными потребите-

лями и собственной рентабельностью, оказалась достаточно эффективной. Но необходимо понимать, что дальнейший контур сегмента, который вырисовывается на наших глазах, во многом будет определен способностью российского предпринимателя и дальше поддерживать и иногда «оживлять» бизнес за счет искусственно заданных импульсов. Высокая степень неопределенности экономики и соответствующая реакция потребительского рынка вынуждает розничную сферу работать по принципу бесконечных подстроек «сегодня и сейчас». Ведь надеяться на фундаментальные факторы, способные возобновить экономический рост и демпфировать потери доходов домашних хозяйств ритейлерам не приходится. Распространенный тезис «спасение утопающих - дело рук самих утопающих» сегодня как никогда созвучен с российским предпринимателем.

В рамках зафиксированного поступательного движения, сохраняются негативные и дестабилизирующие комбинации конъюнктурообразующих факторов, которые ставят под сомнение, что со II полугодия стабилизация продолжится или даже начнется поступательный рост деловой активности. Данный вывод подтверждает сохранение заметной инерционной негативной динамики некоторых важных индикаторов деловой активности. Усиливает напряжение и непрекращающиеся законодательные инициативы в сфере торговли, часть которых в 2016 году начали свое действие.

В частности, если сравнивать изменения правил игры, причем во время самой игры, в торговле по сравнению с подобными маневрами в других базовых видах экономической деятельности, ритейл является абсолютным лидером по интенсивности вводимых нормотворческих изменений. При этом нужно признать, что руководители организаций розничной торговли самые предприимчивые предприниматели среди бизнес-сообщества из других отраслей. Видимо, находясь под постоянным регуляторным давлением, торговля научилась легитимными и нелегитимными способами достаточно быстро минимизировать издержки от внедрения тех или иных норм контроля за своей деятельностью. Причем оставшуюся часть издержек, которую не удастся минимизировать за счет изменения управленческих схем, торговля зачастую переносит на конечного потребителя своих услуг – население. В результате всех этих пертурбаций неминуемо увеличивается цена товара.

Нужно заметить, что если бы подобная интенсивность регулирования торговли наблюдалась, например, в ЕС, то большинство предпринимателей давно бы уже сошли с рынка, или, в крайнем случае, поменяли бы вид деятельности на более спокойный. Наши бизнесмены, находясь в постоянном тренинге, стоят до конца, если уж не наступает полное банкротство, или не подключается тяжелая артиллерия в виде правоохранительных органов.

Иногда складывается такое впечатление, что для некоторых чиновников, регулирующих и контролирующих торговлю, любой ритейлер вступивший на путь товарно-денежных отношений является потенциальным мошенником, т.к. он сам не производит продукцию, а лишь покупает и, затем, продает товар с выгодой для себя.

Принятие поправок в Закон о торговле, особенно касающихся снижения до 5% уровня порога выплат премий поставщиками для ритейлеров, а также сокращение сроков оплаты товара, приведет к различным перекосам и напряжению во взаимодействии между торговлей и поставщиками. Однако нет никакого сомнения, что ритейлеры найдут способ оптимизировать и эти законодательные новации. К сожалению, это произойдет не за счет увеличения производительности труда, как могло бы быть в промышленности или в строительстве. В силу специфики отрасли, в торговле, в принципе, крайне сложно увеличивать производительность труда. Торговля практически не создает новых технологий (кроме логистических) и знаний. В конце - концов рост транзакционных издержек будет компенсирован повышением конечной цены на продукты.

Деловой климат в розничной торговле во II квартале 2016 года

Таким образом, учитывая постоянно меняющиеся условия ведения бизнеса и сохранение волатильности рынка, озвучивать какие-то конкретные прогнозы очень непросто. С большей долей вероятности можно предположить, что II полугодие ознаменуется умеренно-позитивным стартом, а по итогам III квартала доминирующей отраслевой характеристикой станет сдержанное коррекционное улучшение делового климата.

ДИНАМИКА ОЦЕНОК ИЗМЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Таблица 1

Оборот розничной торговли Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	26	35	39	-13	28	53	19	+9
II квартал	28	35	37	-9	29	52	18	+11
III квартал	28	38	34	-6	25	55	20	+5
IV квартал	22	34	44	-22	26	51	21	+5
2016								
I квартал	24	36	40	-16	30	50	19	+11
II квартал	28	35	37	-9	32	50	17	+15
III квартал								
IV квартал								

Таблица 2

Объем продаж в натуральном выражении Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	19	47	34	-15	21	59	16	+5
II квартал	21	48	31	-10	23	61	16	+7
III квартал	21	49	30	-9	20	62	18	+2
IV квартал	17	47	36	-19	21	61	18	+3
2016								
I квартал	18	47	35	-17	23	60	17	+6
II квартал	21	47	32	-11	25	60	15	+10
III квартал								
IV квартал								

Таблица 3

Заказы на поставку товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	19	51	30	-11	22	63	15	+7
II квартал	21	51	28	-7	23	62	15	+8
III квартал	20	55	25	-5	19	64	17	+2
IV квартал	15	50	35	-20	20	64	16	+4
2016								
I квартал	16	55	29	-13	20	64	16	+4
II квартал	22	50	27	-5	24	60	14	+10
III квартал								
IV квартал								

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	20	65	15	+5	20	71	9	+11
II квартал	21	66	13	+8	22	70	8	+14
III квартал	21	66	13	+8	19	72	9	+10
IV квартал	18	68	14	+4	19	73	8	+11
2016								
I квартал	22	64	14	+8	22	71	7	+15
II квартал	21	65	14	+7	21	71	8	+13
III квартал								
IV квартал								

Таблица 5

Численность занятых
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	15	57	30	-15	8	83	8	0
II квартал	17	55	28	-11	9	82	9	0
III квартал	15	55	30	-15	9	81	10	-1
IV квартал	15	55	30	-15	8	80	10	-2
2016								
I квартал	14	53	33	-19	8	82	9	-1
II квартал	15	55	31	-16	9	80	9	0
III квартал								
IV квартал								

Таблица 6

Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	9	74	17	-9	11	79	10	+1
II квартал	11	72	17	-6	11	79	10	+1
III квартал	9	74	17	-8	10	79	11	-1
IV квартал	7	72	21	-14	11	78	11	0
2016								
I квартал	10	70	20	-10	12	77	11	+1
II квартал	10	70	18	-8	10	80	10	0
III квартал								
IV квартал								

Таблица 7

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	20	42	38	-18	23	54	21	+2
II квартал	23	43	34	-11	24	56	20	+4
III квартал	23	43	34	-12	22	55	21	+1
IV квартал	17	39	44	-27	22	55	22	0
2016								
I квартал	20	42	38	-18	23	54	20	+3
II квартал	21	45	34	-13	23	56	19	+4
III квартал								
IV квартал								

Таблица 8

Объем складских запасов
Доля организаций от их общего числа, %

	Выше нормального уровня	Нормальный уровень	Ниже нормального уровня	Баланс
2015				
I квартал	5	85	10	-5
II квартал	5	85	10	-5
III квартал	5	86	9	-4
IV квартал	15	71	14	+1
2016				
I квартал	6	86	10	-4
II квартал	4	86	10	-6
III квартал				
IV квартал				

Таблица 9

Конкурентоспособность⁷
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	11	75	14	-3	12	78	8	+4
II квартал	11	75	13	-2	12	80	7	+5
III квартал	10	77	13	-3	11	80	8	+3
IV квартал	9	77	14	-5	10	80	9	+1
2016								
I квартал	10	76	14	-4	12	81	7	+5
II квартал	8	79	13	-5	9	82	7	+2
III квартал								
IV квартал								

Таблица 10

Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	8	78	14	-6	9	82	9	0
II квартал	8	79	13	-5	9	82	9	0
III квартал	8	79	13	-5	9	81	9	0
IV квартал	7	79	14	-7	8	81	11	-3
2016								
I квартал	8	78	14	-6	8	80	9	-1
II квартал	8	73	13	-5	9	76	8	+1
III квартал								
IV квартал								

⁷ Данные в таблицах 9 и 10 приведены без сезонной корректировки.