ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИСИЭЗ ISSEK
Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА

Апрель '17

Москва

Деловой климат в розничной торговле в I квартале 2017 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 18 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в розничной торговле в I квартале 2017 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ[1] на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 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», 2017
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 в I квартале 2017 г. и ожиданиях предпринимателей на II квартал 2017 г.

В докладе использованы результаты ежеквартальных выборочных[2] опросов руководителей более 4 тыс. организаций розничной торговли из 78 регионов России, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Обобщенная конъюнктура в розничной торговле[3]

Анализ финансово–экономической деятельности организаций розничной торговли свидетельствует, что лейтмотивом формирования делового климата в новом бизнес-сезоне выступил преимущественно инерционный поток рыночных преобразований, в том числе, оказавших слабый положительный отраслевой эффект на полученные результаты. По итогам I квартала т.г. на фоне проявления некоторых признаков стабилизационного оживления, данная сфера российской экономики сумела преодолеть небольшой участок «коридора», ведущего из фазы рецессии.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций розничной торговли

Балансы, %[4]

	2016				2017
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал
Оборот розничной торговли	-16	-9	-10	-17	-13
Объем продаж в натуральном выражении	-17	-11	-12	-19	-15
Заказы на поставку товаров	-13	-5	-6	-14	-9
Ассортимент товаров	+8	+7	+9	+5	+8
Численность занятых	-19	-16	-17	-14	-9
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-10	-8	-10	-12	-7
Цены реализации	+50	+48	+47	+42	+39
Прибыль	-18	-13	-14	-22	-13

В частности, достаточно знаковыми моментами проведенного опроса, стало замедление темпов снижения текущих значений отдельных показателей и рост предпринимательского оптимизма относительно будущего развития. Следует отметить, что впервые за последние несколько лет, более чем двукратное улучшение предпринимательских настроений прослеживалось в части ожидаемых во II квартале изменений в динамике заказов, товарооборота, объема

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

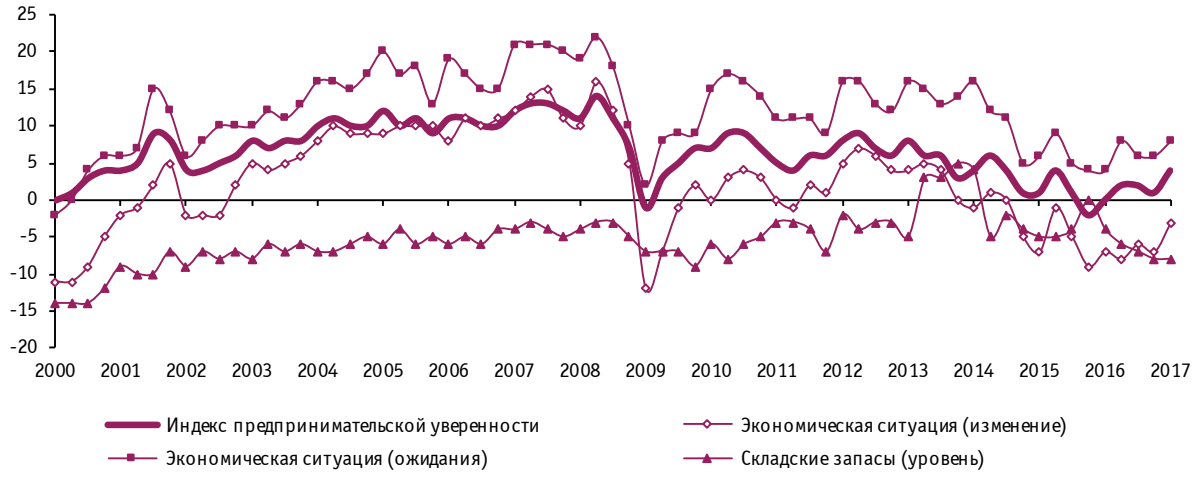
[3] Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций розничной торговли.

[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.

продаж, численности занятых, прибыли, экономической ситуации. Именно эта тенденция в оценках респондентов оказала решающее воздействие на итоговый результат основного индикатора обследования – **индекса предпринимательской уверенности** (ИПУ)[5], который переместился в достаточно благоприятный ретроспективный диапазон, увеличившись на 3 п.п., до +4% в I-м квартале.

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

(балансы, %)



Учитывая методологический аспект расчета и компонентный состав данного индикатора, столь акцентированное восхождение в анализируемом периоде следует связывать с улучшившимися предпринимательскими оценками ожидаемой экономической ситуации, что конфликтует с все еще очень низким для розницы результатом, отражающим состояние таких весомых для торговли текущих показателей, как спрос, объем продаж и товарооборот.

Таким образом, несмотря на явно положительную корректировку траектории ИПУ, затяжной спад потребительского спроса населения, выступающий в последние почти два с половиной года ключевым критерием, влияющим на изменение делового климата, перекладывает основные курсовые полномочия на индикативность отраслевых трендов, которые непосредственно характеризуют торговый процесс. Исходя из выявленной невысокой результативности большинства из них, российские розничные организации в начале 2017 г. функционировали в достаточно жестком стагнационном режиме.

В шести федеральных округах Российской Федерации[6] наиболее низкие оценки состояния делового климата были даны предпринимателями Северо-Западного и Дальневосточного федеральных округов (ИПУ составил 0% соответственно). Более благоприятная ситуация сложилась в розничных организациях Приволжского и Сибирского федеральных округов (ИПУ составили +4% соответственно).

[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.

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

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

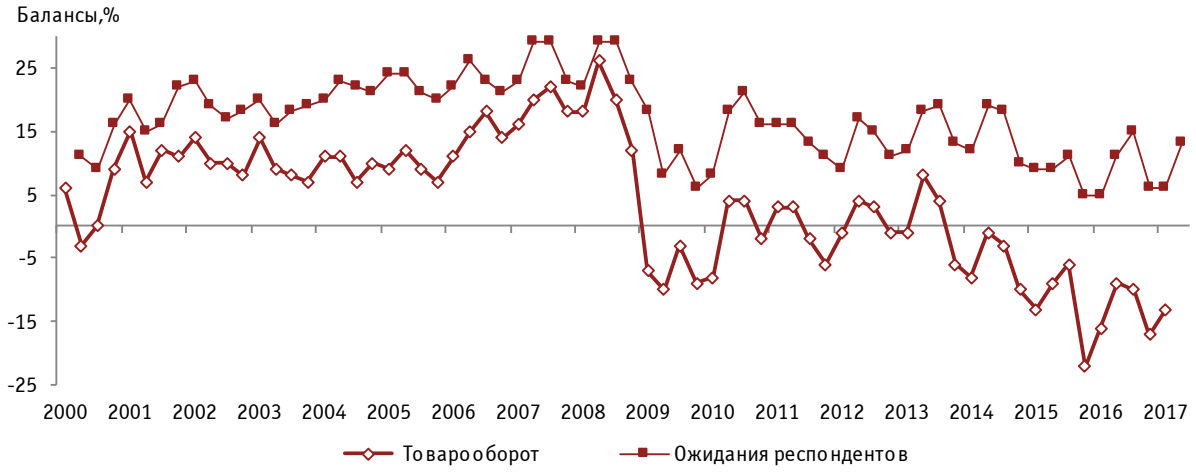
По итогам I квартала эскалация негативных тенденций по центральным операционным показателям торговой деятельности приостановилась. Прежде всего, это выразилось в ослаблении остроты реагирования руководителей розничных организаций относительно предшествующего квартала на ситуацию со **спросом**, а также **объемов продаж и товарооборота**. В частности, по итогам первых месяцев работы уменьшение заказов на реализуемую продукцию констатировали уже чуть более четверти респондентов, хотя в IV квартале их доля составляла треть опрошенных предпринимателей. Балансовое значение показателя составило (-9%) против (-14%) (-13% в I квартале 2016 г.).

Рис. 2. **Динамика оценок изменения текущего и ожидаемого количества заказов на поставку товаров**

Аналогичные положительные тенденции в изменении предпринимательских оценок относительно **объема продаж** и **розничного товарооборота** выразились в сокращении темпов их снижения. Балансовые значения показателей в I квартале составили (-15%) и (-13%) против (-19%) и (-17%) в IV квартале 2016 г., соответственно.

Более трети респондентов ожидают увеличение товарооборота в следующем квартале т.г. (в IV квартале 2016 г. только 26% респондентов были оптимистично настроены на увеличение данного показателя).

Рис. 3. **Динамика оценок изменения товарооборота в организациях розничной торговли**



Сложившаяся в отрасли конъюнктура не оказала существенного влияния на поведение руководителей в части **кадровой политики относительно IV квартала,** однако интенсивность процесса высвобождения персонала заметно снизилась, что сохранило преемственность наблюдаемой тенденции, начавшейся годом ранее.

В I квартале о снижении числа занятых сообщили 26% предпринимателей, тогда как годом ранее, данная тенденция была характерна для трети опрошенных предпринимателей. Баланс оценки изменения показателя составил (-9%) против (-14%) в предыдущем квартале (-19% в I квартале 2016 г.).

Учитывая прогнозные оценки респондентов, во II квартале, на фоне ожидаемо-традиционной сезонной мобилизации деловой активности, предприниматели планируют расширять численность занятых.

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

В целом, все выявленные перемены, несомненно, следует причислить к положительным, создающим некий противовес негативным явлениям, продолжающим вносить свое деструктивное и ограничивающие воздействие на организации.

Ассортимент товаров. Поставщики товаров. Объем складских запасов

Постновогодняя конъюнктура делового климата, а также сохраняющееся напряжение на рынке, вызванное консервативным потребительским спросом, подчеркивались по-прежнему невыразительным расширением **ассортимента реализуемых товаров**. Текущая номенклатурная матрица характеризовалась комплексным аспектом формирования, включающим сезонную «подстройку», что на фоне низкого интереса потребителей, практически на нее не повлияло. В I квартале балансовое значение индикатора, характеризующего изменение номенклатуры, увеличилось до +8%, вернувшись к значению I квартала 2016 года.

В своих оценках на II квартал, в связи с возможным усилением привлекательности к торговым предложениям потребителей, предприниматели выразили уверенность в насыщении товарного предложения в организациях.

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

Структура поставщиков товаров организациям розничной торговли в I квартале 2017 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 торговых магазинов стали оптовые и оптово-посреднические фирмы, а также предприятия-производители, расположенные в одном с ними регионе.

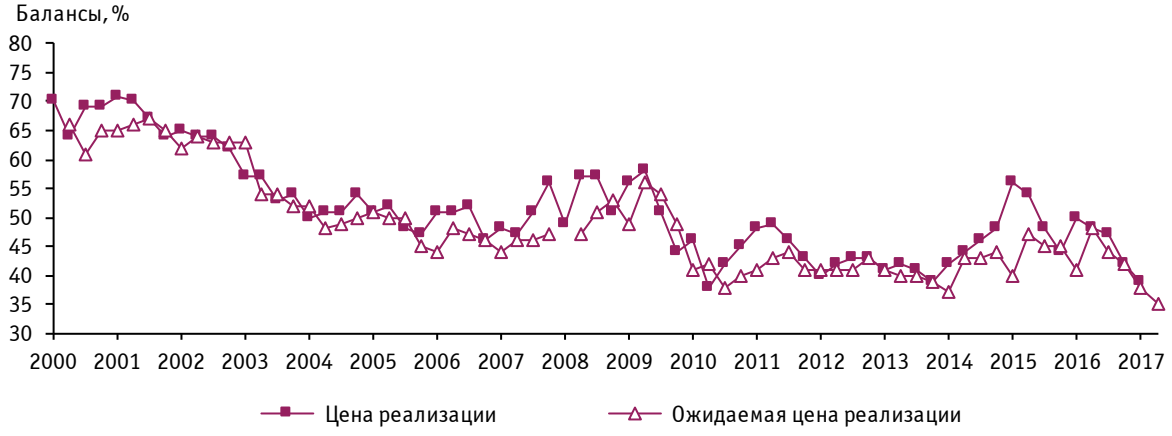
Цены реализации товаров. Торговые наценки. Система расчетов

Проводимая в течение 2015-2016 гг. денежно-кредитная политика, наряду с другими мерами государственной поддержки обусловила эскалацию тенденций, продолжавших определять характер **ценообразования** в сфере розничной торговле и в начале 2017 г. Следует отметить, что принимаемые меры способствовали укреплению рубля и последовательному замедлению инфляции, что привело к достижению ее минимальных значений.

Однако, распространение практики проводимых в ритейле уже круглогодичных распродаж по выгодным ценам все больше размывает грань между традиционными сезонными форматами реализации товаров, усиливая чувствительность и требовательность покупателей к ценовым предложениям. В результате, в большинстве организациях, в рамках поддержания спроса и уже достаточно высокой востребованности потребителей к различным акциям и выгодным предложениям, формирование цен в I квартале по-прежнему происходило преимущественно в «ручном режиме».

Большинство ритейлеров, продолжали привлекать и акцентировать внимание на сниженных ценовых позициях по различным категориям товаров, что выразилось в очередном замедлении роста цен по сравнению с IV кварталом предшествующего года. Следует отметить, что доля предпринимателей, отмечавшая данную тенденцию в начале 2015 г. достигала 60%, в 2016 г. опустилась до 55%, а по итогам I квартала 2017 г. составила уже 45% (баланс оценки изменения показателя опустился с +42% до +39%).

Рис.6. **Динамика оценок изменения цен реализации в организациях розничной торговли**
(баланс – разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение цены реализации по сравнению с предыдущим кварталом, в % от общего числа респондентов)



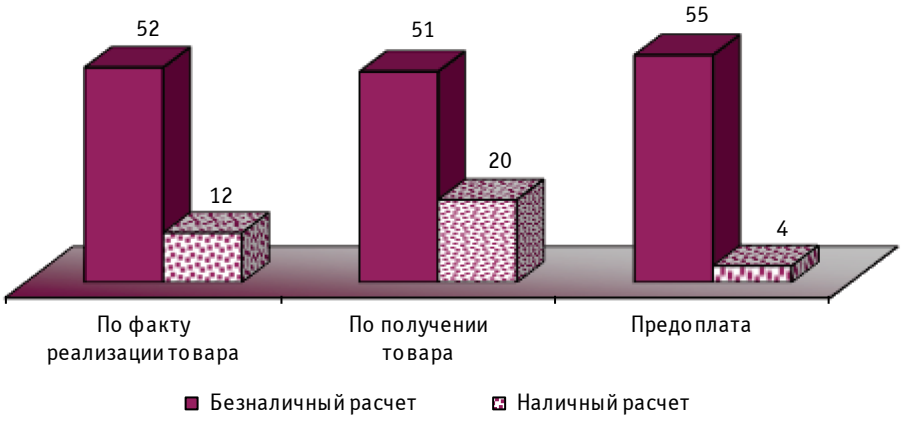
Исходя из результатов обследования, **средний сложившийся уровень торговой наценки** в организациях составил 24%, при этом, по мнению участников опроса, желаемая средняя торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой прибыли, составляет 34%.

Средний уровень торговой наценки в розничных организациях **по социально значимым продовольственным товарам** закрепился на значении в 17%, тогда как, по мнению предпринимателей, средний уровень, который был бы желательным, составил 24%.

В анализируемом квартале сохранялась практически без изменений **система расчетов с поставщиками** – 52% 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 20 и 12% руководителей соответственно.

Рис. 7. **Распределение организаций розничной торговли по видам расчетов с поставщиками в I квартале 2017 г.**
Доля организаций от их общего числа, %

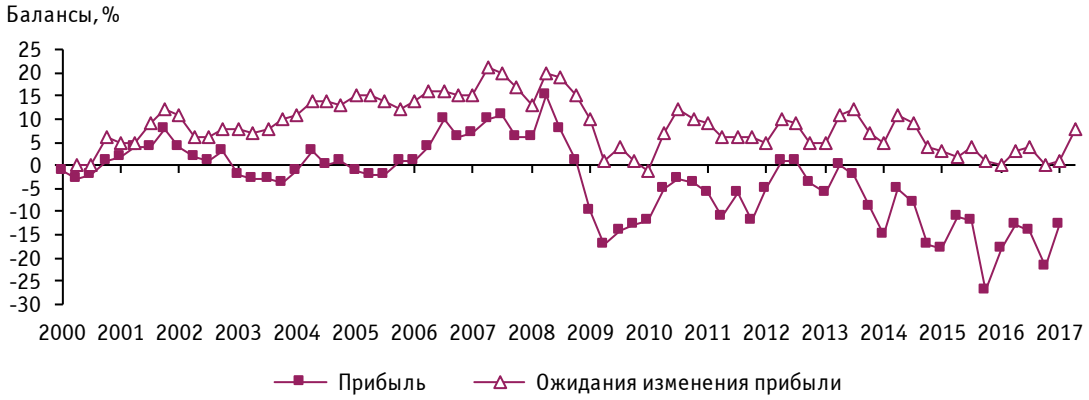


Финансово-экономическое положение

В I квартале 2017 г., в рамках сохраняющихся жестких условий реализации товара, продолжалось сокращение финансовых показателей розничных организаций. Однако по сравнению с IV кварталом 2016 г. интенсивность снижения прибыли, а также обеспеченности фирм финансовыми ресурсами, несколько снизилась.

В частности, доля респондентов, сообщивших в начале года об уменьшении **прибыли** снизилась с 41% до 36%. Баланс оценки изменения показателя составил (-13%) против (-22%) в IV квартале (-18% в I квартале 2016 г.)

Рис. 8. **Динамика оценки изменения прибыли в организациях розничной торговли**



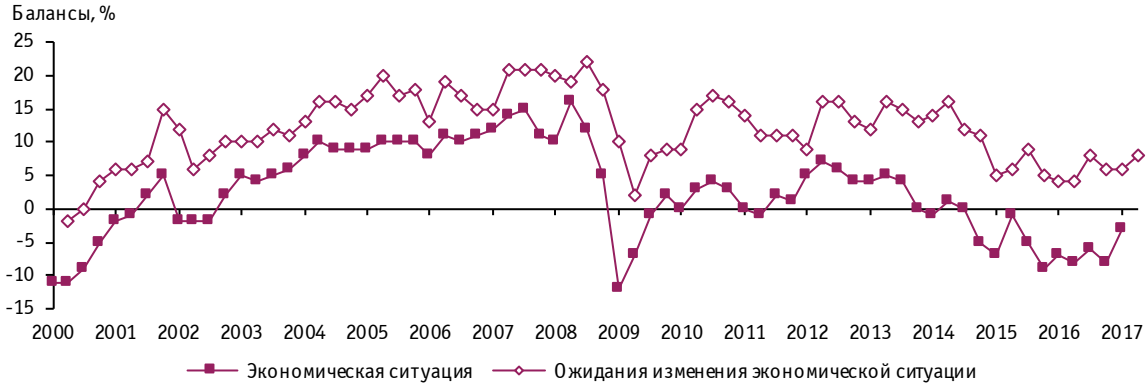
Одновременно, позитивная тенденция прослеживалась в динамике обеспеченности организаций **собственными финансовыми ресурсами.** Баланс оценки изменения показателя замедлил падение, составив (-7%) против (-12%) в IV квартале 2016 года.

Рис. 9. **Динамика оценки изменения обеспеченности собственных финансовых средств в организациях розничной торговли**

В связи с некоторым ослаблением негативных тенденций в деловой конъюнктуре розничных организаций, по итогам I квартала несколько улучшились предпринимательские оценки, характеризующие сложившуюся **экономическую ситуацию.**

Вместе с тем, более 60% респондентов сочли ее сохранившейся без изменений относительно прошло года, и только 15% констатировали ее улучшение. Балансовое значение показателя составило (-3%) против (-8%) в IV квартале 2016 г.

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



Факторы, лимитирующие деятельность организаций розничной торговли

Как показывает распределение оценок респондентов относительно негативного влияния лимитирующих факторов в течение I квартала т.г., специфика их воздействия на результаты деятельности розничных организаций не изменилась, хотя негативная нагрузка некоторых из них несколько снизилась. В целом, как показал опрос, наибольшее неблагоприятное давление продолжалось со стороны факторов, влияющих на состояние портфеля заказов и финансовый потенциал.

В частности, по мнению предпринимателей, наибольшей проблемой при ведении бизнеса, стал лимитирующий фактор **«недостаточный платежеспособный спрос»**, который отметили 50% респондентов.

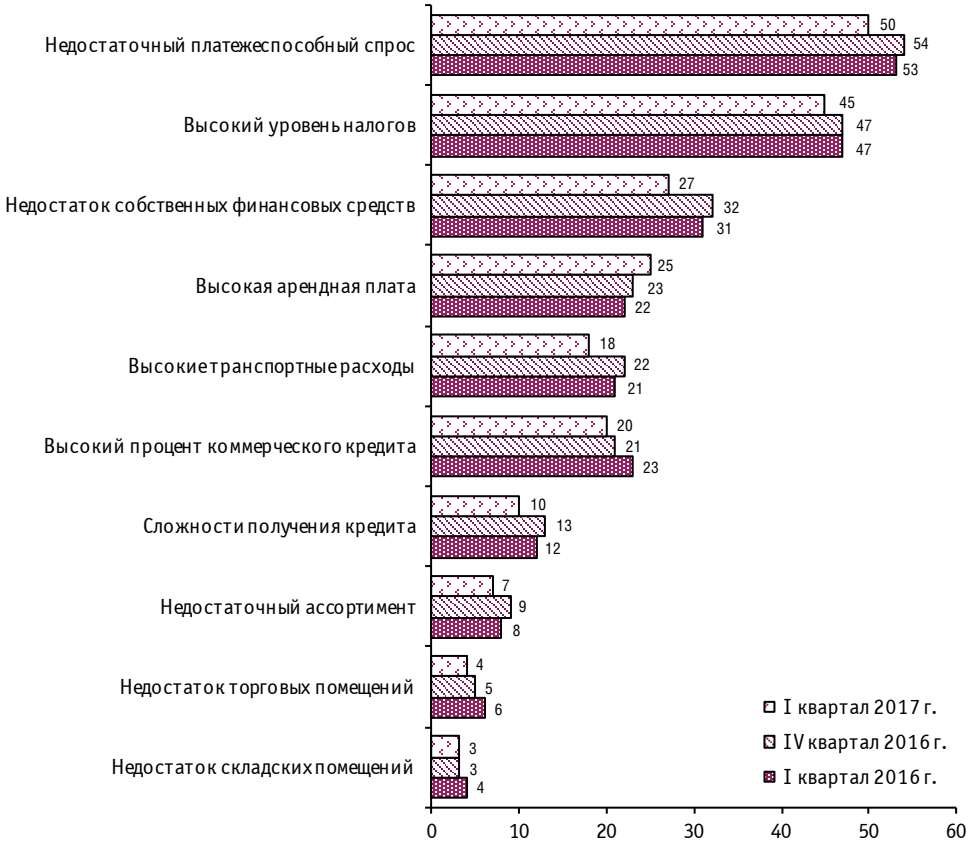
Одновременно, в несколько меньшей степени, нежели в предшествующем квартале, на организации оказывалась негативная нагрузка со стороны фактора **«высокий уровень налогов»:** по итогам года его влияние отметили 45% руководителей против 47%.

Менее трети предпринимателей продолжали ссылаться на нехватку в их фирмах **собственных финансовых средств,** а 20% на **высокий процент коммерческого кредита.**

Менее значимыми проблемами для ведения бизнеса руководители сочли такие факторы как **«сложности с получением кредита»** (10% респондентов), **«недостаточный ассортимент»** (7%), а также **«недостаток складских»** и **«торговых помещений»** (3% и 4% соответственно).

Рис. 11. **Факторы, ограничивающие деятельность организаций розничной торговли**

Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, результаты конъюнктурного опроса руководителей розничных организаций, аккумулировавшие в себе статистические данные за I квартал 2017 г., заключили в себе достаточно ожидаемую комбинацию отраслевых тенденций. Учитывая амплитуду экономической турбулентности 2016 г., рассчитывать на иные результаты вряд ли было бы возможно. Внешняя деловая конъюнктура в течение первых месяцев 2017 года не располагала к оздоровлению делового климата в торговой сфере. Основной проблемой, лимитирующей рост оборота торговых организаций и обуславливающей пребывание большинства важнейших индикаторов торговли в отрицательной зоне, оставалось хроническое сокращение реальных располагаемых денежных доходов населения.

Тем не менее, на фоне сохраняющихся рецессионных признаков в сфере торговли, впервые за последние несколько лет пессимистические предпринимательские оценки, за-

дающие доминирующие стагнационные тренды, несколько ослабли и слегка наполнились оптимизмом. Очевидно, что для повышения рентабельности фирм, предприниматели продолжали наращивать и без того высокую степень клиентоцентричности бизнеса, борясь за каждого покупателя. Одновременно, последние новости ведущих ритейлеров относительно своего стратегического планирования свидетельствует, что снижение издержек и поиск новых альтернатив развития бизнеса станут неотъемлемыми антикризисными процедурами. Так, например, «Дикси» планирует отказаться от половины своих складов, «Перекресток» меняет ассортиментную матрицу под менее состоятельного клиента, «Магнит» хочет создать сеть аптек на своих площадях, группа компаний «О'КЕЙ» утраивает сеть дискаунтеров.

Также, основным трендом на рынке крупного ритейла в текущем году станет дальнейшая консолидация. Федеральные сети продолжат поглощения мелкой розницы в регионах. По различным предварительным оценкам к 2020 году текущий топ-100 российского ритейла достигнет 40% (сейчас этот показатель меньше в 1,5 раза).

В помощь предпринимателям, безусловно, выступает комплексность задач, а также широкий спектр воздействия на экономическую систему принимаемых Правительством решений. Однако в текущем году предпринимателям придется продолжать виртуозно адаптироваться к работе, в том числе учитывая скорректированное правовое поле, затрагивающее всех участников рынка, в связи с введением новых форматов закона «О торговле».

Весомую роль для стабилизации социально-экономической ситуации будут играть применяемые инструменты денежно-кредитной политики ЦБ РФ, выступая в роли амортизатора, смягчая влияние внешних шоков на функционирование экономики и домашних хозяйств. Замедление инфляционного давления и выход ЦБ РФ на запланированный таргет в 4%, вкупе с достижением предсказуемости уровня процентных ставок, защищающих сбережения от обесценивания, на данном этапе необходимы для обеспечения условий формирования социальной стабильности и адаптивности населения к восстановлению потребительских расходов. Сдерживание инфляционных процессов в краткосрочной перспективе важно в первую очередь с точки зрения формирования восстановительной модели потребительского спроса, т.к. именно данный параметр в условиях «новой реальности» выступает одним из определяющих в будущей динамике экономической активности сферы торговли.

Причем желательно, чтобы восстановление доходов домашних хозяйств, проходило по всем категориям населения, а не только за счет компенсационной помощи низкодоходному населению и низкооплачиваемым бюджетникам. Необходимо отдавать себе отчет, что для розничной торговли самым предпочтительным контентом являются представители среднего класса, которые более структурированы и более постоянны, а также предсказуемы в приобретении продовольственных и непродовольственных товаров. Эта категория населения, как правило, совершает покупки товаров в любой ценовой линейке, кроме товаров люкс. В отличие от низкодоходного населения, которое постоянно находится в поиске торговых точек с более низкими ценами и высокодоходного населения, которому без разницы, где приобретать товары, средний класс редко изменяет своим магазинам. Учитывая изложенное, конкретным ритейлерам гораздо проще составлять свой бизнес-план по товарообороту и более предсказуемо взаимодействовать с поставщиками, когда они знают, что их торговую точку регулярно посещают представители среднего класса с достаточным уровнем доходов и, соответственно, имеющие возможность обеспечить себя и свою семью базовым уровнем потребления. Поэтому необходимо, как минимум, восстановить средний класс и их доходы, уменьшившиеся за последние три года из-за экономических неурядиц в стране, не только в целях улучшения потенциала гражданского общества в целом, но и для повышения деловой активности в сфере розничной торговли в частности.

В целом, несмотря на определенный повод для оптимизма в оценках, данных респондентами ожидаемым изменениям финансово-экономическим показателям, будущий квартал вряд ли станет знаковым с точки зрения переломных моментов в ритейле. С большей вероятностью, экватор делового сезона ознаменуется интенсификацией наметившихся в начале года позитивных тенденций, достигаемых в рамках «стратегии низких цен и высокого сервиса», как текущей комбинации развития российского ритейла.

ДИНАМИКА ОЦЕНОК ИЗМЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАЛЕЙ 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
2016								
I квартал	24	36	40	-16	30	50	19	+11
II квартал	28	35	37	-9	32	50	17	+15
III квартал	28	34	38	-10	28	50	22	+6
IV квартал	26	31	43	-17	26	51	20	+6
2017								
I квартал	24	39	37	-13	31	51	18	+13

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
2016								
I квартал	18	47	35	-17	23	60	17	+6
II квартал	21	47	32	-11	25	60	15	+10
III квартал	21	46	33	-12	21	59	20	+1
IV квартал	20	41	39	-19	20	63	17	+3
2017								
I квартал	17	51	32	-15	24	62	14	+10

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
2016								
I квартал	16	55	29	-13	20	64	16	+4
II квартал	22	50	27	-5	24	60	14	+10
III квартал	22	51	27	-6	20	62	18	+2
IV квартал	19	51	33	-14	20	64	16	+4
2017								
I квартал	18	55	27	-9	23	63	14	+9

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
2016								
I квартал	22	64	14	+8	22	71	7	+15
II квартал	21	65	14	+7	21	71	8	+13
III квартал	22	65	13	+9	19	72	9	+10
IV квартал	20	65	15	+5	19	72	9	+10
2017								
I квартал	20	68	12	+8	22	71	7	+15

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
2016								
I квартал	14	53	33	-19	8	82	9	-1
II квартал	15	55	31	-16	9	80	9	0
III квартал	15	53	32	-17	8	80	11	-3
IV квартал	14	58	28	-14	8	79	12	-4
2017								
I квартал	17	57	26	-9	10	78	9	+1

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
2016								
I квартал	10	70	20	-10	12	77	11	+1
II квартал	10	70	18	-8	10	80	10	0
III квартал	9	72	19	-10	8	79	13	-5
IV квартал	8	72	20	-12	9	80	11	-2
2017								
I квартал	10	73	17	-7	11	78	11	0

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
2016								
I квартал	20	42	38	-18	23	54	20	+3
II квартал	21	45	34	-13	23	56	19	+4
III квартал	22	42	36	-14	23	52	23	0
IV квартал	19	40	41	-22	23	55	22	+1
2017								
I квартал	23	41	36	-13	28	52	20	+8

Таблица 8

Объем складских запасов

Доля организаций от их общего числа, %

	Выше нормального уровня	Нормальный уровень	Ниже нормального уровня	Баланс
2016				
I квартал	6	86	10	-4
II квартал	4	86	10	-6
III квартал	4	85	11	-7
IV квартал	4	84	12	-8
2017				
I квартал	4	83	13	-9

Таблица 9

Конкурентоспособность[7]

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
2016								
I квартал	10	76	14	-4	12	81	7	+5
II квартал	8	79	13	-5	9	82	7	+2
III квартал	8	80	12	-4	8	82	9	-1
IV квартал	9	76	14	-5	9	80	10	-1
2017								
I квартал	11	74	14	-3	11	78	8	+3

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
2016								
I квартал	8	78	14	-6	8	80	9	-1
II квартал	8	73	13	-5	9	76	8	+1
III квартал	8	74	13	-5	7	78	9	-2
IV квартал	8	74	12	-4	7	77	10	-3
2017								
I квартал	9	72	14	-5	9	75	9	0

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