



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В МАЛЫХ РОЗНИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
ВО ВТОРОМ ПОЛУГОДИИ 2017 ГОДА**

Декабрь '17

Москва

Деловой климат в малых организациях розничной торговли во втором полугодии 2017 года – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 13 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 ВШЭ¹ по теме «Конъюнктурный мониторинг деловых тенденций и экономической неопределенности в России».

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>

© 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 ВШЭ представляет информационно-аналитический материал о состоянии делового климата в малых² розничных организациях во II полугодии 2017 г. и ожиданиях предпринимателей на I полугодие 2018 г.

В докладе использованы результаты пилотного обследования деловой активности более 600 торговых организаций, проведенного по заказу ВШЭ АНО ИИЦ «Статистика России» в 30 регионах страны.

Обобщенная конъюнктура малых розничных организаций

Результаты опроса свидетельствуют, что во II полугодии 2017 г. розничные организации продолжали адаптироваться к внешней конъюнктуре, которая, несмотря на некоторое смягчение, оставалась для малого предпринимательства преимущественно неблагоприятной. Доминирование объективных сдерживающих деловых тенденций, развернувшихся в сегменте в последние годы, особенно со стороны потребительского спроса, продолжали обуславливать отрицательную динамику большинства показателей, определяющих состояние делового климата в отрасли.

Тем не менее, функционирование организаций проходило под знаком некоторой мобилизации деловой активности экономических агентов, что выразилось в проявлении слабых, но корректирующих изменений не только по сравнению с I полугодием т.г. и 2016 г., но и 2015 г.

В результате, преобладание низких предпринимательских оценок к концу года ослабло, несколько сгладив обозначившиеся ранее негативные отраслевые тренды.

Таблица 1

Оценки значений основных показателей деятельности малых организаций розничной торговли Балансы³, %

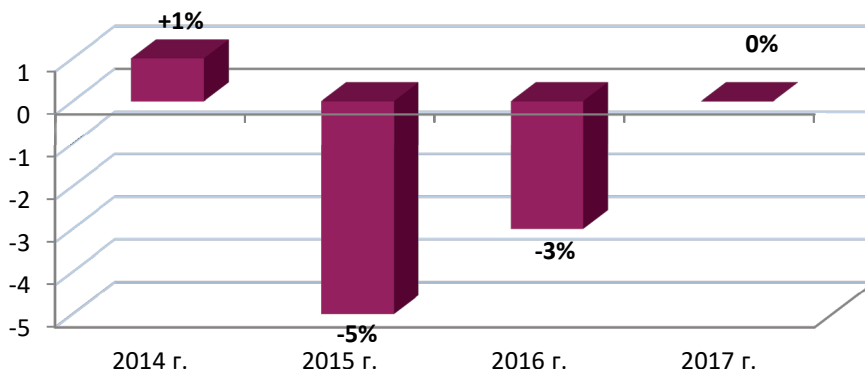
Показатели деятельности	Тенденции изменения			
	Во II полугодии по сравнению с I полугодием			
	2014	2015	2016	2017
Спрос	-13	-24	-19	-15
Объем продаж в натуральном выражении	-11	-25	-18	-14
Ассортимент	+9	-1	+2	+11
Численность занятых	-3	-7	-5	-8
Цена реализации	+22	+19	+18	+11
Объем складских запасов	-3	-11	-7	-5
Конкурентоспособность	+6	+6	+7	+7
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-5	-21	-14	-8
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-6	-12	-10	-6
Прибыль	-12	-27	-21	-16
Экономическая ситуация	-10	-19	-15	-10

² В соответствии с Федеральным законом N 209-ФЗ от 24.07.2007, критериями отнесения к субъектам малого предпринимательства, следует считать компании от 16 до 100 человек.

³ Баланс – разность долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим месяцем, или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном периоде; в процентах.

Зафиксированные изменения отражает динамика главного индикатора исследования – индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)⁴, который по итогам 2017 г. после двухгодичной компенсационной активности сумел стабилизироваться и вышел на отметку (0%).

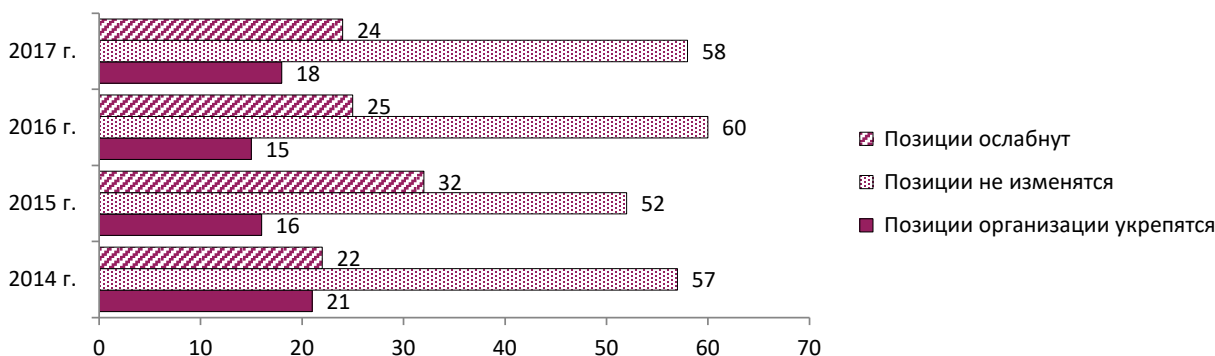
Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в малых розничных организациях (%)



Согласно результатам обследования по итогам 2017 г. конкурентоспособность малого розничного бизнеса сохранила потенциал предшествующего периода. Как и в 2016 г., несмотря на слабые признаки поступательных движений, 75% руководителей констатировали отсутствие роста конкурентных позиций организаций. Балансовое значение данного показателя закрепилось на отметке (+7%). В свою очередь, предприниматели отмечали снижение давления на торговую деятельность со стороны лимитирующего фактора «недобросовестная конкуренция». Так, если еще в 2015 и 2016 гг. на него ссылались 55 и 40% респондентов соответственно, то в текущем периоде их доля едва превосходила треть.

В контексте сложившейся конкурентоспособности, в краткосрочной перспективе, по мнению 58% участников опроса, занимаемые конкурентные позиции организаций не изменятся. При этом их ослабление на рынке ожидают 24% респондентов против 18%, выразивших противоположную точку зрения.

Рис. 2. Оценки перспектив развития организаций розничной торговли в краткосрочной перспективе в контексте сложившейся конкурентоспособности
доля организаций от их общего числа, %

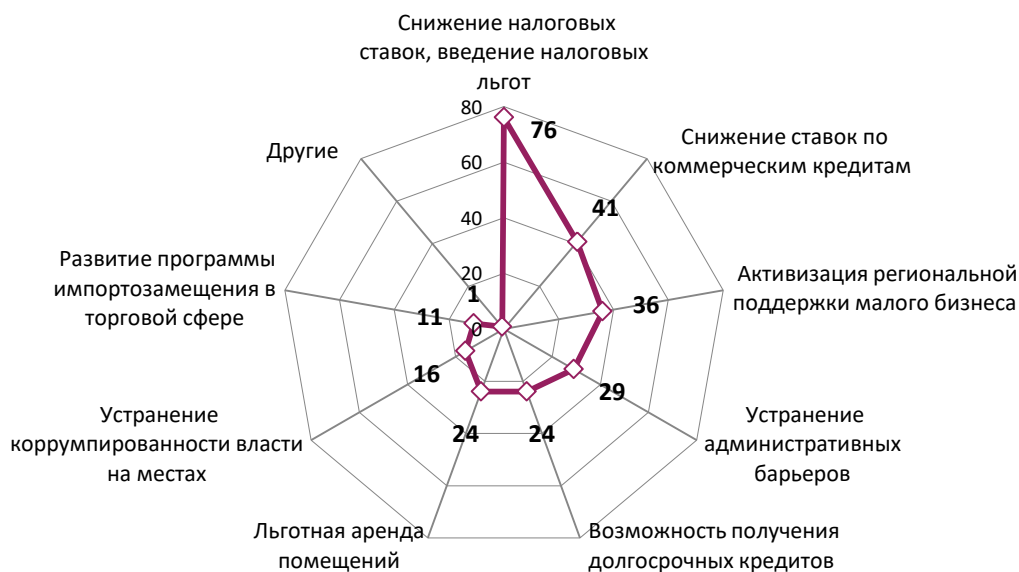


⁴ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем периоде по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем периоде; в процентах.

В числе первоочередных государственных мер, в наибольшей степени способствующих росту конкурентоспособности в сфере малого розничного бизнеса, большинство руководителей – 76%, как и в предшествующие годы, отнесли необходимость снижения налоговых ставок и введение льгот.

Одновременно, весомая доля опрошенных сочли важным **снижение ставок по коммерческим кредитам**, а также **активизацию региональной поддержки малого предпринимательства** – 41 и 36%, соответственно.

Рис. 3. Государственные меры, в большей степени способствующие росту конкурентоспособности в сфере розничной торговли (% от общего числа организаций)



Спрос. Объем продаж в натуральном выражении.

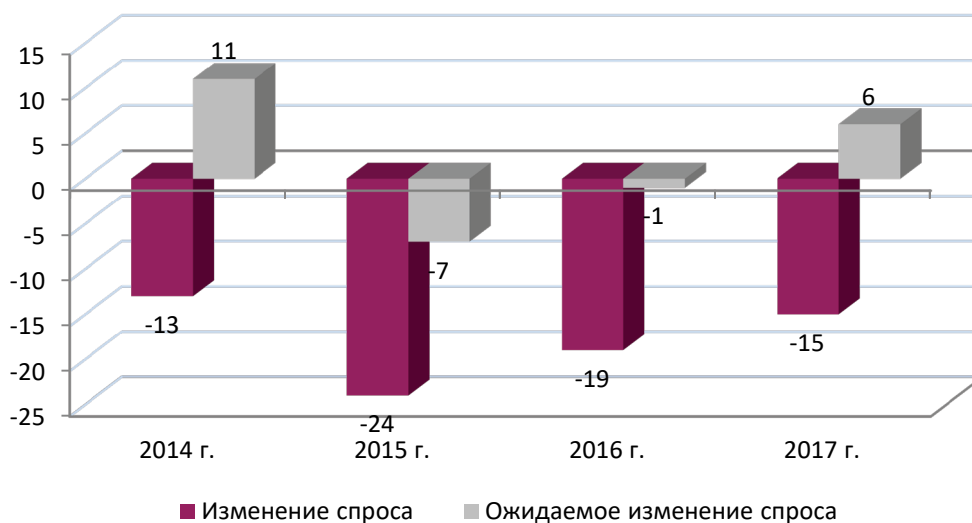
Ассортимент. Численность занятых

По итогам 2017 г. экономическая деятельность малых розничных организаций сопровождалась некоторым ускорением темпов деловой активности. Тем не менее, общая конъюнктура рынка, сложившаяся в сфере торговли в течение года, способствовала замедлению снижения **спроса** и **продаж** лишь отчасти. Зафиксированные положительные изменения, придерживаясь слабой компенсационной тенденции, наметившейся в отрасли в 2016 г., выразились в вялотекущем замедлении сокращения отрицательных значений данных показателей.

Серьезное сжатие рынка, по мнению 50% предпринимателей, по-прежнему обеспечивалось лимитирующим фактором - **«слабая платежеспособность населения»**, что не позволило значимым образом увеличить востребованность товаров и повысить их продажи.

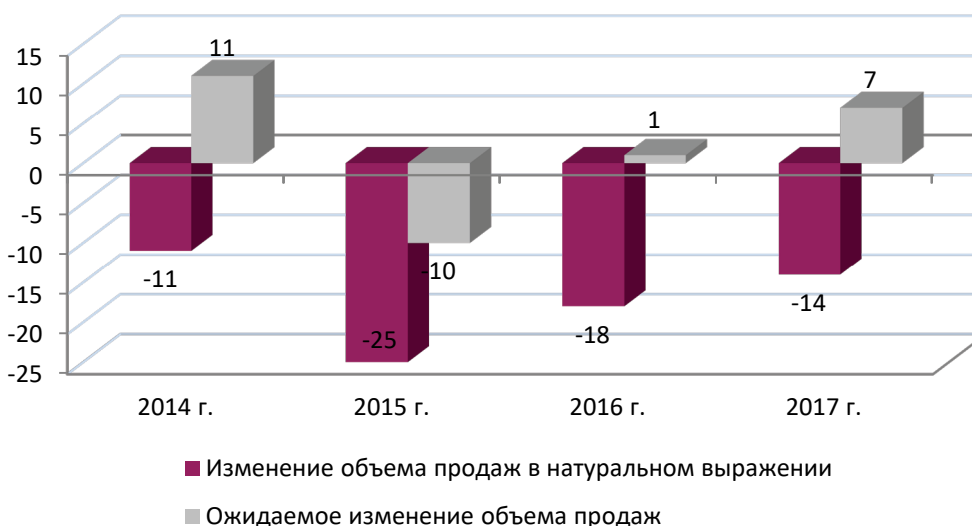
По сравнению с I полугодием т.г. рост спроса, как и в 2016 г., констатировали только 15% предпринимателей, при этом большинство респондентов (55%) сочли, что сложившаяся ситуация сохранилась без изменений. Баланс оценки изменения показателя улучшил значение на 4 п.п. и составил (-15%).

Рис. 4. Оценки текущего и ожидаемого спроса в сфере розничной торговли
Балансы, %



На фоне снижения интенсивности падения спроса по сравнению с I полугодием и 2016 г., в организациях снизились темпы сокращения объема продаж: баланс оценок изменения данного показателя улучшил свое значение на 4 п.п. и составил (-14%) против (-18%) и (-25%), соответственно.

Рис. 5. Оценки текущего и ожидаемого объема продаж в сфере розничной торговли
Балансы, %



Несмотря на консервативность потребительского рынка, в малых розничных организациях зафиксировано значительное расширение **ассортиментного предложения** не только относительно I полугодия т.г., но и 2016 г. Об увеличении ассортимента в анализируемом периоде сообщили уже более 20% респондентов против 13% годом ранее. Балансовое значение ассортимента возросло с +2% до +11%.

В I полугодии 2018 г. более 30% предпринимателей выразили намерения увеличивать номенклатурную матрицу. Баланс ожидания изменения ассортимента продемонстрировал рост относительно прошлого года с +14 до +24%.

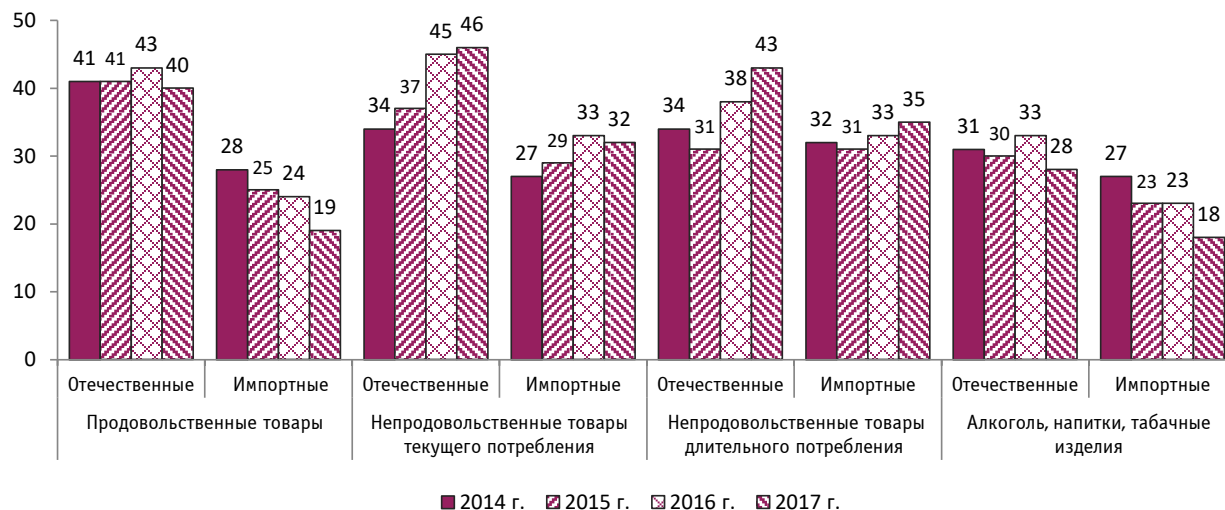
Рис. 6. Оценки изменения ассортимента в сфере розничной торговли
Балансы, %



Дифференциация товарных групп реализуемых в малых розничных организациях в анализируемом периоде, показала, что за последние четыре года проведенных обследований, прослеживается постепенное **сокращение доли импорта** в структуре продовольствия, а также алкоголя и табачных изделий. Так, по итогам 2017 г. о наличии импортных продуктов питания в общем обороте товаров констатировали менее 20% респондентов против 28% в 2014 г. (относительно алкогольной и табачной продукции, доля составила 18% против 27%).

Одновременно, зафиксировано увеличение организаций, в которых в течение указанного периода существенно возрос объем отечественных непродовольственных товаров текущего и длительного потребления - с 34 до 46% и 34 до 43%, соответственно.

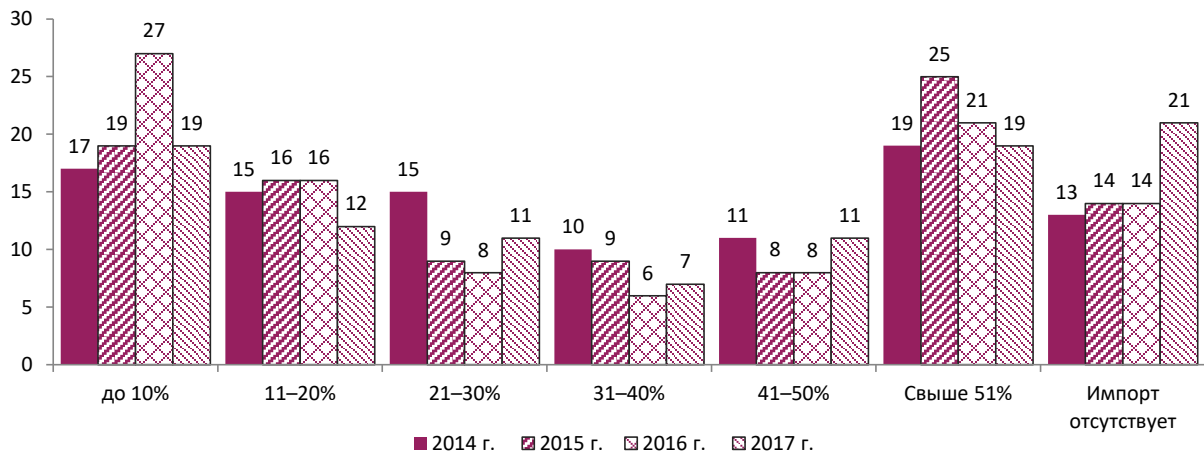
Рис. 7. Оценки группам товаров, реализуемых в сфере розничной торговли
доля организаций от их общего числа, %



Наблюдаемые изменения корреспондируют с оценками руководителей, свидетельствующих о снижении доли выручки от реализации импортных товаров в общем объеме розничного товарооборота. Прежде всего, следует отметить факт роста с 2014 г. малых торговых организаций с 13 до 21%, руководители которых констатировали полное отсутствие импорта.

За последний год относительно 2016 г. наиболее заметное уменьшение организаций произошло с выручкой от импортных товаров до 10% - с 27 до 19%. Также обращает на себя внимание неуклонное сокращение доли фирм с 25 до 19%, у которых объем продаж такой продукции составлял от 50% и выше.

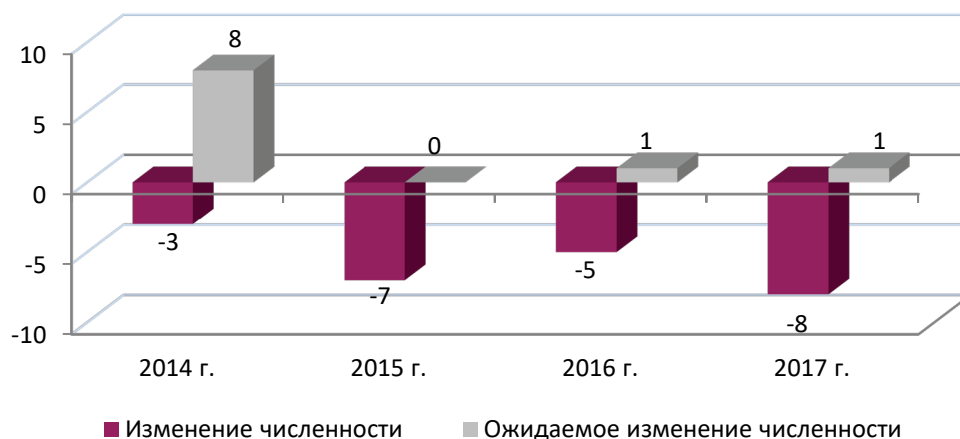
Рис. 8. Распределение организаций по доле выручки от реализации импортных товаров
доля организаций от их общего числа, %



На фоне вышеуказанных изменений в динамике спроса, реализации и ассортимента, в течение 2017 г. в малых торговых организациях **возросла интенсивность сокращения персонала**. Балансовое значение данного показателя опустилось относительно 2016 г. с (-5%) до (-8%).

Тем не менее, несмотря на то, что данная тенденция прогрессировала с 2014 г., большинство руководителей отмечали, что уровень численности занятых в их организациях был достаточен. Например, в текущем периоде, на его недостаток указали чуть более 10% респондентов, и только 1% регистрировали его избыток.

Рис. 9. Оценки изменения численности занятых в сфере розничной торговли
Балансы, %



Согласно полученным результатам, в краткосрочной перспективе в планах большинства руководителей увеличивать объем продаж (сообщили 58% респондентов), а также расширять ассортимент реализуемой продукции в части непродовольственных товаров (43%).

Рис. 10. Распределение организаций относительно планов развития
доля организаций от их общего числа, %



Финансовое положение.

Цены реализации.

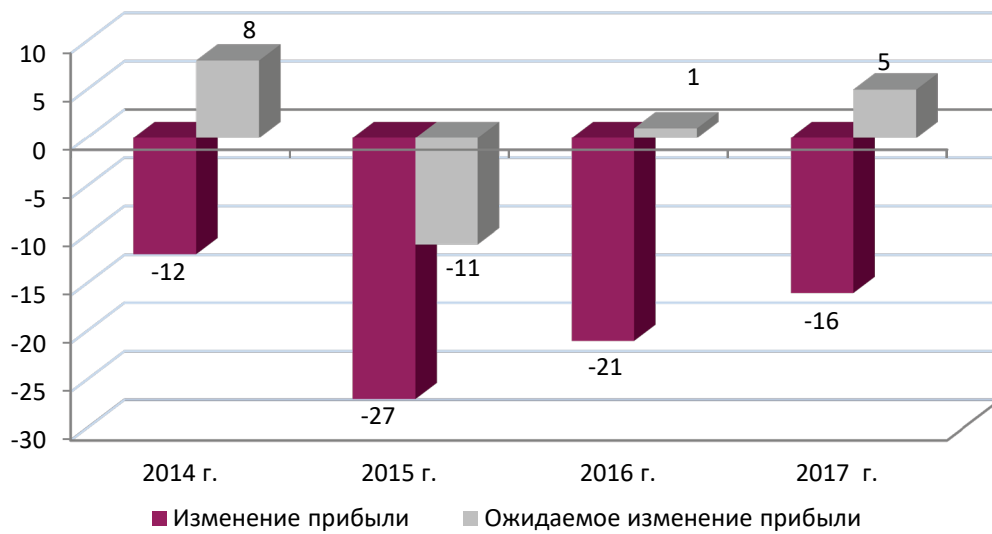
Финансово–экономические результаты деятельности малых розничных организаций по итогам 2017 г. не позволяют однозначно негативно оценивать ситуацию, характеризующую финансовый блок показателей. Несмотря на то, что множество конъюнктурообразующих факторов не позволили предпринимателям добиться существенных положительных сдвигов в динамике финансовых показателей и они продолжали сокращаться, интенсивность этого процесса заметно снизилась. В результате, итоговые оценки выглядят значительно лучше, нежели в 2016 г. и, тем более, в 2015 г.

В частности, в анализируемом периоде сохранилась тенденция сокращения темпов снижения прибыли, а также обеспеченности торговых организаций собственными, кредитными и заемными финансовыми средствами.

Так, например, если в 2015 г. уменьшение **прибыли** констатировали более 40% респондентов, то по итогам т.г. их доля снизилась до 32%. Баланс оценки изменения показателя улучшил свое значение до (-16%) составляя в 2016 г. и 2015 г. (-21%) и (-27%), соответственно.

Рис. 11. Оценки изменения прибыли в сфере розничной торговли

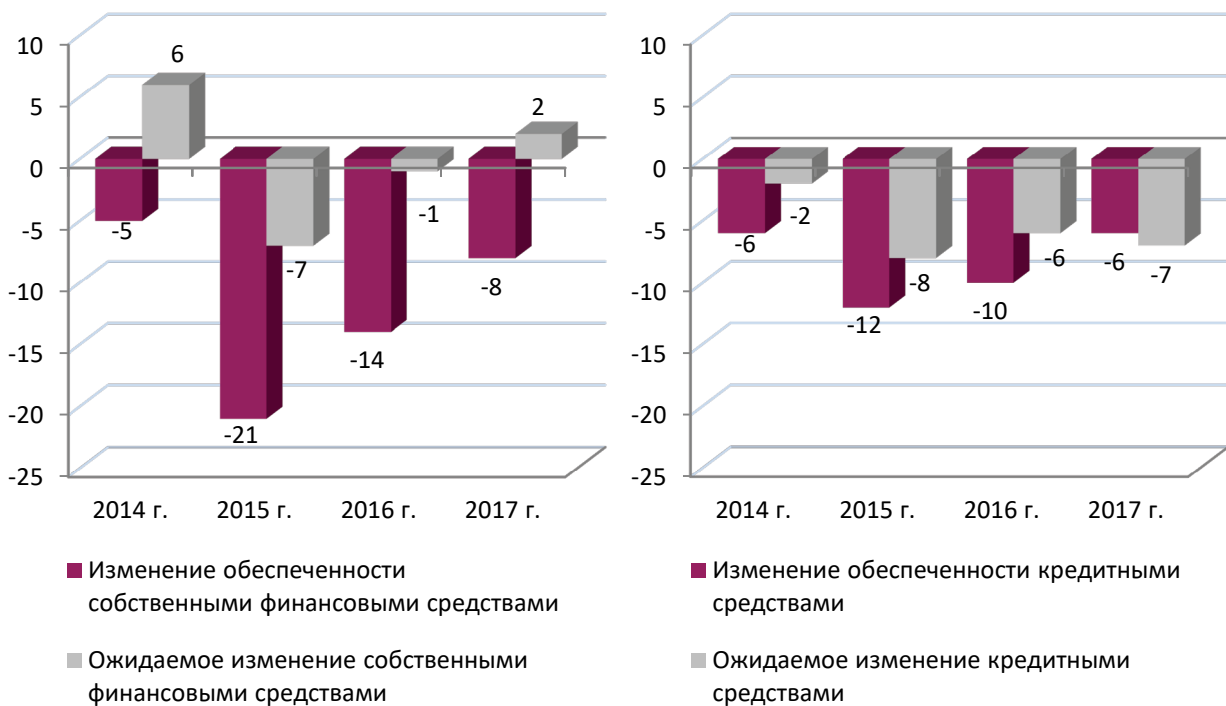
Балансы, %



Вместе с тем, анализируемый период следует считать относительно позитивным с точки зрения корректировки динамики, характеризующей **обеспеченность торговых организаций собственными, а также кредитными и заемными финансовыми средствами**: балансовые значения данных показателей в 2017 г. составили (-8%) и (-6%) против (-14%) и (-10%) в 2016 г., соответственно.

Рис. 12. Оценки изменения обеспеченности собственными, а также кредитными и заемными финансовыми ресурсами в сфере розничной торговли

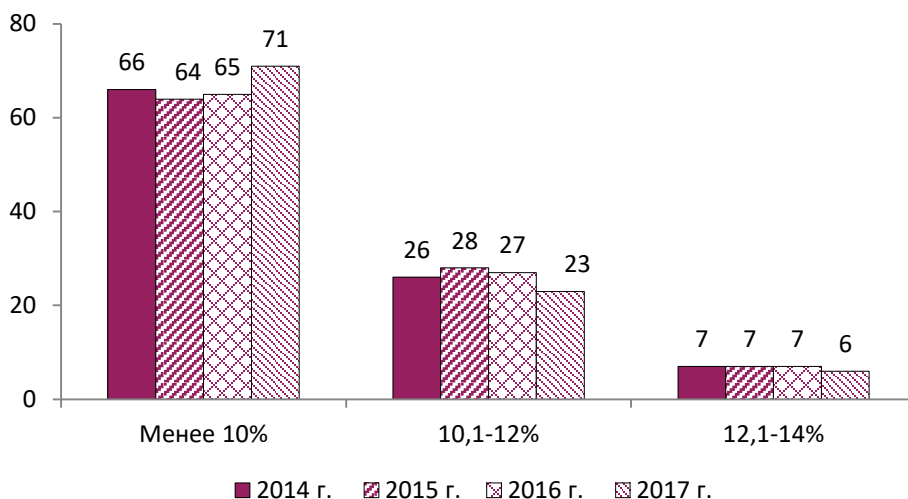
Балансы, %



Следует отметить, что в 2017 г. продолжился рост предприятий с 65 до 71%, руководители которых считали наиболее приемлимой ставку банковского кредита размером менее 10%. В то же время, относительно прошлого года снизилось число респондентов с 27 до 23%, готовые заимствовать денежные средства под ставку от 10 до 12%.

Рис. 13. Распределение организаций по желаемой ставке банковского кредита

доля организаций от их общего числа, %

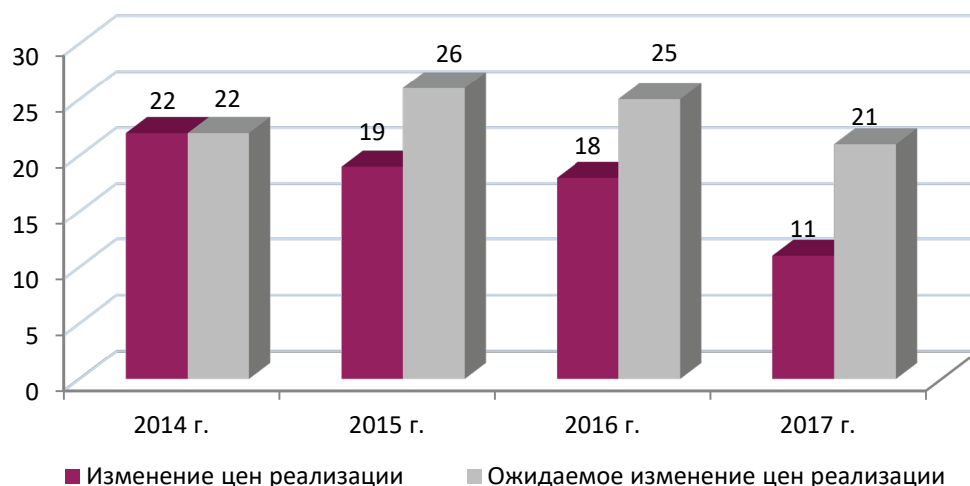


На фоне низкого потребительского спроса и возникающих проблем с реализацией товаров **ценовая политика** в организациях оставалась ключевым механизмом, позволяющим искусственно регулировать уровень продаж. Для этого в течение 2017 г. руководители сохранили стратегию сдерживания роста цен, сохраняющуюся с 2014 г.

В частности, распределение ответов предпринимателей демонстрирует продолжение снижения их доли, отмечавших увеличение цены реализации по сравнению с предшествующими периодами. Так, если факт их повышения в 2016 г. констатировали более четверти руководителей торговых фирм, то по итогам т.г. их доля составила 18%. Баланс оценки изменения цены реализации опустился с +18 до +11%.

Рис. 14. Оценки изменения цен реализации в сфере розничной торговли

Балансы, %



Сложившийся средний уровень торговой наценки в магазинах относительно прошлого года не изменился и составил 24%. При этом снизилась доля организаций с 39 до 35% в которых применяли торговые наценки в диапазоне от 10 до 20%. Только в 4% организаций продолжали увеличивать цены на отдельные товары более чем на 50%.

Следует отметить, что, по мнению участников опроса, желаемая торговая наценка, которая была бы достаточной для возмещения издержек обращения и обеспечила получение необходимой рентабельности по сравнению с 2016 г. снизилась с 35 до 33%.

Факторы, лимитирующие развитие малых розничных организаций

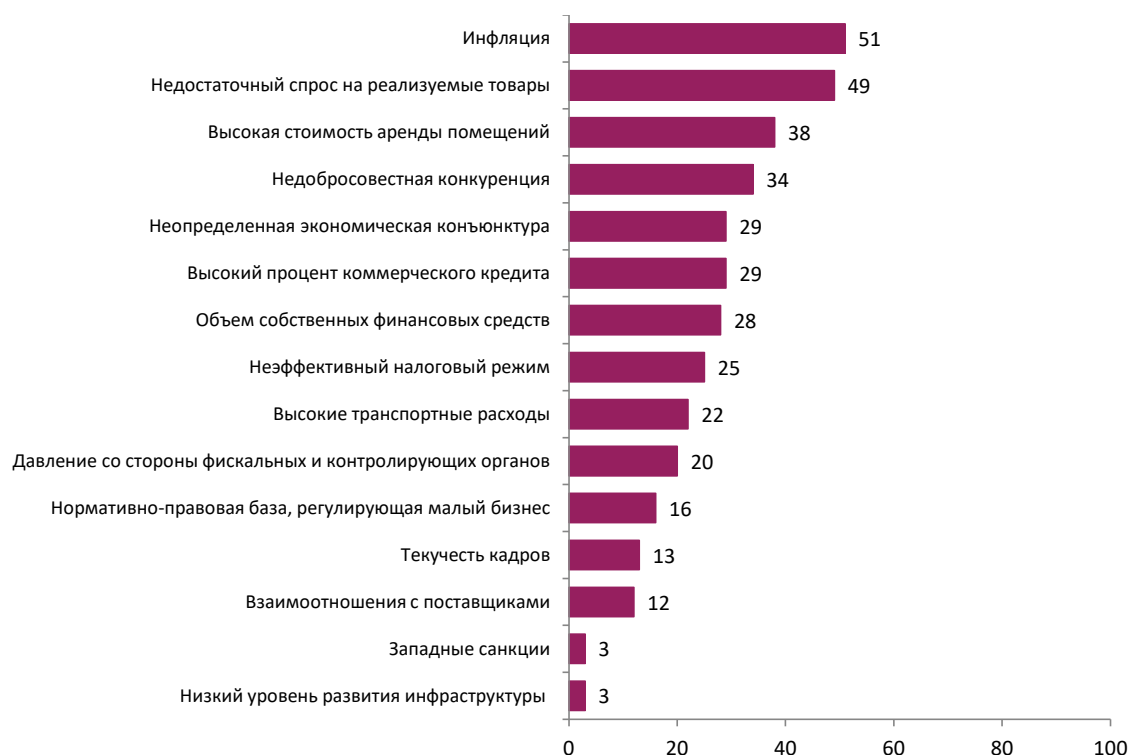
Результаты проведенного исследования позволяют констатировать, что в 2017 г. кардинальных перемен в рейтинге лимитирующих факторов не произошло. Руководители малых розничных организаций во главе проблем традиционно обозначали инфляционную составляющую и низкий спрос на реализуемые товары. Однако по сравнению с 2016 г. обращает на себя внимание снижение подавляющего воздействия не только с их стороны, но и некоторых других ограничений.

В частности, как и годом ранее, лидером рейтинга стал фактор **«инфляция»**. Более 50% опрошенных выразили крайне негативную реакцию относительно ценовой политики основных поставщиков и производителей товаров.

Следующим сдерживающим функционирование торгового процесса явлением, предприниматели назвали **«недостаточный платежеспособный спрос»**. На его отрицательное влияние указали 49% респондентов, что сохраняет высокую актуальность плохого «социального самочувствия» конечного потребителя товаров розничного рынка – населения.

Одновременно, весомым для торговли ограничением стал фактор **«высокая стоимость аренды помещений»**. В анализируемом периоде 38% респондентов акцентировали внимание на данной проблеме.

Рис. 15. 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 важными. Речь идет о институционально-инфраструктурном комплексе ограничений, затрагивающих функционирование малых организаций.

Достаточно знаковым событием проведенного исследования следует считать существенное снижение негативной реакции предпринимателей относительно оказываемого давления со стороны фискальных, контролирующих и регулирующих органов, что следует связать с введением надзорных каникул по некоторым проверкам на три календарных года: в период с начала 2016 года до конца 2018 года. В частности, если в 2016 г. обеспокоенность необоснованным контролем выражали более трети руководителей организаций, то в 2017 г. уже 20%.

Зафиксированные изменения частично выразились и в предпринимательских оценках относительно наиболее проблемных видов проверок для малой торговой деятельности. Например, в 2017 г. снизилось число респондентов отмечающих обременительные процедуры не только со стороны Роспотребнадзора (с 36 до 32% респондентов) и Пожарной инспекции (с 31 до 23%), но и других органов.

*Рис. 16. Наиболее проблемный вид проверок в сфере малого бизнеса для розничной торговли
доля организаций от их общего числа, %*

