



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В СФЕРЕ УСЛУГ ВО II КВАРТАЛЕ 2012 ГОДА

Июль '12

Москва

10 лет
Институт статистических
исследований и экономики
знаний НИУ ВШЭ



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В СФЕРЕ УСЛУГ ВО II КВАРТАЛЕ 2012 ГОДА

Москва

2012

Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2012 года. –
М.: НИУ ВШЭ, 2012 – 27 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в сфере услуг во II квартале 2012 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 5.7 тыс. организаций сферы услуг, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

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

Программа обследования гармонизирована с соответствующими подходами, принятыми в странах ОЭСР, и базируется на международной практике измерения деловой активности.

Структура выборочной совокупности идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объем выборки достаточен для получения необходимой точности выборочных оценок показателей на всех уровнях разработки статистических данных по видам деятельности сферы услуг.

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», 2012
При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал о деловом климате в сфере услуг во II квартале 2012 г. и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2012 г.

В обзоре использованы результаты выборочного опроса руководителей более 5.7 тыс. организаций различных видов экономической деятельности, оказывающих услуги, из всех регионов России, проведенного Федеральной службой государственной статистики.

Данный материал открывает серию подобных публикаций, которые в дальнейшем предполагается осуществлять в ежеквартальном режиме.

Методологический комментарий

Методология обследования была разработана с учетом особенностей развития сферы услуг России на современном этапе и международной практики изучения уровня и тенденций предпринимательской активности и практически полностью гармонизирована с методологией, принятой в странах ОЭСР.

В процессе обследования были опрошены руководители более 5.7 тыс. организаций сферы услуг из всех регионов России. Выборочная совокупность является репрезентативной как для сферы услуг в целом, так и для входящих в ее состав отдельных видов экономической деятельности, и была районирована по всем федеральным округам Российской Федерации.

Таблица 1

Распределение обследованных организаций по видам деятельности

Виды деятельности, охваченные обследованием	Раздел или подраздел ОКВЭД	Число организаций
Пассажирский транспорт	60.21; 60.22; 60.23; 61.10; 61.20.1; 62.10.1; 62.20.1 (деятельность в области пассажирского транспорта, кроме железнодорожного)	950
Связь	64.11.1; 64.12; 64.2 (деятельность почтовой связи общего пользования; курьерская деятельность, кроме национальной; деятельность в области электросвязи)	302
Деятельность гостиниц	55.1; 55.2 (деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания)	583
Страхование	66 (страхование)	216
Деятельность ломбардов	65.55.6 (предоставление ломбардами краткосрочных кредитов под залог движимого имущества)	90
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	50.2 (техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств)	496
Ремонт бытовых изделий	52.7 (ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования)	189
Персональные услуги	93 (предоставление персональных услуг)	682
Туристская деятельность	63.3, кроме 63.30.2 (туристская деятельность за исключением экскурсионной деятельности)	371
Экскурсионная деятельность	63.30.2 (обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами)	31
Деятельность санаторно-курортных учреждений	85.11.2 (деятельность санаторно-курортных учреждений)	298
Стоматологическая практика	85.13 (стоматологическая практика)	298

Виды деятельности, охваченные обследованием	Раздел или подраздел ОКВЭД	Число организаций
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	92 (деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта)	756
Рекламная деятельность	74.4 (рекламная деятельность)	296
Риэлтерские услуги	70.31.1 (предоставление посреднических услуг при покупке, продаже и аренде недвижимого имущества)	168
Всего		5726

Программа обследования предусматривала выявление мнений руководителей организаций, оказывающих услуги, о сложившемся во II квартале 2012 г. состоянии и изменениях деятельности возглавляемых ими структур, а также об их ожиданиях на краткосрочную перспективу.

Оценка текущего положения в организациях основывалась на сопоставлении фактического и «нормального»¹ уровней деловой активности. При оценке изменения показателей во времени использовались следующие критерии: «увеличение» («улучшение»), «без изменений», «уменьшение» («ухудшение»). Результаты обследования обобщались в виде балансов мнений, определяемых разностью долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также разностью долей респондентов, оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

На основе балансов мнений был рассчитан композитный индикатор, отражающий обобщенное мнение респондентов о состоянии делового климата в организациях сферы услуг – **индекс предпринимательской уверенности**. В соответствии с международной практикой, указанный индекс рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок изменения спроса на услуги и экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале (в процентах).

Обобщенная оценка конъюнктуры в сфере услуг

Анализ финансово-экономической деятельности более 5.7 тыс. организаций сферы услуг, участвовавших в конъюнктурном опросе, проведенном Федеральной службой государственной статистики во II квартале 2012 г., показал, что достаточно динамичное в целом развитие данного сектора экономики России сдерживалось, тем не менее, низкой востребованностью некоторых видов услуг.

Поскольку в обследовании принимали участие в основном организации, оказывающие b-2-c (Business-to-Consumer) услуги, предпринимательская активность непосредственно зависела от потребительского спроса, который, в свою очередь, определялся соотношением между доходами населения и ценами на услуги. Скромный рост реальных располагаемых денежных доходов населения и сдержанные темпы инфляции², характерные для первой половины текущего года, позволили сохранить стабильную ситуацию на потребительском рынке и обеспечили некоторое улучшение деловой конъюнктуры.

Согласно результатам опроса, деятельность многих сервисных организаций во II квартале 2012 г. проходила в условиях ограниченного спроса, что предопределило недостаточ-

¹ «Нормальный» уровень – допустимый, обычный, достаточный в сложившихся условиях деятельности в период обследования.

² По данным Росстата, в мае 2012 г. реальные располагаемые денежные доходы населения составили 103,6% к соответствующему периоду предыдущего года.

ный по сравнению с имеющимися возможностями объем оказываемых услуг. Балансы³ оценок уровня большинства показателей финансово-экономической деятельности организаций в исследуемом периоде имели отрицательные значения, поскольку респонденты чаще определяли уровень показателя как «ниже нормального», чем придерживались противоположного мнения.

Вместе с тем, анализ результатов опроса выявил позитивные изменения в предпринимательских оценках сложившейся ситуации во II квартале по сравнению с I кварталом и благоприятный прогноз респондентов на краткосрочную перспективу. В частности, положительные значения балансов оценок изменения спроса и объема оказанных услуг, конкурентоспособности организаций и их экономического положения свидетельствовали об активизации предпринимательской активности по сравнению с предшествующим периодом. В III квартале 2012 г. ожидается выраженный рост всех основных показателей, характеризующих деловой климат в отрасли. Следует отметить, что такой оптимизм предпринимателей определяется сезонным фактором, так как пик активности организаций по оказанию некоторых видов услуг – таких как туристические, санаторно-курортные и гостиничные – приходится именно на III квартал каждого года. С учетом склонности руководителей сервисного сектора (как показывают результаты опросов руководителей организаций розничной торговли) излишне оптимистично оценивать экономические перспективы своих структур, можно предположить, что улучшение делового климата в сфере услуг в III квартале не будет носить кардинального характера.

К негативным результатам, выявленным проведенным обследованием, можно отнести повышение цен на услуги и увеличение затрат, причем в краткосрочной перспективе возможно ускорение темпов роста обоих показателей.

Таблица 2

Оценки основных показателей деятельности организаций сферы услуг

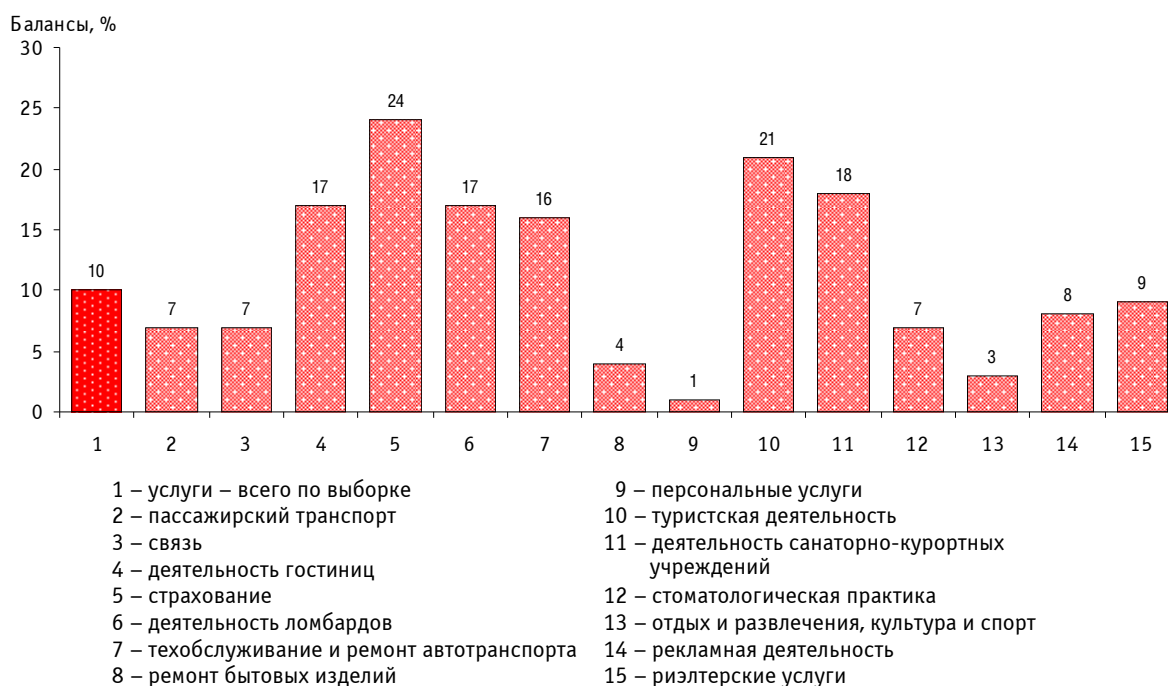
Балансы, %

	Уровень II квартала 2012 г.	Тенденции изменения	
		II квартал 2012 г. по сравнению с предыдущим кварталом	ожидания на III квартал 2012 г.
Спрос на услуги организаций	-20	2	19
Число заключенных договоров или обслуженных клиентов	-20	1	17
Объем оказанных услуг (в стоимостном выражении)	-22	2	21
Цены (тарифы) на услуги	-12	4	8
Затраты	10	11	15
Прибыль	-24	-2	14
Конкурентоспособность организаций	-5	2	8
Экономическая ситуация в организациях	12	9	23

³ Баланс – разность долей респондентов, отметивших «увеличение» и «уменьшение» показателя по сравнению с предыдущим периодом, а также разность долей респондентов, оценивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в обследуемом периоде.

Ожидаемое активное расширение спроса на услуги в III квартале текущего года внесло решающий вклад в значение результирующего индикатора делового климата в отрасли – индекса предпринимательской уверенности⁴; при этом остальные компоненты индекса – фактическое изменение спроса и экономической ситуации – также характеризовались положительными тенденциями. В результате в сфере услуг сложилось самое высокое значение указанного индекса среди всех секторов российской экономики, охваченных конъюнктурными обследованиями делового климата⁵ (+10%).

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в различных видах экономической деятельности сферы услуг во II квартале 2012 г.



Индекс предпринимательской уверенности характеризовался положительными величинами во всех представленных в обследовании видах экономической деятельности, однако значительный разброс его значений продемонстрировал тенденцию весьма неравномерного развития отдельных сегментов сферы сервиса.

Наиболее уверенно чувствовали себя на рынке организации, оказывающие финансовые услуги (в настоящем обследовании этот вид деятельности представляли страховые компании и ломбарды). Устойчивый рост спроса, обеспечивающий расширение масштабов бизнеса и стабильное экономическое положение, в совокупности обеспечили высокие значения индекса предпринимательской уверенности в этих секторах.

Благоприятный деловой климат, исходя из результатов обследования, сложился во II квартале 2012 г. также в «сезонных» видах услуг, всплеск деловой активности которых приходится на период летних отпусков. К ним, прежде всего, можно отнести деятельность туристических фирм, санаторно-курортных учреждений и гостиниц. Высокие значения индекса предпринимательской уверенности в этих сегментах сложились, главным образом, благодаря оптимистическим ожиданиям предпринимателей относительно спроса на оказываемые услуги в III квартале текущего года.

⁴ Индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок изменения спроса на услуги и экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале (в процентах).

⁵ Промышленность, строительство, оптовая и розничная торговля.

Деловой климат в сфере организации отдыха, развлечений, культуры и спорта, ремонта бытовых изделий и оказания персональных услуг можно назвать условно благоприятным, поскольку индексы предпринимательской уверенности лишь незначительно превысили нулевую отметку. Так как услуги, оказываемые указанными организациями, как правило, не относятся к числу «обязательных», спрос на них обладает достаточной эластичностью и проявляет повышенную чувствительность к доходам потребителей и их возможной коррекции при проведении населением своей бюджетной политики. Кроме того, интерес потребителей к ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования объективно падает, так как стоимость ремонта, часто сопоставимая со стоимостью покупки нового товара, становится экономически не выгодной. Однако следует отметить, что данный вид деятельности наиболее социально ориентированный, так как эти услуги в основном рассчитаны на малообеспеченные слои населения.

Спрос на услуги

Результаты обследования позволяют говорить об относительно благоприятной рыночной конъюнктуре в сфере услуг, поскольку, несмотря на выявленный дефицит спроса, наметилась тенденция его постепенного расширения.

Почти три четверти участников опроса считали **уровень спроса** на оказываемые услуги во II квартале 2012 г. «нормальным», при этом доля респондентов, указавших на уровень «ниже нормального» составила 23%.

Несмотря на преобладание позитивных оценок спроса, заметного повышения востребованности услуг по сравнению с предыдущим кварталом не наблюдалось. Незначительный положительный баланс оценок изменения показателя (+2%) сложился в основном за счет мнений предпринимателей, оказывающих финансовые услуги и занимающихся стоматологической практикой, среди которых наблюдался существенный перевес позитивных оценок динамики спроса.

Спросовые ограничения в наибольшей степени ощущали участники опроса, занимающиеся ремонтом бытовых изделий и предметов личного пользования – более трети из них констатировали низкий уровень востребованности предоставляемых услуг, и, по мнению каждого четвертого, имело место снижение спроса по сравнению с предыдущим кварталом. Возможно, это свидетельствует о перенасыщении рынка данного вида услуг и постепенном смещении потребительских приоритетов в сторону покупки новых бытовых товаров вместо ремонта старых.

Наиболее стабильная спросовая ситуация наблюдалась в стоматологической практике – более 90% респондентов зафиксировали достаточный или высокий уровень спроса, две трети отметили отсутствие изменений по сравнению с предыдущим периодом и не ожидают таковых в следующем квартале.

Рис. 2. Оценки изменения спроса на услуги



В краткосрочной перспективе, согласно результатам опроса, ожидается дальнейшее развитие тенденции увеличения спроса на услуги: баланс мнений респондентов относительно предполагаемого изменения показателя в III квартале текущего года составил 19%.

Позитивные оценки данного показателя преобладали над негативными практически во всех охваченных обследованием видах услуг. Наиболее оптимистичные прогнозы были получены от предпринимателей, занятых оказанием «сезонных» услуг – туристических, гостиничных и санаторно-курортных, а также от страховщиков: 40–45% респондентов в этих видах деятельности надеялись на улучшение рыночной конъюнктуры в ближайшем будущем.

Несмотря на радужные прогнозы, на момент проведения обследования **недостаточный спрос** на услуги находился в лидирующей тройке факторов, препятствующих эффективной деятельности организаций. Такого мнения придерживались более трети всех респондентов, в том числе 57% руководителей санаторно-курортных учреждений.

Рис. 3. Оценка лимитирующего фактора «недостаточный спрос на данный вид услуг» по видам экономической деятельности во II квартале 2012 г.

Доля организаций соответствующего вида деятельности от их общего числа, %



планируя ощутимый рост цен на свои услуги. Предстоящий бум продаж в период отпусков отразился и на оценках предпринимателей, представляющих туристический и гостиничный бизнес: более 40% из них заявили о предполагаемом росте объема оказываемых услуг по сравнению с текущим кварталом.

Цены (тарифы) на услуги

Согласно результатам обследования, большинство предпринимателей (82%) считали «нормальным» сложившийся во II квартале 2012 г. уровень **цен (тарифов) на услуги** и 14% респондентов признали его недостаточным.

Мнения респондентов относительно динамики показателя свидетельствуют о взвешенной стратегии ценообразования большинства руководителей обследованных организаций, обеспечивающей относительно стабильную ситуацию и сдержанную инфляцию. Так, более 80% участников опроса отметили неизменность тарифов на услуги во II квартале 2012 г. по сравнению с предыдущим периодом и ожидают их сохранения в III квартале. О фактическом и предполагаемом удорожании услуг сообщили соответственно 9 и 11% участников опроса.

Рис. 5. Оценки изменения цен (тарифов) на услуги



В разрезе обследованных видов экономической деятельности наиболее агрессивную ценовую политику проводили предприниматели, представляющие сезонно зависимые сегменты сервисной сферы (санаторно-курортные учреждения, гостиничный и туристический бизнес), что, в принципе, соответствует общепринятой практике удорожания такого рода услуг в летний период.

В остальных сегментах сферы услуг, где предприниматели не могли надеяться на сезонный всплеск активности, они предпочитали придерживаться стратегии завоевания рынка за счет привлечения потребителей при ограничении роста цен.

Единственный «подешевевший» вид услуг – ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования: баланс оценок фактического изменения цен на них по сравнению с предыдущим кварталом имел отрицательное значение, а баланс ожидаемого изменения цен был равен нулю. Как уже упоминалось, снижать расценки в надежде сохранить клиентов вынуждала предпринимателей низкая востребованность оказываемых услуг.

Финансово-экономическое положение организаций. Конкурентоспособность. Инвестиции

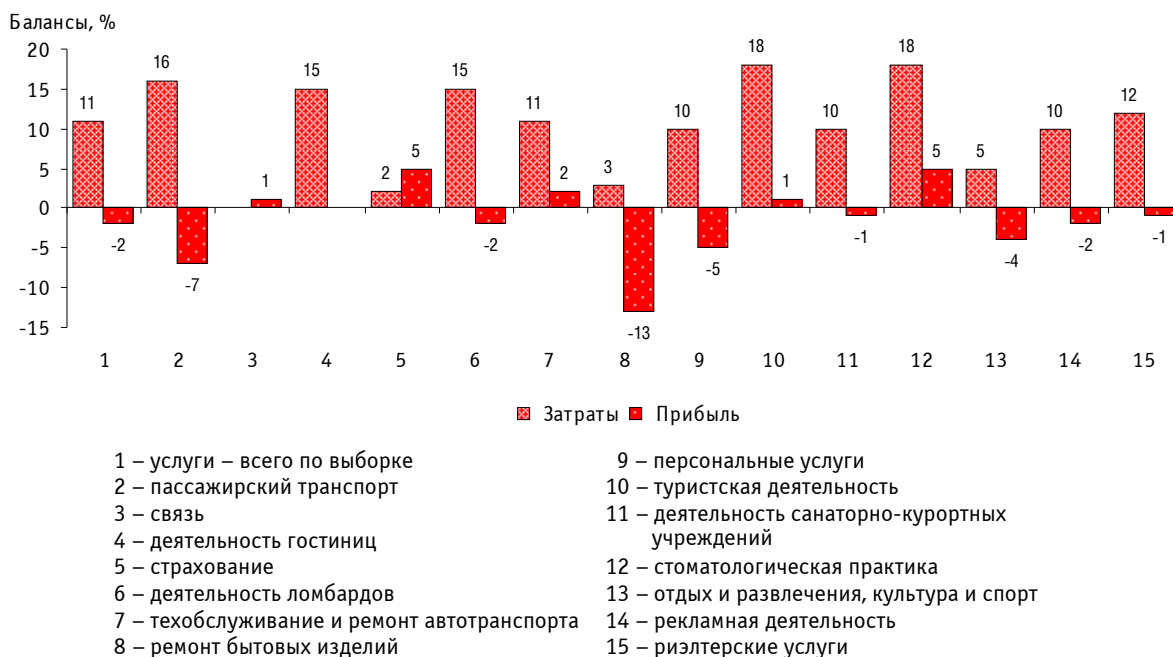
Несмотря на относительно благоприятную деловую конъюнктуру на рынке услуг, финансовые показатели деятельности организаций нельзя назвать позитивными.

Низкий уровень достаточности собственных финансовых средств, сопровождавший деятельность значительного числа сервисных организаций всех видов экономической деятельности, служил серьезным барьером на пути их развития. На его негативное воздействие указали почти 40% всех участников опроса; при этом наиболее сильное влияние на деятельность своих организаций ощущали руководители предприятий пассажирского транспорта. Наряду с высоким уровнем налогообложения этот фактор находился на верхней позиции рейтинга лимитирующих деятельность факторов.

Ощутимый рост **затрат** в анализируемом квартале по сравнению с предыдущим периодом сопровождался снижением полученной **прибыли**: балансы оценок изменения соответствующих показателей по сфере услуг в целом составили соответственно +11 и -2%.

Незначительное увеличение прибыли, исходя из мнений предпринимателей, наблюдалось в страховании, стоматологической практике, техническом обслуживании и ремонте автотранспорта, организациях связи и туристических фирмах; при этом в страховых фирмах рост прибыли опережал рост затрат.

Рис. 6. Оценки изменения затрат и прибыли во II квартале 2012 г.



Основанием для сдержанного оптимизма при анализе финансового потенциала сервисных организаций может служить наметившаяся перспектива увеличения прибыли в III квартале текущего года: число респондентов, заявивших о вероятном росте показателя, в два раза превысило число тех, кто придерживался противоположного мнения (соответственно 25 и 11%).

Положительные балансы оценок ожидаемого изменения прибыли сложились во всех обследованных видах деятельности, кроме организации отдыха и развлечения, культуры и спорта. Наиболее существенный рост показателя предполагается в тех видах услуг, где масштабы деятельности и цены достигают пика в летний период: балансы мнений руководителей санаторно-курортных учреждений, туристических фирм и гостиниц составили соответственно +37, +35 и +27%. Опережающие темпы роста прибыли по сравнению с динамикой затрат, согласно результатам обследования, сохранятся в страховых компаниях.

Несмотря на определенные производственные и финансовые трудности, большинство предпринимателей в целом позитивно воспринимали создавшуюся ситуацию: 9 из 10 участвовавших в опросе руководителей были удовлетворены **экономическим положением** своих организаций во II квартале 2012 г., при этом 64% из них охарактеризовали его как «удовлетворительное», а 24% – как «благоприятное». Наибольшее количество позитивных мнений было получено от страховщиков (40%), негативных – от руководителей транспортных фирм (26%).

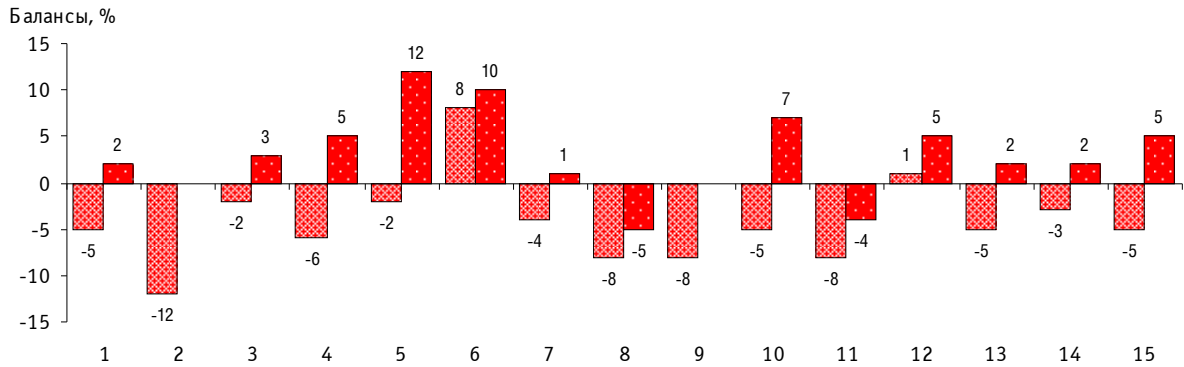
Рис. 7. Оценка экономической ситуации в организациях сферы услуг по видам экономической деятельности во II квартале 2012 г.
Доля организаций соответствующего вида деятельности от их общего числа, %



По сравнению с предыдущим периодом было выявлено некоторое улучшение экономической ситуации в организациях сферы услуг; прогнозы на III квартал также достаточно оптимистичны (балансы оценок фактического и ожидаемого изменения экономического положения в целом по выборке составили +9 и +23% соответственно).

Результаты обследования показали, что большинство руководителей (76%) считают «нормальным» уровень **конкурентоспособности** своих организаций, однако доля респондентов, определивших его уровень как «ниже нормального» превышал долю тех, что считал его «выше нормального» (баланс соответствующих оценок составил –5%). По сравнению с предыдущим кварталом конкурентный потенциал обследованных организаций не претерпел значительных изменений.

Рис. 8. Оценки уровня и изменения конкурентоспособности организаций во II квартале 2012 г.



■ Уровень II квартала 2012 г. ■ II квартал 2012 г. по сравнению с предыдущим кварталом

- | | |
|---|--|
| 1 – услуги – всего по выборке | 9 – персональные услуги |
| 2 – пассажирский транспорт | 10 – туристская деятельность |
| 3 – связь | 11 – деятельность санаторно-курортных учреждений |
| 4 – деятельность гостиниц | 12 – стоматологическая практика |
| 5 – страхование | 13 – отдых и развлечения, культура и спорт |
| 6 – деятельность ломбардов | 14 – рекламная деятельность |
| 7 – техобслуживание и ремонт автотранспорта | 15 – риэлтерские услуги |
| 8 – ремонт бытовых изделий | |

Результаты обследования отразили также слабую **инвестиционную активность** организаций сферы услуг. Исходя из мнений респондентов, в большинстве обследованных организаций (61%) капиталовложения во II квартале 2012 г. отсутствовали, 11% определили их уровень как «ниже нормального» и только 28% были удовлетворены сложившимся объемом инвестиций. Лишь 6% предпринимателей отметили рост показателя в исследуемом квартале по сравнению с предыдущим и 8% планировали увеличение объема финансовых вложений в ближайшей перспективе.

Рис. 9. Оценка доли организаций, осуществлявших инвестиции во II квартале 2012 г.

Доля организаций соответствующего вида деятельности от их общего числа, %



Оценки интенсивности инвестиционной деятельности в различных видах услуг, охваченных обследованием, четко коррелируют с оценками динамики прибыли. Максимальная доля инвестиционно активных организаций была выявлена в тех сегментах, где сложились положительные балансы оценок изменения прибыли (страхование, связь, стоматологическая практика).

Факторы, отрицательно влияющие на деятельность организаций

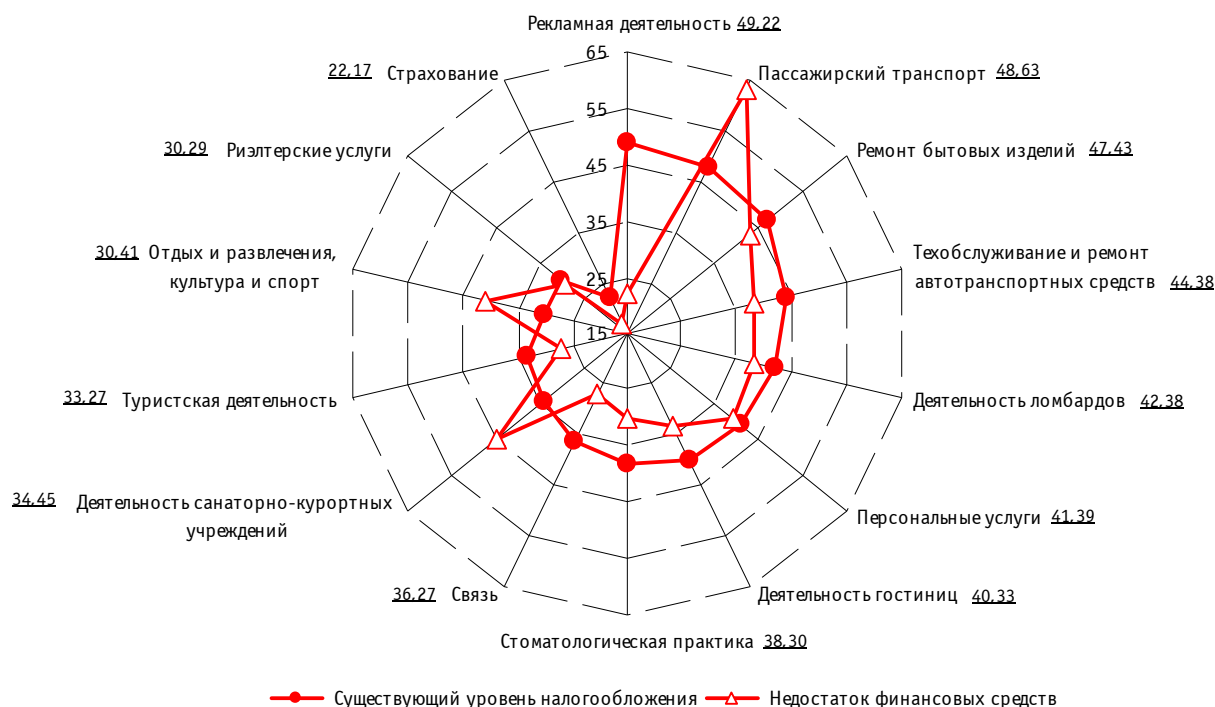
Сравнительный анализ факторов, негативно влияющих на состояние делового климата в сфере услуг, выявил очевидное доминирование комплекса финансовых проблем. Рейтинг возглавили уже традиционный для всех обследуемых секторов экономики с момента повышения ставки ЕСН фактор «**существующий уровень налогообложения**», а также «**недостаток финансовых средств**», на каждый из которых ссылались почти по 40% всех участников опроса. Третьей ощутимой преградой на пути развития бизнеса, по мнению трети респондентов, был **недостаточный спрос на оказываемые услуги**.

Рис. 10. Оценки факторов, отрицательно влияющих на деятельность организаций
Доля организаций от их общего числа, %



Блок финансовых проблем лидировал среди ограничений деятельности организаций в подавляющем большинстве обследованных видов деятельности. При этом давление налогового пресса в качестве основной болевой точки отметили более 45% предпринимателей, занятых в оказании услуг пассажирского транспорта, ремонта бытовых изделий и рекламе. Недостаток финансовых средств являлся ключевой проблемой в деятельности организаций пассажирского транспорта (такого мнения придерживались более 60% руководителей транспортных фирм) и санаторно-курортных учреждений (45%).

Рис. 11. Оценки наиболее значимых факторов, ограничивающих деятельность организаций, по видам деятельности во II квартале 2012 г.
Доля организаций соответствующего вида деятельности от их общего числа, %



Дефицит спроса являлся следствием недостаточно активного роста реальных располагаемых доходов населения в первой половине 2012 г. и скромной экономической активности домашних хозяйств. Как и следовало ожидать, максимальную интенсивность его воздействия ощутили предприниматели, оказывающие «необязательные услуги», спрос на которые обладает достаточной эластичностью к доходам населения, в частности, услуги санаторно-курортных учреждений (57%), гостиниц (45%), туристические услуги (41%). Спросовые ограничения не были столь критичны для предприятий пассажирского транспорта и связи, которыми население вынуждено пользоваться независимо от динамики доходов, а также для стоматологической практики, технического обслуживания и ремонта транспортных средств, деятельности ломбардов.

Степень влияния других ограничений на сферу услуг в целом не столь велика, однако на функционирование организаций отдельных видов деятельности некоторые из них имеют значительное негативное воздействие.

Более четверти всех участников опроса считали, что деятельность их организаций существенно осложняла **большая отчетная нагрузка**. При этом складывается впечатление, что такого мнения придерживались в основном руководители организаций, в которых сложилась достаточно благоприятная финансовая и спросовая ситуация. Так, этот фактор лидировал в сегменте страхования, где на него указала половина респондентов; в оказании услуг связи и стоматологической практике он занимал второе место (соответственно 34 и 31%).

К **недобросовестной конкуренции** со стороны других организаций оказались наиболее чувствительны страховые компании и организации пассажирского транспорта (35 и 34%); к **недостатку квалифицированного персонала** – организации по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств (26%) и стоматологи (24%); к **высокой арендной плате** – ломбарды и туристические фирмы (31 и 22%). На негативное влияние **высокого процента коммерческого кредита** чаще других ссылались предприниматели, оказывающие риэлтерские услуги (23%); на **недостаток помещений** – стоматологи (19%); на **недостаточность нормативно-правовой базы** – руководители ломбардов (21%).

Коррупция органов власти, согласно результатам опроса, крайне редко существенно осложняла деятельность организаций сферы услуг, эту проблему упомянули не более 6% предпринимателей, оказывающих различные виды услуг. Видимо, коррупционный налог на бизнес воспринимается предпринимателями как неизбежность, и он полностью включен в дополнительную стоимость оказываемых услуг.

Деловой климат в сфере услуг Москвы

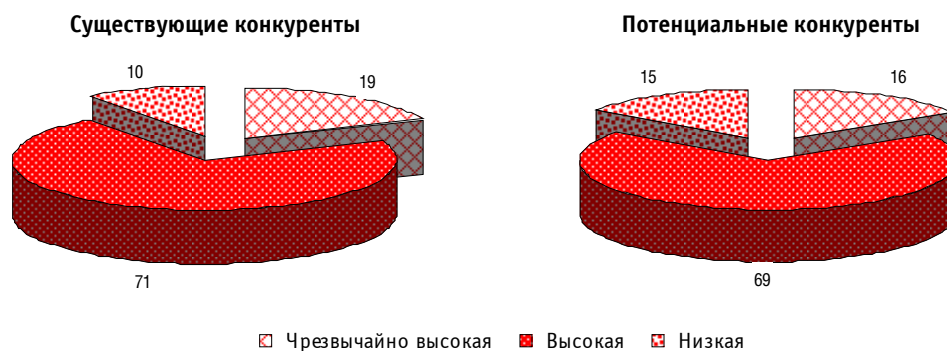
Наряду с анализом состояния делового климата в сервисной сфере по России в целом, в настоящем обзоре представлены некоторые результаты проведенного по заказу НИУ ВШЭ обследования основных тенденций развития данного сегмента экономики города Москвы⁶.

На конъюнктуру московского рынка услуг наложили отпечаток специфические условия ведения бизнеса в крупнейшем мегаполисе, деловом и культурном центре мирового масштаба, аккумулировавшем значительные финансовые, трудовые, интеллектуальные ресурсы. Многомиллионное население столицы и постоянный поток туристов обеспечивают спрос на самый широкий спектр услуг, доступных при различном уровне благосостояния, а высокодоходные группы населения – стабильную востребованность услуг премиум-сегмента. Уровень жизни москвичей даже после резкого падения реальных денежных доходов в период кризиса и перманентного их снижения на протяжении 2011 г. и начала 2012 г. значительно превышал средний показатель по России.

Такие многообещающие условия постоянно привлекают на столичный рынок услуг новых игроков. В результате формируется развитая конкурентная среда с высокой степенью концентрации рынка и перенасыщением некоторых его сегментов. Так, **степень концентрации конкурентов** на столичном рынке услуг была оценена большинством участвовавших в опросе предпринимателей как «чрезвычайно высокая» и «высокая».

Рис. 12. Оценка степени концентрации конкурентов в сфере услуг Москвы

Доля организаций от их общего числа, %



Максимальная степень концентрации конкурентов, как показали результаты обследования, наблюдалась в сегментах пассажирского транспорта, туристических и персональных услуг: «чрезвычайно высокой» ее считали более четверти руководителей организаций, оказывающих эти виды услуг, «низкой» – не более 5%. В то же время некоторые сегменты столичного рынка сервиса еще недостаточно заполнены. В первую очередь, это касается гостиничного бизнеса и услуг связи (низкую концентрацию конкурентов отметили соответственно 19 и 16% респондентов).

В процессе проведения обследования были обобщены и проанализированы мнения респондентов относительно **взаимодействия властных структур и бизнес-сообщества**. Очевидно, что продуктивное содействие в преодолении последствий кризиса, поддержка пред-

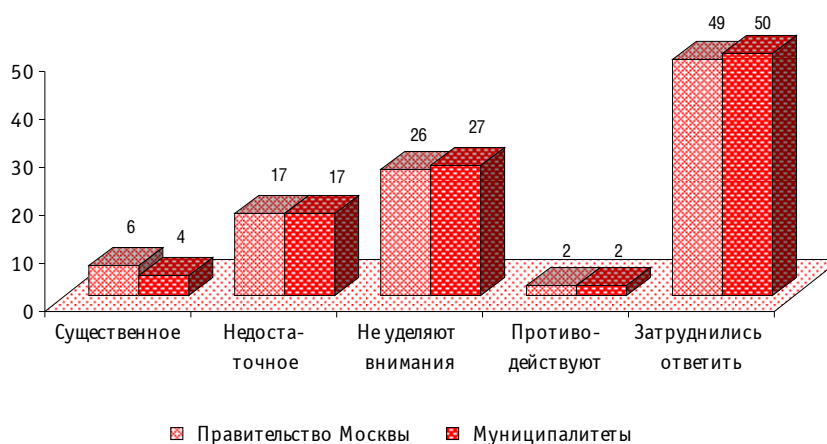
⁶ В выборочную совокупность обследования были включены более 600 организаций Москвы, оказывающих услуги.

принимательских инициатив, помощь новым фирмам и малому бизнесу (в виде предоставления субсидий, кредитов, государственных заказов и др.) могли бы значительно улучшить доступность и качество оказываемых услуг. Однако лишь крайне незначительное число участников опроса считали, что правительство Москвы и муниципалитеты уделяют существенное внимание созданию благоприятной предпринимательской среды в сфере услуг столицы, а некоторые предприниматели (2%) расценили действия властей как противодействие бизнесу.

Показательно, что половина участников опроса вообще не смогла определить свое отношение к этому вопросу, что, по сути дела, можно считать негативной оценкой деятельности властных структур, поскольку, по мнению предпринимателей, она не дала результатов.

Рис. 13. Оценка степени внимания московских органов власти созданию благоприятных условий для функционирования предпринимательской среды в сфере услуг

Доля организаций от их общего числа, %



Только 5% обследованных организаций сферы услуг принимали участие в каких-либо **программах поддержки предпринимательства**, реализуемых московскими властями.

Финансовую или организационную поддержку от различных уровней власти в течение последних двух лет получил каждый десятый предприниматель. В то же время практику оказания организационного содействия правительству Москвы и муниципалитетам в социальном развитии города отметили соответственно 13 и 18% респондентов.

Наиболее эффективным было сотрудничество властных структур с организациями, предоставляющими услуги в сфере отдыха, развлечений, культуры и спорта – кроме организационной поддержки правительства Москвы и муниципалитетов, имела место также и финансовая помощь. Заметную организационную помощь городских властей и, в меньшей степени, муниципалитетов получали предприятия пассажирского транспорта. Организации некоторых видов деятельности оказывали **помощь московским властям** чаще, нежели сами ее получали, к ним можно отнести организации, предоставляющие услуги в сфере отдыха, развлечений, культуры и спорта, гостиницы и предприятия пассажирского транспорта.

Таким образом, результаты обследования позволяют говорить о том, что обоюдовыгодное сотрудничество организаций сферы услуг и столичных властей различного уровня вполне возможно, но, с точки зрения предпринимателей, требуется активизация этого процесса со стороны правительства Москвы и муниципалитетов.

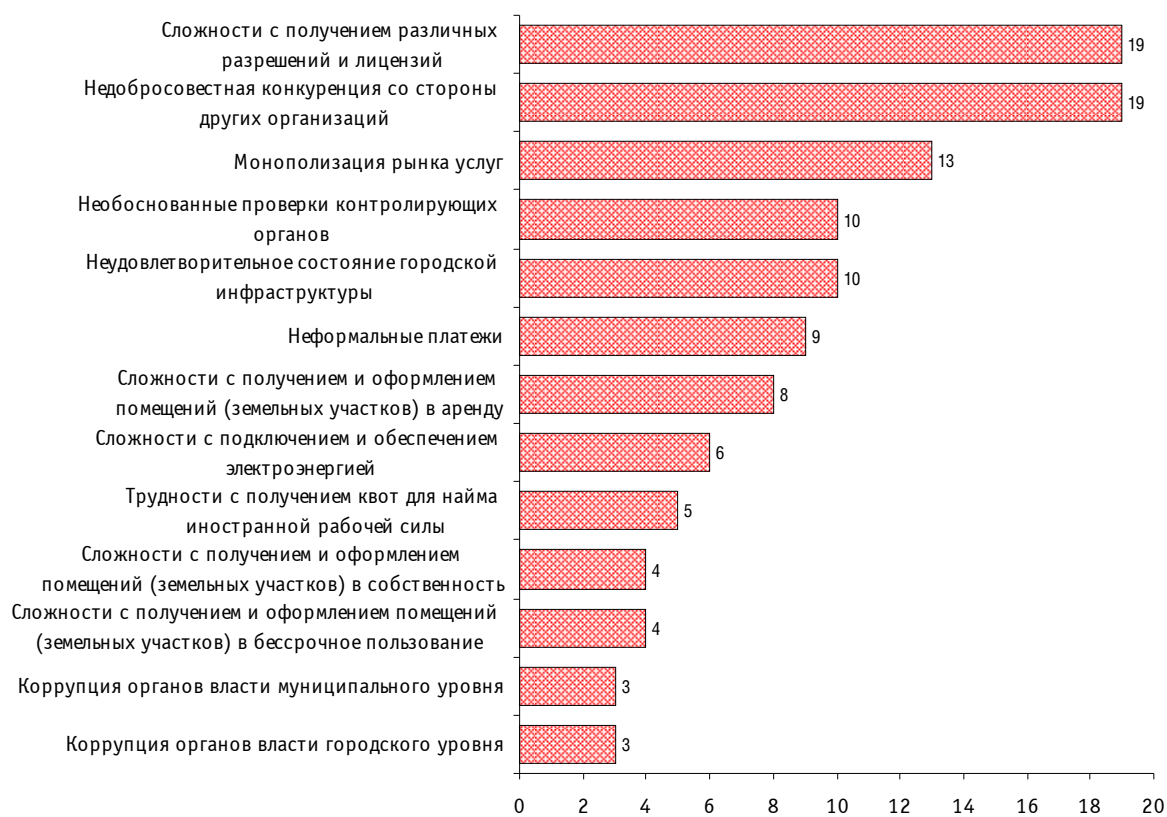
Анализ проблем, которые, по мнению московских предпринимателей, ограничивали развитие организаций сферы услуг, прежде всего, подтвердил ключевую роль налоговой политики в формировании делового климата. Существующий уровень налогообложения лидировал в рейтинге ограничений деятельности организаций почти всех обследованных видов экономической деятельности сферы услуг. Следующей по значимости проблемой являлась высокая стоимость аренды помещений (на нее указали более 40% московских предпринима-

телей). Очевидно, сложившийся в столице уровень арендных ставок, слишком высокий даже по мировым стандартам, служил серьезным барьером для функционирования сервисных компаний. Ощутимыми препятствиями в развитии бизнеса являлись также недостаток финансовых средств, высокая стоимость рекламы и недостаточный платежеспособный спрос – эти факторы отметили около трети всех участников опроса.

Особый интерес представляют **негативные аспекты деятельности столичных сервисных организаций, связанные с взаимоотношениями властных и предпринимательских структур** в процессе создания благоприятной конкурентной среды, урегулирования возникающих вопросов и прохождения различных процедур. Несмотря на то, что эти проблемы в большинстве случаев достаточно успешно решаются и деструктивное воздействие каждой из них в отдельности не слишком значительно, их совокупное давление на бизнес может быть весьма ощутимым.

В блоке указанных негативных факторов наиболее болезненной проблемой респонденты считали **сложность получения различных разрешений и лицензий**, на нее указал каждый пятый участник опроса.

Рис. 14. Оценки лимитирующих факторов, связанных с взаимодействием властных и предпринимательских структур Москвы
Доля организаций от их общего числа, %



Недобросовестная конкуренция со стороны других организаций в форме злоупотребления доминирующим положением, использования личных связей и других проявлений осложняла деятельность 19% всех обследованных организаций. Негативное влияние **монополизации рынка**, снижающей накал конкуренции и ограничивающей рост эффективности и качества услуг, ощущали 13% всех респондентов.

Озабоченность 10% московских предпринимателей вызывали **необоснованные проверки со стороны контролирующих органов**. В резко негативном отношении к проведению налоговых проверок важную роль сыграли, вероятно, не только обременительность визитов налоговых инспекторов, нарушающих нормальный ритм работы проверяемых организаций,

но и возникновение проблем, связанных с применением предпринимателями различных схем налоговой оптимизации. Часть респондентов считали, что нормальной жизнедеятельности организаций мешали проверки государственного пожарного надзора, что можно объяснить трудностью скрупулезного выполнения всех требований технического регламента о требованиях пожарной безопасности. Проверки, осуществляемые местной администрацией, комитетом по защите прав потребителей, правоохранительными органами, Роспотребнадзором и Ростехнадзором, редко вызывали протест предпринимателей.

На практику **неформальных платежей**, сложные процедуры оформления помещений и земельных участков в аренду, а также трудности с подключением и обеспечением электроэнергией обратили внимание 8-10% всех участников опроса.

Очень редко проблемы создавали процедуры оформления помещений или земельных участков в собственность или бессрочное пользование, трудности с обеспечением теплоносителями, газом, телефонией и Интернетом, получение квот для найма иностранной рабочей силы и таможенные процедуры (их отметили от 1 до 5% респондентов).

Коррупционная составляющая, исходя из мнений респондентов, не представляла серьезной угрозы для бизнеса в сфере услуг – о коррумпированности городских и муниципальных органов власти сообщили только по 3% участников опроса.

Обращаться в **судебную инстанцию** для решения проблем ведения бизнеса приходилось каждому пятому предпринимателю. Среди тех, кто участвовал в подобных процессах, 48% были удовлетворены действующими в этой сфере процедурами и порядками, а 52% придерживались противоположного мнения.

В целом, несмотря на жесткие условия конкуренции, перенасыщение некоторых сегментов рынка Москва как деловой и культурный центр России, весьма привлекательна для предпринимателей. Высокий по сравнению с большинством других регионов страны уровень благосостояния населения, определенные жизненные стандарты, подразумевающие интенсивное потребление разнообразных услуг, создают **благоприятные условия как для основания нового бизнеса, так и для его дальнейшего развития** – такого мнения придерживались почти 90% участников опроса. Для успешной реализации потенциала роста сферы услуг очень важна продуктивная поддержка предпринимателей со стороны властных структур города. Снятие излишнего административного давления, обеспечение здоровой рыночной конкуренции, стимулирование эффективных инвестиций и инноваций позволят через активное развитие сервиса создать благоприятную городскую среду и повысить уровень комфорта жизни всех жителей мегаполиса.

Исходя из мнений респондентов, несмотря на ряд негативных моментов, выявленных обследованием, сфера услуг в настоящее время находится на восходящем тренде. Правда, вызывает некоторую настороженность отмеченная тенденция к росту как фактических, так и ожидаемых цен на услуги, предоставляемые населению сервисным сектором, а также последние события на российском валютном рынке и нестабильность общего конъюнктурного фона в реальном секторе экономики страны.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Таблица 1

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	3	72	23	22	56	20	29	60	10
Пассажирский транспорт	2	68	27	19	62	17	28	64	8
Связь	5	77	17	21	62	17	23	65	13
Деятельность гостиниц	3	66	27	29	46	23	43	48	9
Страхование	6	79	15	30	52	18	42	55	3
Деятельность ломбардов	6	71	23	23	63	12	19	79	2
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	3	76	19	23	57	18	35	59	6
Ремонт бытовых изделий	1	62	36	14	60	25	20	65	15
Персональные услуги	3	69	27	19	56	24	18	67	14
Туристская деятельность	3	71	24	27	50	22	45	51	4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	3	63	31	29	39	29	52	40	8
Стоматологическая практика	4	87	8	20	69	10	16	67	16
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	3	76	19	18	59	21	19	63	18
Рекламная деятельность	1	74	23	23	50	25	28	62	11
Риэлтерские услуги	2	73	20	18	61	16	17	76	6

Число заключенных договоров или обслуженных клиентов
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	2	70	22	20	56	19	27	64	10
Пассажирский транспорт	1	68	23	13	68	13	21	74	6
Связь	4	75	18	20	60	18	24	64	13
Деятельность гостиниц	2	69	23	27	49	19	39	53	8
Страхование	7	78	13	33	39	25	50	45	5
Деятельность ломбардов	6	72	18	26	61	10	17	79	4
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	3	74	20	22	58	18	34	62	5
Ремонт бытовых изделий	2	56	35	11	57	25	18	69	13
Персональные услуги	2	64	26	17	53	24	16	70	14
Туристская деятельность	3	70	24	28	49	21	43	53	4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	2	61	33	26	39	31	47	45	8
Стоматологическая практика	2	88	9	18	70	11	17	68	15
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	3	74	18	18	58	19	18	65	17
Рекламная деятельность	1	73	22	22	53	22	29	61	10
Риэлтерские услуги	1	73	20	18	60	18	17	75	8

Объем оказанных услуг (в стоимостном выражении)
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	3	69	25	25	51	23	32	57	11
Пассажирский транспорт	2	61	35	21	55	22	33	58	10
Связь	5	77	18	24	54	22	25	61	14
Деятельность гостиниц	3	66	26	31	42	25	45	46	9
Страхование	9	75	13	32	42	24	48	46	6
Деятельность ломбардов	5	74	18	27	56	16	21	73	6
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	3	74	21	26	52	20	38	57	5
Ремонт бытовых изделий	2	61	37	17	59	24	21	64	15
Персональные услуги	4	66	28	23	49	27	21	63	17
Туристская деятельность	3	70	24	28	49	22	43	53	4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	3	62	33	31	37	30	56	37	8
Стоматологическая практика	3	86	10	25	60	14	22	62	16
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	4	74	20	19	56	22	20	62	18
Рекламная деятельность	1	72	24	25	46	27	33	56	11
Риэлтерские услуги	1	77	16	22	55	19	18	75	7

Таблица 4

Цены (тарифы) на услуги
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	2	82	14	9	83	5	11	86	3
Пассажирский транспорт	1	59	37	7	87	4	12	87	2
Связь	3	85	10	10	80	9	7	86	6
Деятельность гостиниц	2	86	8	13	78	5	16	81	3
Страхование	2	89	4	6	89	1	8	90	2
Деятельность ломбардов	3	89	6	9	84	3	7	92	1
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	1	90	5	7	87	4	9	90	1
Ремонт бытовых изделий	1	86	11	3	89	6	5	91	5
Персональные услуги	1	82	14	9	85	5	8	89	3
Туристская деятельность	4	87	7	15	76	8	21	78	1
Деятельность санаторно-курортных учреждений	2	78	19	19	67	12	31	67	2
Стоматологическая практика	2	93	5	7	91	1	7	91	2
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	1	89	7	9	84	4	6	89	5
Рекламная деятельность	1	86	12	11	79	7	8	89	3
Риэлтерские услуги	0	86	10	10	82	5	8	91	1

Затраты

Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	16	75	6	22	64	11	23	70	8
Пассажирский транспорт	33	56	9	27	60	11	27	67	6
Связь	10	80	8	18	64	18	18	75	8
Деятельность гостиниц	13	78	7	28	56	13	32	62	7
Страхование	6	90	4	17	67	15	22	71	7
Деятельность ломбардов	12	79	8	23	67	8	18	81	1
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	13	81	3	22	65	11	20	73	7
Ремонт бытовых изделий	18	74	7	15	73	12	18	75	7
Персональные услуги	18	73	8	22	64	12	20	70	10
Туристская деятельность	14	78	5	25	66	7	31	66	3
Деятельность санаторно-курортных учреждений	17	72	8	28	52	18	42	49	9
Стоматологическая практика	17	80	2	21	75	3	15	77	8
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	9	82	4	16	70	11	15	75	11
Рекламная деятельность	9	81	7	19	69	9	15	78	7
Риэлтерские услуги	9	78	5	19	67	7	16	79	5

Прибыль
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	2	56	26	17	52	19	25	65	11
Пассажирский транспорт	1	33	35	11	49	18	20	70	11
Связь	3	66	21	20	57	19	22	66	12
Деятельность гостиниц	2	55	27	21	47	21	37	54	10
Страхование	4	77	13	23	52	18	39	57	4
Деятельность ломбардов	4	69	23	16	63	18	22	71	7
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	2	66	24	22	53	20	31	62	6
Ремонт бытовых изделий	1	49	34	9	61	22	16	69	15
Персональные услуги	2	52	30	17	50	22	17	68	15
Туристская деятельность	3	64	27	23	52	22	39	57	4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	1	47	27	21	41	22	45	48	8
Стоматологическая практика	2	75	19	16	70	11	13	73	14
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	2	61	19	15	54	19	15	69	16
Рекламная деятельность	1	63	25	20	50	22	27	65	8
Риэлтерские услуги	2	68	20	16	61	17	17	77	7

Конкурентоспособность организаций
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	выше нормального	нормальный	ниже нормального	увеличение	без изменения	уменьшение	увеличение	без изменения	уменьшение
Сфера услуг – всего	6	76	11	7	82	5	11	86	3
Пассажирский транспорт	6	67	18	5	83	5	9	88	3
Связь	7	78	9	8	83	5	12	83	5
Деятельность гостиниц	5	77	11	9	81	4	15	83	2
Страхование	5	88	7	16	79	4	23	76	1
Деятельность ломбардов	12	78	4	12	81	2	15	84	1
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	6	81	10	6	86	5	14	85	1
Ремонт бытовых изделий	9	71	17	4	85	9	9	86	6
Персональные услуги	6	73	14	7	82	7	7	88	5
Туристская деятельность	5	82	10	13	78	6	17	82	1
Деятельность санаторно-курортных учреждений	5	75	13	7	77	11	18	78	4
Стоматологическая практика	5	88	4	7	89	2	9	89	2
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	4	75	9	6	80	4	7	88	5
Рекламная деятельность	7	80	10	8	82	6	11	86	3
Риэлтерские услуги	4	76	9	10	76	5	9	86	5

Экономическая ситуация
Доля от числа обследованных организаций, %

	Уровень II квартала 2012 г.			Во II квартале по сравнению с I кварталом 2012 г.			Ожидания III квартала 2012 г.		
	благоприятная	удовлетворительная	неблагоприятная	улучшение	без изменения	ухудшение	улучшение	без изменения	ухудшение
Сфера услуг – всего	24	65	12	22	65	13	31	61	8
Пассажирский транспорт	11	63	26	16	69	15	25	66	9
Связь	33	60	7	20	68	12	26	65	9
Деятельность гостиниц	23	67	11	25	60	15	40	53	7
Страхование	40	57	3	29	64	7	35	64	1
Деятельность ломбардов	30	63	7	27	69	4	29	71	
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств	27	64	9	27	62	12	36	60	5
Ремонт бытовых изделий	13	68	19	10	70	20	24	66	10
Персональные услуги	16	72	12	18	67	15	20	66	14
Туристская деятельность	26	64	10	28	61	12	46	51	4
Деятельность санаторно-курортных учреждений	17	68	15	28	53	19	52	42	6
Стоматологическая практика	33	65	2	19	75	6	21	69	10
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	33	60	8	22	64	13	28	61	12
Рекламная деятельность	27	64	9	25	60	15	30	62	7
Риэлтерские услуги	27	64	9	23	68	10	21	73	5