

УДК 31.330.1

**Н. Е. Кубина, Н. Ю. Лукьянова, Л. Ю. Щербинина**

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД  
К ОЦЕНКЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ  
В ТОРГОВЛЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

30

*Обоснована актуальность разработки методики оценки деловой активности в сфере розничной торговли Калининградской области. Предложен методологический подход к оценке деловой активности в региональной сфере обращения, включающий в себя расчет объема выборки, выбор показателей, характеризующих деловую активность предприятий розничной торговли с учетом специфики Калининградской области, методику расчета регионального индекса деловой активности в торговле. Проанализированы показатели деловой активности в розничной торговле в регионе за 2016 год.*

*The article suggests a new methodological approach to assessing business activity in retail trade in the Kaliningrad region. The authors present a methodology for calculating the regional index of business activity in retail trade, taking into account the specificity of the Kaliningrad region. Indicators of retail business activity in the region in 2016 are analyzed.*

**Ключевые слова:** системный подход, бизнес-среда, индекс, деловая активность в розничной торговле.

**Key words:** system approach, business environment, index, business activity in trade.

Специфика Калининградской области, заключающаяся в оторванности региона от основной территории страны, с одной стороны, оказывает существенное влияние на развитие секторов региональной экономики, с другой — определяет особенности формирования и функционирования региональной бизнес-среды.

Для устойчивого функционирования в условиях эксклавности бизнесу требуется достоверная, непротиворечивая, оперативная и полная информация о текущей экономической ситуации, деловой активности, потребительских настроениях, а также о максимально точных трендах их развития. Сегодня информация, предоставляемая официальной статистикой, отвечает данным требованиям бизнес-среды лишь частично. Рассмотрим в качестве примера сферу обращения.

Данные официальной статистики в секторе розничной торговли (табл. 1), дающие возможность судить о динамике основных показателей, предоставляются со значительным опозданием, что не позволяет



делать высокоточные, а главное, востребованные прогнозы. Да и хорошего ретроспективного анализа, который можно провести, например, по данным таблицы 1, явно недостаточно.

Таблица 1

**Динамика показателей сферы обращения  
Калининградской области (КО) [3]**

Год	Оборот розничной торговли, млн руб.	В % к предыдущему году в сопоставимых ценах		Оборот розничной торговли на душу населения в КО, руб.
		КО	РФ	
2000	13006,6	102,2	109,0	13575
2001	16746,3	107,9	111,0	17508
2002	19655,5	104,3	109,3	20586
2003	23064,7	107,7	108,8	24253
2004	28821,5	115,1	113,3	30499
2005	36531,2	114,2	112,8	38890
2006	44554,5	112,7	114,1	47629
2007	57660	118,9	116,1	61681
2008	76298,8	115,1	113,7	81520
2009	85951,3	101,5	94,9	91669
2010	90573,2	101	106,5	96331
2011	100894,9	103	107,1	106845
2012	109321,2	104,8	106,3	114980
2013	118058,9	101,4	103,9	123113
2014	131986,7	102,4	102,7	136627
2015	141958,6	91,3	90,0	145944
2016	148699,2	104,7	...	...

Сегодня как никогда бизнес-сообщество остро нуждается в инструменте, позволяющем оперативно и на регулярной основе диагностировать деловой климат, чтобы снизить риски ведения бизнеса.

В этой связи нами была предложена система мониторинга бизнес-среды региона, включающая оценки состояния конкурентной среды, деловой активности и потребительских настроений [1; 2]. В настоящей статье авторы представляют первые результаты формирования методологического подхода и методики оценки состояния и мониторинга деловой активности на примере сферы обращения в Калининградской области.

За основу нами был принят индексный подход к оценке деловой активности. В зарубежной практике используется достаточно широкий спектр соответствующих индексов; при этом наибольшую популярность получили индексы PMI (индексы ожиданий менеджеров по закупкам), рассчитываемые американской ассоциацией *ISM*. Данные индексы являются одними из основных экономических индикаторов месяца. Ежемесячный период их расчетов, а также высокое доверие к экспертному сообществу сделали индексы PMI оперативными и высокоточными опережающими индикаторами делового цикла, зарекомендовавшими себя в качестве надежного инструмента прогнозирования по-



воротных моментов экономических циклов. Индекс ожиданий менеджеров по закупкам пользуется таким высоким доверием в бизнес-среде, что в течение нескольких лет собственные индексы PMI появились в десятках стран мира. Отметим, что большинство из них в своей основе повторяет алгоритм американского индекса. Рассмотрим его более подробно.

Методика построения индексов деловой активности PMI базируется на расчете диффузных статистических индексов. Алгоритм расчета PMI включает следующую последовательность действий:

– определяется значимость (вес) каждого фактора  $a_i$ , включенного в индекс, а также вес каждой группы факторов  $b_j$  согласно оценкам, которые поставили респонденты;

– рассчитывается диффузный индекс  $D_i$  по каждому из факторов  $i$  по формуле:

$$D_i = (\% \text{ позитивных ответов}) + 0,5 (\% \text{ нейтральных ответов}), \quad (1)$$

где  $D_1$  – новые заказы,  $D_2$  – занятость,  $D_3$  – закупочные цены (цены на сырье и издержки),  $D_4$  – складские запасы,  $D_5$  – сроки поставок продукции,  $D_6$  – производство;

– рассчитывается групповой индекс по каждой группе факторов  $I_{ji}$  как сумма диффузных индексов, взвешенных на вес каждого фактора по формуле:

$$I_{ji} = \sum a_i D_i, \quad (2)$$

где  $D_i$  – диффузный индекс по  $i$ -му фактору;  $a_i$  – коэффициент весомости диффузного индекса по  $i$ -му фактору;

– определяется индекс деловой активности PMI как сумма индексов групп факторов  $I_{ji}$ , взвешенных на вес каждой группы  $b_j$  по формуле:

$$PMI = \sum b_j I_{ji}, \quad (3)$$

где  $I_{ji}$  – индекс  $j$ -й группы факторов;  $b_j$  – коэффициент весомости индекса  $j$ -й группы факторов.

При интерпретации индексов PMI принято выделять критические уровни: циклический максимум и циклический минимум, 50%-ный и 44%-ный уровни. Если после периода роста PMI разворачивается вниз, то это предсказывает разворот делового цикла вниз. Наоборот, если после падения PMI индекс, достигнув минимума, разворачивается вверх, то это является признаком будущего восстановления. По сорокалетней статистике США, PMI предсказывает максимумы циклов роста в среднем за семь месяцев и минимумы циклов роста – за три месяца. Падение PMI ниже уровня 50 % предсказывает рецессию в среднем за два месяца, а падение ниже 44 % всегда предсказывает абсолютное снижение экономической активности. Минимумы, достигавшиеся PMI в стадиях спада, в среднем составляют 35 %, а после разворота от минимума он в среднем за четыре месяца достигал уровня 44 %, что всегда совпадало с минимумом экономического цикла.

Высокая точность, надежность, оперативность индексов PMI, с одной стороны, а с другой – простота расчетов диффузных индексов, отсутствие необходимости сбора точной количественной информации



о значениях факторов, входящих в индекс, предопределили наш выбор методологической основы разработки индекса деловой активности в торговле для Калининградской области.

Методика оценки индекса деловой активности в торговле в ( $I_{PMТорговля}$ ) для Калининградской области включает следующие элементы.

1. *Формирование репрезентативной выборки* базируется на двух принятых в мировой практике подходах, с учетом стандартной ошибки выборки менее 5%:

1) первый подход основан на определении численности респондентов;

2) второй подход – на определении числа экспертов, погруженных в предметную отрасль.

Согласно первому подходу число респондентов определяется по правилам статистической выборки (для случайного бесповторного отбора):

$$n = \frac{t^2 \sigma^2 N}{\Delta^2 N + t^2 \sigma^2}, \quad (4)$$

где  $n$  – число респондентов, которое следует отобрать для обследования;  $t$  – коэффициент доверия, вычисляемый по таблице Лапласа (при вероятности 95,4%  $t = 2$ );  $\sigma^2$  – выборочная дисперсия (ее обычно определяют на основе эксперимента, пробного обследования, или по аналогам); в нашем случае она была приравнена к  $p \cdot q = 0,25$ ;  $\Delta$  – предельная ошибка выборки; в нашем случае она не должна превышать 5%;  $N$  – численность генеральной совокупности; в нашем случае это число предприятий.

В регионе по состоянию на начало 2016 г. действовало 39264 предприятия, из них 2810 – в сфере розничной торговли. Согласно формуле (4) количество предприятий, попавших в выборку, для регионального индекса деловой активности должно составлять 373. С учетом структуры валового регионального продукта количество торговых предприятий, попавших в выборку, должно составлять 107. Из них – с учетом размеров бизнеса – к опросу планируется привлечь 61 представителя крупного (среднего) бизнеса и 46 представителей малого бизнеса.

Согласно второму подходу количество привлекаемых к опросу экспертов зависит от числа оцениваемых событий, то есть должно быть не меньше числа исследуемых показателей (табл. 3).

Результаты расчетов объема выборки представлены в таблице 2.

Таблица 2

### Объем выборки

Сектор экономики	Количество, чел.				Всего, чел.	
	Крупные и средние предприятия		Малые и микропредприятия			
	эксперты	респонденты	эксперты	респонденты	эксперты	респонденты
Всего	51	271	19	102	70	373
Торговля	11	61	9	46	20	107



2. *Определение показателей деловой активности, входящих в индекс, и разработка анкеты.* На основе мирового опыта, а также экспертного опроса руководителей компаний сферы розничной торговли Калининградской области были выделены следующие показатели для проведения мониторинга и расчета индекса деловой активности в розничной торговле Калининградской экономики, которые были включены в анкету (табл. 3).

Таблица 3

Показатели, входящие в  $I_{PM}^{\text{торговля}}$ 

34

Группа факторов	Показатели, входящие в группу
1. Занятость	Изменение численности занятых в организации
2. Оборот розничной торговли	Изменение оборота розничной торговли
3. Торговые площади	Изменение торговых площадей
4. Количество торговых точек	Изменение количества торговых точек, всего В том числе по форматам: – магазины до 100 м <sup>2</sup> ; – универсамы до 400 м <sup>2</sup> ; – компакт-супермаркеты до 100 м <sup>2</sup> ; – супермаркеты 1000 – 3000 м <sup>2</sup> ; – гипермаркеты от 3000 м <sup>2</sup>
5. Ассортимент	Изменение ассортимента
6. Товарные остатки	Изменение товарных остатков
7. Структура заказов на поставку товаров (в % от общего количества)	Изменение структуры заказов на поставку товаров (в % от общего количества): – доля заказов от российских поставщиков; – доля заказов от зарубежных поставщиков
8. Посещаемость магазинов Вашей компании (проходимость)	Изменение посещаемости магазинов Вашей компании (проходимость)
9. Количество чеков в целом по компании	Изменение количества чеков в целом по компании
10. Объемы онлайн-продаж	Изменение объемов онлайн-продаж
11. Доступность к кредитным и заемным финансовым ресурсам	Изменение доступа к кредитным и заемным финансовым ресурсам
12. Долгосрочные инвестиции в Ваш бизнес	Изменение долгосрочных инвестиций в Ваш бизнес
13. Финансовые результаты	Изменение финансовых результатов: – прибыли от реализации товаров; – рентабельности реализации; – оборачиваемости; – кредиторской задолженности

3. *Преобразование полученных данных экспертного опроса в оценку индекса деловой активности.* После опроса респондентов (экспертов) результаты группируются в соответствии с правилами статистической сводки и группировки. Затем осуществляется расчет  $I_{PM}^{\text{торговля}}$  в соответствии с формулами (1–3).



Предложенная методика не противоречит сложившейся практике анализа деловой активности в регионе на основе выборочных исследований, которые проводятся органами государственной статистики в разрезе отдельных отраслей, но позволяет в значительной степени ее дополнить.

Для анализа ситуации, складывающейся на потребительском рынке, органы государственной статистики ежеквартально проводят выборочное обследование конъюнктуры и деловой активности организаций розничной торговли.

Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области в ноябре 2015 г. проведено очередное выборочное обследование конъюнктуры и деловой активности организаций розничной торговли. При помощи анкетного опроса выяснялось мнение руководителей 26 организаций об итогах деятельности в IV квартале 2015 г. и ожидаемых результатах на I квартал 2016 г. Результаты данного обследования свидетельствуют о снижении стабильности ситуации в отрасли.

В IV квартале 2015 г. 73 % руководителей торговых организаций оценили общую экономическую ситуацию в розничной торговле как удовлетворительную, 4 % – как благоприятную, 23 % – как неудовлетворительную.

При этом 74 % опрошенных руководителей малых предприятий розничной торговли поставили «удовлетворительно» общей экономической ситуации в розничной торговле в IV квартале 2015 г., 26 % – «неудовлетворительно». В то же время 72 % руководителей коммерческих предприятий, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, и средних предприятий оценили общую экономическую ситуацию в розничной торговле как удовлетворительную, 14 % – как благоприятную, 14 % – как неудовлетворительную.

По мнению 81 % респондентов, общая экономическая ситуация в розничной торговле в IV квартале 2015 г. по сравнению с предыдущим кварталом сохранилась без изменений, 4 % респондентов отметили улучшение экономической ситуации в розничной торговле в отчетном квартале, а 15 % считали, что экономическое положение в розничной торговле ухудшилось.

За последние шесть лет (на конец 2015 г.) баланс оценок изменения экономической ситуации в розничной торговле в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом (факт) достиг своего отрицательного максимума (- 12 п. п.), что свидетельствует о снижении стабильности ситуации в отрасли.

По данным обследования деловой активности предприятий, проведенного органами статистики в сентябре 2016 года, в ближайшие 3 месяца 91 % опрошенных руководителей организаций не предполагали снижения объемов производства, в том числе 35 % ожидали их роста. В сентябре 2016 г. 3 % руководителей обследованных предприятий считали экономическую ситуацию благоприятной, 86 % – удовлетвори-



тельной. На ближайшие 6 месяцев предполагали ухудшение деловой активности 9 % респондентов, 57 % считали, что экономическая ситуация не изменится, 34 % прогнозировали ее улучшение.

Как свидетельствуют приведенные выше данные, разброс мнений и оценок деловой активности в регионе значительный.

В заключение отметим, что в ближайшее время авторы проведут пробный опрос и оценку  $I_{RM\text{торговля}}$  по описанной выше методике. Результаты будут представлены для обсуждения на Координационном совете БФУ им. И. Канта, ТПП, РСПП.

### Список литературы

1. *Баринов А.Я., Лукьянова Н.Ю.* Конкурентная среда, деловая активность потребительские настроения: региональный аспект // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2016. №3. С. 67–73.

2. *Кубина Н.Е., Лукьянова Н.Ю., Щербинина Л.Ю.* Методологический подход к оценке состояния бизнес-среды Калининградской области: деловая активность // Финансы и бизнес. 2017. №1.

3. *Потребительский рынок Калининградской области: статистический сборник.* Калининград, 2016.

### Об авторах

Наталья Ефимовна Кубина — канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: NKubina@kantiana.ru

Наталья Юрьевна Лукьянова — канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: NLukyanova@kantiana.ru

Любовь Юрьевна Щербинина — канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: eledina@yandex.ru

### The authors

Dr. Natalia E. Kubina, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: NKubina@kantiana.ru

Dr. Natalia Yu. Lukyanova, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: NLukyanova@kantiana.ru

Dr. Lubov Yu. Shcherbinina, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: eledina@yandex.ru