|  |  |
| --- | --- |
| D:\CBR\Отдел\Логотип ЦБ.jpg | Просьба вернуть заполненную анкету до **9 декабря 2016 года** по адресу электронной почты [opros@cbr.ru](mailto:opros@cbr.ru).  В случае возникновения вопросов, Вы можете связаться с куратором мониторинга Карловой Наталией Алексеевной – начальник отдела отраслевых и региональных исследований, тел. +7(495)987-78-89, [karlovana@cbr.ru](mailto:karlovana@cbr.ru). Благодарим Вас за ответы! |

|  |  |
| --- | --- |
| **Полное наименование предприятия** |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Среднесписочная численность работников на Вашем предприятии, человек:** | | | | | | | | |  | **Код ОКВЭД:** |
| 1 - 100 | 101 - 250 | 251 - 500 | 501 - 1000 | 1001 - 2000 | 2001 - 5000 | 5001 - 10 000 | 10 001 - 20 000 | > 20 000 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Как часто на Вашем предприятии обсуждается пересмотр цен на основную продукцию?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. ежедневно |  | 1. есть регулярные интервалы (укажите какие в первом столбике!), но ИНОГДА можем проводить внеочередные обсуждения по мере необходимости |  |
| 1. еженедельно |  |
| 1. ежемесячно |  | 1. регулярных интервалов нет, обсуждаем свою ценовую политику по мере необходимости |  |
| 1. ежеквартально |  |  |  |
| 1. ежегодно |  |  |  |

1. **Какое из следующих утверждений наилучшим образом характеризует механизм ценообразования   
   на Вашу основную продукцию?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. мы назначаем некоторую маржу к своим издержкам (наценку, желаемую норму прибыли) | |  |
| 1. мы следим за конкурентами / назначаем уже существующую на рынке цену | |  |
| 1. цена регулируется законом / определяется контрактом о (гос-) закупках в процессе торгов | |  |
| 1. другое |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Какое изменение цен на основную продукцию Вашего предприятия:** | **Рост на:** | | | | | Без изменений | **Снижение на:** | | | | |
| свыше 20% | 20-11% | 10-6% | 5-1% | до 1% | до 1% | 1-5% | 6-10% | 11-20% | свыше 20% |
| 1. имело место в 2016 на ВНУТРЕННЕМ рынке |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. имело место в 2016 г. на ВНЕШНЕМ рынке |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. ожидается в 2017 г. на ВНУТРЕННЕМ рынке |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. ожидается в 2017 г. на ВНЕШНЕМ рынке |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Какова сейчас средняя доля импорта в совокупных издержках**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **(сырье, материалы, оборудование) производства Вашей продукции:** |  | **%** |

1. **Какие ТРИ фактора ИЗДЕРЖЕК оказывали наибольшее влияние на формирование Ваших отпускных цен в 2016 г.?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. изменение заработных плат в отрасли |  | 1. изменение расходов на обслуживание долга |  |
| 1. изменение цен на сырье и материалы |  | 1. изменение валютного курса |  |
| 1. изменение Ваших капитальных затрат |  |  |  |

1. **Как Ваше предприятие обычно реагирует НА РОСТ СВОИХ ИЗДЕРЖЕК?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. сразу повышает отпускные цены на всю величину прироста издержек |  | 1. ждет реакцию конкурентов |  |
| 1. откладывает повышение цен в надежде на снижение издержек |  |
| 1. постепенно (в течение 3-6-9 месяцев) переносит рост издержек в цены |  | 1. не повышает свои цены, т.к. норма прибыли позволяет это сделать |  |

1. **Как Ваше предприятие обычно реагирует НА РОСТ ЦЕН КОНКУРЕНТОВ, в то время как Ваши издержки не выросли или выросли в меньшей степени, чем цены конкурентов?**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. сразу или постепенно повышает свои цены до уровня цен конкурентов без учета изменения собственных издержек |  |
| 1. повышает свои цены сразу или постепенно только в той степени, в которой выросли собственные издержки |  |
| 1. не повышает свои цены, чтобы увеличить долю на рынке независимо от изменения собственных издержек |  |

1. **На что Ваше предприятие обычно ориентируется при индексации цен на свою основную продукцию?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. на среднее изменение рыночных цен В ПРОШЛОМ |  | 1. используем смешанную стратегию пересмотра цен |  |
| 1. на ОЖИДАЕМОЕ изменение рыночных цен |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Как могут измениться ОТПУСКНЫЕ ЦЕНЫ на Вашу основную продукцию, если курс рубля к доллару с текущего уровня в 65 рублей:** | ВЫРАСТУТ | | | Не изменятся | СНИЗЯТСЯ | | |
| свыше 15% | 15-6% | до 5% | до 5% | 6-15% | свыше 15% |
| 1. ОСЛАБЕЕТ до 80 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. УКРЕПИТСЯ до 50 руб. |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Какую КОНКУРЕНЦИЮ ощущает сейчас Ваше предприятие на своих рынках сбыта со стороны:** | сильную | умеренную | слабую | никакой | сложно оценить |
| 1. продукции других РОССИЙСКИХ предприятий |  |  |  |  |  |
| 1. ИМПОРТНОЙ продукции |  |  |  |  |  |