




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
В I КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА**

Апрель '14

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА

Москва

2014

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2014 года. –
М.: НИУ ВШЭ, 2014. – с. 18.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2014 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей около 3 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, сложившемуся деловом климате, а также о важнейших факторах, лимитирующих их деятельность.

Программа обследования гармонизирована с соответствующими подходами, принятыми в странах ОЭСР, и базируется на Гармонизированной 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 (раздел G).

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», 2014
При перепечатке ссылка обязательна

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал о состоянии делового климата в оптовой торговле в I квартале и ожиданиях предпринимателей на II квартал 2014 г.

В докладе использованы результаты регулярных выборочных¹ опросов руководителей около 3 тыс. организаций оптовой торговли, проводимых Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме.

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле²

Анализ состояния делового климата оптовых организаций России позволяет констатировать дальнейшее охлаждение деловой конъюнктуры в отрасли и, как следствие, ухудшение основных результатов финансово-экономической деятельности.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли
Балансы, %³

	2013				2014			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Спрос	-7	-4	-3	-3	-5			
Оптовый товарооборот	-5	-8	-2	-1	-7			
Объем продаж в натуральном выражении	-6	-7	-3	-1	-8			
Ассортимент товаров	+9	+9	+9	+11	+7			
Численность занятых	-1	-2	-4	-1	-1			
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-1	-2	-1	-1	+1			
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	-1	0	0	-3			
Цены покупки	+61	+54	+60	+63	+65			
Цены реализации	+54	+48	+54	+56	+63			
Прибыль	-5	-11	-6	-1	-6			

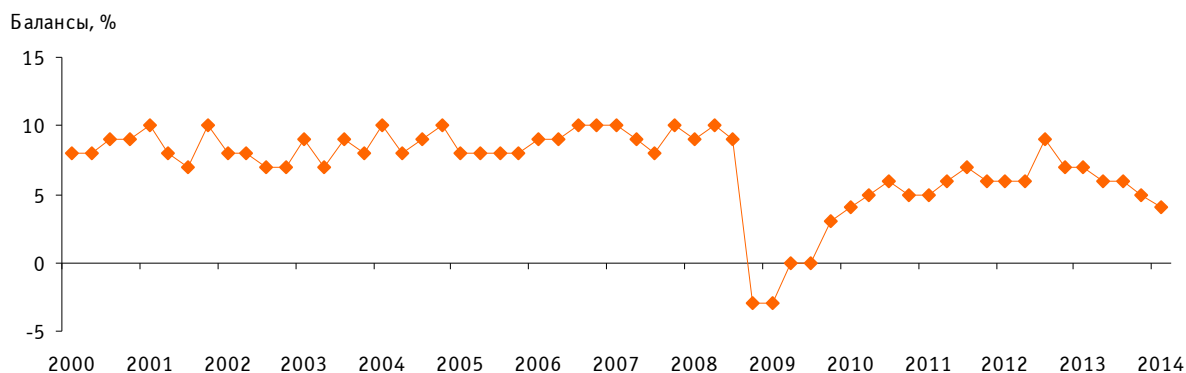
¹ Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

² Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций оптовой торговли.

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

Эскалация негативных макро-эффектов предопределила вектор движения основного результирующего индикатора исследования – **индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)**⁴ в диапазон одних из самых низких значений за последние 4 года проведения обследований. Так, по итогам I квартала 2014 г. ИПУ зафиксировался на отметке +4%, тогда как еще в аналогичном периоде 2013 г. его значение составляло +7%.

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



Следует отметить, что значения ИПУ, рассчитанные для оптовых организаций, стратифицированных по видам реализуемой продукции, позволяют более подробно проследить сущность сформировавшейся динамики не только в секторе, но и на различных потребительских рынках.

В целом, отмечаемое изменение Индексов, характеризующих состояние делового климата фирм, занятых в различных видах торговой деятельности, свидетельствует о последовательной трансформации рыночной матрицы в связи с продолжающимся уменьшением востребованности товаров со стороны домашних хозяйств. В анализируемом квартале по ряду таких оптовых организаций впервые с 2009 г. ИПУ характеризовались отрицательными значениями. В частности, в оптовых фирмах, реализующих бытовые электротовары, радио-и телеаппаратуру, а также бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары, значения Индексов составили -3 и -1% соответственно.

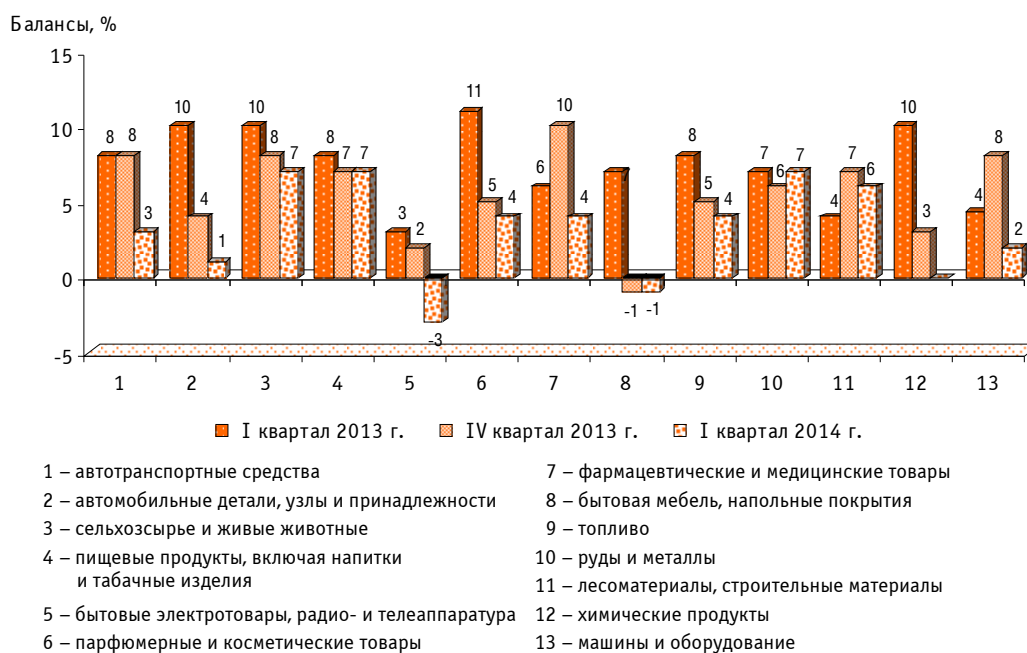
В то же время, замедление темпов экономического роста относительно 2013 г. отмечалось в организациях, поставляющих парфюмерные и косметические товары (ИПУ снизился с +5 до +4%), а также фармацевтические и медицинские товары (с +10 до +4%).

Одновременно с вышеуказанными результатами необходимо отметить, что в первые месяцы 2014 г. стагнационный режим развития был характерен и для фирм, реализующих производственную и техническую продукцию. При этом важно акцентировать, что по сравнению с предшествующим кварталом заметное замедление бизнес-активности произошло в организациях, поставляющих автотранспортные средства (ИПУ снизился с +8 до +3%) и автомобильные детали, узлы и принадлежности (с +4 до +1%), спрос на которые также продиктован с учетом конечных потребительских интересов.

На фоне вышеуказанных организаций, относительная стабильность, прежде всего с точки зрения интенсивности деловой активности, сохранялась в оптовых фирмах, поставляющих продовольствие – ИПУ зафиксировался на отметке +7%, что соответствует значению предшествующего квартала.

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

Рис. 2. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли, реализующих отдельные группы товаров



В организациях оптовой торговли шести⁵ федеральных округов Российской Федерации индекс предпринимательской уверенности характеризовался положительными значениями. Наилучший результат был зафиксирован в Приволжском и Центральном федеральных округах, составив +5 и +3% соответственно.

Таким образом, главным негативным драйвером наблюдаемых изменений в отрасли является дальнейшая деинтенсификация торгового процесса в фирмах, ориентированных на сферу потребления населения, что наряду со стагнирующим спросом на производственно-техническую продукцию в дополнительной мере усугубляет впечатление относительно сложившейся деловой активности.

Учитывая невыразительные ожидания предпринимателей относительно краткосрочных перспектив изменения портфеля заказов, по итогам I полугодия можно рассчитывать лишь на точечные положительные коррективы, обусловленные традиционной весенне-летней активизацией торгового процесса в части краткосрочно обостряющегося сезонного спроса по актуальным товарным социальным позициям. Принимая во внимание развитие ситуации в части основных количественных и качественных показателей российской экономики в целом и потребительского сегмента в частности, задающих траекторию движения, а также совокупности факторов, их обуславливающих, рассчитывать на кардинальный перелом тенденций в последующие кварталы не следует.

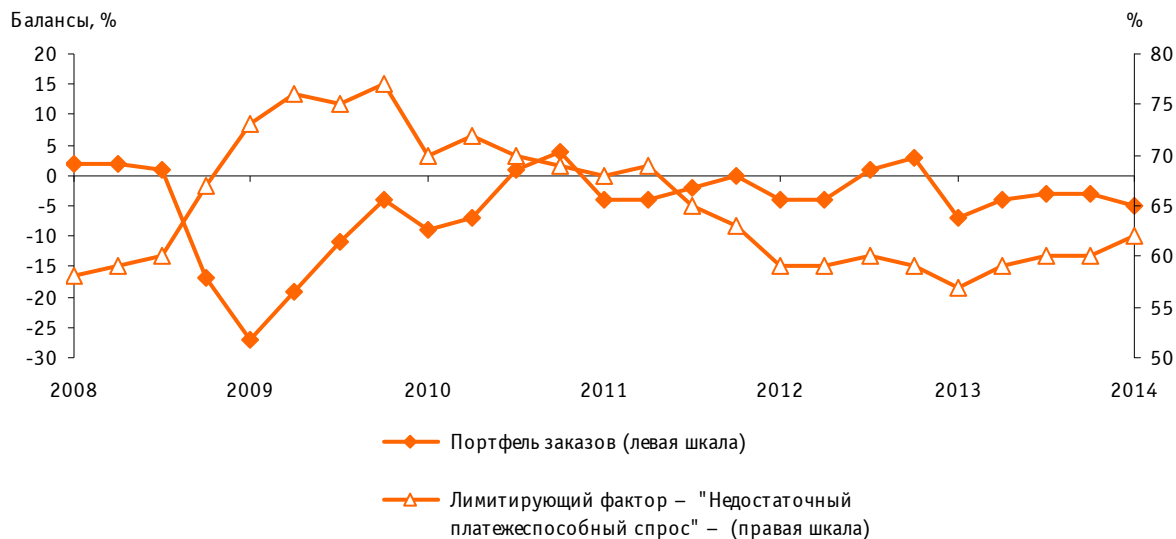
Спрос. Объем продаж в натуральном выражении. Оптовый товарооборот. Численность занятых

Перекрестный анализ результатов обследования свидетельствует, что в I квартале 2014 г. большинство значений основных показателей, отражающих интенсивность оптовых продаж, вновь продемонстрировали негативную динамику. Наблюдаемая тенденция сопряжена с продолжающимся сокращением **портфеля заказов** по всем группам реализуемых товаров. В частности, в анализируемом периоде доля предпринимателей, указавших на **недос-**

⁵ Данные по Южному и Северо-Кавказскому федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах.

таточный платежеспособный спрос со стороны клиентов, возросла и составила 62% (для сравнения: в I квартале 2013 г. – 57%). Балансовое значение спроса снизилось относительно IV квартала на 2 п.п. и зафиксировалось на отметке -5% (-7% в I квартале 2013 г.).

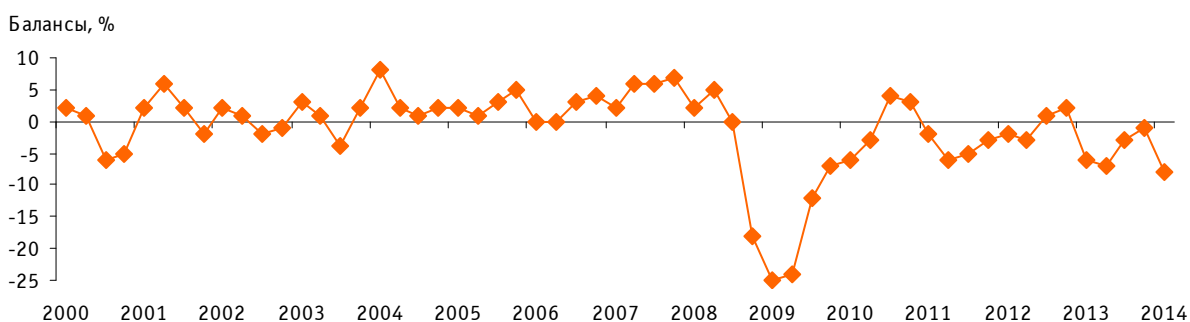
Рис. 3. Динамика оценок изменения портфеля заказов и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос»



Естественной реакцией на ухудшение спросовой ситуации в оптовой торговле стало дальнейшее **снижение объемов продаж в натуральном выражении и товарооборота**.

В частности, 44% респондентов отмечали сжатие объема реализуемой продукции относительно предшествующего периода. Баланс оценки изменения показателя потерял 7 п.п., опустившись до -8% (-6% в I квартале 2013 г.).

Рис. 4. Динамика оценок изменения объема продаж в натуральном выражении в организациях оптовой торговли



Характер изменения **численности занятых** в отрасли относительно IV квартала не изменился. В организациях продолжалось вялотекущее сокращение кадров, о чем сообщили более 20% респондентов. Балансовое значение показателя сохранилось на отметке -1%.

Учитывая сложившуюся экономическую конъюнктуру, наблюдаемая тенденция усугубляется неблагоприятными прогнозными оценками оптовиков, которые в своем большинстве не выразили готовность во II квартале 2014 г. менять ситуацию, что свидетельствует о возможном дальнейшем замедлении темпов экономического роста в отрасли.

Рис. 5. Динамика оценок изменения численности занятых в организациях оптовой торговли



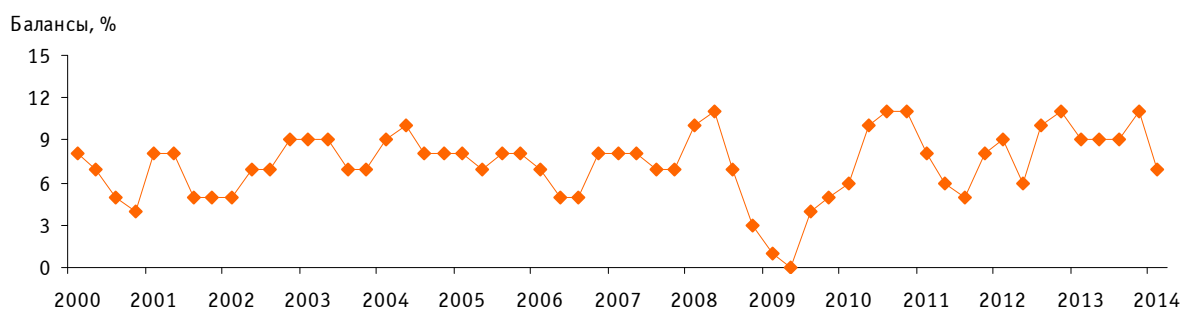
Влияние зафиксированных тенденций в I квартале 2014 г. распространилось на все виды реализуемых оптовыми фирмами товаров, при этом оказав дифференцированное воздействие на ту или иную группу.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

К важному сигналу, свидетельствующему о разбалансированности устоявшихся процессов в организациях, следует отнести ситуацию, характеризующую **ассортиментную политику**. Анализируемый период отличился непривычным для оптовиков сжатием ассортиментной матрицы. Как показывает ретроспективная динамика показателя, подобная тенденция наблюдалась в периоды дестабилизации – когда приходилось использовать широкий спектр механизмов оптимизации. В I квартале т.г. балансовое значение опустилось до +7%, хотя в предшествующем квартале составляло +11%.

Настораживают и сниженные ожидания предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения, что еще раз косвенно свидетельствует о глубине проблем, продиктованных изменениями на различных потребительских рынках.

Рис. 6. Динамика оценки изменения ассортимента товаров в организациях оптовой торговли



Согласно результатам проведенного обследования, в I квартале темпы сокращения **объема складских запасов** несколько замедлились. Так, баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил 0% против -2% в IV квартале (-2% в I квартале 2013 г.). Большинство руководителей (88%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁶.

⁶ «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий в период обследования.

Структура **поставщиков и потребителей** товаров оптовых организаций в I квартале 2014 г. формировалась из предприятий-производителей, оптовых и оптово-посреднических фирм, организаций розничной торговли, прочих организаций, а также физических лиц.

Анализ оценок предпочтений в выборе **поставщиков товаров** показал, что большинство предпринимателей продолжили в анализируемом периоде закупать товары в основном у предприятий-изготовителей продукции и в оптовых фирмах. Так, организации приобретали у оптово-посреднических фирм более половины (54%) от общего объема покупок, у предприятий-производителей – 43%.

В то же время, распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических, а также розничных организаций (35 и 31% соответственно). Остальной товар предназначался предприятиям, физическим лицам и прочим организациям.

Не изменилась и **география закупок и продаж товаров оптовыми организациями**. Около половины от общего объема закупаемой продукции составлял товар, приобретенный предпринимателями в собственном регионе, чуть менее – у поставщиков, расположенных в других регионах Российской Федерации.

Сохранилось и распределение объемов продаж по местонахождению покупателей: основную часть товаров (80% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

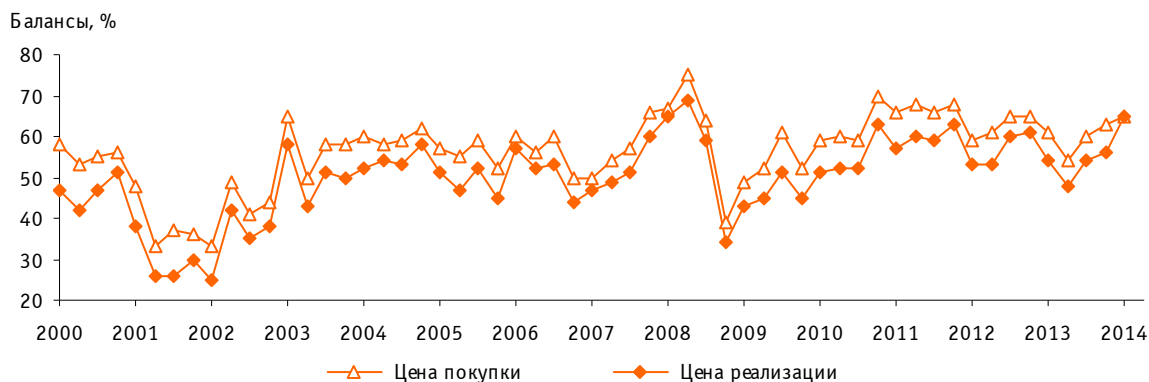
Цены закупки и реализации. Система расчетов

Важным моментом, отражающим специфику формирования делового климата в отрасли, явилось ценообразование. Согласно результатам обследования, начавшийся в 2013 г. инфляционный разгон в I квартале 2014 г. продолжился с новой силой.

Факт повышения цен на оптовые поставки констатировали 65% руководителей против 60% по итогам 2013 г. Балансовое значение изменения цены реализации возросло с +56 до +65%, достигнув максимального значения за последние пять лет. Следует отметить, что история конъюнктурных наблюдений фиксировала подобный ценовой накал в секторе лишь в течение 2007–2008 гг.

Одной из значимых составляющих, сформировавшей ценовые настроения предпринимателей, в первую очередь, следует считать диктат ценовой политики со стороны основных поставщиков-партнеров. Практически 70% оптовиков сообщили, что по итогам первых месяцев года им пришлось приобретать товары и продукцию по новым прайс-листам с увеличенными ценами. Балансовое значение изменения закупочной цены возросло с +63 до +65%.

Рис. 7. Динамика оценок изменения цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли

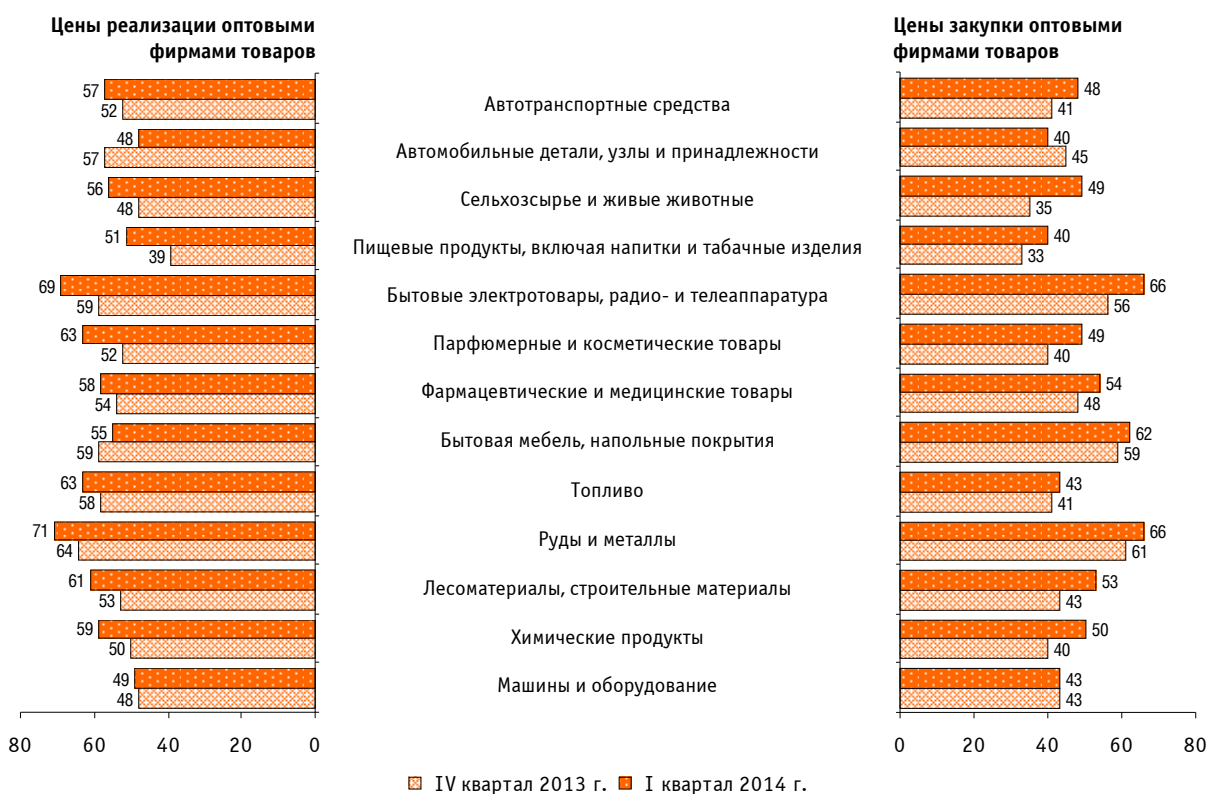


Наибольший интерес представляет динамика оптовых цен в разрезе типов поставляемой номенклатуры. Так, относительно 2013 г. прирост цен отмечался в оптовых структурах, ориентированных на реализацию товаров для населения и производственно-технических организаций.

Заметное усиление ценовой динамики произошло в организациях с предложением импортных товаров, а также с низкой ценовой эластичностью спроса (продовольствие, медикаменты, косметика и т.д.). В частности, это касается фирм, занимающихся продовольствием (о росте цен в начале года сообщили 70% респондентов), парфюмерией и косметикой (58%), фармацевтическими и медицинскими товарами (54%), а также по всему спектру электротоваров (48%). Учитывая ценовые планы предпринимателей, во II квартале ожидается следующий этап роста цен.

Возросла оптовая цена реализации и на товары, предназначенные для производственных нужд. Так, особенно отличились организации по поставкам химических продуктов (наращивание цены реализации фиксировали 52% респондентов), а также леса и строительных материалов (44%).

Рис. 8. Динамика оценок изменения цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли различных видов товаров
Балансы, %



Таким образом, усиливающееся давление макроэкономических показателей на национальную валюту, общеэкономическая сезонная тенденция ускорения инфляции, а также ряд других специфичных для оптовой торговли изменений явились вескими факторами, обусловившими высокую ценовую базу по различным товарным группам.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в I квартале 2014 г. не изменился.

Сохранилась по сравнению с предыдущим кварталом и **система расчетов** организаций оптовой торговли с поставщиками продукции, при которой доля безналичной формы была основной и составила 97% от общего объема расчетов. Доля наличных расчетов составила 2%, взаимозачетов – 1%. Векселя, другие финансовые инструменты и бартер как формы расчетов не использовались.

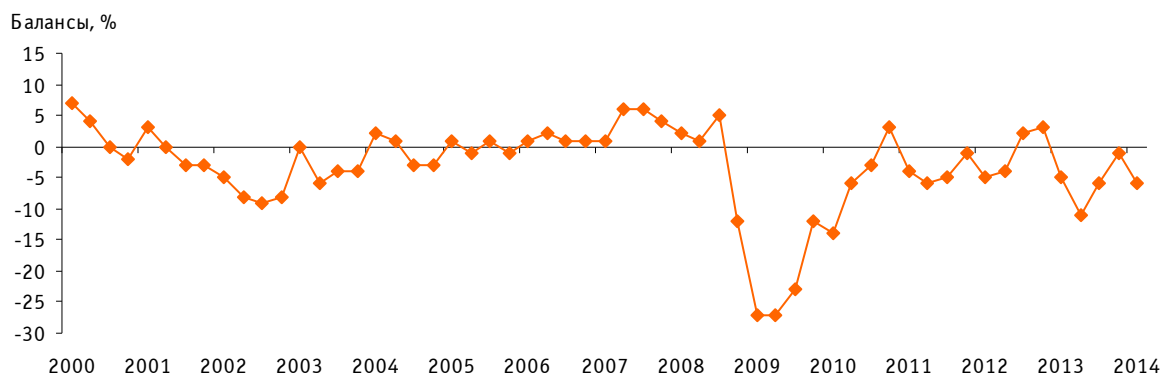
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (85 и 13% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 1%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Усиливающаяся концентрация неблагоприятных тенденций в отрасли обусловила дальнейшее ослабление финансовых позиций оптовых фирм по сравнению с предшествующим кварталом. Происходящие процессы спровоцировали усиление темпов сокращения центрального показателя деятельности оптовиков – **прибыли**.

Предприниматели, характеризуя ситуацию с прибылью, дали более негативные оценки, в результате чего динамика данного показателя претерпела очевидную отрицательную корректировку. В частности, практически 40% руководителей в анализируемом квартале констатировали ее снижение. Баланс оценки изменения показателя потерял 5 п.п. и составил -6% (-5% в I квартале 2013 г.).

Рис. 9. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли

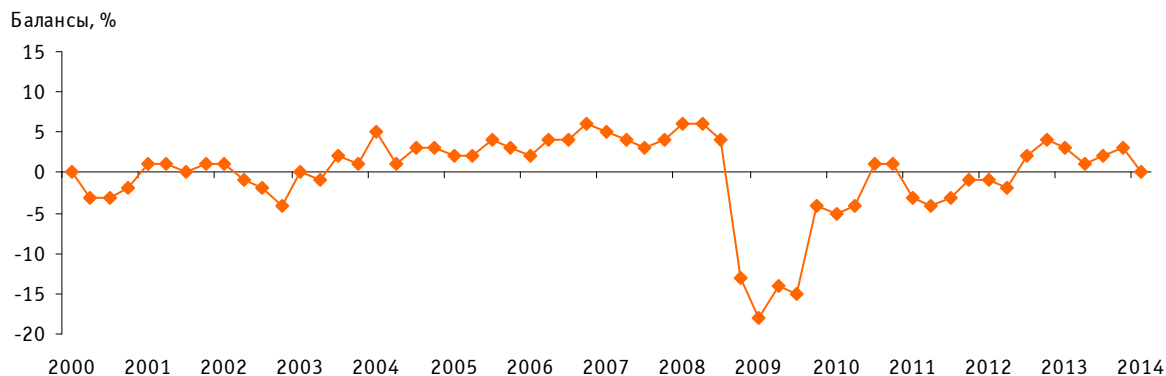


Отрицательная динамика вышеуказанных показателей в разрезе товарных групп полностью соответствовала общей тенденции развития оптовой торговли – в большинстве организаций, различных по видам реализуемой продукции, также отмечалось снижение прибыли.

В I квартале **структура источников финансирования** оптовых организаций оставалась без изменений. Как и прежде, доля собственных оборотных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 70%, кредитных и заемных – 21%, финансовых средств клиентов – 8%, прочих средств – 1%.

В связи с развитием неблагоприятных процессов в оптовой торговле, в I квартале 2014 г. отмечалось снижение значения баланса оценки изменения **экономической ситуации**, с +3 до 0% (+3% в I квартале 2013 г.).

Рис. 10. Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

Анализ мнений руководителей оптовых организаций относительно степени влияния на их бизнес лимитирующих факторов показал, что в I квартале 2014 г. в рейтинге ограничительных отсутствовали какие-либо существенные изменения. Несмотря на незначительные коррективы, наиболее негативные предпринимательские оценки были по-прежнему даны факторам, характеризующих спросовую ситуацию, а также представляющих финансовый блок.

В частности, **«недостаточный платежеспособный спрос»** не только сохранил лидирующую позицию, но и тенденцию к усилению отрицательной нагрузки. По мнению 62% респондентов данный фактор стал первоочередным негативным обстоятельством, затрудняющим деятельность оптовых организаций.

В то же время, по мнению 56% руководителей в первые месяцы текущего года торговому процессу препятствовал существующий размер **налоговых отчислений**.

Одновременно, 43% предпринимателей продолжали ссылаться на недостаток в их фирмах **собственных финансовых средств**, а 30% были недовольны **высокими процентными ставками**.

Отраслевая специфика деятельности торговых фирм, позволяет более детально проследить воздействие обозначенных явлений на развитие бизнеса.

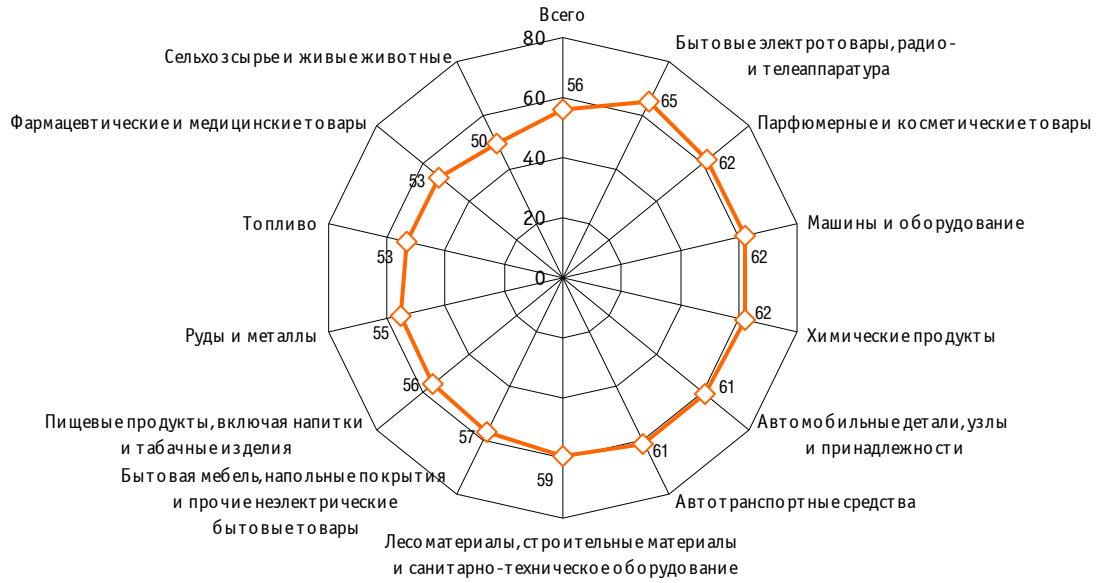
Так, сегментация организаций по видам деятельности показала, что наиболее негативную реакцию на фактор **«недостаточный платежеспособный спрос»** выразили руководители оптовых фирм, реализующих металлы и металлическую руду (70% респондентов), фармацевтические и медицинские товары (68%), а также машины и оборудование и химические продукты (67% соответственно).

Рис. 11. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2014 г.
Доля организаций от их общего числа, %



Наиболее резкий отзыв относительно фактора **«высокий уровень налогов»** прослеживался со стороны руководителей организаций, занимающихся реализацией бытовых электротоваров, радио и телеаппаратуры (65% респондентов), а также парфюмерию и косметику, машины и оборудование, химические продукты (62% соответственно). На фоне вышеуказанных организаций, в несколько наименьшей степени данная проблема отмечалась оптовиками, сфера деятельности которых связана с поставками фармацевтических продуктов и сельхозсырья.

Рис. 12. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2014 г. Доля организаций от их общего числа, %



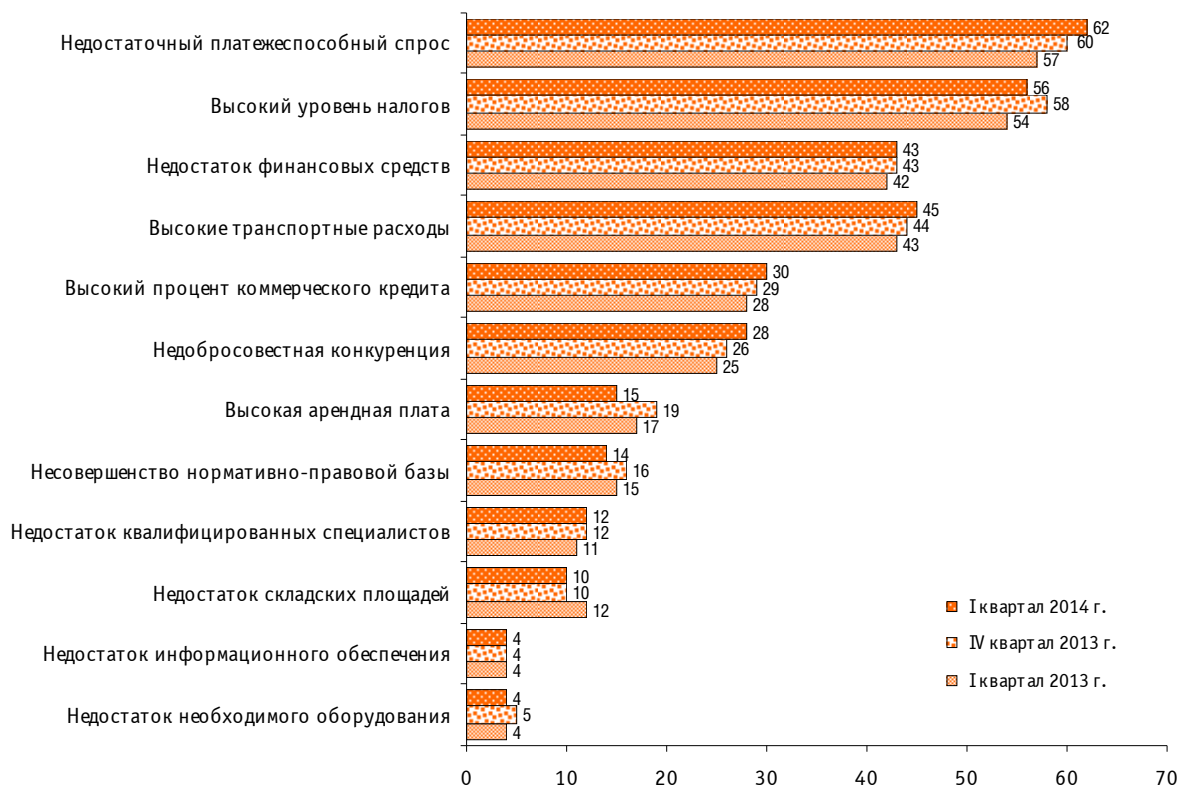
В целом, наибольшие сложности, связанные с **недостатком в организациях собственных финансовых средств**, в I квартале испытывали предприниматели, поставляющие автомобильные детали, узлы и принадлежности (55% респондентов), лесоматериалы, строительные материалы (52%), а также сельскохозяйственное сырье (50%).

Рис. 13. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаток финансовых средств» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2014 г. Доля организаций от их общего числа, %



Менее значимыми осложнениями для бизнеса по итогам I квартала 2014 г. респонденты посчитали **недостаток складских площадей и необходимого оборудования**, а также **недостаток информационного обеспечения**.

Рис. 14. Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, I квартал 2014 г. стал очередным наиболее сложным периодом, в котором пришлось работать оптовикам за последние несколько лет. Как ни печально это звучит, но на фоне неопределенности текущих и будущих событийных сценариев геополитического и социо-экономического характера, наблюдаемое ослабление динамики делового климата в секторе резонирует в ключе сегодняшнего дня.

Тем не менее, вся сложность ситуации в том, что в контексте текущего момента, полученный по итогам I квартала ИПУ, несмотря на сохраняющиеся положительные темпы роста, достиг критического диапазона. Последующая негативная коррекция индекса даже на 1 п.п. вернет его к исторически низким значениям, зафиксированных, в казалось бы «забытом» 2009 г. И этот «один шаг» вполне возможен уже 2014 г., прежде всего, в силу следующих внешних и, как следствие, нарастающих внутриорганизационных негативных особенностей конъюнктурного момента:

- резкой волатильности на финансовых рынках;
- ослабления национальной валюты;
- начавшегося инфляционного ралли;
- стагнирования российских предприятий реального сектора экономики;
- снижающихся реальных располагаемых доходов конечных потребителей оптовой торговли – населения;
- распространяющегося сжатия спроса в оптовых фирмах, на товары социального назначения;
- сужения ассортимента в оптовых фирмах;
- ослабленной текущей и ожидаемой динамики рекрутинговых процессов;
- наконец, сниженных деловых настроений респондентов и нарастание тревожных ожиданий в связи с неопределенностью на товарных рынках.

При этом больше всего настораживает тот момент, что зафиксированные тенденции приходятся именно на начало года, ведь как показывает практика конъюнктурных обследований, предприниматели в этом периоде обычно полны планов и оптимизма относительно весенне-

летней активизации рынков. Приведенный набор фактов свидетельствует, что оптовики, импровизируя «здесь и сейчас», активно готовятся к худшим дням. В связи с этим, настораживает непредсказуемость конъюнктурных моментов, которые достаточно быстро меняют контуры стратегической бизнес-модели сегмента, и, следовательно, затрудняют прогнозирование даже на краткосрочную перспективу.

Как и упоминалось ранее, основной акцент предпринимателей в последующие периоды 2014 г. будет сосредоточен на многоаспектных компенсационных мерах, содействующих сохранению существующих позиций. Так, поквартально меняющийся профиль ценообразования, обусловленный симптоматикой деловой среды – прямое свидетельство начала затяжного инфляционного заболевания, вирус которого незамедлительно продолжит распространяться уже в ближайшее время. В частности, большинство оптовиков четко обозначили позицию дальнейшего увеличения цен на поставки и во II квартале.

Вместе с тем, полностью обвинять предпринимателей в выбранной модели реабилитации бизнеса, не следует. Подобная стратегия вызвана объективной ответной реакцией на многоаспектность ценообразующих факторов, некоторыми из которых являются вступившие в силу в 2014 г. новые акцизы на топливо, сигареты и алкогольную продукцию, рост цен у производителей товаров, а также увеличение цен на импортные товары, доля которых на потребительском рынке составляет более 40%.

По всей вероятности, в ближайшее время (с лагом до 3-х месяцев) с корректировкой на динамику обменного курса, рост оптовых цен продолжится и будет колебаться в диапазоне 10–15%.

В целом, учитывая сложившуюся экономическую конъюнктуру в данном сегменте, на фоне ослабления динамики внутреннего спроса, а также непредсказуемости монетарной политики, последует дальнейшее ужесточение недобросовестной конкуренции на товарных рынках, что не позволяет надеяться на скорый и качественный разворот тренда.

Динамика оценок изменения основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Таблица 1

Спрос

Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	20	53	27	-7	27	59	14	+13
II квартал	23	50	27	-4	30	55	15	+15
III квартал	23	51	26	-3	28	57	14	+14
IV квартал	23	51	26	-3	30	53	17	+13
2014								
I квартал	24	47	29	-5	28	56	16	+12

Таблица 2

Оптовый товароборот

Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	36	23	41	-5	40	44	16	+24
II квартал	36	20	44	-8	41	41	18	+23
III квартал	40	18	42	-2	39	41	20	+19
IV квартал	39	20	40	-1	39	39	22	+17
2014								
I квартал	37	19	44	-7	39	42	19	+20

Таблица 3

Объем продаж в натуральном выражении
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	31	32	37	-6	35	50	15	+20
II квартал	31	31	38	-7	36	47	16	+20
III квартал	34	29	37	-3	34	48	18	+16
IV квартал	34	31	35	-1	35	43	22	+13
2014								
I квартал	36	20	44	-8	40	42	18	+22

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	16	77	7	+9	14	83	2	+12
II квартал	15	79	6	+9	15	80	5	+10
III квартал	15	79	6	+9	15	80	5	+10
IV квартал	16	79	5	+11	16	79	5	+11
2014								
I квартал	14	79	7	+7	14	82	4	+10

Таблица 5

Численность занятых
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	23	53	24	-1	13	81	7	+6
II квартал	23	52	25	-2	13	79	8	+5
III квартал	21	54	25	-4	11	81	7	+4
IV квартал	22	55	23	-1	11	82	7	+4
2014								
I квартал	20	59	21	-1	10	82	8	+2

Таблица 6

Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	10	77	13	-3	7	83	9	-2
II квартал	11	77	12	-1	7	92	1	+6
III квартал	12	76	12	0	6	92	2	+4
IV квартал	12	76	12	0	8	82	10	-2
2014								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2

Таблица 7

Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	10	77	13	-3	7	83	9	-2
II квартал	11	77	12	-1	7	92	1	+6
III квартал	12	76	12	0	6	92	2	+4
IV квартал	12	76	12	0	8	82	10	-2
2014								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2

Таблица 8

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	32	31	37	-5	36	48	16	+20
II квартал	30	29	41	-11	36	48	16	+20
III квартал	32	31	38	-6	37	46	17	+20
IV квартал	32	32	33	-1	37	43	20	+17
2014								
I квартал	33	28	39	-6	36	47	17	+19