




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
ВО II КВАРТАЛЕ 2013 ГОДА**

Июль '13

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 ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2013 ГОДА

Москва
2013

Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2013 года. –
М.: НИУ ВШЭ, 2013. – с. 18.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2013 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>

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 во II квартале и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2013 г.

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

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле²

Результаты финансово-экономической деятельности организаций оптовой торговли за II квартал 2013 г. свидетельствуют, что динамика основных показателей, характеризующая деловой климат в данном секторе экономики относительно I квартала оказалась насыщена неблагоприятными тенденциями. Оптовые организации, охваченные инерционным воздействием негативных импульсов, обозначившихся в отрасли в конце 2012 г. и усилившихся в начале текущего года, во II квартале не смогли противостоять их масштабному распространению.

Данное обстоятельство выглядит как минимум настораживающим, ведь впервые за посткризисный период оптовикам в самый «горячий сезон» продаж, на который еще в начале года рассчитывали многие из них, так и не удалось нейтрализовать большинство проблем, скопившихся к отчетному кварталу.

Таблица 1

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

	2012				2013	
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал
Спрос	-4	-4	+1	+3	-7	-4
Оптовый товарооборот	-4	-3	+3	+1	-5	-8
Объем продаж в натуральном выражении	-2	-3	+1	+2	-6	-7
Ассортимент товаров	+9	+6	+10	+11	+9	+9
Численность занятых	+2	+1	+1	+1	-1	-2
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	+1	+1	-2	+1	-1	-2
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	+1	+1	+1	+1	-3	-1
Цены покупки	+59	+61	+65	+65	+61	+54
Цены реализации	+53	+53	+60	+61	+54	+48
Прибыль	-5	-4	+2	+3	-5	-11

Ярким свидетельством происходящих в отрасли процессов выступает динамика основного результирующего индикатора исследования – **индекса предпринимательской уве-**

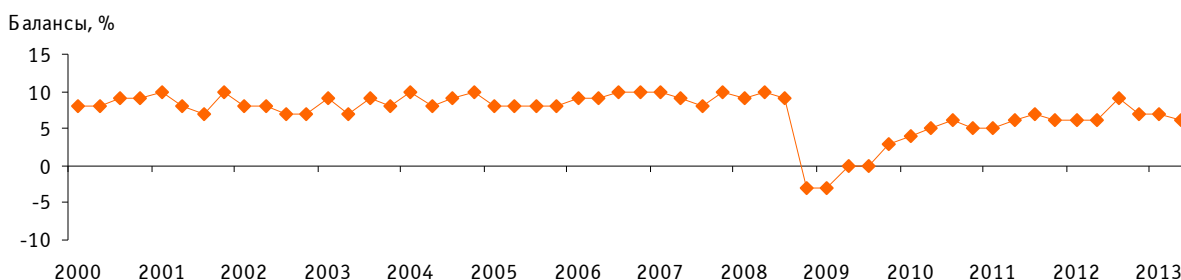
¹ Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

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.

ренности (ИПУ)⁴, который в анализируемом периоде, после выжидательного балансирования в течение двух предшествующих кварталов на отметке +7%, все-таки взял курс на понижение и составил +6%.

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



Значения ИПУ, рассчитанные для оптовых организаций, стратифицированных по видам реализуемой продукции, свидетельствуют, что среди фирм, реализующих социально-ориентированные товары, наилучший деловой климат сложился в организациях, занимающихся поставками фармацевтических и медицинских товаров (индекс предпринимательской уверенности составил +9%), пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, а также бытовой мебели (+8% соответственно).

В то же время, среди обследованных групп оптовых организаций, ориентированных на продажу производственно-технических товаров, наиболее благоприятная конъюнктура отмечалась в фирмах, реализующих руду и металлы (ИПУ составил +8%); автотранспортные средства; машины и оборудование (+8 и +7% соответственно).

Заметное ослабление делового климата по сравнению с I кварталом было зафиксировано в организациях, поставляющих парфюмерию и косметику (ИПУ снизился с +11 до +3%), автомобильные детали, узлы и принадлежности (с +10 до +2%), химические продукты (с +10 до +6%).

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



⁴ Индекс предпринимательской уверенности в оптовой торговле рассчитывается как среднее арифметическое 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.

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 +10 и +9% соответственно.

Обращают на себя внимание более сдержанные, нежели в начале года, скорее скептические настроения предпринимателей, касающиеся краткосрочных перспектив деятельности своих организаций. Как показал опрос, большинство участников были крайне осторожны в своих прогнозах, относительно динамики центральных операционных показателей в III квартале.

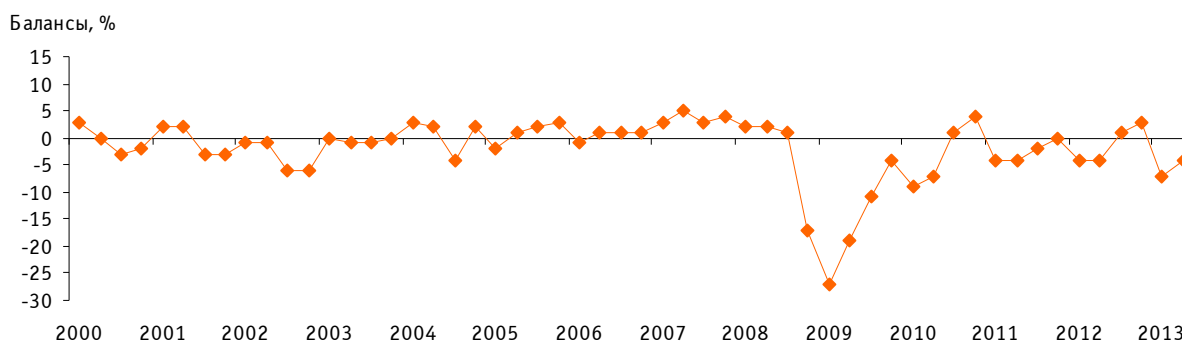
Учитывая динамику составляющих потребительского рынка, в частности, домашних хозяйств, являющихся одним из конечных звеньев в цепочке распределения оптовой торговли, следует констатировать, что в сложившейся конъюнктуре пока именно домохозяйства удерживают не только данный сектор, но и всю экономику от более серьезных негативных трансформаций. Очевидно, что степень зависимости оптовиков от потребительского и производственного сегментов слишком высока и определяющие тенденции неминуемо обуславливают их деловую активность и будущие планы. По всей видимости, оптовикам вновь остается рассчитывать в основном на активность со стороны домашнего потребления, которое во II полугодии может послужить «плотом», препятствующим дальнейшему погружению отрасли в стагнационный режим.

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

Деловые тенденции, сложившиеся в сфере оптовой торговли по итогам II квартала и в целом I полугодия, не способствовали наращиванию темпов экономической деятельности в организациях.

Ситуацию не исправил даже традиционный летний разогрев потребительских рынков, который лишь незначительно ослабил темпы сокращения **портфеля заказов**. В анализируемом периоде баланс оценки изменения показателя продолжил характеризоваться отрицательной величиной и составил -4 против -7% в I квартале 2013 г. (-4% во II квартале 2012 г.).

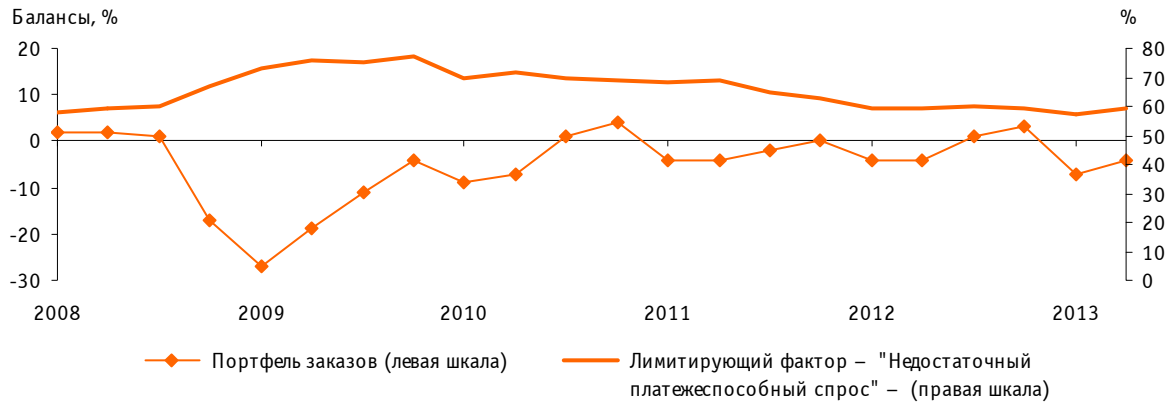
Рис. 3. Динамика оценки изменения спроса в организациях оптовой торговли



Следует отметить, что в анализируемом периоде практически 60% предпринимателей свидетельствовали о недостаточном платежеспособном спросе со стороны клиентов. При этом необходимо учитывать, что оптовая торговля в отличие от розничной, из-за большой доли присутствия продажи сырья, зависит, в первую очередь, не только от платежеспособного спроса населения, но и от финансовых возможностей предприятий стагнирующего реального сектора.

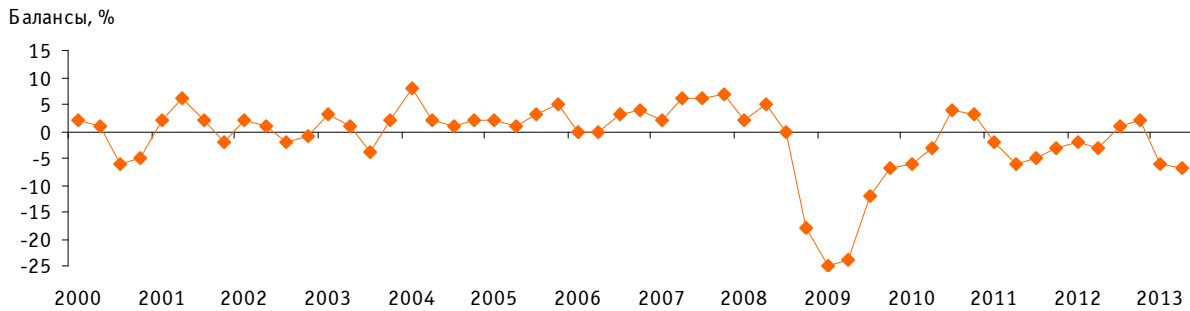
⁵ Данные по Южному и Северо-Кавказскому федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах.

Рис. 4. Динамика оценок изменения портфеля заказов и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос»



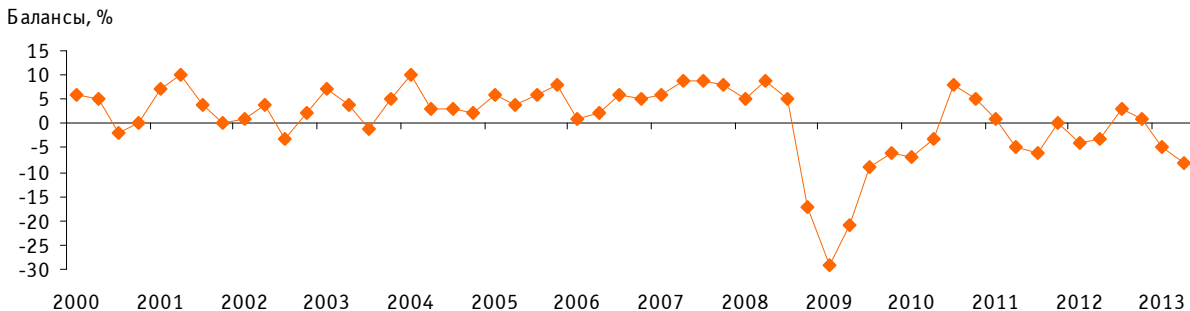
В результате сокращения спроса на реализуемую оптовиками продукцию, конъюнктура в фирмах продолжила ухудшение, что выразилось в усилении отрицательной динамики **объемов продаж в натуральном выражении**. Значение баланса оценок изменения показателя во II квартале снизилось до -7% (-3% во II квартале 2012 г.).

Рис. 5. Динамика оценки изменения объема продаж в организациях оптовой торговли



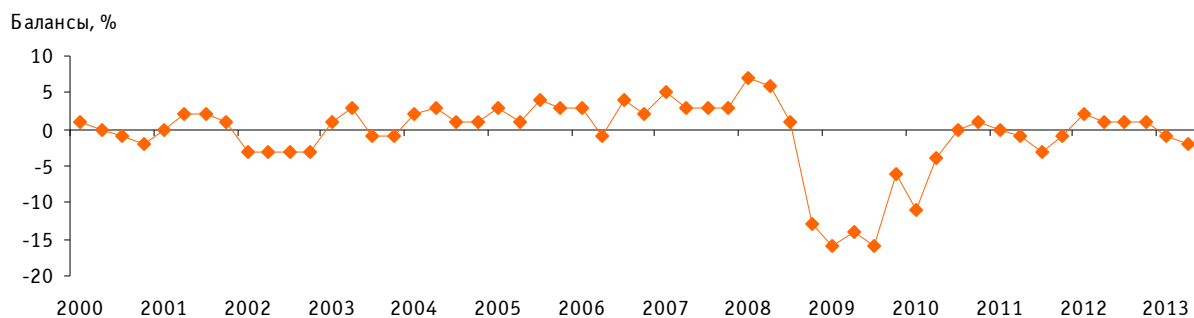
Отсутствие позитивных перемен в динамике заказов и сокращение объемов продаж не позволили улучшить балансовое значение показателя относительно I квартала, характеризующего **оптовый товарооборот**, в результате чего во II квартале наблюдалось его дальнейшее уменьшение. Значение баланса оценок изменения показателя составило -8 против -5% в I-м (-3% во II квартале 2012 г.).

Рис. 6. Динамика оценки изменения товарооборота в организациях оптовой торговли



Понижительная корректировка значений вышеуказанных показателей и, соответственно, ослабление позиций оптовиков отразилась на динамике **численности занятых**. В анализируемом периоде возобновились темпы сокращения персонала, о чем сообщили четверть руководителей организаций. Баланс оценки изменения показателя составил -2% (+1% во II квартале 2012 г.).

Рис. 7. Динамика оценки изменения численности занятых в организациях оптовой торговли



Следует отметить, что негативное влияние зафиксированных тенденций 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

Соответствующие тенденции ключевых показателей торгового процесса, сформировавшиеся во II квартале, не вызвали необходимость в обновлении и расширении **ассортимента**, сохранив темпы роста изменения номенклатуры относительно I квартала. При этом, увеличение ассортиментных позиций констатировали 16% опрошенных респондентов, тогда как о его сужении сообщили только 7%. В анализируемом периоде, как и в I квартале, баланс оценок изменения показателя составил +9% (+6% во II квартале 2012 г.).

Рис. 8. Динамика оценки изменения ассортимента товаров в организациях оптовой торговли



Согласно результатам проведенного обследования, во II квартале прослеживалось сохранение темпов сокращения **объема складских запасов** на уровне предшествующего квартала. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде вновь составил -2% (-6% во II квартале 2012 г.). При этом большинство руководителей (88%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁶.

Структура **поставщиков и потребителей** товаров во II квартале 2013 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

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

оптово-посреднических фирм более половины (53%) от общего объема покупок, у предприятий-производителей – 44%.

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.

Во II квартале 2013 г. 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 (81% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

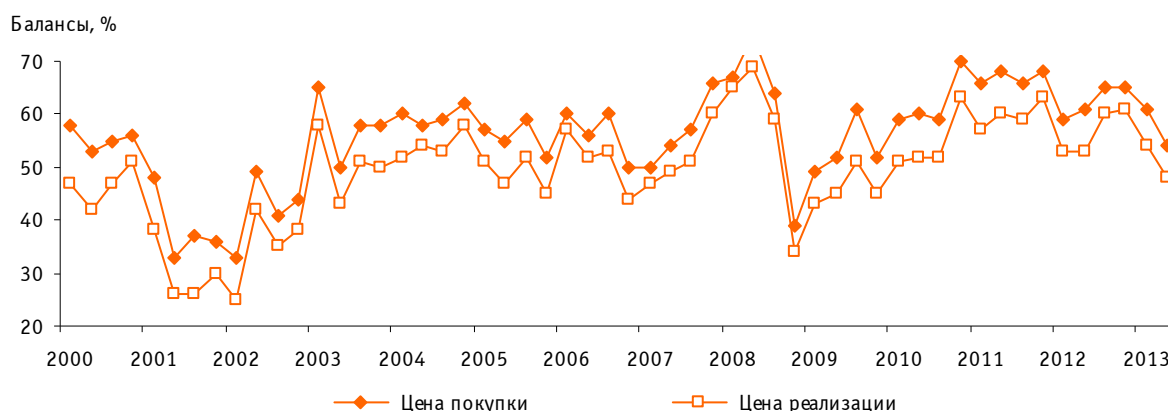
Цены закупки и реализации. Система расчетов

Одним из специфичных, и, несомненно, обращающих на себя внимание конъюнктурных моментов в деятельности оптовых организаций, следует считать сформировавшуюся в организациях модель ценообразования. Сложившееся финансово-экономическое положение в оптовых фирмах впервые в посткризисный период дало старт одному из радикальных методов борьбы за выживание на рынке. В частности, оптовики решили воспользоваться крайне жесткой мерой для удержания своей ниши – демпингованием.

Существенную поддержку при принятии данного решения руководителям оказали снизившиеся у основных поставщиков товаров во II квартале **закупочные цены**. Так, балансовое значение показателя по сравнению с I кварталом снизилось с +61 до +54% (+61% во II квартале 2012 г.).

В результате, в анализируемом периоде, несмотря на общеэкономическую сезонную тенденцию ускорения инфляции, особенно вследствие летнего увеличения тарифов, цены на **реализуемые товары** в оптовых организациях по сравнению с I кварталом усилили тенденцию замедления роста. Баланс оценки изменения цены реализации продолжил снижаться и составил +48 против +54% (+53% во II квартале 2012 г.).

Рис. 9. Динамика оценок изменения цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли



Следует отметить, что зафиксированное значение является одним из самых низких в ретроспективной посткризисной динамике цены реализации. Подобный спад инфляционной волны наблюдался лишь в разгар кризисных явлений 2009 г., когда предприниматели использовали любые методы для поддержания своего бизнеса на рынке.

Привлечение покупателей акцентированным снижением цен, с одной стороны, выглядит вполне оправданно, так как значимость ценового фактора на рынке в сложившейся макроэкономической действительности велика, однако, с другой стороны, доведением цен до предела рентабельности возможно добиться только кратковременных результатов. В долгосрочной перспективе очень серьезен риск крупных потерь, ведь фактически демпинг переводит организацию в другую ценовую нишу, из которой выбраться очень сложно. Потребители быстро привыкают к низкому уровню цен, и если произойдет попытка их повысить, перейдут к конкурентам.

Учитывая предпринимательские оценки, отражающие планы ценовых корректировок, очевидно, что начало II полугодия, скорее всего, для многих предпринимателей ознаменуется сохранением избранной тактики.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров во II квартале 2013 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.

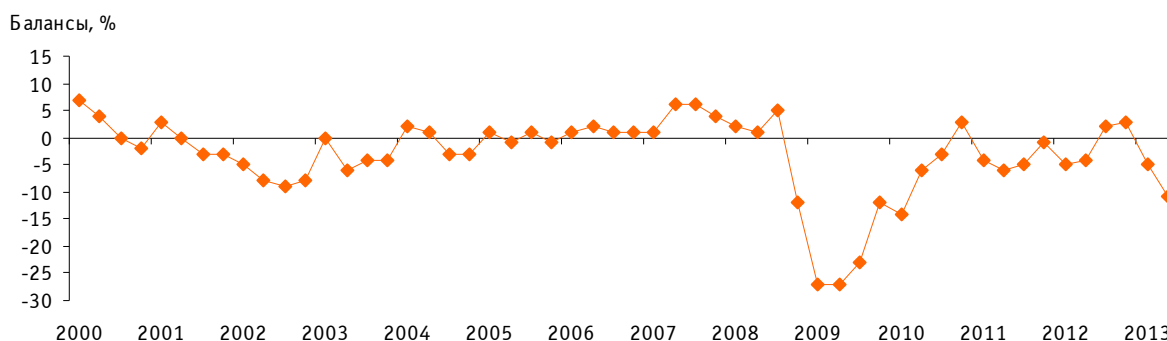
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (84 и 14% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 1%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Концентрация неблагоприятных процессов в отрасли обусловила явно проигрышную финансовую позицию оптовых фирм по сравнению с предшествующим кварталом. Предприниматели, характеризуя ситуацию с прибылью, а также с обеспеченностью в своих фирмах собственными финансовыми средствами, дали более негативные оценки, в результате чего динамика данных показателей в анализируемом квартале претерпела очевидную отрицательную корректировку.

Так, один из главных показателей деятельности оптовой торговли – **прибыль**, продолжил снижение в области отрицательных значений. Во II квартале ее уменьшение по сравнению с I кварталом констатировали уже более 40% респондентов. Баланс оценки изменения показателя потерял 6 п.п. и составил -11% (-4% во II квартале 2011 г.).

Рис. 10. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли



Ослабленный внутренний деловой фон, оказал негативное влияние на **обеспеченность оптовых фирм собственными финансовыми ресурсами**. Балансовое значение оценки изменения данного показателя продолжило накапливать отрицательную динамику и в анализируемом периоде снизилось до -2% (+1% во II квартале 2012 г.).

Рис. 11. Динамика оценки изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами в организациях оптовой торговли

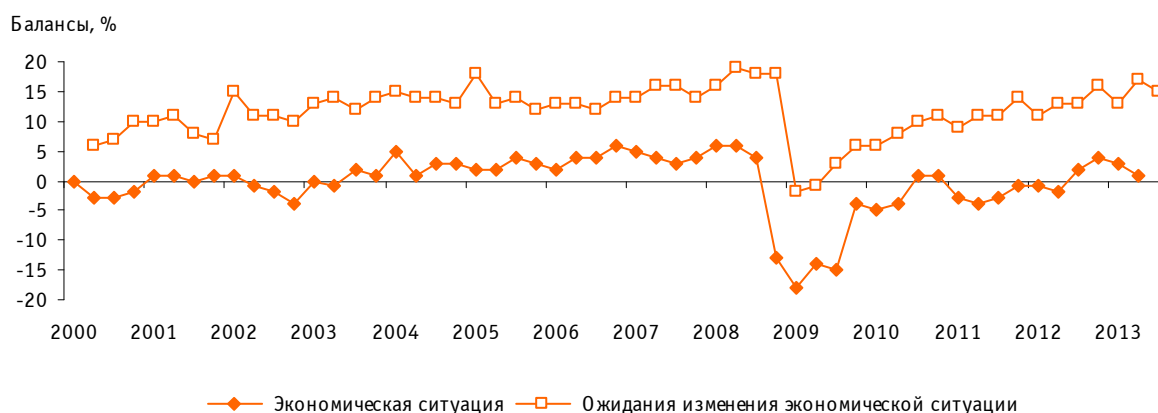


Во II квартале 2013 г. **структура источников финансирования** оптовых организаций оставалась без изменений. Как и прежде, доля собственных оборотных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 68%, кредитных и заемных – 21%, финансовых средств клиентов – 10%, прочих средств – 2%.

В связи с преобладанием негативных конъюнктурообразующих элементов в развитии оптовой торговли, в течение II квартала 2013 г. отмечалось снижение значения баланса оценки изменения **экономической ситуации**, с +3 до +1% (-2% во II квартале 2012 г.).

Принимая во внимание прогнозные оценки предпринимателей относительно возможных изменений экономической ситуации в организациях в III квартале 2013г., ожидать выраженной позитивной корректировки итоговых значений по большинству показателей, не следует.

Рис. 12. Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

При оценке совокупности факторов, оказывающих лимитирующее воздействие на развитие деятельности оптовых фирм во II квартале 2013 г., необходимо отметить, что усиление негативной нагрузки прослеживалось как со стороны ряда наиболее важных, так и менее существенных, затруднений.

В группе ограничений с преимущественным отрицательным влиянием, по-прежнему преобладали проблемы, связанные с недостаточным спросом, высоким уровнем налогообложения, а также неудовлетворительной «финансовой компонентой».

Рис. 13. Динамика оценок наиболее значимых факторов, ограничивающих деятельность оптовых организаций
Доля организаций от их общего числа, %



Как показало обследование, в анализируемом периоде фактор **«недостаточный платежеспособный спрос»** усилил негативное распространение, что констатировали 59% респондентов, против 57% в I-м квартале. При этом наиболее острую зависимость от неплатежеспособности покупателей испытывали оптовые фирмы, реализующие металлы и металлические руды (70% респондентов); машины и оборудование (66%); химические продукты (64%); автотранспортные средства (62%).

В несколько меньшей степени затруднения прослеживались в фирмах, чьи продажи зависели от динамики потребления домашних хозяйств. Данная тенденция еще раз подчеркивает, что в сфере оптовой торговли на данный момент основополагающим драйвером является потребительский сектор.

Рис. 14. Оценка лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Отраслевая специфика деятельности торговых фирм, обусловила несколько более негативную, нежели в начале года, реакцию предпринимателей относительно ситуации с уровнем налогообложения. В анализируемом квартале отмечалось увеличение до 55% доли предпринимателей, по мнению которых основное отрицательное давление оказывал фактор **«высокий уровень налогов»**.

Следует отметить, что наиболее резкий отзыв прослеживался со стороны руководителей организаций, занимающихся реализацией парфюмерных и косметических товаров (76% респондентов); бытовых электротоваров, радио и телеаппаратуры (74%); автомобильных де-

талей (69%). В несколько наименьшей степени данная проблема обременяла оптовиков, сфера деятельности которых была связана с поставками сельскохозяйственного сырья, руды и металла, химических продуктов.

Рис. 15. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Сложности, связанные с **недостатком в организациях собственных финансовых средств**, во II квартале фиксировали 44% респондентов, против 42% в I-м. Сегментация организаций по видам деятельности показала, что наиболее негативную реакцию на данный фактор высказывали предприниматели, поставляющие сельскохозяйственное сырье (60% респондентов), автомобильные детали, узлы и принадлежности (55%), а также автотранспортные средства (53%).

Рис. 16. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаток финансовых средств» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



В группе ограничений с менее выраженным отрицательным воздействием факторов, более акцентировано, нежели кварталом ранее, выступили инфраструктурные проблемы, связанные с **высокими транспортными расходами и высокой арендной платой**, что констатировали 44 и 20% респондентов.

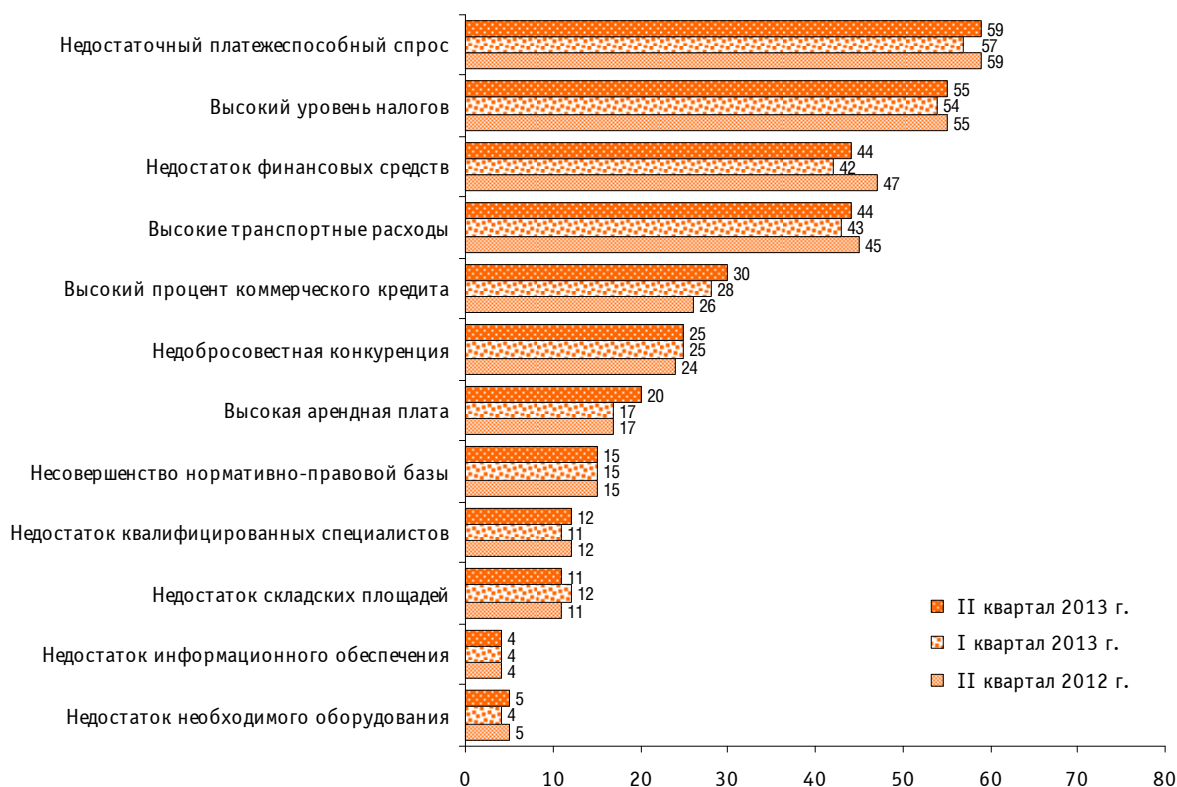
В частности, наибольший дискомфорт от увеличения транспортных расходов во II квартале испытывали оптовые фирмы, реализующие сельхозсырье и живых животных (54% респондентов); бытовую мебель (49%); лесоматериалы и строительные материалы (48%).

Рис. 17. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокие транспортные расходы» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Менее значимыми осложнениями для бизнеса по итогам I полугодия 2013 г. респонденты вновь посчитали **недостаток складских площадей** и **необходимого оборудования**, а также **недостаток информационного обеспечения**.

Рис. 18. Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, сектор оптовой торговли в анализируемом периоде оказался наполненным тревожными тенденциями составляющих делового климата. К сожалению, в связи с разнообразием признаков и факторов, обуславливающих функционирование организаций, сложно установить точный диагноз сложившейся в отрасли конъюнктуры. Скорее, возможно лишь косвенно заключить, что несмотря на положительное значение ИПУ – главного индикатора обследования, зафиксированного на отметке +6%, в организациях постепенно иссякают резервы для безболезненного преодоления макроэкономических воздействий. Если годами ранее у оптовиков все-таки имелся серьезный задел, позволяющий относительно легко перешагнуть фазу спада, то сейчас наступил этап, когда бывшие возможности превращаются в бесконечные и сомнительные компенсирующие процедуры.

Так, например, вызывает большие опасения набирающая оборот тенденция ценовых манипуляций для повышения оптовых продаж. Преднамеренный демпинг в фирмах имеет явные признаки шахматного гамбита, когда ради достижения доминирования над конкурентами оптовики, рискуя, жертвуют и без того иссякающими ресурсами. Не следует забывать, что это очень опасный способ получения доли на внутреннем рынке, прежде всего из-за недолговечности и ненадежности результата. Снизив цены до «бросовых» сегодня, в последующих периодах, особенно к концу года, может возникнуть ситуация, когда предприниматели будут вынуждены их повышать. Однако при этом избежать потерь не удастся, т.к. удержать новообразованную клиентуру будет очень сложно. Опять же, не нужно забывать об очень высокой зависимости оптовиков от основных поставщиков – производителей продукции. Временная передышка, которой воспользовались предприниматели в анализируемом периоде, уже в III квартале вследствие индексирования тарифов на услуги естественных монополий, может обернуться с их стороны новой инфляционной волной с очевидными последствиями для оптовиков.

По всей видимости, в этой непростой ситуации преодолеть точку безубыточности в ближайшей перспективе предпринимателям, будет все трудней. В данном случае, прийти к единому пониманию того, что именно необходимо предпринять для нейтрализации возникших и возможных будущих шоков в секторе, довольно затруднительно. Тактические меры по выживанию организаций постепенно наполнятся радикальными и непредсказуемыми вариантами, не предусматривающими стратегические планы на длительную перспективу. В результате, делая своеобразные шаги навстречу клиентам, оптовикам остается рассчитывать на максимальную взаимность. В противном случае внешние вызовы и глубина накопившихся экономических проблем могут усугубить состояние организаций, поставив под новые угрозы их функционирование в среднесрочной перспективе.

Динамика оценок изменения основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Таблица 1

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2012								
I квартал	23	50	27	-4	28	57	15	+13
II квартал	23	50	27	-4	28	56	16	+12
III квартал	26	49	25	+1	30	55	15	+15
IV квартал	26	51	23	+3	28	56	16	+12
2013								
I квартал	20	53	27	-7	27	59	14	+13
II квартал	23	50	27	-4	30	55	15	+15

Таблица 2

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2012								
I квартал	38	20	42	-4	42	41	17	+25
II квартал	38	19	41	-3	40	42	18	+22
III квартал	43	17	40	+3	41	40	19	+22
IV квартал	42	17	41	+1	38	39	23	+15
2013								
I квартал	36	23	41	-5	40	44	16	+24
II квартал	36	20	44	-8	41	41	18	+23

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
2012								
I квартал	35	28	37	-2	36	48	16	+20
II квартал	34	29	37	-3	36	47	16	+20
III квартал	37	27	36	+1	36	47	17	+19
IV квартал	37	28	35	+2	34	44	22	+13
2013								
I квартал	31	32	37	-6	35	50	15	+20
II квартал	31	31	38	-7	36	47	16	+20

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
2012								
I квартал	17	75	8	+9	17	79	4	+13
II квартал	17	72	11	+6	16	79	5	+11
III квартал	18	74	8	+10	15	80	5	+10
IV квартал	18	75	7	+11	16	79	5	+11
2013								
I квартал	16	77	7	+9	14	83	2	+12
II квартал	15	79	6	+9	15	80	5	+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
2012								
I квартал	24	54	22	+2	12	82	6	+6
II квартал	25	51	24	+1	12	82	6	+6
III квартал	25	51	24	+1	12	81	7	+5
IV квартал	26	49	25	+1	13	78	9	+4
2013								
I квартал	23	53	24	-1	13	81	7	+6
II квартал	23	52	25	-2	13	79	8	+5

Таблица 6

Обеспеченность собственными 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
2012								
I квартал	13	75	12	+1	14	80	6	+8
II квартал	13	75	12	+1	13	81	6	+7
III квартал	11	76	13	-2	14	79	7	+7
IV квартал	13	75	12	+1	13	79	8	+5
2013								
I квартал	11	77	12	-1	14	80	6	+8
II квартал	10	78	12	-2	15	79	6	+9

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
2012								
I квартал	13	75	12	+1	8	83	9	-1
II квартал	12	77	11	+1	8	82	10	-2
III квартал	13	75	12	+1	9	81	10	-1
IV квартал	13	75	12	+1	7	82	11	-4
2013								
I квартал	10	77	13	-3	7	83	9	-2
II квартал	11	77	12	-1	7	92	1	+6

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
2012								
I квартал	33	29	38	-5	36	47	17	+19
II квартал	33	30	37	-4	37	47	16	+21
III квартал	36	30	34	+2	38	45	17	+21
IV квартал	37	29	34	+3	36	44	20	+16
2013								
I квартал	32	31	37	-5	36	48	16	+20
II квартал	30	29	41	-11	36	48	16	+20