ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИСИЭЗ ISSEK
Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА

Август ‘15

Москва

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт статистических исследований и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА

Москва
2015

Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2015 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 20 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2015 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, сложившемся 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», 2015
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 во II квартале и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2015 г.

В докладе использованы результаты регулярных выборочных[1] опросов руководителей около 3 тыс. организаций оптовой торговли, проводимых Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме.

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле[2]

Решающее воздействие на состояние делового климата в оптовой торговле в течение II квартала 2015 года продолжил оказывать подавляющий масштаб накопленной отрицательной динамики, обусловленной воздействием макроэкономических шоков 2014 года. Однако экватор текущего делового сезона ознаменовался прекращением спада деловой активности, о чем свидетельствует разворот одних из наиболее индикативных для торговли трендов. Знаковым моментом обследования следует считать замедление темпов сжатия спроса и объема реализации товаров, а также возобновление расширения ассортиментной линейки, что традиционно расценивается как первые признаки реабилитации торговой деятельности. Важным в полученных результатах, стали меры руководителей, направленные на сдерживание роста цен, которые не предпринимались ими уже более года, что позволило приостановить инфляционный бум большинства реализуемых товаров.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Балансы, %[3]

	2014				2015			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Спрос	-5	-7	-10	-12	-15	-13		
Оптовый товарооборот	-7	-10	-7	-9	-14	-16		
Объем продаж в натуральном выражении	-8	-10	-10	-12	-16	-15		
Ассортимент товаров	+7	+8	+5	+3	+2	+3		
Численность занятых	-1	-3	-7	-5	-4	-10		
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	+1	0	-3	-4	-4	-6		
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	+1	-1	-2	-3	-6		
Цены покупки	+65	+65	+66	+70	+71	+66		
Цены реализации	+65	+60	+62	+65	+67	+60		
Прибыль	-6	-9	-6	-10	-16	-20		

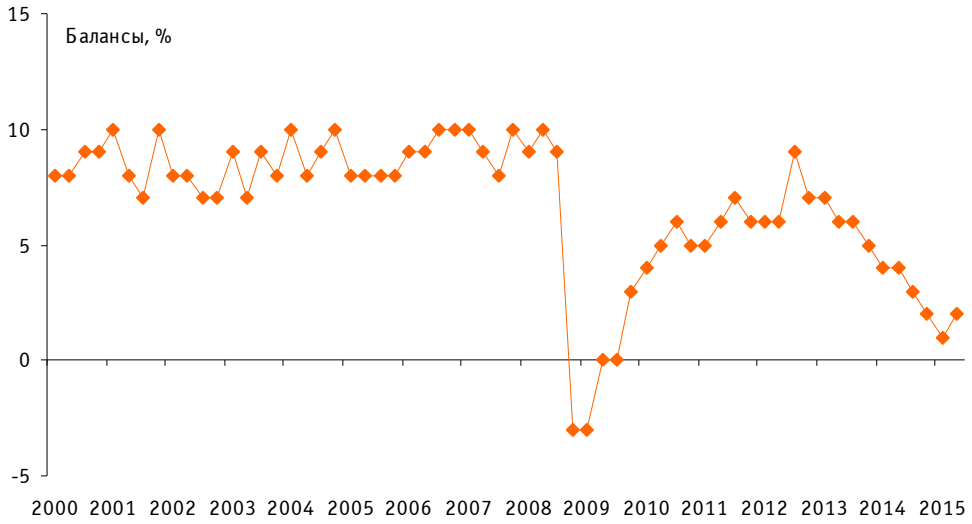
[1] Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

[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.

Тем не менее, зыбкая стабилизация деловой активности пока не оказала серьезного корректирующего воздействия на итоговую отраслевую динамику, позволяя констатировать лишь неакцентированные корректирующие изменения. В частности, основной индикатор обследования – **индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)**[4] оптовой торговли, во II квартале компенсировав лишь 1 п.п. и увеличившись до отметки +2%, продолжил пребывать в диапазоне критических для данного сегмента минимумов. При этом расшифровка наблюдаемой динамики ИПУ указывает на очевидное отсутствие фундаментальных экономических причин, способных привнести качественные изменения в текущие краткосрочные результаты. Основная причина роста ИПУ, заключается в усилении оптимистичных оценочных предпринимательских ожиданий относительно изменения одного из его ключевых компонентов - экономической ситуации в III квартале текущего года.

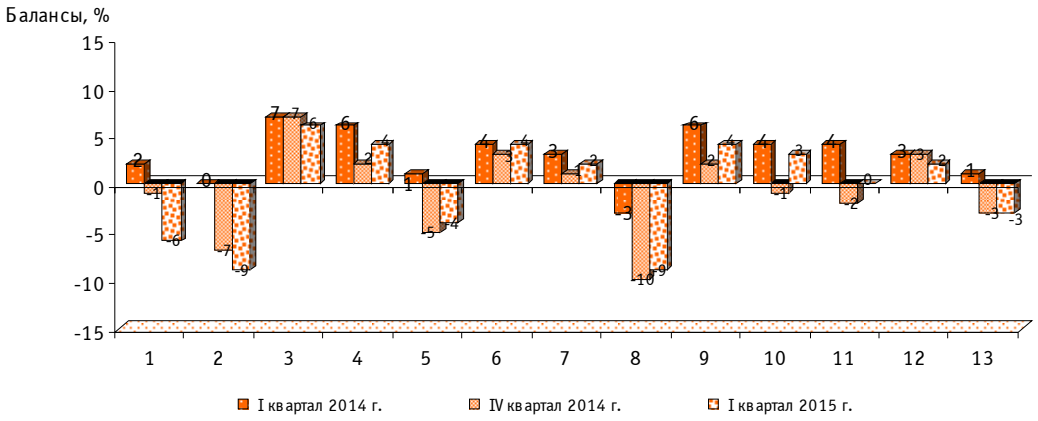
Рис. 1. **Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли**



Значения ИПУ, рассчитанные для оптовых организаций, стратифицированных по видам реализуемой продукции, позволяют более подробно проследить сущность сформировавшихся тенденций на различных рынках потребительских товаров.

[4] Индекс предпринимательской уверенности (ИПУ) 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.

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



1 – автотранспортные средства
2 – автомобильные детали, узлы и принадлежности
3 – сельхозсырье и живые животные
4 – пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия
5 – бытовые электротовары, радио- и телеаппаратура
6 – парфюмерные и косметические товары
7 – фармацевтические и медицинские товары
8 – бытовая мебель, напольные покрытия
9 – топливо
10 – руды и металлы
11 – лесоматериалы, строительные материалы
12 – химические продукты
13 – машины и оборудование

В целом, относительно I квартала принципиальных изменений в организациях, реализующих различные товарные группы, не произошло. Развитие торгового процесса обуславливалось постепенным адаптационно-кризисным изменением характера социоэкономических параметров, а также спецификой реализуемого фирмами предложения, что обозначило соответствующие акценты в его динамике.

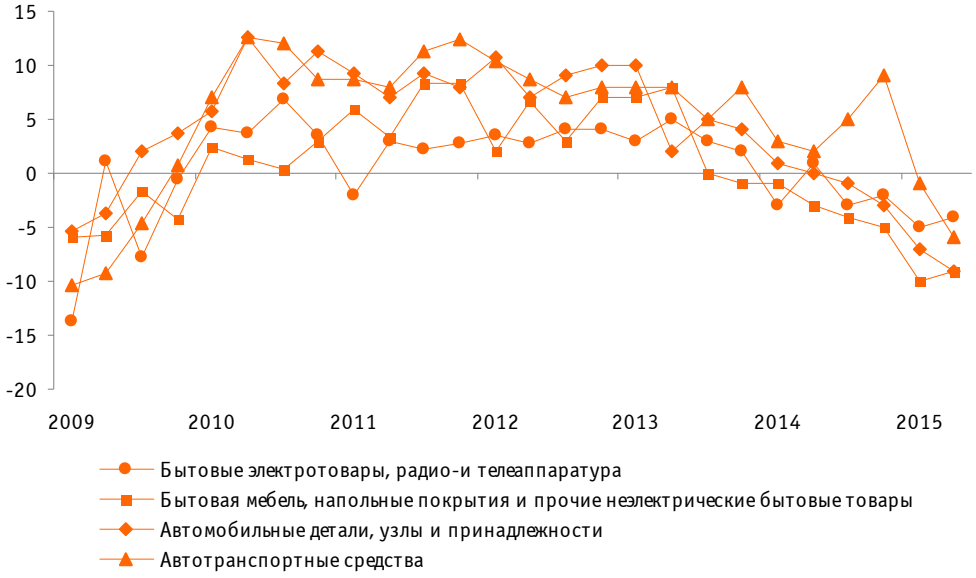
Наиболее благоприятный деловой климат относительно I квартала т.г. сложился в оптовых фирмах, реализующих такие социально-необходимые группы товаров, как:

- ✓ пищевые продукты (ИПУ продолжил рост и составил во II квартале +4% против +2% в I-м),
- ✓ парфюмерию и косметику (ИПУ составил +4% против +3%),
- ✓ фармацевтику (ИПУ составил +2% против +1%).

Зафиксированные положительные сдвиги свидетельствуют о постепенной приспосабливаемости потребительского поведения всех участников рынка к ценовым, ассортиментным и другим стратегическим маневрам оптового сегмента. Несмотря на продолжающееся сжатие внутреннего потребления, вызванного восьмимесячным сокращением реальных располагаемых денежных доходов населения и по-прежнему высокой инфляционной составляющей, данные группы товаров остаются безальтернативным базовым источником жизнеобеспечения, что на протяжении последних нескольких кварталов представляет данным организациям определенное преимущество относительно других видов торговой деятельности. Кроме того, именно они демонстрируют наибольшую активизацию в процессе импортозамещения. Особенно выраженно этот процесс происходит в фармацевтическом и пищевом сегментах.

Рис. 3. **Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих пищевые продукты, парфюмерию и косметику, фармацевтику и медицинские товары**

Балансы, %



На фоне вышеуказанных организаций в значительно худшем состоянии продолжали пребывать оптовики, реализующие товары длительного социального назначения.

Особенно сложная ситуация сложилась в организациях, чья деятельность ориентирована на продажу автотранспорта и запчастей к ним, где произошло очередное торможение деловой активности. В частности, ИПУ в организациях, реализующих автотранспорт, по сравнению с I кварталом т.г. просел до (-6%) с (-1%), а автомобильные детали, узлы и принадлежности до (-9%) с (-7%).

В фирмах, реализующих бытовую мебель и напольные покрытия, а также бытовые электротовары наблюдалась слабое торможение спада. ИПУ относительно I квартала отыграл только 1 п.п. и составил -9 и -4% соответственно.

Зафиксированные тенденции свидетельствуют, что российский потребительский рынок продолжает пребывать в депрессивном состоянии, не предполагая открывать заблокированные статьи расходов и формировать спрос на дорогостоящие покупки. Объективные монетарные риски погрузили потребителей в жесткий режим экономии пока с неограниченным сроком действия.

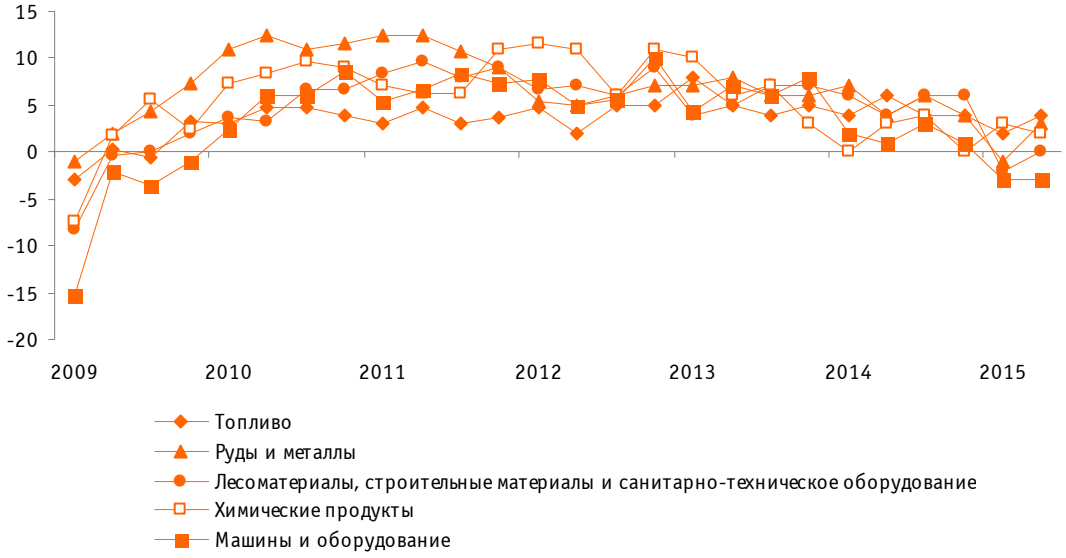
Рис. 4. **Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих бытовые электротовары, бытовую мебель, автотранспортные средства, запчасти**

Балансы, %

В относительно благоприятном состоянии по итогам I полугодия 2015 года оказались оптовые фирмы, занятые в сфере продаж производственно-технической продукции. Так, например, по сравнению с 2014 годом, во II квартале т.г. реализация такого вида товаров пользовалась все большим спросом. В частности, ИПУ по фирмам, реализующим топливо, возрос
до +4% с +2%; руду и металлы до +3% с (-1%); строительные и лесоматериалы до 0% с (-2%).

В то же время, продолжилась стагнация на рынке поставок машин и оборудования — во II квартале значение ИПУ сохранилось на неблагоприятной отметке отрицательной зоны, составив (-3%).

Рис. 5. **Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих топливо, руду и металлы, строительные и лесоматериалы, химические продукты, машины и оборудование**



Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2015 года

В организациях оптовой торговли шести[5] федеральных округов Российской Федерации наибольшее значение индекса предпринимательской уверенности зафиксировано в организациях оптовой торговли Сибирского и Дальневосточного федерального округах, составив +3% соответственно, наименьшее – Уральского федерального округа (-1%).

По итогам II квартала оказались неблагоприятными и ряд новообразованных тенденций по центральным операционным показателям торговой деятельности, что свидетельствует о серьезных проблемах, способных в краткосрочном периоде нивелировать наметившееся поступательное развитие сегмента. Прежде всего, это касается стремительно ухудшившейся ситуации в сфере оптовой торговли на рынке труда, новых отрицательных значений, характеризующих ситуацию фирм с собственными и кредитными финансовыми ресурсами, а также очередными минимумами по показателям товарооборота и прибыли.

Не обошлось и без усиления влияния внутренних негативных факторов, лимитирующих деятельность оптовиков. В частности, возросли отрицательные отзывы руководителей фирм относительно неблагоприятного влияния на бизнес совокупности финансовых проблем. Во II квартале на «неплатежеспособность покупателей» ссылались уже 67% руководителей, «недостаток финансовых средств в компаниях» - 46%, а «высокий процент коммерческих кредитов» - 38%.

Таким образом, несмотря на относительную компенсационную коррекцию, композитный и простые индикаторы функционирования оптовых фирм продолжали характеризоваться худшими межкризисными результатами 2009 – 2015 гг.

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

Результаты опроса за II квартал 2015 года позволяют констатировать точечные позитивные изменения в динамике ключевых операционных показателей торгового процесса относительно предшествующих периодов.

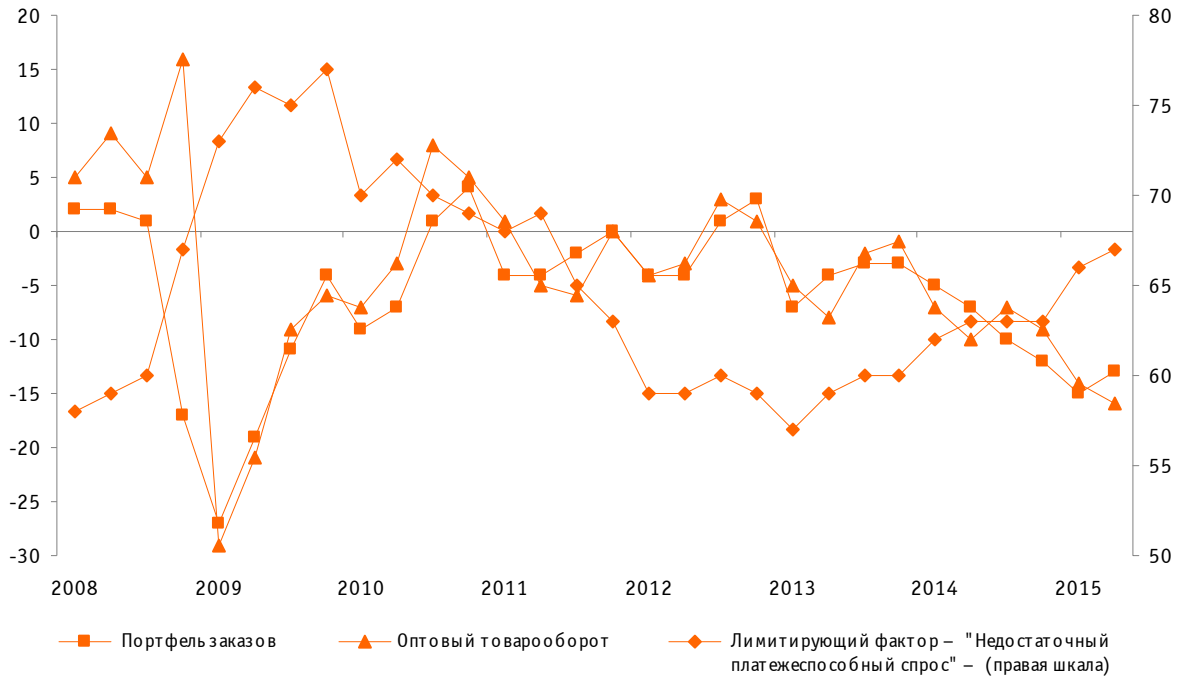
Впервые с конца 2013 года в организациях замедлились темпы сокращения **портфеля заказов** на реализуемую продукцию. В частности, в анализируемом периоде баланс оценки изменения показателя компенсировал относительно I квартала 2 п.п. и составил -13% (-7% во II квартале 2014 г.). В то же время, на 1.п.п. улучшил значение показатель **объем продаж**, балансовая оценка изменения которого составила -15% (-10% во II квартале 2014 г.).

Тем не менее, остальные индикаторы торговли демонстрировали нисходящие тренды, что свидетельствует о серьезных проблемах, способных в краткосрочном периоде нивелировать наметившееся поступательное развитие сегмента.

По итогам анализируемого периода в организациях продолжилось сокращение **товарооборота**, о чем констатировали 50% предпринимателей, баланс оценки показателя снизился относительно I квартала на 2 п.п., достигнув -16% (-10% во II квартале 2014 года).

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

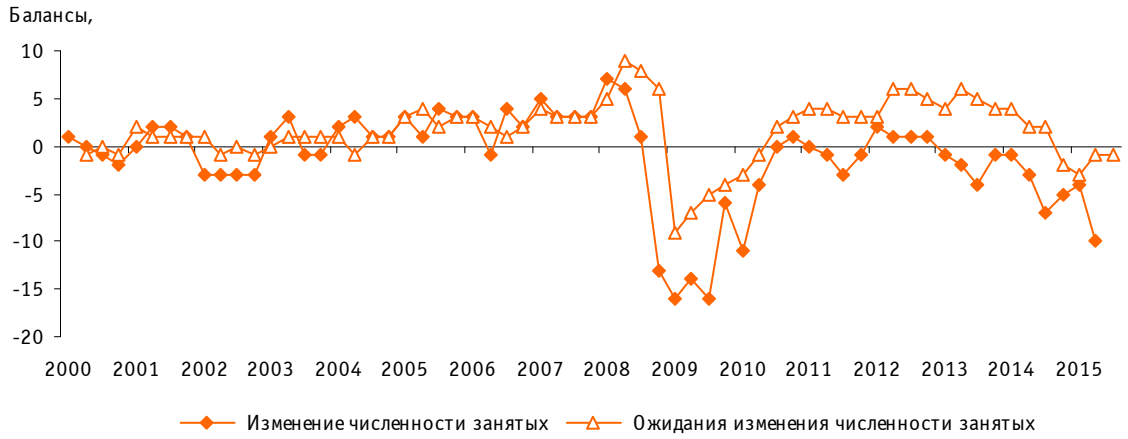
Рис. 6. **Динамика оценок изменения портфеля заказов, товарооборота и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос»**



Наряду с вышеуказанными изменениями, в анализируемом периоде наблюдалось дальнейшее сокращение **персонала**. Балансовое значение показателя опустилось сразу на 6 п.п. и составило -10% (-3% во II квартале 2014 г.).

Высока напряженность кадрового вопроса и в прогнозных оценках респондентов. Уже более 83% руководителей в ближайшей перспективе не планируют менять ситуацию и расширять штат.

Рис. 7 . **Динамика оценок изменения численности занятых в организациях оптовой торговли**



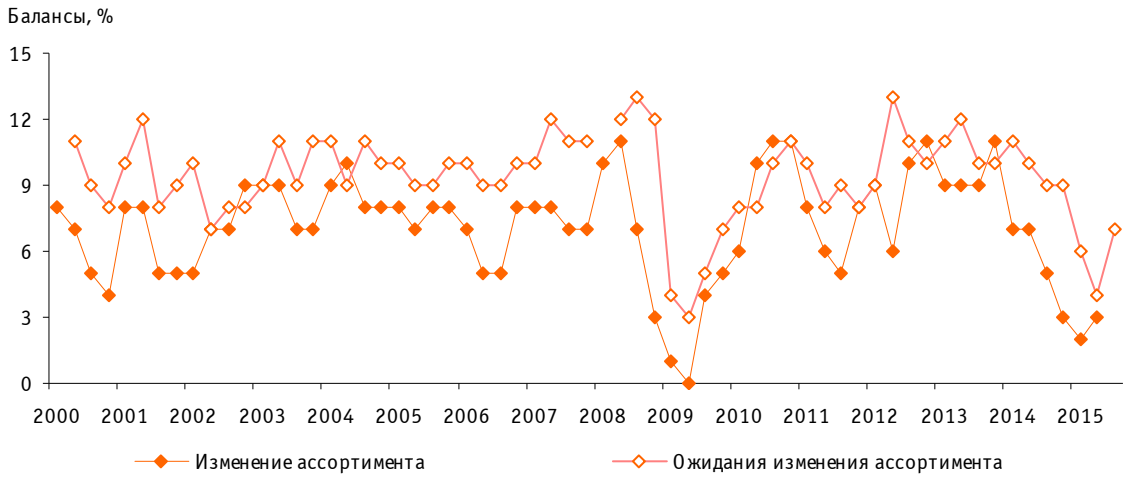
Учитывая наблюдаемую экономическую конъюнктуру, негативные тенденции отчасти сглаживаются более благоприятными прогнозными оценками оптовиков, большинство из которых ожидают позитивные изменения ситуации в III квартале 2015 г. со спросом и объемом реализации.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Одним из важных конъюнктурообразующих моментов в результатах обследования следует считать начавшиеся коррективы в **ассортиментной матрице** оптовых организаций. По итогам I полугодия 2015 г., после более годового сжатия товарного предложения, проявились первые результаты комплексной диверсификации номенклатуры, заключающиеся в расширении **ассортимента** реализуемых товаров. Балансовое значение данного показателя преодолело минимальный порог I квартала т.г. увеличившись до +3% (+8% во II квартале 2014 г.).

Растущий оптимизм ожиданий предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения указывают на начавшуюся активизацию потребительского рынка. Балансовое значение ассортиментных ожиданий после длительной паузы продемонстрировало рост и составило +7% против +4%.

Рис. 8 . **Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях оптовой торговли**



Согласно результатам проведенного обследования, во II квартале темпы сокращения **объема складских запасов** продолжили усиливаться. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -7% против -6% в I-м и 0% в I квартале 2014 г. В то же время, большинство руководителей (85%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»[6].

Структура **поставщиков и потребителей** товаров оптовых 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.

В то же время, распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических, а также розничных организаций (38 и 30% соответственно). Остальной товар предназначался предприятиям, физическим лицам и прочим организациям.

[6] «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий на момент проведения обследования.

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.

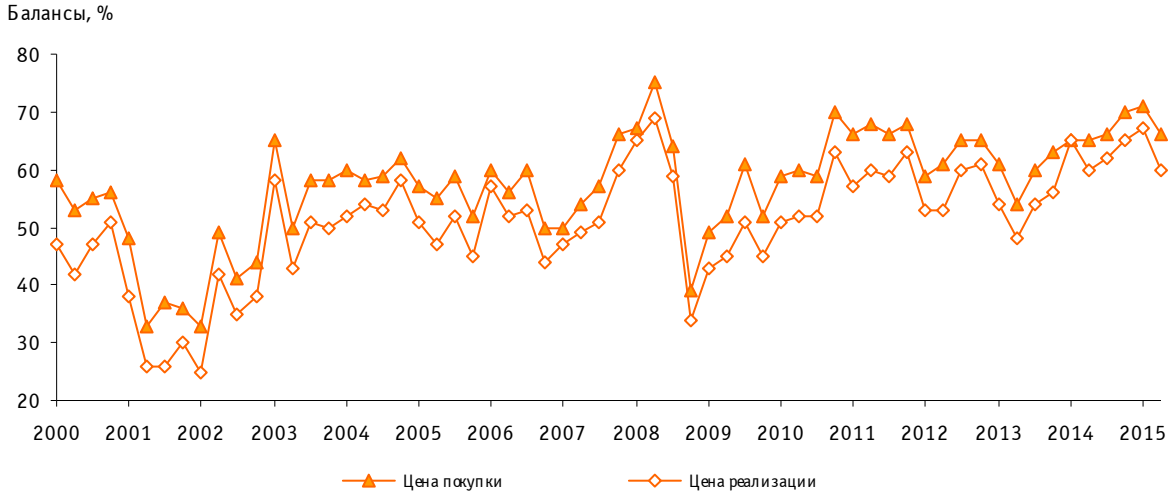
Сохранилось и распределение объемов продаж по местонахождению покупателей: основную часть товаров (80% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

Цены закупки и реализации. Система расчетов

Во II квартале 2015 г. впервые с середины 2013 г. обследованием зафиксировано замедление роста цен. Балансовое значение показателя относительно I квартала т.г. снизилось с +67% до +60%, что соответствует значению II квартала 2014 г.

Тем не менее, факт повышения **цен реализации** по-прежнему констатировали большинство руководителей торговых фирм – 65% (70% в I квартале). Основное влияние на формирование ценовой динамики в секторе оказали курсовые параметры прайс-листов основных поставщиков для оптовых организаций – производителей товаров. Результаты обследования позволяют констатировать, что замедление роста цен поставщиками – производителями товаров отметили 70% респондентов против 76% в I квартале. Баланс оценки изменения **закупочной цены** опустился до +66% против +71% кварталом ранее.

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



Вместе с тем, по большинству ассортиментных групп наблюдаемые значения данных показателей продолжали находиться в зоне максимальных за всю историю проведения обследований. Акцентированные изменения произошли лишь в оптовых организациях, реализующих социальные группы товаров.

Инфляционные ожидания выявленные обследованием указывают, что в планах предпринимателей в III квартале 2015 года сохранить тенденцию снижения оптовых цен.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров во II квартале 2015 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, бартер и другие финансовые инструменты как формы расчетов не использовались.

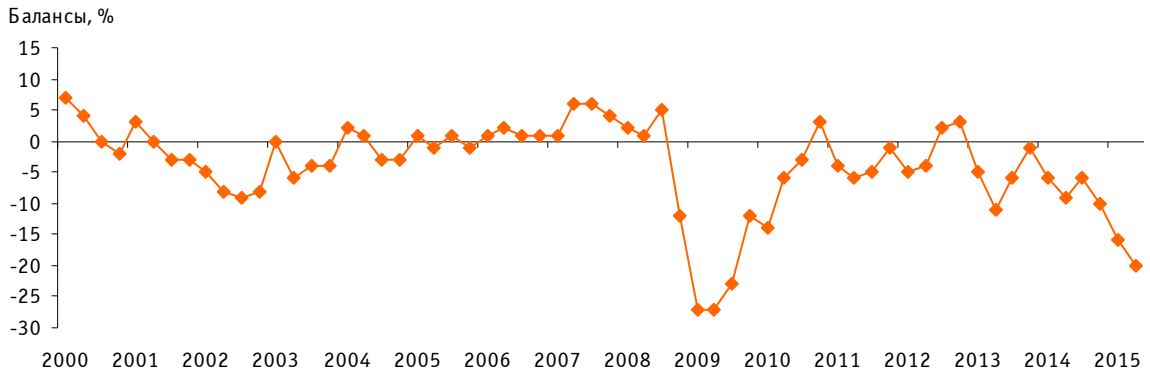
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (86 и 12% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 2%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Несмотря на разворот некоторых важных для торговли трендов, в организациях произошло дальнейшее усугубление финансового состояния оптовых фирм. Причем негативные тенденции охватили буквально все соответствующие показатели деятельности.

В частности, наибольшая негативная коррекция зафиксирована по главному результирующему индикатору финансово-экономической деятельности оптовиков – **прибыли.** Большинство руководителей (45%) констатировали данный факт по итогам работы первого полугодия. В результате, если в I квартале баланс оценки изменения показателя составлял -16%, то во II-м опустился до -20% (-6% в I квартале 2014 г.) Следует отметить, что полученный минимум самый худший межкризисный результат 2009-2015 года, более низкое значение фиксировалось в секторе единожды - во II квартале 2009 и составляло -27%.

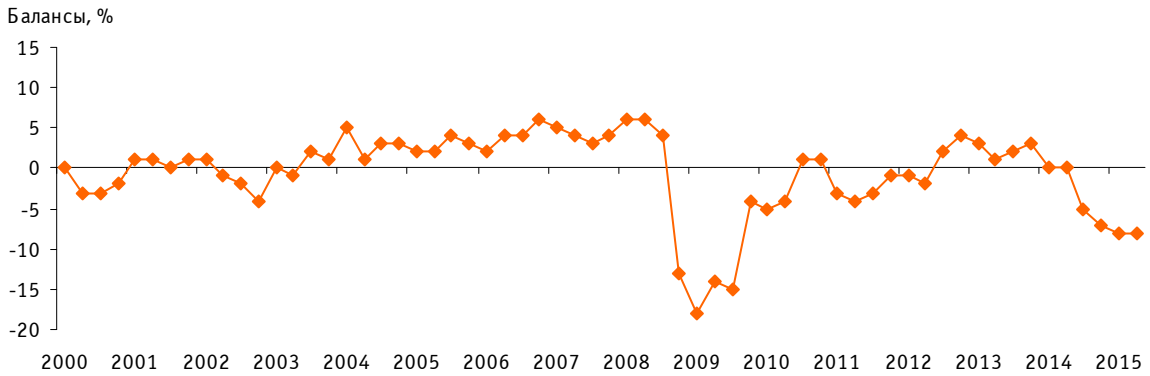
Рис. 10. **Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли**



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 – 22%, финансовых средств клиентов – 9%, прочих средств – 1%.

В связи с продолжающимися дестабилизирующими процессами, в организациях оптовой торговли не произошло улучшение **экономической ситуации.** Баланс оценки изменения показателя сохранил значение I квартала на отметке -8% (0% во II квартале 2014 г.).

Рис. 11. **Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли**



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

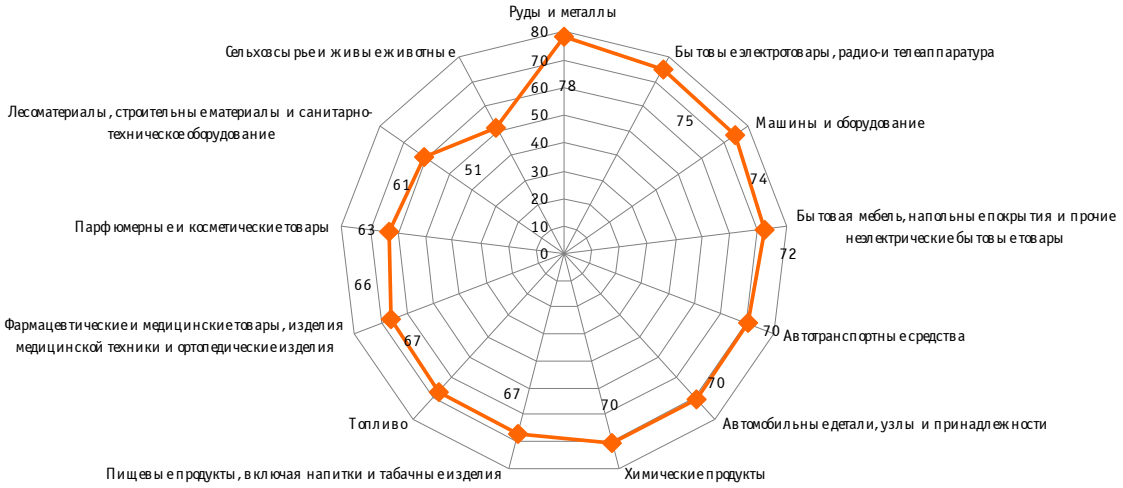
Анализ мнений руководителей оптовых организаций относительно степени влияния на их бизнес лимитирующих факторов позволяет констатировать дальнейшее масштабирование проблем, продиктованных стагнирующим спросом и возрастающими финансовыми издержками, оказавших внушительное отрицательное влияние на бизнес в 2014 г. и первой половине 2015 г.

В частности, во II квартале уже для 67% респондентов **недостаточный платежеспособный спрос** стал первоочередным негативным обстоятельством, затрудняющим их торговую деятельность.

Сегментация организаций по видам деятельности показала усиление влияния данного фактора, а наиболее негативную реакцию на данную проблему выразили руководители оптовых фирм, реализующих металлы и металлическую руду (78% респондентов), бытовые электротовары (75%), машины и оборудование (74%), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (72%), автотранспортные средства (70%).

Рис. 12. **Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2015 г.**

Доля организаций от их общего числа, %



Одновременно, с IV квартала 2014 года продолжила возрастать доля предпринимателей с 43 до 46% ссылавшихся на недостаток в фирмах **собственных финансовых средств** и с 31 до 38% тех, кто выразил недовольство **высокими процентными ставками**.

Так, например, наибольшую неудовлетворенность величиной процентов по кредиту, выражали руководители фирм, реализующих автотранспортные средства (64% респондентов), автомобильные запчасти (45%), топливо (43%). В меньшей степени данная проблема беспокоила предпринимателей, занятых оптовыми поставками бытовой мебели, фармацевтических товаров (24 и 28% респондентов соответственно).

Рис. 13. **Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий процент коммерческого кредита» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2015 г.**
Доля организаций от их общего числа, %

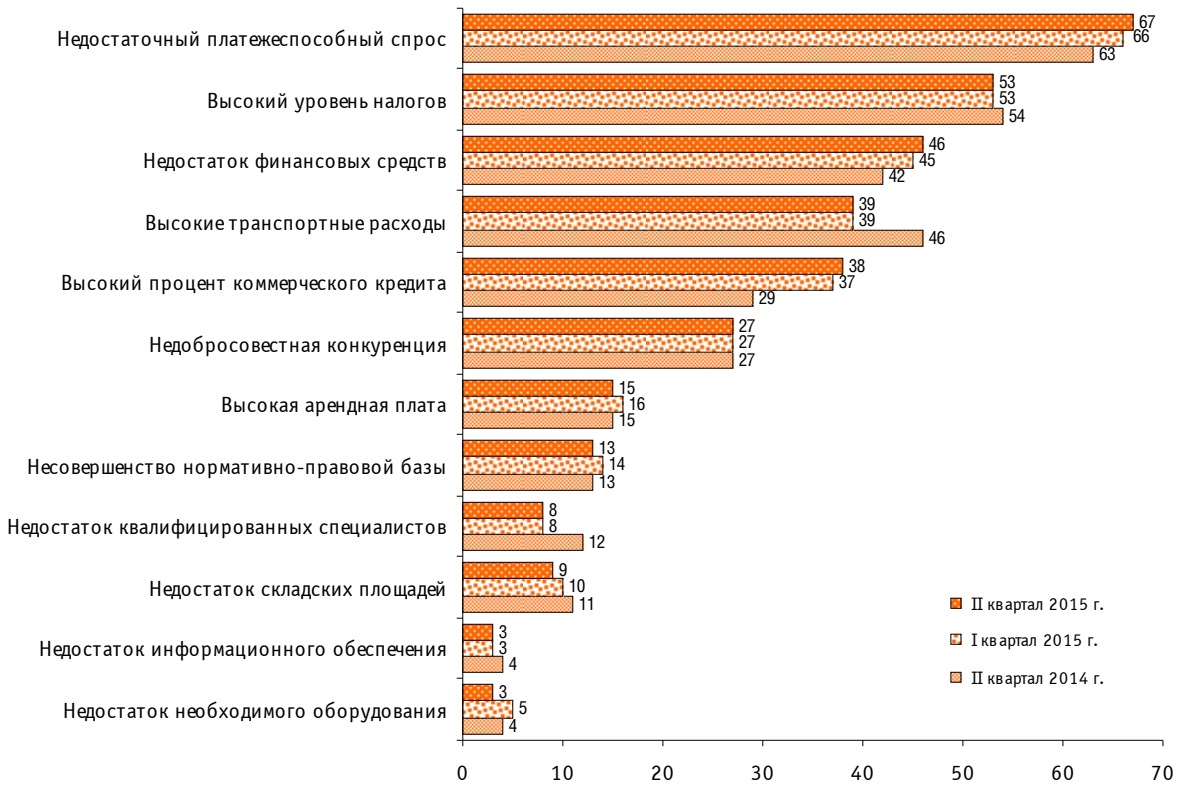
В то же время, в анализируемом периоде относительно I квартала сохранилась без изменений доля респондентов — 53%, отмечавших возрастание на бизнес **фискальной нагрузки.** Тем не менее, ситуация продолжала быть сложной для фирм, реализующих парфюмерные и косметические товары, бытовые электротовары, сельхозсырье и т.д.

Рис. 14 . **Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2015 г.**
Доля организаций от их общего числа, %

Менее значимыми осложнениями для бизнеса респонденты посчитали **недостаток складских площадей** и **необходимого оборудования**, а также **недостаток информационного обеспечения.**

Рис. 15 . **Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли**

Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, незначительная – но принципиально важная компенсационная корректировка параметров делового климата – лейтмотив результата функционирования российских оптовых организаций по итогам I полугодия 2015 года.

Робкие признаки оживления свидетельствуют, что точка адаптации найдена и психологический барьер, вызванный раскаленной конъюнктурой двухстороннего сжатия товарного рынка девальвацией и контрсанкциями, предпринимателями частично преодолен. Впервые за последние несколько лет, главный индикатор обследования - ИПУ, кардинально изменил траекторию развития, взяв курс на восстановление. В свою очередь, стабилизатором наметившегося развития, выступает замедление темпов спада объемов продаж и начавшееся расширение ассортимента. Важным моментом следует считать и снижение инфляционного давления, так как впервые за последний год в оптовых фирмах произошло преодоление пиковых значений цен реализации товаров. Кроме того, у руководителей вновь окрепла уверенность в позитивных переменах. Большинство из участников опроса рассчитывают в ближайшие три месяца на активизацию продаж.

В результате, конъюнктурное обследование выявило сразу несколько поводов для более оптимистичного взгляда на складывающуюся ситуацию в секторе, позволяя осторожно рассчитывать на последующее восстановление.

Следует подчеркнуть, что оптовая торговля, занимая достаточно весомую долю в общей структуре ВВП страны (большую, чем розничная торговля), несет на себе двойной груз ответственности с точки зрения формирования делового климата организаций реального сектора, и в особенности, в ближайшем «родственном» сегменте – ритейле, т.к. закладывает ключевые номенклатурные и ценовые параметры. Да, напрямую население страны практически не осуществляет товарно-денежных отношений с оптовиками, но многие положительные и отрицательные тенденции, характерные для розничной торговли, которая непосредственно реализует товары для населения, формируются именно в оптовом сегменте. В первую оче-

редь высококорреляционная связь проявляется в ассортиментной линейке, изменениях номенклатуры реализуемых товаров, качестве товаров и, главное, в ценовой составляющей.

Безусловно, на фоне сохранения крайне негативных значений большинства остальных показателей операционной деятельности, говорить о качественном росте не приходится, но однозначный факт перелома ниспадающей динамики функционирования оптовой торговли, в определенной степени минимизирует риск разворачивания вполне вероятного неблагоприятного сценария для итоговых годовых темпов роста сегмента.

Следует заметить, что оптовая торговля по некоторым ключевым индикаторам продолжает балансировать возле критических результатов, что вносит немалую долю скептицизма в зарождение новых трендов роста в краткосрочной перспективе. Большое опасение по-прежнему вызывает и динамика инфляционной составляющей, которая сохраняет вероятность по итогам года вновь перейти в наступательную фазу. Как показывают результаты текущего обследования, ценовые позитивные коррективы достаточно сегментированные, т.к. наиболее заметные произошли в организациях, реализующих продукты питания, парфюмерию и косметику.

Данное обстоятельно вновь возвращает нас к главной сохраняющейся проблеме – низкого потребительского спроса, динамка которого на данной стадии развития экономической конъюнктуры располагает невысокими шансами реабилитации даже по итогам года. Очевидно, что наблюдаемая стабилизация макроэкономических параметров пока не способна задать нужные координаты, при которых наступит утраченное равновесие спроса и предложения. Нельзя пока рассчитывать и на быструю отдачу от процесса импортозамещения, масштабный эффект от которого мог бы существенно снизить риски неопределенности и скорректировать внутреннюю инфляционную политику во многих социальных сегментах, тем самым стимулируя участников товарного рынка. Очевидно, что темпы осуществления программы импортозамещения еще не способны за такой короткий срок оптимизировать производства и предоставить оптовикам широкий ассортиментный ряд отечественной продукции.

Настораживают и официальные данные статистики, отражающие основные социально-экономические показатели, которые, по-видимому, продолжат до конца текущего года фиксировать отрицательные темпы роста всего реального сектора экономики России. В результате, максимум, что следует ждать в ближайшей перспективе от оптовой торговли – это медленное мобилизационное расширение своей деятельности с перспективой выхода на положительные количественные статистические результаты не раньше II квартала следующего года. Причем данный позитивный сценарий может сработать только при восстановлении роста реальных располагаемых денежных доходов населения, которые снижаются восьмой месяц подряд.

В целом, учитывая небольшой срок пребывания оптовой торговли в «зоне военных действий» глобальные выводы по текущим и будущим результатам функционирования сегмента делать преждевременно. Но в это непростое для российской экономической действительности время, нужно понимать, что могло бы быть еще хуже и любой полученный результат сегодня, даже с намеком на образование позитивной тенденции – уже шаг вперед! Тупиковой ситуации нет, импульс для преодоления последствий кризисного шока получен, лед тронулся!

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
2014								
I квартал	24	47	29	-5	28	56	16	+12
II квартал	22	49	29	-7	28	55	17	+11
III квартал	20	50	30	-10	28	56	16	+12
IV квартал	21	49	33	-12	27	52	21	+6
2015								
I квартал	20	45	35	-15	25	55	20	+5
II квартал	20	47	33	-13	25	56	19	+6
III квартал								
IV квартал								

Таблица 2

Оптовый товарооборот

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
2014								
I квартал	37	19	44	-7	39	42	19	+20
II квартал	35	20	45	-10	39	42	20	+19
III квартал	37	18	44	-7	38	43	20	+18
IV квартал	36	21	45	-9	38	38	24	+14
2015								
I квартал	34	18	48	-14	33	44	23	+10
II квартал	34	18	50	-16	34	44	22	+12
III квартал								
IV квартал								

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
2014								
I квартал	36	20	44	-8	40	42	18	+22
II квартал	30	30	40	-10	34	47	17	+17
III квартал	30	29	40	-10	33	49	18	+15
IV квартал	49	31	41	-12	33	45	21	+12
2015								
I квартал	27	30	43	-16	27	51	22	+5
II квартал	27	31	42	-15	28	52	20	+8
III квартал								
IV квартал								

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
2014								
I квартал	14	79	7	+7	14	82	4	+10
II квартал	14	79	7	+7	14	82	5	+9
III квартал	13	79	8	+5	14	81	6	+8
IV квартал	13	77	10	+3	13	80	7	+6
2015								
I квартал	12	78	10	+2	11	82	7	+4
II квартал	12	79	9	+3	13	81	6	+7
III квартал								
IV квартал								

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
2014								
I квартал	20	59	21	-1	10	82	8	+2
II квартал	20	58	23	-3	10	82	8	+2
III квартал	18	57	25	-7	8	81	10	-2
IV квартал	20	54	25	-5	9	81	12	-3
2015								
I квартал	20	36	24	-4	9	81	10	-1
II квартал	19	52	29	-10	8	83	9	-1
III квартал								
IV квартал								

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
2014								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2
II квартал	12	77	11	+1	8	82	10	-2
III квартал	12	75	13	-1	9	81	11	-2
IV квартал	12	73	14	-2	9	75	12	-3
2015								
I квартал	9	73	18	-9	7	81	12	-5
II квартал	9	76	15	-6	7	81	12	-5
III квартал								
IV квартал								

Таблица 7

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
2014								
I квартал	12	77	11	+1	13	81	6	+7
II квартал	11	78	11	0	12	80	8	+4
III квартал	10	77	13	-3	13	80	7	+6
IV квартал	10	77	14	-4	14	78	8	+6
2015								
I квартал	11	74	15	-4	12	78	10	+2
II квартал	9	76	15	-6	12	78	10	+2
III квартал								
IV квартал								

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
2014								
I квартал	33	28	39	-6	36	47	17	+19
II квартал	30	31	39	-9	36	47	17	+19
III квартал	32	30	34	-6	35	47	18	+17
IV квартал	30	30	40	-10	34	45	21	+13
2015								
I квартал	28	28	44	-16	30	46	24	+6
II квартал	25	30	45	-20	31	47	22	+9
III квартал								
IV квартал								