




**ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований  
и экономики знаний**

**Центр конъюнктурных исследований**



---

**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ  
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ  
ВО II КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА**

---

Июль '14

---

Москва



**ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований  
и экономики знаний**

**Центр конъюнктурных исследований**

# **ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА**

Москва

2014

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

**Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ** представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле во II 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](mailto: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 во II квартале и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2014 г.

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

## Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле<sup>2</sup>

Анализ состояния делового климата оптовых организаций России свидетельствует, что в I полугодии 2014 г. в отрасли не произошло принципиальных изменений, способных внести позитивный импульс в динамику торгового процесса. Экватор текущего делового сезона ознаменовался продолжением развития стагнационных тенденций, охвативших сектор с середины 2013 г. Аккумулируя негативную компоненту макро и микро-экономического событийного фона, охлаждение отрасли сопровождалось дальнейшей деинтенсификацией продаж и прибыли не только в фирмах, ориентированных на сферу потребления населения, но и на производственные предприятия. К сожалению, оптовый сегмент по-прежнему развивается в русле инерционного сценария российской экономики, наглядно демонстрируя дальнейшее ослабление динамики большинства ключевых индикаторов торгового процесса.

Таблица 1

### Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли Балансы, %<sup>3</sup>

	2013				2014			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Спрос	-7	-4	-3	-3	-5	-7		
Оптовый товарооборот	-5	-8	-2	-1	-7	-10		
Объем продаж в натуральном выражении	-6	-7	-3	-1	-8	-10		
Ассортимент товаров	+9	+9	+9	+11	+7	+8		
Численность занятых	-1	-2	-4	-1	-1	-3		
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-1	-2	-1	-1	+1	0		
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	-1	0	0	-3	+1		
Цены покупки	+61	+54	+60	+63	+65	+65		
Цены реализации	+54	+48	+54	+56	+65	+60		
Прибыль	-5	-11	-6	-1	-6	-9		

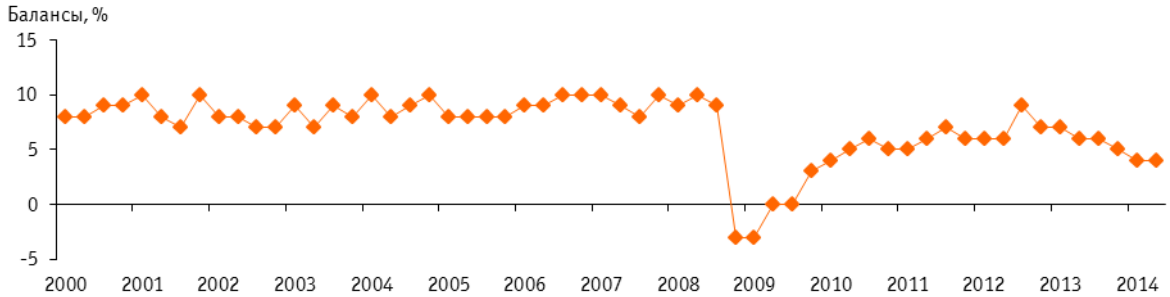
<sup>1</sup> Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

<sup>2</sup> Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций оптовой торговли.

<sup>3</sup> 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.

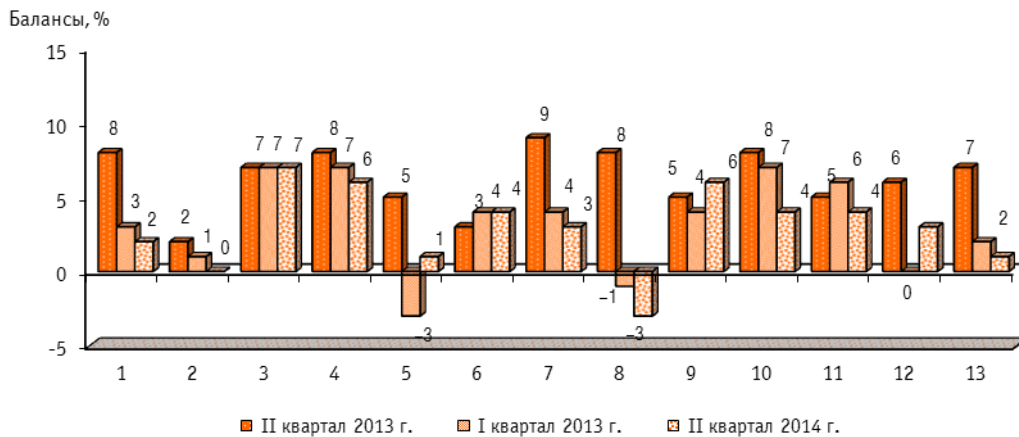
В результате, главный индикатор обследования - **индекс предпринимательской уверенности** (ИПУ) так и не смог преодолеть критический диапазон самых низких значений за последние 4 года проведения обследований. По итогам II квартала ИПУ вновь сохранил результат I квартала, составив +4% (+6% во II квартале 2013г.).

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 сформировавшейся динамики не только в секторе, но и на различных потребительских рынках.

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



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

В целом, отмечаемое изменение Индексов, характеризующих состояние делового климата фирм, занятых в различных видах торговой деятельности, свидетельствует о закреплении тенденции уменьшения востребованности товаров как со стороны домашних хозяйств, так и ряда производств реального сектора экономики. Так, например, в текущем году второй квартал подряд впервые с 2009 г. наблюдается ухудшение состояния фирм, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары. ИПУ продолжил падение, достигнув -3% против -1% в начале года (для сравнения: в 2013 г. значение индекса во II квартале составляло +8%).

В то же время, фиксируется замедление темпов экономического роста относительно начала года в организациях, поставляющих пищевые продукты (ИПУ снизился с +7 до +6%), а также фармацевтические и медицинские товары (с +4 до +3%). Продолжают стагнировать и оптовые организации, реализующие парфюмерные и косметические товары, ИПУ зафиксировался на отметке в +4%.

Одновременно с вышеуказанными результатами необходимо отметить, что по итогам II полугодия ослабленный режим развития был характерен и для фирм, реализующих производственную и техническую продукцию. Данный факт подтверждают значения ИПУ, рассчитанные для фирм, занимающихся поставками руды и металлов (падение индекса с +7 до +4%), лесоматериалов, стройматериалов (с +6 до +4%), машин и оборудования (+2 до +1%). Не менее важно акцентировать, что по сравнению с началом года заметное замедление бизнес-активности произошло в организациях, поставляющих автотранспортные средства (ИПУ снизился с +8 до +2%) и автомобильные детали, узлы и принадлежности (с +2 до +0%), спрос на которые также находится в зависимости от конечных потребительских интересов.

Противоположные тенденции развития были зафиксированы в оптовых фирмах, реализующих топливо: ИПУ относительно начала года возрос с +4 до +6%, однако наблюдаемый всплеск в первую очередь следует связывать с летней сельскохозяйственной кампанией, периода сезонной активизации на топливном рынке.

В организациях оптовой торговли шести<sup>4</sup> федеральных округов Российской Федерации индекс предпринимательской уверенности характеризовался положительными значениями. Наилучший результат был зафиксирован в Приволжском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах, составив +6% соответственно.

Учитывая скорее пессимистичные ожидания предпринимателей относительно краткосрочных перспектив изменения портфеля заказов, объемов продаж, ценовой политики, в ближайшие кварталы по-прежнему можно рассчитывать лишь на точечные коррективы, обусловленные краткосрочно обостряющимся спросом по актуальным товарным 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 до конца года не следует.

---

<sup>4</sup> Данные по Южному и Северо-Кавказскому, федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах. Крымский федеральный округ пока в опросах не участвует.

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

Перекрестный анализ результатов обследования свидетельствует, что во II квартале 2014 г. большинство значений основных показателей, отражающих интенсивность оптовых продаж, продемонстрировали дальнейшее ухудшение негативной динамики. Наблюдаемая тенденция сопряжена с продолжающимся сокращением **портфеля заказов** по всем группам реализуемых товаров. В частности, в анализируемом периоде доля предпринимателей, указавших на **недостаточный платежеспособный спрос** со стороны клиентов, возросла и составила 63% (для сравнения: во II квартале 2013 г. – 58%). Балансовое значение спроса опустилось относительно I квартала на 2 п.п. до отметки в -7% (-4% во II квартале 2013 г.).

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



Ответной реакцией на ухудшение спросовой ситуации в оптовой торговле стало дальнейшее **снижение объемов продаж в натуральном выражении и товарооборота**. В частности, балансовые значения указанных показателей во II квартале потеряли по 2 и 3 п.п., опустившись до -10% соответственно. Следует отметить, что полученные значения являются самыми низкими за последние 4 года проведения обследований.

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



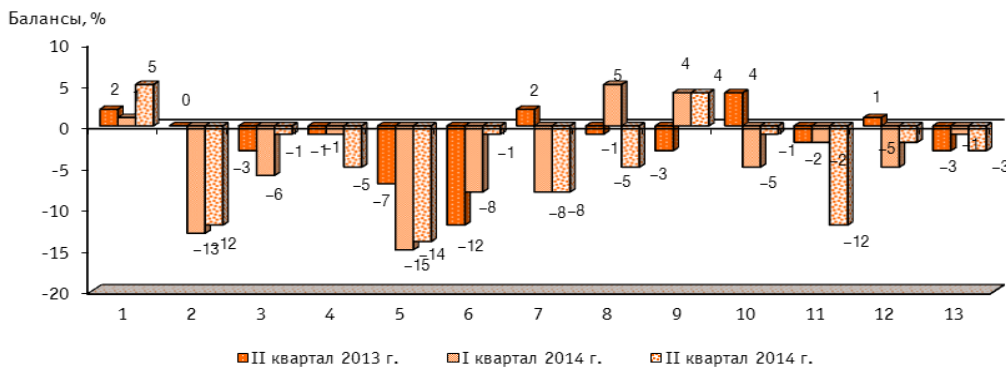
Наряду с вышеуказанными изменениями наблюдаемое в I квартале вялотекущее вы-  
бытие персонала в анализируемом периоде возобновилось с новой силой. Практически чет-  
верть респондентов сообщили о сокращении занятых. Балансовое значение показателя опу-  
стилось с -1 до -3% (-2% во II квартале 2014 г.).

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



Отраслевое наблюдение за изменением численности в оптовых фирмах позволяет констатировать, что по сравнению с началом года отрицательная кадровая динамика усили-  
лась в организациях, реализующих пищевые продукты (баланс оценки изменения показателя снизился с -1 до -5%), бытовую мебель, напольные покрытия (с +5 до -5%), лес и строитель-  
ные материалы (с -2 до -12%), машины и оборудование (с -1 до -3%). В то же время, наиболее серьезная ситуация с точки зрения масштаба явления сохраняется в фирмах, поставляю-  
щих автомобильные детали, узлы и принадлежности; бытовые электротовары, радио- и теле-  
аппаратуру; фармацевтические и медицинские товары.

Рис. 6. Изменение численности занятых в организациях оптовой торговли,  
реализующих отдельные группы товаров



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



Учитывая наблюдаемую экономическую конъюнктуру, прогрессирующие негативные тенденции усугубляются неблагоприятными прогнозными оценками оптовиков, большинство из которых не ожидают позитивных изменений ситуации в III квартале 2014 г., что свидетельствует о возможном дальнейшем замедлении темпов экономического роста в отрасли.

### Ассортимент. Складские запасы.

#### Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Непривычное для оптовиков сжатие ассортиментной матрицы, наблюдаемое по итогам I квартала текущего года, продолжилось во II квартале. Как показывает ретроспективная динамика показателя, подобная тенденция наблюдалась в периоды дестабилизации – когда приходилось использовать широкий спектр механизмов оптимизации. Во II квартале т.г. балансовое значение фиксировалось на отметке +7%. Вновь 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. Балансовое значение ассортиментных ожиданий продемонстрировало очередное снижение и составило +9% (+12 во II квартале 2013 г.).

Рис. 7. Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях оптовой торговли



Согласно результатам проведенного обследования, во II квартале темпы сокращения **объема складских запасов** усилились. Так, баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -2% против 0% в I квартале (-2% во II квартале 2013 г.). Большинство руководителей (88%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»<sup>5</sup>.

Структура **поставщиков и потребителей** товаров оптовых организаций во II 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,

<sup>5</sup> «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий в период обследования.

а также розничных организаций (40 и 29% 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

Ценообразование остается одним из важных результирующих моментов, отражающих специфику формирования делового климата в отрасли. В анализируемом периоде начавшийся в 2013 г. инфляционный разгон приостановился, хотя факт повышения цен на оптовые поставки по-прежнему констатировали более 60% руководителей. Балансовое значение изменения цены реализации снизилось с +60 до +60% (+48% во II квартале 2013 г.).

Одной из значимых составляющих, сформировавшей ценовые настроения предпринимателей по итогам полугодия, в первую очередь следует считать некоторое ослабление диктата ценовой политики со стороны основных поставщиков-партнеров для оптовиков и, как следствие, скорректированные прайс-листы. Балансовое значение изменения закупочной цены сохранилось на отметке +65%. Тем не менее в целом, общий ценовой фон оставался напряженным.

Рис. 8. Динамика оценок изменения цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли



Несмотря на коррективы ценовой политики, по ряду товарных позиций прайс-прессинг усиливался. В частности, в большей степени возросла оптовая цена реализации на товары, предназначенные для производственных нужд. Так, второй квартал подряд особенно отличились организации по поставкам химических продуктов, руды и металлов, топлива, автотранспортных средств. Отдельного внимания заслуживает формирование цен на топливном рынке. Однако отмечаемый рост связан не только летним всплеском потребления бензина, но и профилактическими сезонными ремонтами НПЗ, а также снижения запасов топлива. Определенный диссонанс в том числе вызван образовавшимся дефицитом нефтепродуктов вследствие пожара на Ачинском НПЗ.

Среди фирм, ориентированных на реализацию товаров для домашних хозяйств, наблюдалось замедление роста ценового давления, однако по большинству ассортиментным группам наблюдаемые значения сохранились в зоне максимальных за всю историю проведения обследований. Это относится к продовольственным товарам, парфюмерии и косметике, фармацевтике.

**Рис. 9. Изменение цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли различных видов товаров**  
(разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение цен покупки и реализации по сравнению с предыдущим кварталом, в % от общего числа респондентов)



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

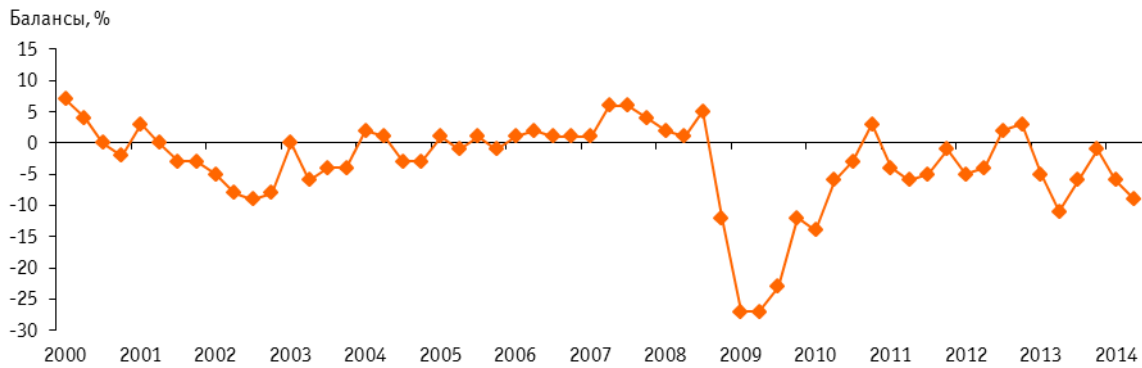
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (85 и 13% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 1%.

### 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**.

Динамика данного показателя претерпела очередную отрицательную корректировку. В частности, практически 40% руководителей в анализируемом квартале констатировали ее снижение. Баланс оценки изменения показателя составил -9 против -6% в I квартале (-11% во II квартале 2013 г.).

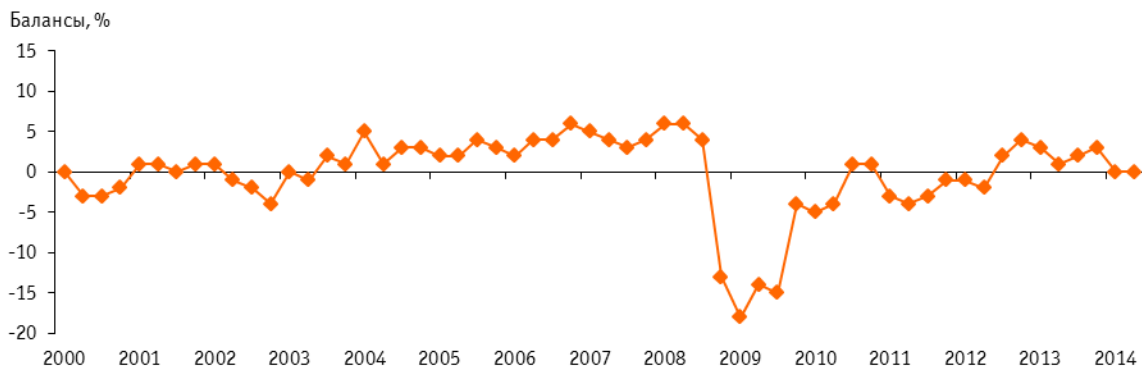
Рис. 10. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли



Во II 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, во II квартале 2014 г. отмечалось закрепление значения баланса оценки изменения **экономической ситуации** на отметке 0% (+1% во II квартале 2013 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 показал, что с одной стороны, во II квартале 2014 г. в рейтинге ограничений не произошло концептуальных изменений. Однако с другой стороны, обращает на себя внимание последовательное усиление отрицательной нагрузки связанной с недостаточным платежеспособным спросом со стороны покупателей. В частности, **«недостаточный платежеспособный спрос»** не только сохранил лидирующую позицию, но и закрепил тенденцию к усилению. По мнению уже 63% респондентов данный фактор стал первоочередным негативным обстоятельством, затрудняющим деятельность оптовых организаций.

Сегментация организаций по видам деятельности показала, что наиболее негативную реакцию на данную проблему выразили руководители оптовых фирм, реализующих металлы и металлическую руду (73% респондентов), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (71%), автомобильные детали и принадлежности (69%).

Рис. 12. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2014 г. Доля организаций от их общего числа, %



В то же время, по мнению 54% руководителей в первые месяцы текущего года торговому процессу препятствовал существующий размер налоговых отчислений. Наиболее резкий отзыв относительно фактора **«высокий уровень налогов»** прослеживался со стороны руководителей организаций, занимающихся реализацией автотранспортных средств (67% респондентов), бытовых электротоваров, радио и телеаппаратуры (65% респондентов), а также парфюмерии и косметики (63%). На фоне вышеуказанных организаций, в несколько меньшей степени данная проблема отмечалась оптовиками, сфера деятельности которых связана с поставками сельхозсырья.

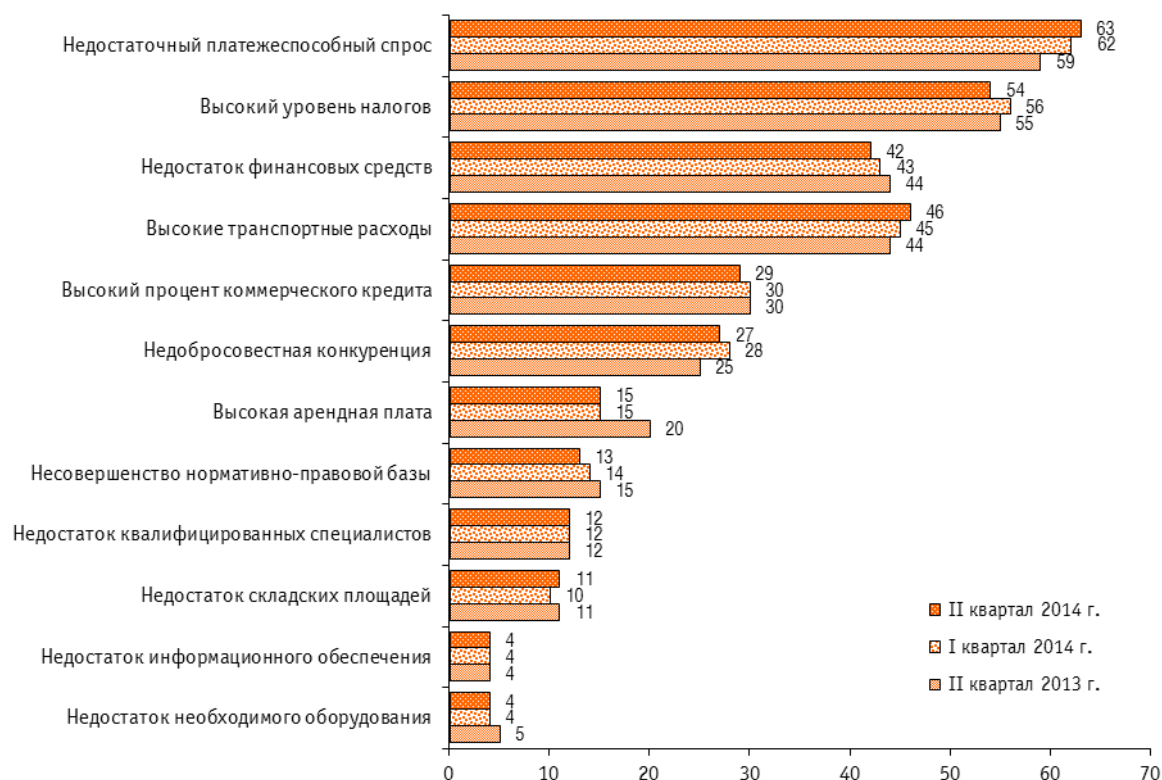
Рис. 13. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2014 г. Доля организаций от их общего числа, %



Одновременно, 42% предпринимателей продолжали ссылаться на недостаток в их фирмах **собственных финансовых средств**, а 29% были недовольны **высокими процентными ставками**.

Менее значимыми осложнениями для бизнеса 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, во II квартале 2014 г. отсутствовали ярко выраженные конъюнктурные события, а также серьезные статистические корректировки, способные внести ожидаемые позитивные изменения и раскатать сектор. В результате, I полугодие организации оптовой торговли завершили в рамках своеобразной стратегической константы, тактические переменные которой, несмотря на достаточно жесткий и зачастую провокационный внешний фон, по-прежнему выступают нейтрализаторами многочисленных «стресс-факторов».

Несмотря на невпечатляющий экономический рост оптовой торговли в I полугодии, отрасли все-таки удастся сохранять статус относительно позитивного вида деятельности, по крайней мере, по сравнению с вялым развитием промышленности и депрессивным строительством.

Тем не менее, вся сложность ситуации состоит в том, что последние два квартала, ИПУ, несмотря на сохраняющиеся положительные темпы роста, завис в критическом диапазоне. 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» на фоне текущей и ожидаемой динамики вполне возможен, прежде всего, в силу следующих внешних и, как следствие, нарастающих внутриорганизационных негативных особенностей конъюнктурного момента:

- резкой волатильности на финансовых рынках;
- ослабления национальной валюты;
- инфляционных корректировок;
- стагнирования российских предприятий реального сектора экономики;
- спрессованной волатильности 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;

## Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2014 года

- наконец, сниженных деловых настроений респондентов и нарастание тревожных ожиданий в связи с неопределенностью на товарных рынках.

Таким образом, позитивный пересмотр прогноза смены экономической парадигмы - все еще неопределенное будущее, а риск появления очередных негативных сюрпризов перевешивает надежду на скорый и качественный разворот тренда. Единственное, что остается оптовикам, это продолжать контролировать риски и косты, оптимизировать бизнес-процессы, четко понимать свою нишу на рынке и предлагать товары, отвечающие запросам целевых клиентов.



## 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
<b>Спрос</b>								
<i>Доля организаций от их общего числа, %</i>								
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	24	47	29	-5	28	56	16	+12
II квартал	22	49	29	-7	28	55	17	+11

Таблица 2

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
<b>Оптовый товарооборот</b>								
<i>Доля организаций от их общего числа, %</i>								
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	37	19	44	-7	39	42	19	+20
II квартал	35	20	45	-10	39	42	20	+19



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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	36	20	44	-8	40	42	18	+22
II квартал	30	30	40	-10	34	47	17	+17

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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	14	79	7	+7	14	82	4	+10
II квартал	14	79	7	+7	14	82	5	+9

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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	20	59	21	-1	10	82	8	+2
II квартал	20	58	23	-3	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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2
II квартал	12	77	11	+1	8	82	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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2
II 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
<b>2013</b>								
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
<b>2014</b>								
I квартал	33	28	39	-6	36	47	17	+19
II квартал								