




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований



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

Октябрь '14

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В III КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА

Москва
2014

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

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в III квартале 2014 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей около 3 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Конъюнктурные обследования направлены на оперативное получение от предпринимателей в дополнение к официальным статистическим данным краткосрочных качественных оценок о состоянии бизнеса и основных тенденциях его динамики, особенностях функционирования хозяйствующих субъектов, их намерениях, степени адаптации к механизмам хозяйствования, сложившемуся деловом климате, а также о важнейших факторах, лимитирующих их деятельность.

Программа обследования гармонизирована с соответствующими подходами, принятыми в странах ОЭСР, и базируется на Гармонизированной Европейской Системе обследований деловых тенденций.

Структура выборочной совокупности идентична структуре генеральной статистической совокупности. При этом объем выборки достаточен для получения необходимой точности оценок показателей на всех уровнях разработки по разделу ОКВЭД (раздел G).

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67

E-mail: issek@hse.ru

<http://issek.hse.ru>

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

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

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле²

Анализ состояния делового климата в оптовой торговле свидетельствует, что отчетный период стал очередной депрессивной стадией развития данного сегмента экономики. Акцентированное падение темпов роста отрасли, фиксируемое конъюнктурными обследованиями на протяжении последнего года, в III квартале с.г. продолжилось, что закрепило их устойчиво-затяжной характер.

Продолжая накапливать дестабилизационную компоненту внешнего фона, торговый процесс был втянут в крайне неординарные экономические события, эффект от которых если и не успел распространиться на текущие результаты, но однозначно заложил эмоциональный и стратегический настрой респондентов на ближайшие месяцы. Согласно полученным данным, уже на IV квартал т.г. доминирующими настроениями большинства оптовиков стали апатия и пессимизм, что не позволяет рассчитывать на позитивную коррекцию многих нисходящих трендов.

Таблица 1

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

	2013				2014			
	I квар- тал	II квар- тал	III квар- тал	IV квар- тал	I квар- тал	II квар- тал	III квар- тал	IV квар- тал
Спрос	-7	-4	-3	-3	-5	-7	-10	
Оптовый товарооборот	-5	-8	-2	-1	-7	-10	-7	
Объем продаж в натуральном выражении	-6	-7	-3	-1	-8	-10	-10	
Ассортимент товаров	+9	+9	+9	+11	+7	+8	+5	
Численность занятых	-1	-2	-4	-1	-1	-3	-7	
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-1	-2	-1	-1	+1	0	-3	
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	-1	0	0	-3	+1	-1	
Цены покупки	+61	+54	+60	+63	+65	+65	+66	
Цены реализации	+54	+48	+54	+56	+65	+60	+62	
Прибыль	-5	-11	-6	-1	-6	-9	-6	

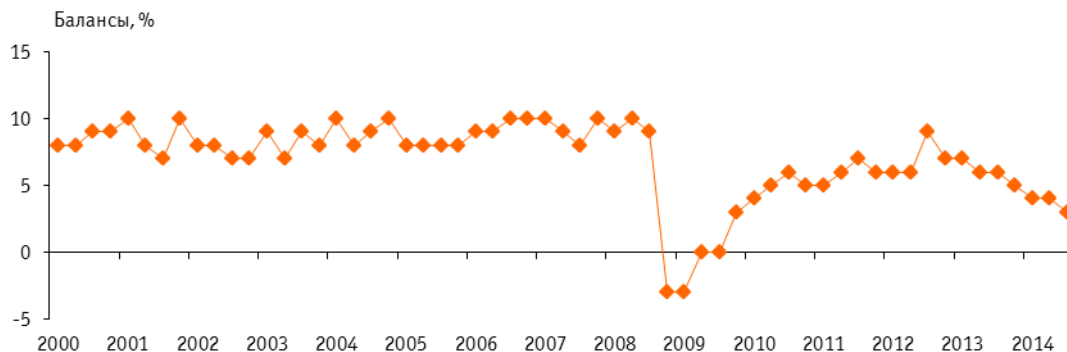
¹ Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

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

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

Снижение деловой активности в секторе демонстрирует очередное замедление роста основного индикатора обследования – индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)⁴. По итогам III квартала индекс продолжил снижение в направлении нулевой отметки, составив +3%, что является самым низким значением за весь посткризисный период.

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 на рынках различных потребительских товаров.

В целом, отмечаемое изменение Индексов, характеризующих состояние делового климата фирм, занятых в различных видах торговой деятельности, свидетельствует о закреплении тенденции уменьшения востребованности товаров со стороны домашних хозяйств. Так, например, в текущем году третий квартал подряд впервые с 2009 г. наблюдается ухудшение состояния фирм, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары: ИПУ продолжил падение, достигнув -4% против -1% в начале года (для сравнения: в 2013 г. значение индекса в III квартале составляло 0%). Фиксируется замедление темпов экономического роста относительно начала года в организациях, поставляющих пищевые продукты, в первую очередь за счет сокращения импорта (ИПУ снизился до +4%). Продолжают стагнировать и оптовые организации, реализующие парфюмерные и косметические товары, ИПУ просел относительно I квартала с +4 до +1%. В то же время снизилась деловая активность фирм по поставкам автомобильных деталей, узлов и принадлежностей, спрос на которые также зависит от конечных потребительских интересов (ИПУ составил -1%).

Немного отыграли утраченные позиции лишь фирмы, реализующие фармацевтические и медицинские товары, что следует связать со спецификой активизации востребованности медицинских товаров в осенне-зимний сезон (ИПУ относительно II квартала возрос на 1 п.п., составив +4%).

Одновременно с вышеуказанными результатами необходимо отметить, что более активный режим развития был характерен для организаций, реализующих производственную и техническую продукцию. Данный факт подтверждают значения ИПУ, рассчитанные для фирм, занимающихся поставками руды и металлов, а также лесоматериалов, стройматериалов (рост индекса с +4 до +6% соответственно), машин и оборудования (с +1 до +3%).

Противоположные тенденции развития были зафиксированы лишь в оптовых фирмах, реализующих топливо: наблюдаемый подъем активности по итогам I полугодия и связанный в первую очередь с летней сельскохозяйственной кампанией, периода сезонной активизации

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.

на топливном рынке, по итогам текущего периода не получил дальнейшего распространения. В результате значение ИПУ относительно II квартала просело с +6 до +4%.

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



В организациях оптовой торговли шести⁵ федеральных округов Российской Федерации индекс предпринимательской уверенности характеризовался положительными значениями. Наилучший результат был зафиксирован в Центральном федеральном округе, составив +7%.

Принимая во внимание развитие ситуации в части основных количественных и качественных показателей российской экономики, а также ситуации на товарных рынках, рассчитывать на нейтрализацию большинства негативных обозначенных тенденций по итогам 2014 г. не следует.

В целом, согласно результатам обследования оптовых организаций, основополагающими отраслевыми особенностями III квартала следует считать:

- Ухудшение текущей экономической ситуации в секторе;
- Сокращение спроса и объема продаж;
- Сужение ассортимента товаров;
- Выбытие персонала;
- Очередной рост цен на товары социального и производственного назначения (65% предпринимателей подняли цены реализации);
- Ожидаемый рост оптовых цен в IV квартале (60% предпринимателей сообщили о грядущем повышении цен на товары в своих организациях);
- Повышение издержек (56% респондентов констатировали высокую налоговую нагрузку; более 45% указывали на высокие транспортные расходы; около 20% были недовольны высокими арендными ставками);

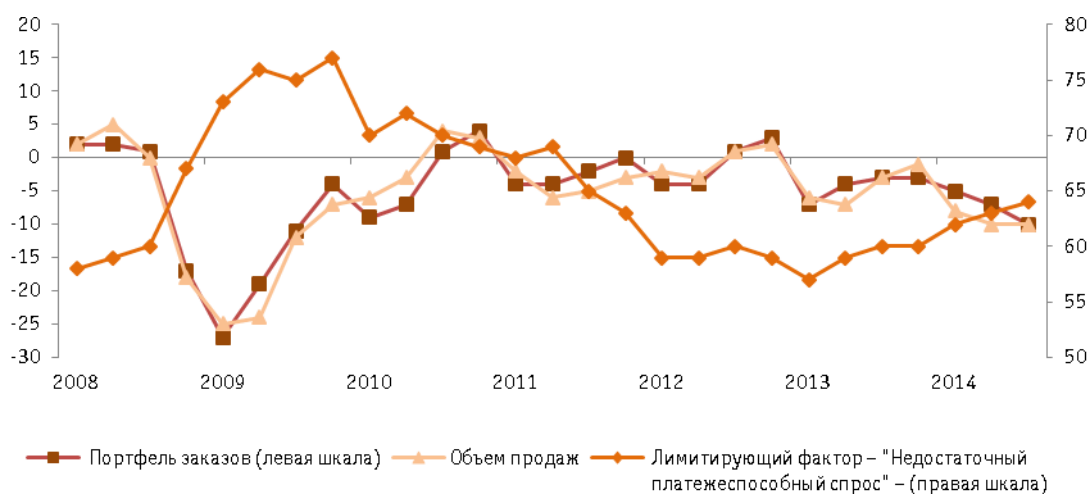
⁵ Данные по Южному и Северо-Кавказскому, федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах. Крымский федеральный округ пока в опросах не участвует.

- Дальнейшее ослабление делового климата в организациях, реализующих социально значимую продукцию;
- Некоторый подъем деловой активности в оптовых организациях, занимающихся поставками производственной продукции;
- Пессимистичные оценки предпринимателей относительно перспектив торгового процесса в IV квартале.

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

Перекрестный анализ результатов обследования свидетельствует, что в III квартале 2014 г. большинство основных показателей, отражающих интенсивность оптовых продаж, продолжали демонстрировать негативную динамику. Первопричиной зафиксированной тенденции выступает стагнирующий **портфель заказов** по всем группам реализуемых товаров. В частности, в анализируемом периоде доля предпринимателей, сообщивших о **недостаточном платежеспособном спросе** со стороны клиентов, составила 63% (для сравнения: еще в течение 2013 года среднее значение таких организаций не превышало 60%). Балансовое значение спроса опустилось относительно II квартала на 3 п.п. до отметки -10% (-3 в III квартале 2013 г.).

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



Наблюдаемые изменения оказали решающее неблагоприятное воздействие и на формирование динамики **объема реализуемых товаров**. О снижении продаж сообщили 40% предпринимателей, баланс оценки показателя составил -10% (-3 в III квартале 2013 г.). Полученное значение является самым низким за последние 4 года проведения обследований.

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



Наряду с вышеуказанными изменениями, анализируемый период стал активным с точки зрения ускорения сокращения персонала. Так, зафиксированное во II квартале выбытие кадров в III квартале усилилось, что констатировали четверть респондентов. Балансовое значение показателя опустилось с -3 до -7% (-4% в III квартале 2013 г.). Напряженность кадрового вопроса прослеживается и в ожиданиях предпринимателей. Более 80% руководителей в ближайшей перспективе не планируют менять ситуацию и расширять штат.

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



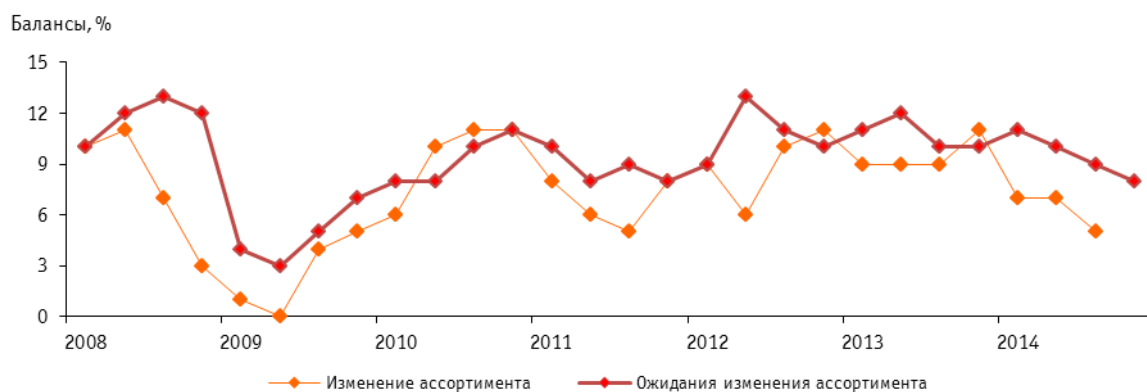
Учитывая наблюдаемую экономическую конъюнктуру, прогрессирующие негативные тенденции усугубляются неблагоприятными прогнозными оценками оптовиков, большинство из которых не только не ожидают позитивных изменений ситуации в IV квартале 2014 г., но и прогнозируют дальнейшее снижение спроса и продаж, что свидетельствует о дальнейшем замедлении темпов экономического роста в отрасли.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Начавшееся в начале текущего года сжатие **ассортиментной матрицы** активно продолжилось в III квартале. Как показывает ретроспективная динамика показателя, подобная тенденция наблюдалась в периоды острой дестабилизации – когда приходилось использовать широкий спектр механизмов оптимизации. Если по итогам 2013 года балансовое значение ассортимента зафиксировалось на отметке +11%, то в анализируемом периоде опустилось до +5%.

Настораживают и сниженные ожидания предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения, что еще раз косвенно свидетельствует о глубине проблем, продиктованных уже не только изменениями на различных потребительских рынках, но и неизбежными неприятными сюрпризами от партнеров – поставщиков. В группе риска оказалась большая доля оптовой номенклатуры, восполнить которую в ближайшее время, по крайней мере, без потерь, будет непросто. Балансовое значение ассортиментных ожиданий продемонстрировало очередное снижение и составило +8%.

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



Согласно результатам проведенного обследования, в III квартале темпы сокращения **объема складских запасов** усилились. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -3% против -2% во II-м и 0% в I квартале (-2% в III квартале 2013 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. Так, организации приобретали у оптово-посреднических фирм более половины (55%) от общего объема покупок, у предприятий-производителей – 42%.

В то же время, распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических,

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

а также розничных организаций (38 и 30% 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

Ценовая политика оптовых фирм в III квартале, прежде всего с точки зрения потребительских настроений, была не утешительна. Несмотря на то, что санкционные издержки не успели кардинально повлиять на результаты обследования, ценообразование в организациях стало одним из опережающих индикаторов, свидетельствующих о грядущих серьезных краткосрочных коррективах в стратегических тенденциях оптовиков и подтверждающих ускорение инфляции по итогам года. В планах 60% предпринимателей в конце года повысить отпускные цены.

Так, учитывая обостряющуюся ситуацию на товарных рынках, сложность денежно-кредитной политики и, как следствие, непредсказуемость поведенческой модели своих основных поставщиков – производителей товаров, в III квартале наблюдался активный прирост цен. Большинство оптовиков (65%) подняли цены, традиционно используя данный рычаг в качестве оптимизации своих управленческих схем. Балансовое значение **цены реализации** составило +62% против +60% во II квартале (+54% в III квартале 2013 г.).

Тем не менее, по-прежнему решающее воздействие на формирование цены оказывала политика ценового диктата со стороны производителей товаров. Результаты обследования позволили зафиксировать, что повышение цен от поставщиков констатировали около 70% респондентов. Баланс оценки изменения **закупочной цены** возрос до +66% (+60% в III квартале 2013 г.).

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



Таким образом, по большинству ассортиментных групп наблюдаемые значения данных показателей зафиксировались в зоне максимальных за всю историю проведения обследований. При этом особенное внимание сконцентрировано на фирмах, ориентированных на реализацию товаров для домашних хозяйств, где наблюдался наибольший рост цен. Прежде все-

го, это распространилось на продовольствие, парфюмерию и косметику, а также фармацевтику.

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

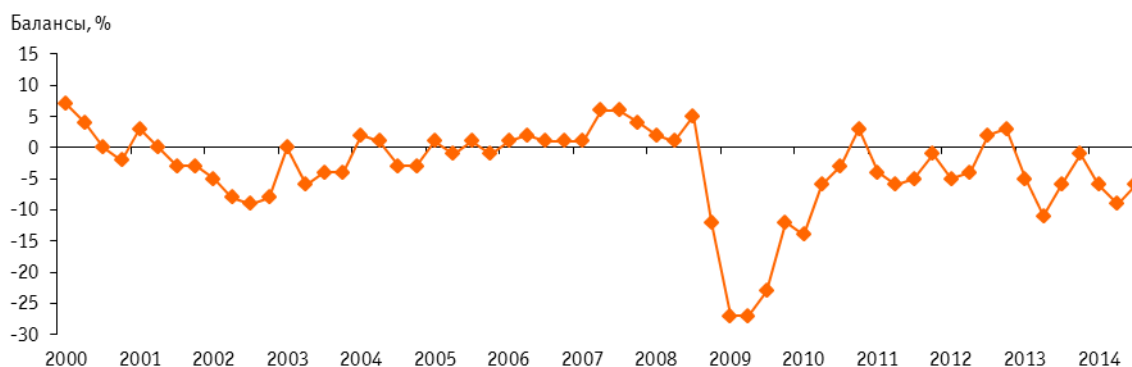
Сохранилась по сравнению с предыдущим кварталом и **система расчетов** организаций оптовой торговли с поставщиками продукции, при которой доля безналичной формы была основной и составила 97% от общего объема расчетов. Доля наличных расчетов составила 2%, взаимозачетов – 1%. Векселя, бартер и другие финансовые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

В финансовых отношениях с покупателями оптовика 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 эскалацию неблагоприятных отраслевых тенденций, в III квартале серьезного усугубления финансового состояния оптовых фирм по сравнению с предшествующими периодами текущего года, не произошло. В организациях, хотя и несколько меньшими темпами чем в I и II-м кварталах текущего года, продолжалось сокращение **прибыли**, о чем констатировали практически 38% руководителей. Баланс оценки изменения показателя составил -6 против -9% во II квартале (-6% в III квартале 2013 г.).

Рис. 8. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли

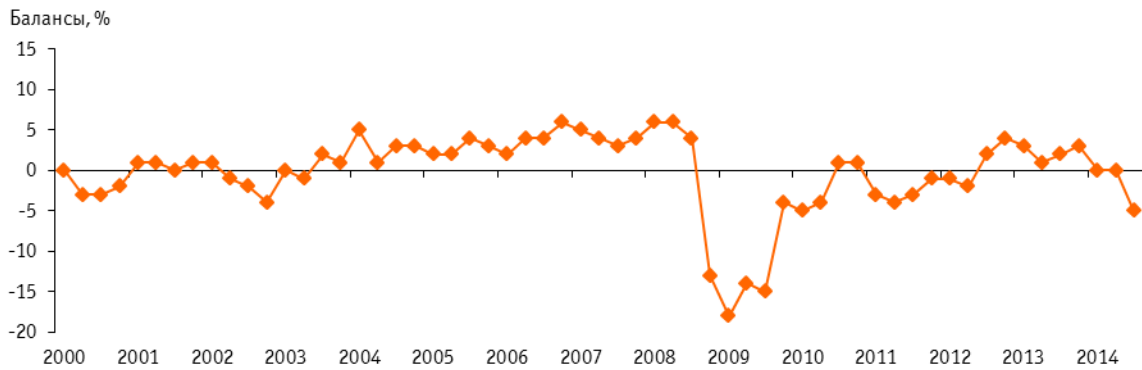


Негативная корректировка коснулась лишь показателя, характеризующего обеспеченность оптовых организаций **собственными финансовыми ресурсами**. Балансовое значение данного показателя опустилось с нулевой отметки до -3% (-1% в III квартале 2013 г.).

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

В связи с дестабилизирующими процессами, в организациях оптовой торговли отмечалось существенное ухудшение **экономической ситуации**. Баланс оценки изменения показателя снизился относительно II квартала на 5 п.п и составил -5% (+2% в III квартале 2013 г.).

Рис. 9. 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 подтверждает актуальность проблем, продиктованных стагнирующим спросом и возрастающими финансовыми издержками.

В частности, в III квартале вновь для 63% респондентов **«недостаточный платежеспособный спрос»** стал первоочередным негативным обстоятельством, затрудняющим их торговую деятельность.

Сегментация организаций по видам деятельности показала, что наиболее негативную реакцию на данную проблему выразили руководители оптовых фирм, реализующих металлы и металлическую руду (72% респондентов), автомобильные детали и принадлежности (70%), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (69%), машины и оборудование (67%).

Рис. 10. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в III квартале 2014 г.
Доля организаций от их общего числа, %



В то же время, в анализируемом периоде относительно II квартала увеличилась доля респондентов с 54 до 56%, отмечавших возрастание на бизнес фискальной нагрузки. В частности, наиболее резкий отзыв относительно фактора **«высокий уровень налогов»** прослеживался со стороны руководителей организаций, занимающихся реализацией бытовых электротоваров, радио и телеаппаратуры, на что указали более 60% респондентов. В то же время в сложной ситуации оказались фирмы, по поставкам парфюмерии и косметики, машин и оборудования, руды и металлов, сельскохозяйственного сырья и т.д. На фоне вышеуказанных организаций, в несколько наименьшей степени данная проблема отмечалась оптовиками, сфера деятельности которых связана с реализацией автомобильных деталей и принадлежностей.

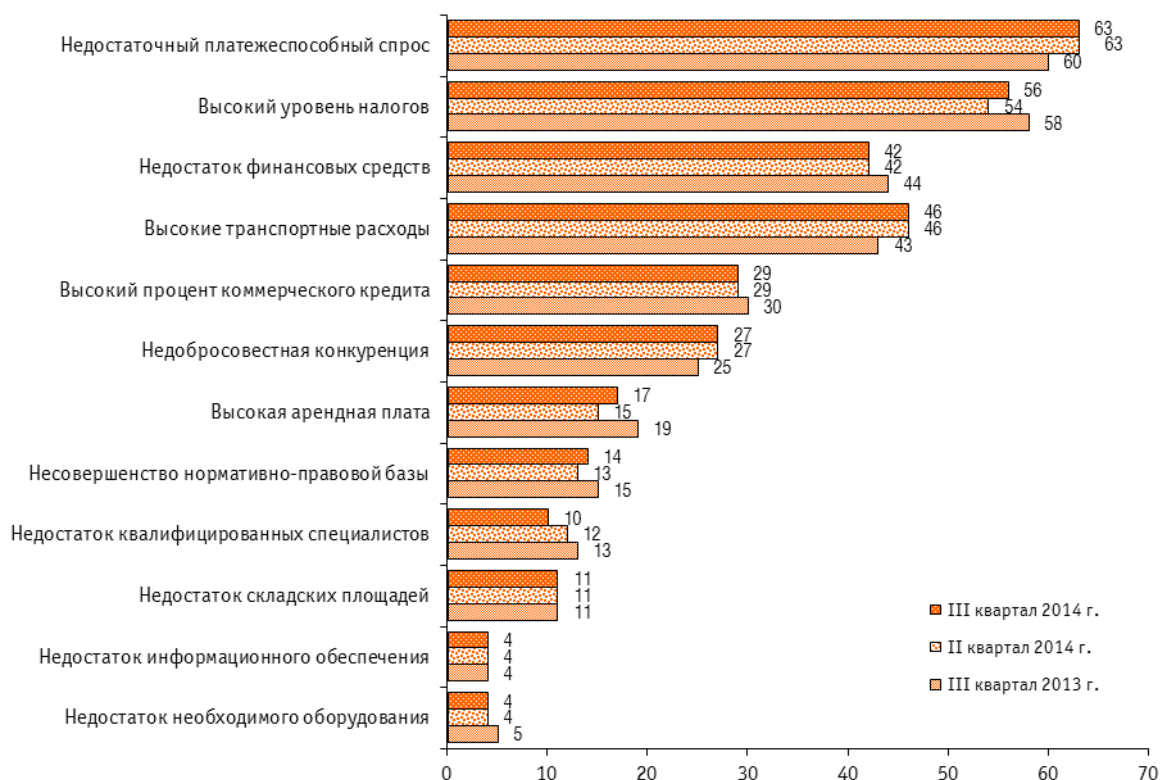
Рис. 11. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в III квартале 2014 г.
Доля организаций от их общего числа, %



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



Таким образом, если подходить глобально к оценке результатов деятельности оптовых организаций, безусловно, в III квартале произошло очередное масштабирование отраслевых проблем. Причем большинство из них носят совершенно непредсказуемый характер. Внезапно расширившийся спектр экономических вызовов, заключающихся в санкционных издержках, усилил концентрацию неблагоприятных тенденций, обозначив новый контур конъюнктурного ландшафта сектора. По всей видимости, текущий период станет для оптовиков последним, относительно спокойным рубежом в своем развитии.

Тем не менее, делать вывод о принципиальном негативном воздействии конъюнктурных изменений на полученные результаты не следует. Опрос руководителей проходил в самом начале осени, т.е. в самый разгар геополитических пертурбаций, что пересекает с эффектом введенных запретов лишь косвенно. Выявленные негативные изменения, пока еще прямое следствие торможения экономического развития страны в течение последних как минимум двух лет и сжатия потребительского спроса со стороны домашних хозяйств.

В свою очередь, возникшая двойственность вызовов, породив сложные проблемы между всеми участниками торговых отношений, обусловила резкую реакцию респондентов. Возникший ажиотаж на товарном рынке выразился в крайне сниженных предпринимательских оценках относительно развития торгового процесса в ближайшей перспективе.

Таким образом, смена стратегической константы – стала основным лейтмотивом оптовиков. Очевидно, что имеющиеся адаптационные модели ведения бизнеса в новом формате геополитических и экономических вызовов придется корректировать в жестком режиме и окажутся ли они действенны и успешны, большой вопрос. Следует обратить внимание на тот факт, что оптовая торговля несет не себе двойной груз ответственности с точки зрения формирования делового климата организаций реального сектора, и в особенности, в ближайшем «родственном» сегменте – розничной торговле, т.к. закладывает ключевые номенклатурные и ценовые параметры. Необходимо подчеркнуть, что проведенное обследование

розничных организаций⁷ за III квартал дало неутешительные результаты не только в контексте сформировавшейся динамики темпов роста сектора, но и большинства четко обозначенных перспектив. Так, практически в два раза, кстати, впервые после предкризисного периода 2008 г., у ритейлеров снизились ожидания по таким центральным показателям, как спрос, товарооборот, объем продаж, прибыль. При этом на фоне пессимистичных планов нарастить выручку и поднять продажи, практически 50% предпринимателей к концу года планируют увеличить цены реализации по всем товарным группам. Таким образом, розница уже подготовилась к ответу на любые, даже скрытые тактические шаги оптового сегмента.

Наибольшую обеспокоенность вызывает факт, что вновь под ударом оказывается один из главных драйверов экономического развития – потребительский потенциал домашних хозяйств, которые в последнее время откровенно стагнируют. Очевидно, что основная нагрузка ляжет на потребителя, который будет «расплачиваться» по новым прайс-листам, включающим в себя не только все заложенные потери, но и будущие риски бизнесменов. А на фоне сложившихся тенденций замедления роста реальных располагаемых денежных доходов населения, неоднозначной инфляционной составляющей, сжатого рынка кредитования, существенного ослабления национальной валюты, стагнирование потребительского спроса в ближайшее время продолжится, что возможно усилит ухудшение делового климата, как в оптовых, так и розничных организациях.

⁷ Данные базируются на результатах опросов около 4.0 тыс. руководителей розничных организаций.

Динамика оценок изменения основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Таблица 1

Спрос

Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	20	53	27	-7	27	59	14	+13
II квартал	23	50	27	-4	30	55	15	+15
III квартал	23	51	26	-3	28	57	14	+14
IV квартал	23	51	26	-3	30	53	17	+13
2014								
I квартал	24	47	29	-5	28	56	16	+12
II квартал	22	49	29	-7	28	55	17	+11
III квартал	20	50	30	-10	28	56	16	+12

Таблица 2

Оптовый товароборот

Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	36	23	41	-5	40	44	16	+24
II квартал	36	20	44	-8	41	41	18	+23
III квартал	40	18	42	-2	39	41	20	+19
IV квартал	39	20	40	-1	39	39	22	+17
2014								
I квартал	37	19	44	-7	39	42	19	+20
II квартал	35	20	45	-10	39	42	20	+19
III квартал	37	18	44	-7	38	43	20	+18

Таблица 3

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	31	32	37	-6	35	50	15	+20
II квартал	31	31	38	-7	36	47	16	+20
III квартал	34	29	37	-3	34	48	18	+16
IV квартал	34	31	35	-1	35	43	22	+13
2014								
I квартал	36	20	44	-8	40	42	18	+22
II квартал	30	30	40	-10	34	47	17	+17
III квартал	30	29	40	-10	33	49	18	+15

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	16	77	7	+9	14	83	2	+12
II квартал	15	79	6	+9	15	80	5	+10
III квартал	15	79	6	+9	15	80	5	+10
IV квартал	16	79	5	+11	16	79	5	+11
2014								
I квартал	14	79	7	+7	14	82	4	+10
II квартал	14	79	7	+7	14	82	5	+9
III квартал	13	79	8	+5	14	81	6	+8

Таблица 5

Численность занятых
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	23	53	24	-1	13	81	7	+6
II квартал	23	52	25	-2	13	79	8	+5
III квартал	21	54	25	-4	11	81	7	+4
IV квартал	22	55	23	-1	11	82	7	+4
2014								
I квартал	20	59	21	-1	10	82	8	+2
II квартал	20	58	23	-3	10	82	8	+2
III квартал	18	57	25	-7	8	81	10	-2

Таблица 6

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

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

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
2013								
I квартал	11	77	12	-1	14	80	6	+8
II квартал	10	78	12	-2	15	79	6	+9
III квартал	13	73	14	-1	15	78	7	+8
IV квартал	10	79	11	-1	13	80	7	+6
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

Таблица 8

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2013								
I квартал	32	31	37	-5	36	48	16	+20
II квартал	30	29	41	-11	36	48	16	+20
III квартал	32	31	38	-6	37	46	17	+20
IV квартал	32	32	33	-1	37	43	20	+17
2014								
I квартал	33	28	39	-6	36	47	17	+19
II квартал	30	31	39	-9	36	47	17	+19
III квартал	32	30	34	-6	35	47	18	+17