ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА

Август '17

Москва

Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2017 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 16 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2017 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 3 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики[1].

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 2 (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», 2017
При перепечатке ссылка обязательна

[1] Материал подготовлен в ходе проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации "5-100".

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» представляет информационно-аналитический материал, характеризующий состояние делового климата организаций оптовой торговли во II квартале 2017 г. и ожидания на III квартал 2017 г.

Приведенные данные базируются на результатах опросов более 3,0 тыс. руководителей оптовых торговых организаций, проводимых в ежеквартальном режиме Федеральной службой государственной статистики в 82 регионах России.

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле[2]

Результаты конъюнктурного опроса в сфере оптовой торговли выявили некоторое снижение концентрации неблагоприятных предпринимательских оценок состояния делового климата во II квартале. В анализируемом периоде зафиксирована тенденция сворачивания ярко выраженных негативных трендов, оформившихся кварталом ранее. Учитывая весомую «просадку» ключевых показателей деятельности оптовой торговли в I квартале, их скорректированные результаты выглядят значительно оптимистичнее.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Балансы, %[3]

	2016				2017			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Спрос	-17	-12	-10	-7	-15	-10		
Оптовый товарооборот	-19	-12	-2	-3	-16	-12		
Объем продаж в натуральном выражении	-19	-12	-9	-7	-16	-12		
Ассортимент товаров	+1	+2	+3	+4	+2	+2		
Численность занятых	-9	-8	-9	-5	-8	-7		
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-6	-4	-3	-3	-6	-3		
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-5	-5	-4	-3	-4	-3		
Цены покупки	+62	+67	+60	+66	+57	+57		
Цены реализации	+57	+60	+56	+59	+52	+51		
Прибыль	-20	-16	-7	-9	-16	-14		

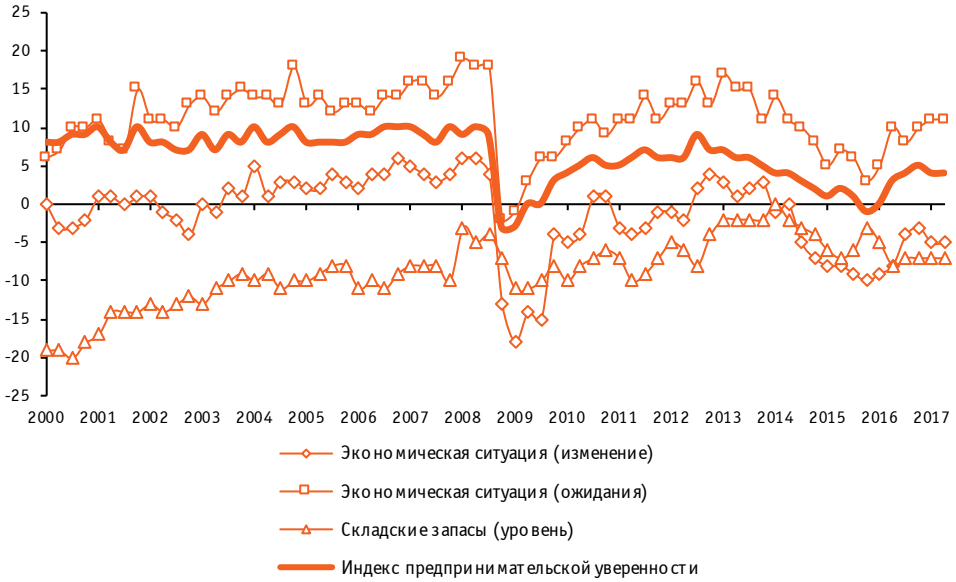
Тем не менее, организации продолжили развитие в рамках слабого восстановления сопряженных с конъюнктурой рынков, что наглядно отражалось в сохраняющейся отрицательной динамике большинства индикаторов торгового процесса. Кроме того, экватор годового делового сезона ознаменовался заметным снижением предпринимательского оптимиз-

[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.

ма относительно функционирования в III квартале, что не внушает уверенность в будущей позитивной корректировке финансово-экономического положения фирм. Именно эта тенденция стала определяющей в формировании главного индикатора обследования - **индекса предпринимательской уверенности** (ИПУ)[4], который по итогам II квартала не изменился, сохранив свое значение на отметке (+4%).

Рис. 1. **Индекс предпринимательской уверенности и компоненты в организациях оптовой торговли**
(Балансы[5], %)



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

По итогам I полугодия консервативное потребление со стороны домашних хозяйств сохранило тенденцию стабильного стагнационного состояния делового климата в подавляющем большинстве обследуемых оптовых организациях, реализующих товары социального назначения.

Так, например, в анализируемом периоде наиболее неблагоприятный деловой климат сохранился в организациях, реализующих бытовые электротовары (ИПУ сохранил значение I квартала (-2%)). Неустойчивые позиции, как следствие низкого спроса, по-прежнему проявили оптовые фирмы, поставляющие парфюмерию и косметику (ИПУ продолжил колебаться вокруг отметки 0%). Кроме того, обращает на себя внимание ослабление состояния фирм, занимающихся реализацией пищевых продуктов: по сравнению с I кварталом значение индикатора снизилось на 1 п.п. и составило +3%.

Позитивные тенденции были зафиксированы лишь в оптовых организациях, поставляющих фармацевтические и медицинские товары, ИПУ по которым вырос с +1% до +4%.

---

[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.

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

Рис. 2. **Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих социально значимые товары**

Балансы, %

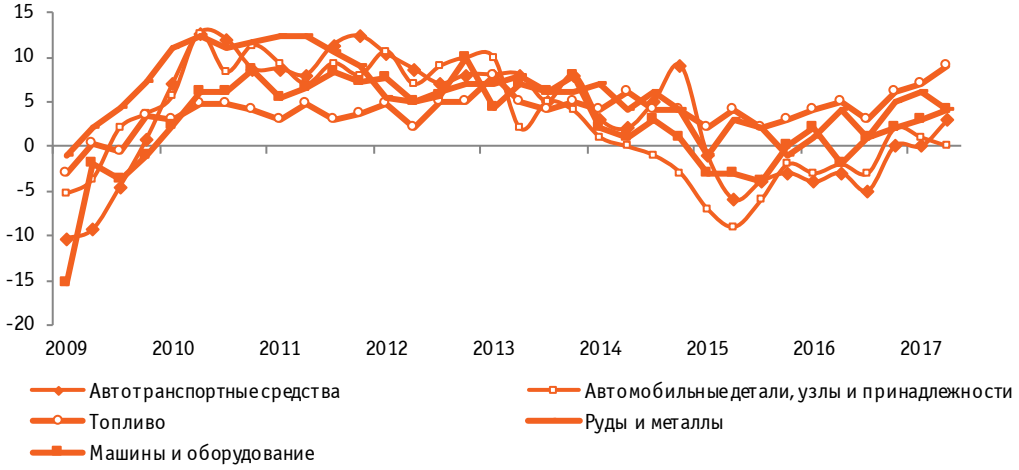
На фоне вышеприведенных групп оптовых организаций, более позитивный деловой климат по-прежнему характеризовал торговую деятельность, заключающуюся во взаимодействии оптовиков с экономическими агентами рынка производственно-технического назначения.

В частности, отмечался дальнейший рост предпринимательской уверенности в оптовых фирмах, занимающихся реализацией топлива (ИПУ увеличился с +7% до +9%), машин и оборудования (с +3% до +4%), а также автотранспортных средств (с 0% до +3%).

Одновременно, ослабление деловой конъюнктуры было зафиксировано в организациях, реализующих автомобильные детали, узлы и принадлежности (ИПУ просел с +1% до 0%), а также руду и металлы (с +6% до +4%).

Рис. 3. **Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих производственно-техническую продукцию**

Балансы, %



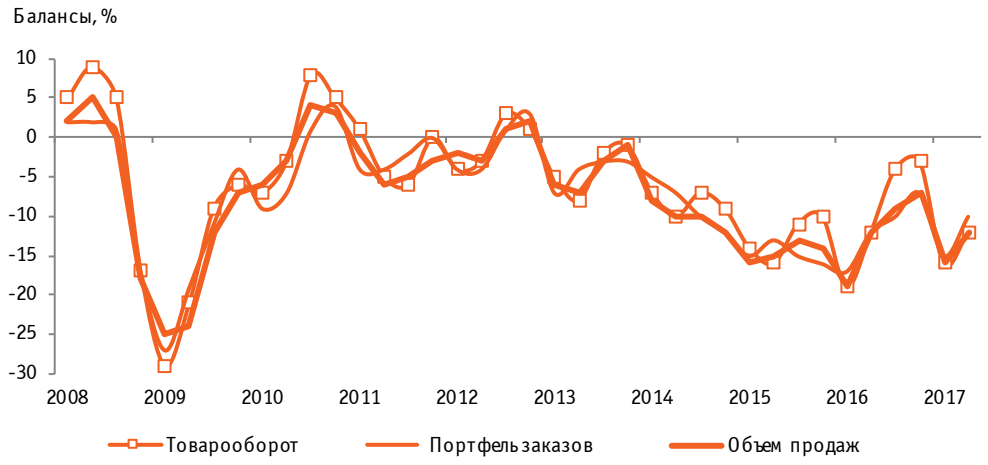
Спрос. Объем продаж в натуральном выражении. Оптовый товарооборот. Численность занятых

По итогам деятельности организаций оптовой торговли, во II квартале т.г. наблюдалось снижение интенсивности негативных тенденций в центральных операционных показателях, что выразилось в некотором улучшении оценок руководителей относительно их изменения по сравнению с I кварталом.

Если в предшествующем периоде уменьшение **спроса** фиксировали более трети предпринимателей, то в текущем чуть более 30%. Баланс оценки показателя улучшил свое значение на 5 п.п. и составил (-10%) (-12% во II квартале 2016 г.).

Позитивный вектор изменений наблюдался и в динамике **объема продаж** и **оптового товарооборота**. Относительно предшествующего квартала балансовые значения данных показателей повысились на 4 п.п. и составили (-12%) соответственно.

Рис. 4. **Динамика оценок изменения портфеля заказов, объема продаж, товарооборота**



На фоне сглаживания негативной динамики заказов и продаж, ситуация с **численностью занятых** в отрасли практически не изменилась. Доля руководителей, отметивших сокращение кадрового состава относительно начала т.г. сохранилась на уровне 25%. Баланс оценки изменения данного показателя составил (-7%)(-8% во II квартале 2016 г.).

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

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Динамика торгового процесса не сопровождалась изменениями в **ассортиментной линейке** оптовых фирм. Насыщения товарного предложения по итогам первого полугодия 2017 г. не произошло, что указывает на сохранение напряжения на рынке реализации товаров. По итогам II квартала балансовое значение показателя, продолжая находится в неблагоприятной зоне значений, относительно I квартала не изменилось и составило +2%.

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

Согласно результатам проведенного обследования, во II квартале темпы сокращения **объема складских запасов** сохранились без изменений. Баланс оценки изменения показателя зафиксировался на отметке (-7%). 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 фирм 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 у оптовиков. Так, организации приобретали у оптово-посреднических фирм более половины (51%) от общего объема покупок, у предприятий-производителей – 47%.

При этом, распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических, а также розничных организаций (42 и 28% соответственно). Остальной товар предназначался предприятиям, физическим лицам и прочим организациям.

Сохраняется 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.

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

Также сохранилось и распределение объемов продаж по местонахождению покупателей: основную часть товаров (71% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

Цены закупки и реализации. Система расчетов

По результатам обследования руководители организаций оптовой торговли отметили незначительное замедление **роста цен реализации** по сравнению с началом года. Балансовое значение цены реализации снизилось по сравнению с I кварталом на 1 п.п. и составило +51% (+60% во II квартале 2016 г.).

При этом необходимо отметить, что существенную поддержку в принятии данного решения руководителям организаций оказали поставщики товаров, оставившие закупочные цены в обследуемом периоде на уровне I квартала. Баланс оценки изменения показателя составил +57% как и в предыдущем квартале т.г. (+67% во II квартале 2016 г.).

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

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров по итогам II квартала 2017 г. не изменился.

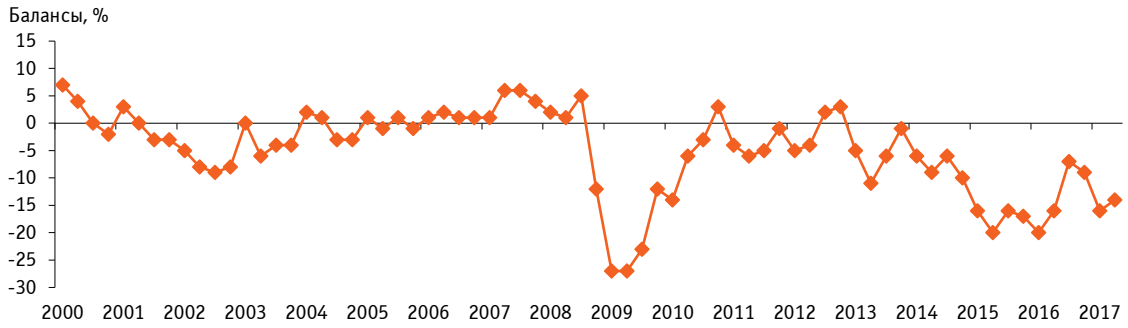
Сохранилась по сравнению с предыдущим кварталом и **система расчетов** организаций оптовой торговли с поставщиками продукции, при которой доля безналичной формы была основной и составила 97% от общего объема расчетов. Доля наличных расчетов составила 2%, взаимозачетов – 1%. Векселя, бартер и другие финансовые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

В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (89 и 9% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 2%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

По итогам I полугодия зафиксировано некоторое ослабление негативной динамики финансово-экономических показателей деятельности оптовых организаций. В частности, по мнению предпринимателей, во II квартале в организациях снизились темпы падения **прибыли.** Баланс оценки изменения данного показателя составил (-16%) против (-14%), фиксируемого кварталом ранее.

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

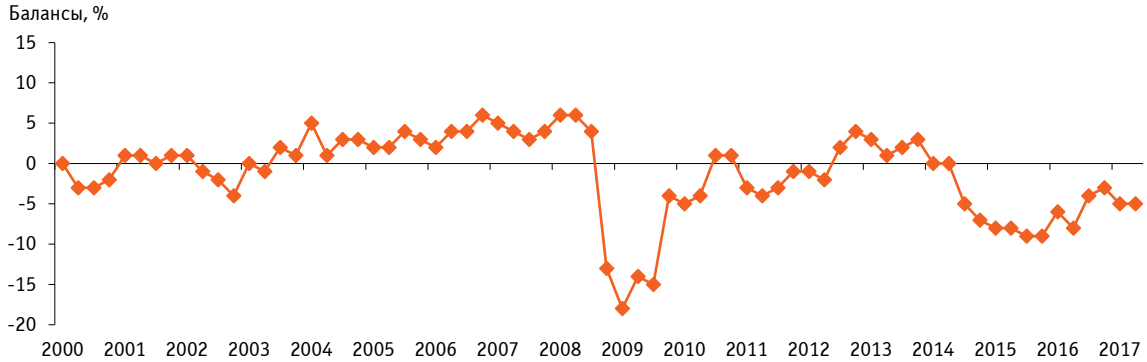


Одновременно, в анализируемом периоде произошли позитивные изменения в динамике индикаторов, отражающих **обеспеченность торговых организаций собственными финансовыми средствами и кредитными финансовыми ресурсами.** Балансовые значения данных показателей скорректировались до (-3%) соответственно, против (-6%) и (-4%) в I квартале.

Структура источников финансирования оптовых организаций оставалась без изменений. Как и прежде, доля собственных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 72%, кредитных и заемных – 19%, финансовых средств клиентов – 8%, прочих средств – 1%.

В целом, несмотря на точечные позитивные изменения, **экономическая ситуация** в секторе продолжала характеризоваться отрицательной динамикой. Во II квартале баланс оценки изменения показателя сохранился на отметке предшествующего квартала, составив (-5%) (-8% во II квартале 2016 г.).

Рис. 9. **Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли**



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

По мнению руководителей оптовых организаций, наиболее сильное негативное воздействие на ведение бизнеса оказывали такие факторы, как **«недостаточный платежеспособный спрос»** (66% респондентов отметили его отрицательное влияние на бизнес), **«высокий уровень налогов»** (54%), **«высокие транспортные расходы»** (46%) и **«недостаток финансовых средств»** (41%).

При этом необходимо отметить, что интенсивность воздействия таких проблем как «недостаточный платежеспособный спрос» и «высокие транспортные расходы» на деятельность организаций во II квартале т.г. увеличилась по сравнению с предыдущим периодом.

Сегментация организаций по видам деятельности показала, что наибольшее отрицательное влияние фактора «недостаточный платежеспособный спрос» наблюдалось на рынке руды и металлов (76% респондентов); автотранспортных средств, автомобильных деталей, узлов и принадлежностей (76%, 74% и 73% респондентов соответственно).

Рис. 10. **Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2017 г.**

Доля организаций от их общего числа, %

Наиболее высокую фискальную нагрузку на бизнес отмечали руководители организаций, реализующие бытовую мебель (65% респондентов), бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру (64%), руды и металлы (60%), парфюмерные и косметические товары (60%) и автомобильные детали, узлы и принадлежности (59%).

Рис. 11. **Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли во II квартале 2017 г.**

Доля организаций от их общего числа, %

Менее значимыми преградами для ведения бизнеса респонденты посчитали такие факторы как **«недостаток квалифицированных специалистов»**, **«недостаток складских площадей»**, **«необходимого оборудования»** и **«недостаток информационного обеспечения»**.

Рис. 12. **Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли**

Доля организаций от их общего числа, %

Согласно результатам конъюнктурного опроса, во II квартале оптовики сумели отчасти снизить давление негативных детерминирующих изменений в динамике основных показателей деятельности, сформированных в I квартале. В результате, по итогам I полугодия в отрасли сформировалась умеренно благоприятная деловая конъюнктура с пока еще преобладающим негативным рисковым фоном. Вместе с тем, необходимо отметить, что анализируемый период следует считать наилучшим, прежде всего, с точки зрения проявленной предпринимателями бизнес-активности.

Учитывая сохраняющиеся детерминанты в реальном секторе и экономическом пространстве в целом, очевидно, что зафиксированный всплеск деловой активности все-таки имел оттенок импульсного преодоления конъюнктурных колебаний. В связи с этим остаются неясными перспективы выхода из явно затянувшегося депрессионного состояния отрасли. Принимая во внимание развитие ситуации в части основных количественных и качественных показателей российской экономики в целом и потребительского сегмента в частности, а также совокупности факторов их обуславливающих, рассчитывать на кардинальный перелом обозначенных тенденций во II полугодии не следует.

Вероятность качественных перемен в III квартале по-прежнему низка, о чем свидетельствует сохраняющаяся высокая дифференцированность результативности оптовых фирм в зависимости от их рода деятельности. Основным моментом в исследовании конъюнктуры оптовых организаций в течение последних лет следует считать тот факт, что стабилизаторами сегмента были и остаются организации, занятые в сфере продаж производственно-технической продукции. Очевидными аутсайдерами данного рынка продолжают оставаться социальноориентированные оптовые компании, поставляющие товары, конечным потребителям - населению.

При этом обращают на себя внимание более сдержанные, нежели в начале года, даже скорее скептические настроения предпринимателей, касающиеся краткосрочных перспектив деятельности своих организаций. Как показал опрос, большинство участников были крайне осторожны в своих прогнозах, относительно улучшения динамики центральных операционных показателей в III квартале. Учитывая сниженный оптимизм респондентов, с большой долей вероятности можно предположить, что грядущая экономическая конъюнктура в сегменте, как минимум, сохранит существующий отрыв от кризисного дна 2015 г.

Вместе с тем, следует учитывать, что оптовая торговля одна из самых волатильных базовых отраслей экономики страны. В ней довольно часто наблюдаются кратковременные периоды спада и роста. Данная парадигма развития отрасли, в целом определяется в первую очередь ярко выраженными сезонными колебаниями конъюнктуры оптового сегмента, связанного с продажей топлива, начиная с посевной и уборочной и заканчивая колебаниями погодных условий.

Говоря о торговле в целом, можно с обоснованной уверенностью констатировать, что и розничная и оптовая торговля вышли из рецессии в зону «позитивной стагнации», которая практически гарантирует отрасли отсутствие заметных провалов, характерных для 2015 и 2016 гг., но вряд ли обеспечит заметный устойчивый рост в ближайшие, как минимум, 1,5–2 года.

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
2016								
I квартал	19	45	36	-17	26	55	19	+7
II квартал	21	46	33	-12	28	53	19	+9
III квартал	21	48	31	-10	24	56	20	+4
IV квартал	23	47	30	-7	25	53	22	+3
2017								
I квартал	19	47	34	-15	28	55	17	+11
II квартал	21	48	31	-10	26	56	18	+8
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
2016								
I квартал	31	19	50	-19	38	40	22	+16
II квартал	35	18	47	-12	39	40	21	+18
III квартал	39	20	41	-2	34	42	24	+10
IV квартал	38	21	41	-3	34	41	25	+9
2017								
I квартал	32	20	48	-16	38	42	20	+18
II квартал	34	20	46	-12	37	42	21	+16
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
2016								
I квартал	25	31	44	-19	31	49	20	+11
II квартал	29	30	41	-12	33	48	19	+14
III квартал	30	31	39	-9	29	50	21	+8
IV квартал	31	31	38	-7	30	48	22	+8
2017								
I квартал	26	32	42	-16	32	49	19	+13
II квартал	29	30	41	-12	32	48	20	+12
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
2016								
I квартал	10	81	9	+1	11	81	8	+3
II квартал	12	78	10	+2	13	80	7	+6
III квартал	12	79	9	+3	13	81	6	+7
IV квартал	13	78	9	+4	13	80	7	+6
2017								
I квартал	11	80	9	+2	12	81	7	+5
II квартал	11	80	9	+2	12	81	7	+5
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
2016								
I квартал	17	56	27	-10	7	83	10	-3
II квартал	18	56	26	-8	9	81	10	-1
III квартал	18	55	27	-9	7	84	9	-2
IV квартал	20	55	25	-5	8	83	9	-1
2017								
I квартал	17	58	25	-8	10	82	8	+2
II квартал	18	57	25	-7	10	81	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
2016								
I квартал	10	75	15	-5	7	82	11	-4
II квартал	9	77	14	-5	8	80	12	-4
III квартал	10	76	14	-4	7	83	10	-3
IV квартал	10	77	13	-3	7	83	10	-3
2017								
I квартал	10	76	14	-4	5	86	9	-4
II квартал	9	79	12	-3	6	84	10	-4
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
2016								
I квартал	8	78	14	-6	12	80	8	+4
II квартал	9	78	13	-4	13	78	9	+4
III квартал	11	75	14	-3	12	80	8	+4
IV квартал	10	77	13	-3	12	79	9	+3
2017								
I квартал	8	78	14	-6	12	79	9	+3
II квартал	9	79	12	-3	12	81	7	+5
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
2016								
I квартал	27	26	47	-20	33	45	22	+11
II квартал	27	30	43	-16	34	46	20	+14
III квартал	32	29	39	-7	32	47	21	+11
IV квартал	30	31	39	-9	32	45	23	+9
2017								
I квартал	26	32	42	-16	34	46	20	+14
II квартал	27	32	41	-14	33	46	21	+12
III квартал								
IV квартал								