



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



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



Январь '15

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В IV КВАРТАЛЕ 2014 ГОДА

Москва
2015

Деловой климат в оптовой торговле в IV квартале 2014 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 17 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в IV 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, 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>

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 IV квартале и ожиданиях предпринимателей на I квартал 2015 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 позволяет констатировать по итогам 2014 года обострение отраслевых финансово-экономических проблем. Ухудшение внешних условий продолжило оказывать сдерживающее влияние на развитие фирм, формируя очередные вызовы для предпринимательской деятельности. В результате, эскалация неблагоприятных тенденций в IV квартале усилилась, что стало ключевым фактором ослабления деловой активности экономических агентов и сформировало новые нисходящие тренды, характеризующие динамику основных операционных показателей торговли.

Таблица 1
Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли
Балансы, %³

	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	-10	-12
Оптовый товарооборот	-5	-8	-2	-1	-7	-10	-7	-9
Объем продаж в натуральном выражении	-6	-7	-3	-1	-8	-10	-10	-12
Ассортимент товаров	+9	+9	+9	+11	+7	+8	+5	+3
Численность занятых	-1	-2	-4	-1	-1	-3	-7	-5
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-1	-2	-1	-1	+1	0	-3	-4
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	-1	0	0	-3	+1	-1	-2
Цены покупки	+61	+54	+60	+63	+65	+65	+66	+70
Цены реализации	+54	+48	+54	+56	+65	+60	+62	+65
Прибыль	-5	-11	-6	-1	-6	-9	-6	-10

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

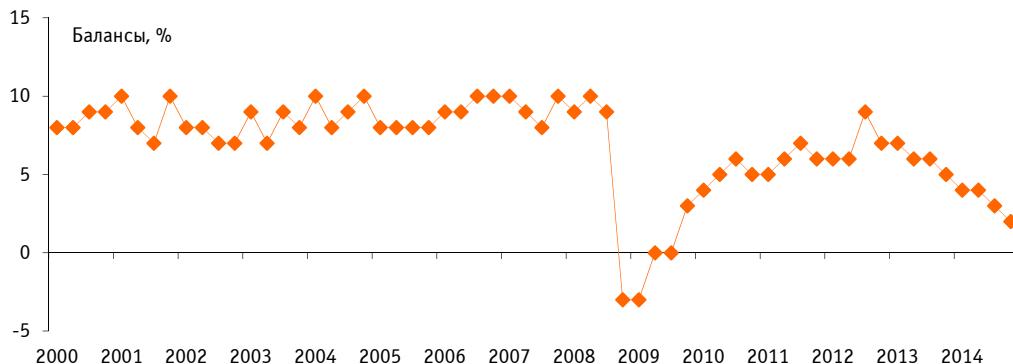
² Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций оптовой торговли.

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.

Деловой климат в оптовой торговле в IV квартале 2014 года

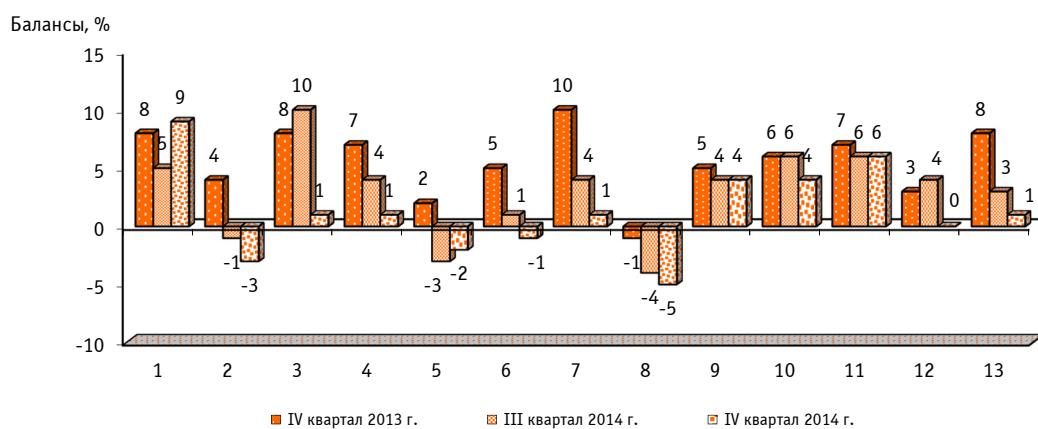
Снижение деловой активности в секторе демонстрирует очередное замедление роста основного индикатора обследования – **индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)**⁴. По итогам IV квартала индекс продолжил движение в направлении нулевой отметки, составив +2%, что является самым низким результатом с 2009 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 сформировавшейся динамики на рынках различных потребительских товаров.

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 телевизоры | 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 об ослаблении покупательской способности не только со стороны домашних хозяйств, но и производственно-технического сегмента. Отличительным моментом анализируемого периода следует считать

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.

лишь всплеск активности в фирмах, занимающихся продажами автотранспорта. Данные организации завершили торговый сезон на пике продаж: относительно III квартала ИПУ возрос с +5 до +9%. Однако наблюдаемая тенденция – следствие внезапного потребительского ажиотажа на автомобильном рынке, вызванного ослаблением рубля и ожиданием роста цен. В условиях нарастающей экономической неопределенности, негативные изменения были преобладающие и фиксировались по различным группам товаров. Так, например, в текущем году четвертый квартал подряд впервые с 2009 г. происходило ухудшение состояния оптовиков, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары: ИПУ в IV квартале достигнул -5%. Неблагоприятный деловой климат сформировался в организациях по продажам бытовых электротоваров (ИПУ составил -2%), парфюмерии и косметики (-1%). Потеряли позиции фирмы, реализующие фармацевтические и медицинские товары (относительно III квартала ИПУ снизился на 3 п.п., составив +1%), а также пищевые продукты (ИПУ опустился до +1%). В то же время, снизилась деловая активность организаций по поставкам автомобильных деталей, узлов и принадлежностей, спрос на которые также зависит от конечных потребительских интересов (ИПУ составил -3% против -1% в III квартале).

В организациях оптовой торговли шести⁵ федеральных округов Российской Федерации индекс предпринимательской уверенности характеризовался преимущественно отрицательными значениями. Наилучший результат был зафиксирован в Центральном и Дальневосточном федеральных округах, составив -1% соответственно.

В целом, согласно полученным данным, основополагающими отраслевыми особенностями IV квартала следует считать:

- Ухудшение текущей экономической ситуации в секторе;
- Сокращение спроса и объема продаж;
- Сужение ассортимента товаров;
- Очередной рост цен на товары социального и производственного назначения (68% предпринимателей подняли цены реализации);
- Ожидаемый рост оптовых цен в I квартале 2015 года (более 60% предпринимателей сообщили о грядущем повышении цен на товары в своих организациях);
- Повышение издержек;
- Дальнейшее ослабление делового климата в организациях, реализующих социально значимую продукцию;
- Пессимистичные оценки предпринимателей относительно перспектив торгового процесса в I квартале 2015 года.

Принимая во внимание развитие ситуации в части основных количественных и качественных показателей российской экономики, ситуации на товарных рынках, а также существенного исчерпания потребительского потенциала, рассчитывать на нейтрализацию обозначенных негативных тенденций в первой половине 2015 г. не следует.

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

В IV квартале 2014 г. большинство основных показателей, отражающих деловую активность оптовых фирм, продемонстрировали усиление негативной динамики. Первопричиной зафиксированной тенденции выступает падение **спроса** по всем группам реализуемых товаров. В частности, в анализируемом периоде треть предпринимателей сообщили о сужении

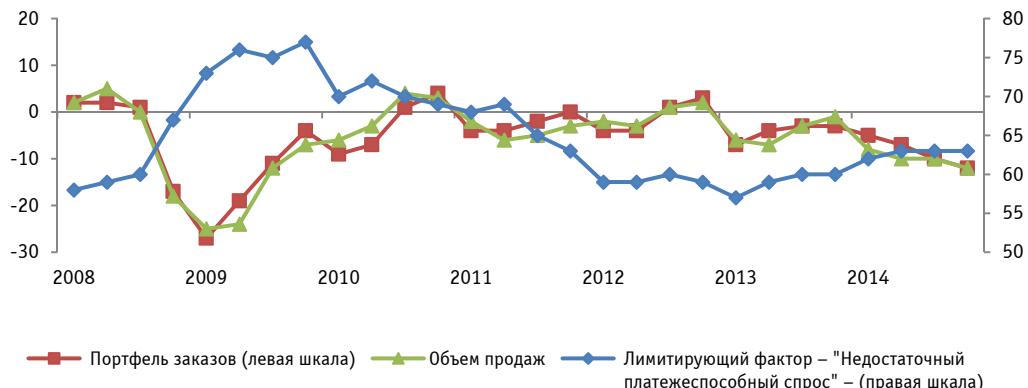
⁵ Данные по Южному и Северо-Кавказскому, федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах. Крымский федеральный округ пока в опросах не участвует.

Деловой климат в оптовой торговле в IV квартале 2014 года

портфеля заказов относительно предшествующих периодов текущего года. Балансовое значение спроса опустилось относительно III квартала на 2 п.п. до отметки -12% (-3% в III квартале 2014 г.).

Кроме того, 63% респондентов сочли **недостаточный платежеспособный спрос** со стороны клиентов, как первостепенный фактор, лимитирующий развитие их бизнеса.

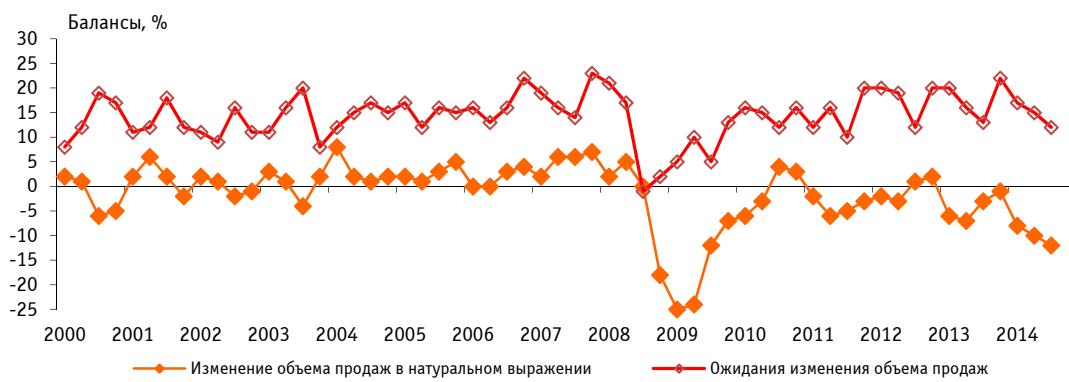
Рис. 3. Динамика оценок изменения портфеля заказов, объема продаж и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос»



Наблюдаемые изменения оказались решающими и оказали неблагоприятное воздействие на формирование динамики **объема реализуемых товаров и общего товарооборота**. Снижение продаж констатировали более 40% предпринимателей, баланс оценки показателя снизился до -12%.

Учитывая зафиксированные результаты, весомым неблагоприятным моментом выступают и пессимистичные прогнозы руководителей относительно перспективы изменения динамики заказов и продаж в первые месяцы 2015 года.

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



Наряду с вышеуказанными изменениями, в анализируемом периоде продолжалось сокращение **персонала**, хотя зафиксированное в III квартале выбытие кадров несколько замедлилось. Балансовое значение показателя, оставаясь в отрицательной зоне, возросло с -7 до -5% (-1% в IV квартале 2013 г.).

Вместе с тем, напряженность кадрового вопроса остается насущной для предпринимателей и прослеживается в их ожиданиях. Более 80% руководителей в ближайшей перспективе не планируют менять ситуацию и расширять штат.

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



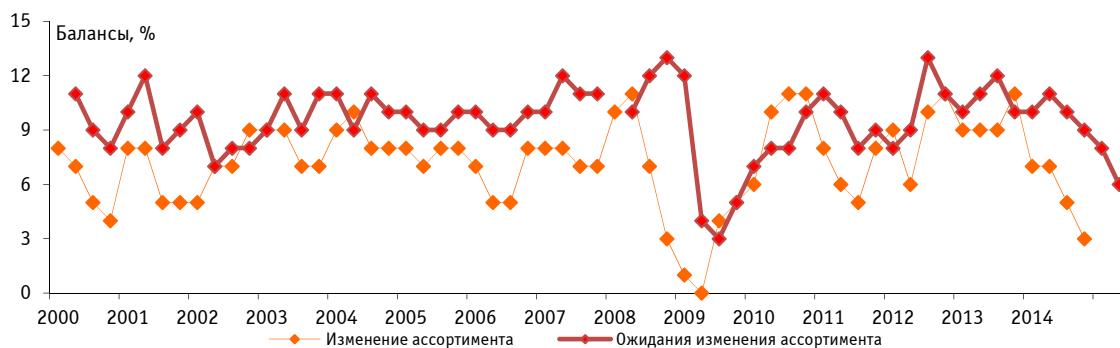
Учитывая наблюдаемую экономическую конъюнктуру, прогрессирующие негативные тенденции усугубляются неблагоприятными прогнозными оценками оптовиков, большинство из которых не только не ожидают позитивных изменений ситуации в I квартале 2015 г., но и прогнозируют дальнейшее снижение спроса и продаж, что свидетельствует о дальнейшем замедлении темпов экономического роста в отрасли.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Динамика торгового процесса сопровождалась усилением **сокращения ассортимента** реализуемой продукции. В результате, по итогам 2014 года можно констатировать одно из максимальных сокращений номенклатуры товаров за последние 4 года проведения обследований. Если по итогам аналогичного квартала 2013 года балансовое значение ассортимента фиксировалось на отметке +11%, то в анализируемом периоде опустилось до +3%. Как показывает ретроспективная динамика показателя, подобная тенденция наблюдалась лишь в периоды острой дестабилизации 2008-2009 гг. – когда приходилось использовать широкий спектр механизмов оптимизации.

Сниженные ожидания предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения, подчеркивают масштаб существующих и наступающих проблем. Причем в группе риска оказывается все большая доля оптовой номенклатуры, восполнить которую в ближайшее время будет непросто. Балансовое значение ассортиментных ожиданий продемонстрировало очередное снижение и составило +6%.

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



Согласно результатам проведенного обследования, в IV квартале темпы сокращения **объема складских запасов** продолжили усиливаться. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -4% против -3% в III-м и 0% в I квартале (-2% в IV 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 оптovo-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 оптovo-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, 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.

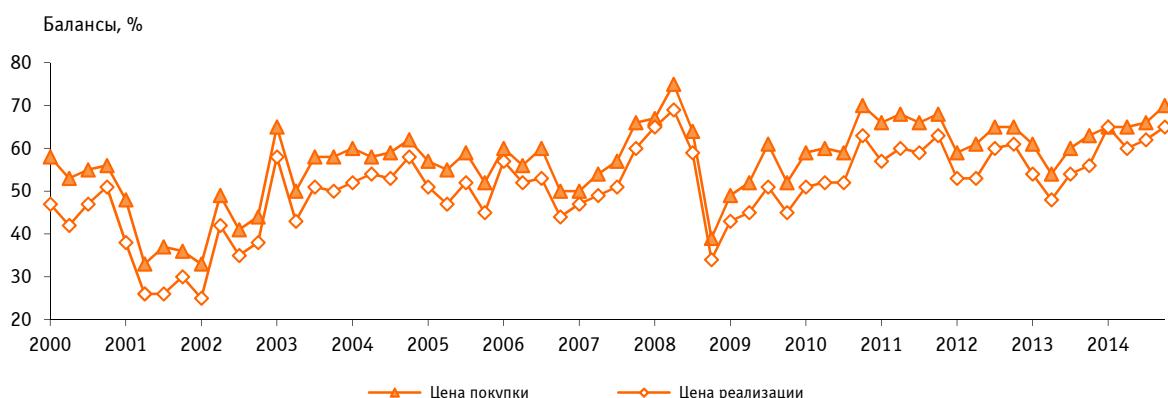
Цены закупки и реализации. Система расчетов

В эпицентре внимания остается **ценовая политика** оптовых фирм. Учитывая обостряющуюся ситуацию на товарных рынках, неоднозначность денежно-кредитной политики, как следствие, непредсказуемость поведенческой модели своих основных поставщиков – производителей товаров, а также ажиотажные настроения конечных потребителей, в IV квартале оптовики поддержали выбранную ранее тактику активного увеличения отпускных цен. Практически 70% руководителей в надежде финансовой стабилизации подняли цены. Балансовое значение **цены реализации** составило +65% против +62% в III квартале (+56% в IV квартале 2013 г.).

Тем не менее, по-прежнему решающее воздействие на формирование цены оказывал ценовой диктат со стороны производителей товаров. Результаты обследования позволили зафиксировать, что повышение цен от поставщиков констатировали более 72% респондентов. Баланс оценки изменения **закупочной цены** относительно III квартала возрос с +66% до +70% (+63% в IV квартале 2013 г.).

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

**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 всего, это распространялось на продовольствие, парфюмерию и косметику, а также фармацевтику.

Неутешительны и инфляционные ожидания выявленные обследованием. В планах более 60% предпринимателей в I квартале 2015 года продолжить повышать оптовые цены.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в IV 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.

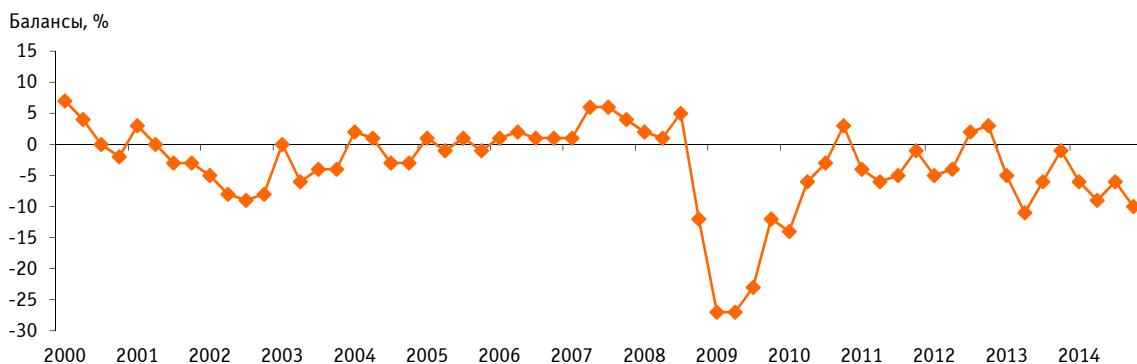
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (86 и 12% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 2%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Эскалация неблагоприятных отраслевых тенденций способствовала серьезному усугублению финансового состояния оптовых фирм по сравнению с предшествующими периодами текущего года.

В IV квартале в организациях возобновилось сокращение **прибыли**, о чем констатировали 40% руководителей. Баланс оценки изменения показателя составил -10% против -6% в III квартале (-1% в IV квартале 2013 г.).

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

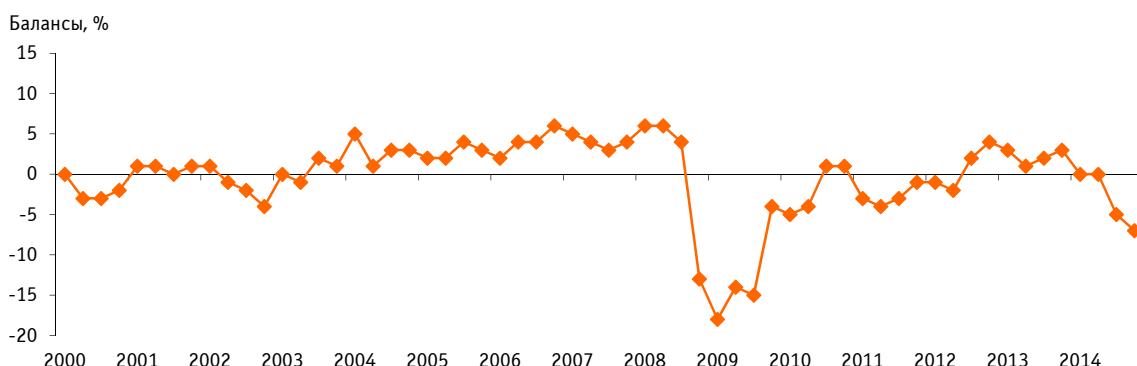


Негативная корректировка коснулась и показателя, характеризующего обеспеченность оптовых организаций **собственными финансовыми ресурсами**. Балансовое значение данного показателя опустилось до -4%, хотя еще в начале года фиксировалось в положительной зоне, составляя +1% (-1% в IV квартале 2013 г.).

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 дальнейшее существенное ухудшение **экономической ситуации**. Баланс оценки изменения показателя снизился относительно III квартала еще на 2 п.п и составил -7% (+3% в IV квартале 2013 г.).

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



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

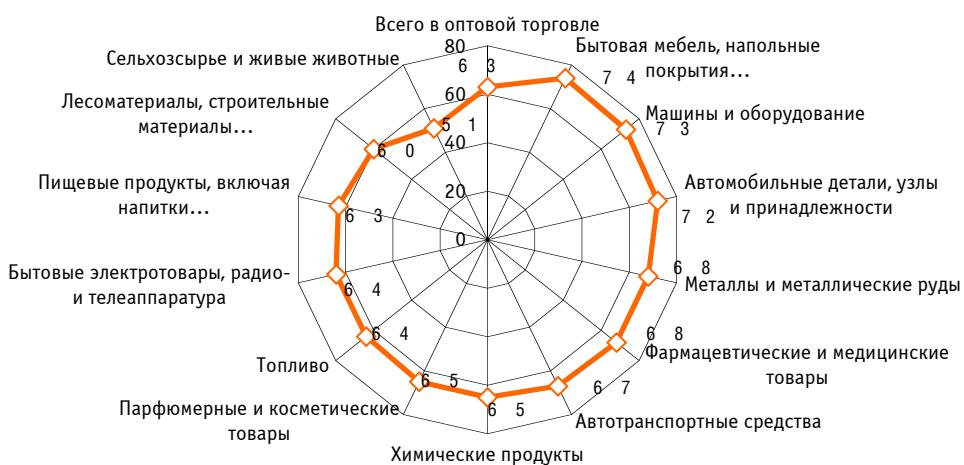
Анализ мнений руководителей оптовых организаций относительно степени влияния на их бизнес лимитирующих факторов сохраняет актуальность проблем, продиктованных стагнирующим спросом и возрастающими финансовыми издержками, оказавших внушительное отрицательное влияние на бизнес в 2014 году.

В частности, в IV квартале для 63% 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 бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (74% респондентов против 63% в III квартале), машины и оборудование (73% против 67%), автомобильные детали и принадлежности (72% против 70%), металлы и металлическую руду (68% против 72%).

Рис. 10. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в IV квартале 2014 г.

Доля организаций от их общего числа, %

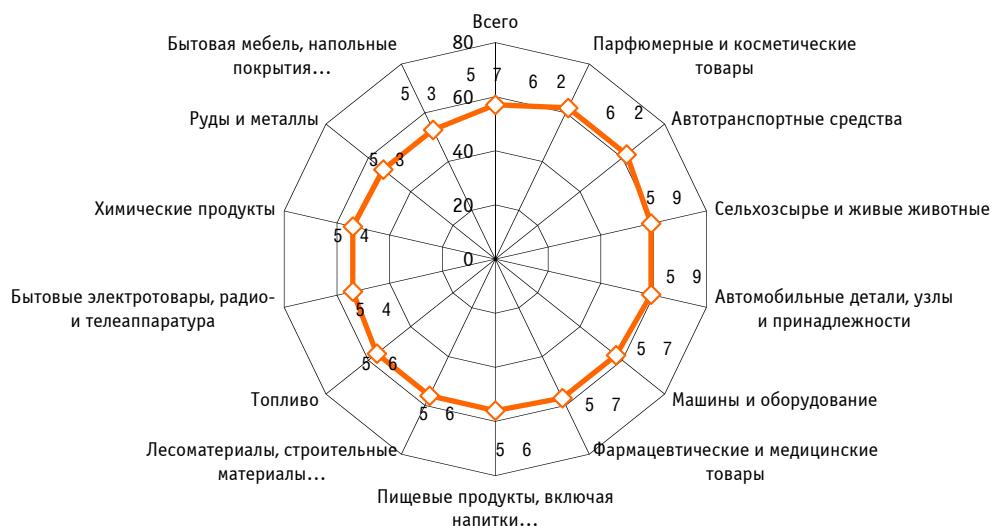


В то же время, в анализируемом периоде относительно III квартала возросла доля респондентов до 57%, отмечавших возрастание на бизнес фискальной нагрузки. В частности, наиболее резкий отзыв относительно фактора **«высокий уровень налогов»** прослеживался со стороны руководителей организаций, занимающихся парфюмерией и косметикой, продажей автотранспортных средств, чья доля превысила 60%.

В то же время, в сложной ситуации оказались фирмы, реализующие сельскохозяйственное сырье, автомобильные детали, машины и оборудование, фармацевтику и т.д. На фоне вышеуказанных организаций, в несколько наименьшей степени данная проблема отмечалась оптовиками, сфера деятельности которых связана с реализацией бытовой мебели и ряда товаров производственного назначения.

Деловой климат в оптовой торговле в IV квартале 2014 года

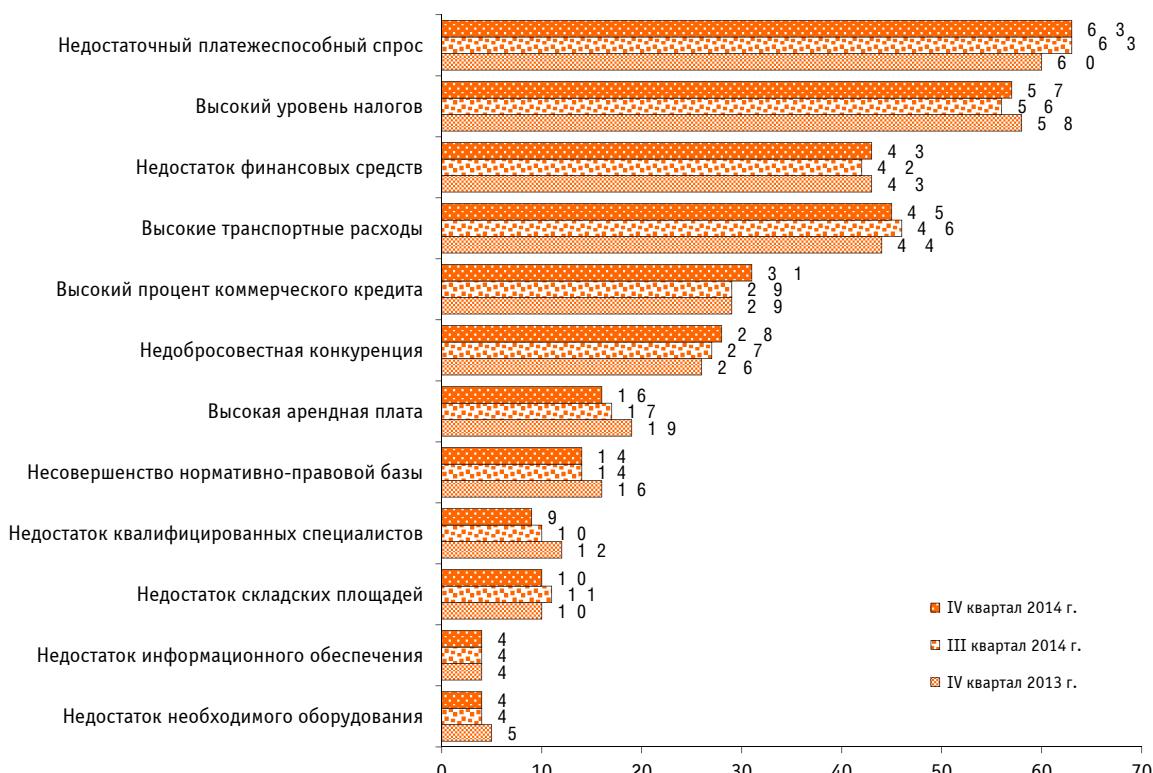
Рис. 11. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в IV квартале 2014 г.
 Доля организаций от их общего числа, %



Одновременно, 43% предпринимателей продолжали ссылаться на недостаток в их фирмах **собственных финансовых средств**, а более 30% 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, в контексте изменения динамики показателей делового климата в секторе оптовой торговли, 2014 год оказался насыщен антирекордными результатами. Конъюнктура рынка формировалась в сложных и преимущественно непредсказуемых условиях, не предоставляя предпринимателям широких стабилизационных альтернатив. В результате наступила логичная развязка, обусловленная не только экономическими и политическими событиями 2014 года, но и длительной дестабилизацией сегмента: по всем ключевым индикаторам обследования зафиксировано обновление средних минимальных значений предшествующих периодов. В связи с чем, на фоне полученных итогов, волнует не только дальнейшая судьба отрасли, но и неминуемо связанных с ней сектора розничной торговли и домашних хозяйств.

Следует подчеркнуть, 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 – ритейле, т.к. закладывает ключевые номенклатурные и ценовые параметры. В результате, ценовая зависимость в буквальном смысле всех остальных участников рынка в следующем году, станет едва ли не единственным драйвером развития оптовой торговли и понятно, что на чаше весов для руководителей явно окажется собственное благополучие бизнеса. Так, например, проведенное итоговое обследование розничных организаций⁷ за IV квартал 2014 г. дало крайне неутешительные результаты в контексте сформировавшихся инфляционных планов. На фоне пессимистичных ожиданий нарастить выручку и поднять продажи, более 50% предпринимателей планируют увеличить цены реализации по всем товарным группам. Таким образом, розница уже подготовилась к ответу на любые и теперь уже предсказуемые шаги оптового сегмента. В результате очевидно, что в 2015 году основная нагрузка ляжет на потребителя, которому придется «расплачиваться» по новым прайс-листам, включающим в себя не только все заложенные потери, но и будущие риски бизнесменов.

Учитывая комплекс негативного воздействия макроэкономических факторов, на фоне сложившихся тенденций сокращения роста реальных располагаемых денежных доходов населения, неоднозначной инфляционной составляющей, сжатия рынка кредитования и перекредитованности заемщиков, существенного ослабления национальной валюты, стагнирование потребительского спроса будет только усиливаться, продолжая ослаблять деловой климат, 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							
	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
IV квартал	21	49	33	-12	27	52	21	+6

Таблица 2

	Оптовый товарооборот							
	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
IV квартал	36	21	45	-9	38	38	24	+14

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
IV квартал	49	31	41	-12	33	45	21	+12

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
IV квартал	13	77	10	+3	13	80	7	+6

Деловой климат в оптовой торговле в IV квартале 2014 года

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
IV квартал	20	54	25	-5	9	81	12	-3

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
IV квартал	12	73	14	-2	9	75	12	-3

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
IV квартал	10	77	14	-4	14	78	8	+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
IV квартал	30	30	40	-10	34	45	21	+13