



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
В I КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА



Июнь '15

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2015 ГОДА

Москва
2015

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

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2015 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей около 3 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

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

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

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

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67
E-mail: issek@hse.ru
<http://issek.hse.ru>

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 I квартале и ожиданиях предпринимателей на II 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 дальнейшее обострение отраслевых финансово-экономических проблем и продолжение нисходящих трендов, характеризующих динамику основных операционных показателей деятельности. Инерционное влияние неблагоприятных макроэкономических условий, сформировавшихся в течение второй половины 2014 года, выразилось в усилении негативных воздействий, сдержавших развитие оптовых фирм в начале 2015 года. Ключевым фактором ухудшения конъюнктуры в организациях явилось очередное сжатие рыночной активности, вызванное продолжающимся стагнированием экономики и заметным ухудшением потребительских настроений домашних хозяйств в результате продолжающегося снижения реальных располагаемых денежных доходов населения, включая их реальные заработные платы.

Таблица 1

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

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

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

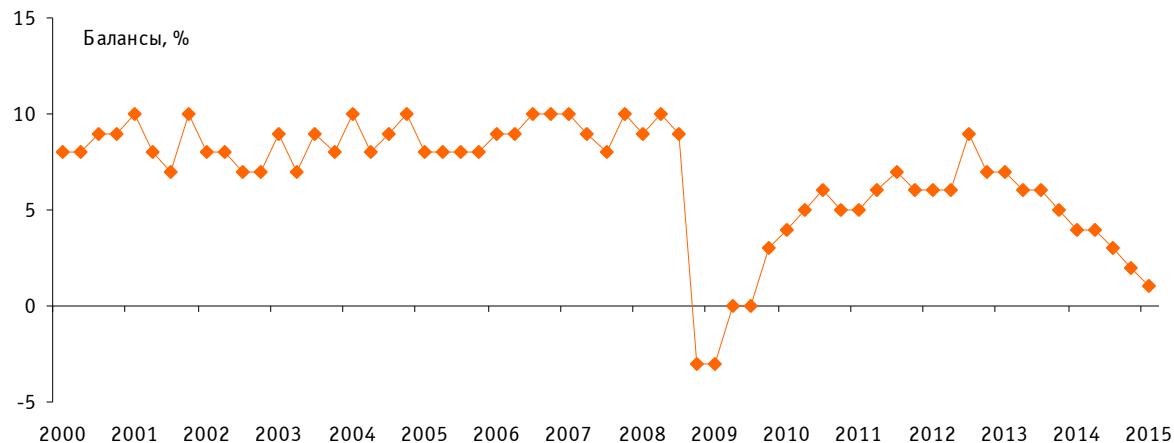
² Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций оптовой торговли.

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 I квартале 2015 года

Снижение деловой активности в секторе демонстрирует очередное замедление роста основного индикатора обследования – **индекса предпринимательской уверенности (ИПУ)**⁴. По итогам I квартала индекс продолжил движение в направлении нулевой отметки, достигнув значения (+1%).

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



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

По большинству групп реализуемых товаров отмечалась отрицательная динамика продаж и ухудшение делового климата в соответствующих оптовых организациях.

Преобладающие негативные изменения прослеживались в фирмах, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары: так, если ИПУ в данном сегменте опустился до (-5%) в конце прошлого года, то в I квартале составил уже (-10%). Неблагоприятный деловой климат сформировался в организациях по продажам бытовых электротоваров – ИПУ продолжил снижение и зафиксировался на отметке (-5%).

Негативные изменения произошли в организациях, чья деятельность ориентирована на продажу автотранспорта и запчастей к ним. Так, после IV квартала 2014 года, завершившегося ажиотажным спросом по старым прайс-листам, ИПУ в фирмах, реализующих автотранспорт, просел с (+9) до (-1%). В I квартале с.г. продолжилось падение спроса на автомобильные детали, узлы и принадлежности. В оптовых фирмах, реализующих данные товары, ИПУ снизился с (-3%) до (-7%).

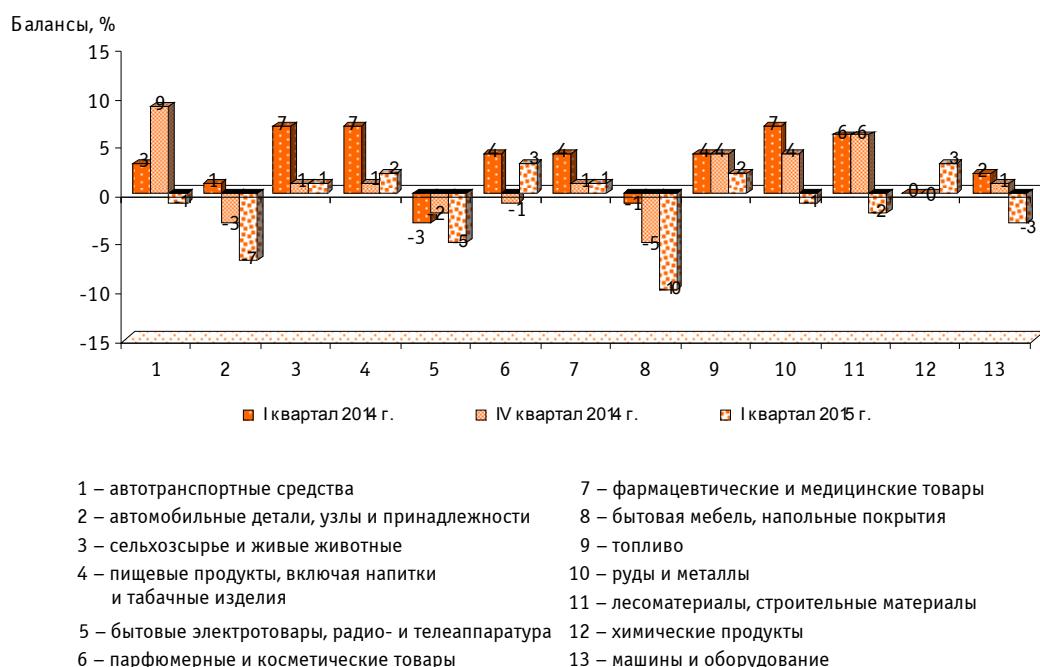
Продолжалось ухудшение состояния оптовых фирм, занятых в сфере продаж производственно-технической продукции. Так, например, относительно IV квартала 2014 года ухудшилось финансово-экономическое положение организаций, поставляющих руду и металлы (ИПУ в I квартале 2015 г. составил -1 против +4%), лес и стройматериалы (-2 против +6%), машины и оборудование (-3 против +1%).

Относительно позитивная динамика ИПУ по итогам первых месяцев работы в 2015 году прослеживалась по оптовым фирмам, реализующих социально-необходимые группы товаров: медицина и фармацевтика (ИПУ сохранил значение IV квартала, составив +1%), пищевые продукты (ИПУ возрос с +1 до +2%), парфюмерия и косметика (ИПУ вышел из отрицательной зоны и составил +3%), а также химическую продукцию.

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.

Улучшение ситуации в оптовых фирмах, реализующих указанные товары, в первую очередь объясняется началом процесса импортозамещения. В частности, в промышленном производстве именно по этим группам продукции наблюдается заметное оживление производства в результате импортозамещения.

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



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

- Ухудшение текущей экономической ситуации в секторе;
- Сокращение спроса и объема продаж;
- Сужение ассортимента товаров;
- Продолжение роста цен на товары социального и производственного назначения (72% предпринимателей подняли цены реализации);
- Ожидаемый рост оптовых цен во II квартале 2015 года (65% предпринимателей сообщили о грядущем повышении цен на товары в своих организациях);
- Рост издержек;
- Достаточно пессимистичные ожидания многих предпринимателей относительно состояния делового климата своих организаций по итогам I полугодия 2015 года.

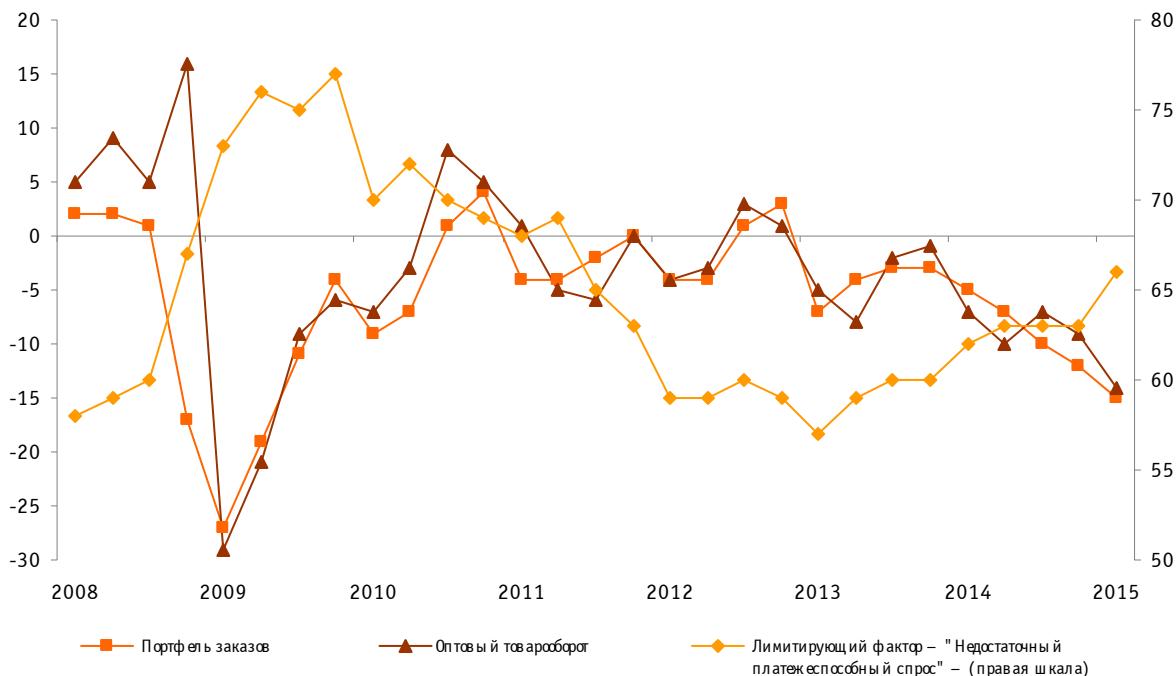
Спрос. Объем продаж в натуральном выражении. Оптовый товарооборот. Численность занятых

В I квартале 2015 г. большинство основных показателей, характеризующих деловую активность оптовых фирм, продолжали демонстрировать нисходящие тренды. Решающей причиной наблюдавшихся изменений по-прежнему является падение спроса практически по всем группам реализуемых товаров. В частности, в анализируемом периоде 35% предпринимателей сообщили о сужении портфеля заказов относительно предшествующего квартала, баланс оценки изменения показателя снизился с -12% в IV –м квартале до -15% (-5% в I квартале 2014 г.).

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2015 года

Кроме того, недостаточный платежеспособный спрос со стороны клиентов, как первостепенный фактор, лимитирующий развитие бизнеса сочли уже 66% респондентов против 63% в предшествующем периоде.

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



Негативные коррекции оказали неблагоприятное воздействие на формирование динамики **объема реализуемых товаров и общего товарооборота**. Снижение оборота конституировали практически 50% предпринимателей, баланс оценки показателя снизился относительно IV квартала на 5 п.п. и составил -14%.

Неблагоприятным моментом выступает дальнейшая утрата оптимизма у предпринимателей относительно перспективы положительного изменения в динамике заказов и объема продаж во II квартале 2015 года.

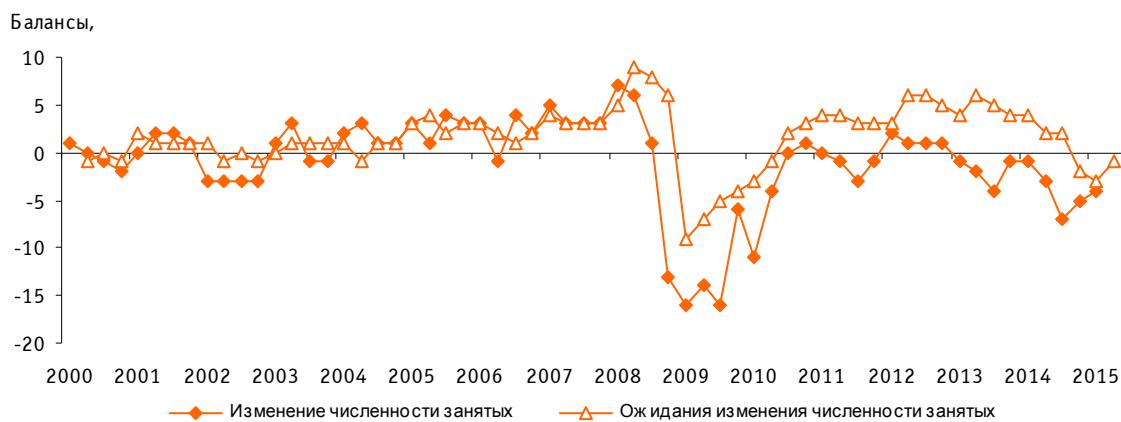
Рис. 4. Динамика оценок изменения объема продаж в натуральном выражении в организациях оптовой торговли



Наряду с вышеуказанными изменениями, в анализируемом периоде продолжалось сокращение **персонала**, хотя выбытие кадров сохранило тенденцию замедления. Балансовое значение показателя, оставаясь в отрицательной зоне, составило -4% (-1% в I квартале 2014 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 ожидают позитивных изменений ситуации по итогам I полугодия 2015 г.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Динамика торгового процесса сопровождалась акцентированным сужением **ассортиментной линейки** реализуемой продукции. По итогам первых месяцев работы в 2015 году, балансовое значение показателя максимально приблизилось к антирекордным результатам 2009 года, опустившись до +2% (+7% в I квартале 2014 г.).

Ухудшение ожиданий предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения, подчеркивают масштаб существующих проблем. Причем в группе сокращения оказывается все большая доля товарной номенклатуры, восполнять которую в ближайшее время предприниматели не собираются. Балансовое значение ассортиментных ожиданий продемонстрировало очередное снижение и составило +4%.

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



Согласно результатам проведенного обследования, в I квартале темпы сокращения **объема складских запасов** продолжили усиливаться. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -6% против -4% в IV-м и 0% в I квартале 2014 г. В то же время, большинство руководителей (85%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁵.

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 (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

Учитывая ослабление финансового потенциала оптовиков, а также непредсказуемость поведенческой модели своих основных поставщиков – производителей товаров, в начале 2015 года предприниматели сохранили тактику активного увеличения отпускных цен. Более 70% руководителей, остающихся заложниками инфляционных тенденций и диктата со стороны производителей товаров, вновь подняли цены. Балансовое значение **цены реализации** составило +67% против +65% в IV квартале.

Результаты обследования позволяют констатировать, что повышение цен поставщиками – производителями товаров отметили 76% респондентов против 72% в IV квартале. Баланс оценки изменения **закупочной цены** возрос до +71% (+65% в I квартале 2014 г.).

Таким образом, по большинству ассортиментных групп наблюдаемые значения данных показателей зафиксировались в зоне максимальных за всю историю проведения обследований. При этом основными драйверами повышения цен стали фирмы, ориентированные на реализацию товаров для населения. Прежде всего, это распространилось на продовольствие, парфюмерию и косметику, а также фармацевтику.

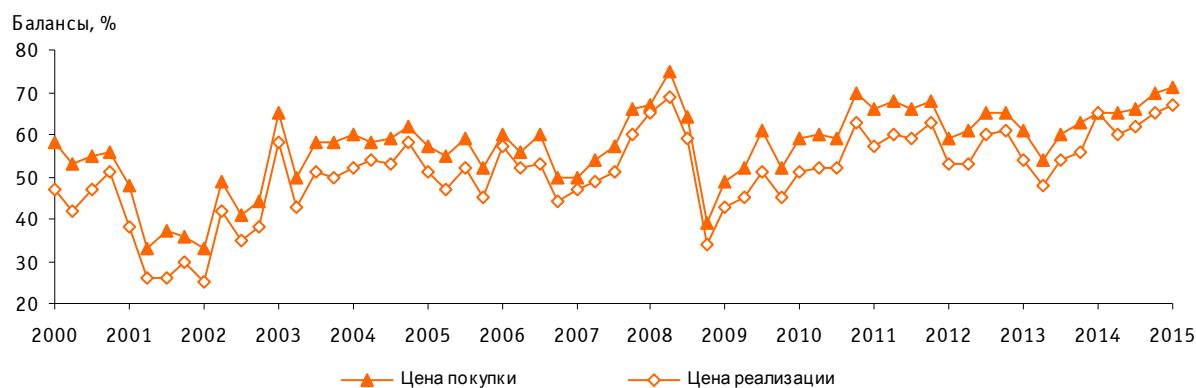
Неутешительны и инфляционные ожидания выявленные обследованием. В планах более 65% предпринимателей во II квартале 2015 года продолжить повышать оптовые цены.

Вместе с тем, несмотря на внушительную долю респондентов, предлагающих увеличить цену реализации до конца I полугодия с.г., она на 8 п.п. меньше, чем в отчетном квартале. Видимо оптовики, совместно с поставщиками и заказчиками своей продукции, постепенно адаптируются к новому плато цен и курсу рубля, и совместными усилиями пытаются ста-

⁵ «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий на момент проведения обследования.

билизировать инфляционную ситуацию. Тем более, достаточно резкое сжатие потребительского спроса домашних хозяйств ограничивает «ценовые аппетиты» участников торговой деятельности, ставя под сомнение вообще реализацию товаров.

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



Скорее всего, II квартал с.г. будет последним периодом ценового ралли. Затем следует замедление как текущей инфляции, так и инфляционных ожиданий. Исходя из мнений респондентов, данная тенденция будет наиболее ощутима для оптовых организаций, торгующих непродовольственными товарами из-за перехода большей части населения на сберегательную модель поведения и отказа до наступления финансовой стабилизации от покупок товаров длительного пользования без крайней необходимости. Продовольственная инфляция, в силу обязательного потребления населением продуктов питания не претерпит в ближайшие 3-4 месяца серьезных изменений в сторону снижения. Замедление роста и даже снижение цен в ближайшее время может наблюдаться в сегменте плодовоовощной продукции, в связи с наступлением благоприятного сезона и соответствующем увеличением данного товара на торговом рынке. Также на некоторое замедление роста цен на продукты «премиум» и «люкс» класса может повлиять повышенная в последнее время избирательность большинства домашних хозяйств в приобретении продовольственных товаров. В результате данной модели потребительского поведения населения, оптовая и розничная торговля вынуждена будет снижать или по крайней мере не повышать цены на данную категорию продовольственных товаров, иначе торговля столкнется с существенными проблемами нереализованного спроса.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в I квартале 2015 г. не изменился.

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

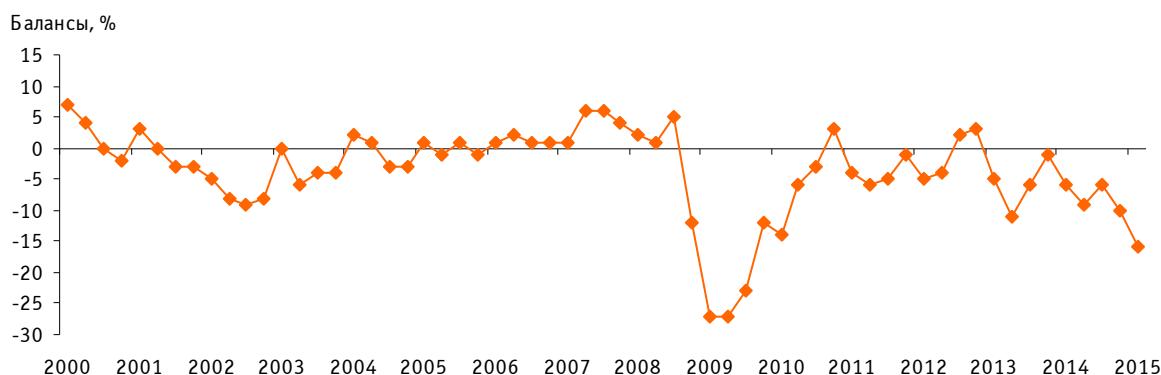
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (86 и 12% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов составила только 2%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Разворот неблагоприятных отраслевых тенденций способствовал дальнейшему усугублению финансового состояния оптовых фирм.

В I квартале в организациях усилилось сокращение **прибыли**, о чем констатировали 44% руководителей. Баланс оценки изменения показателя составил -16% против -10% в IV квартале (-6% в I квартале 2014 г.).

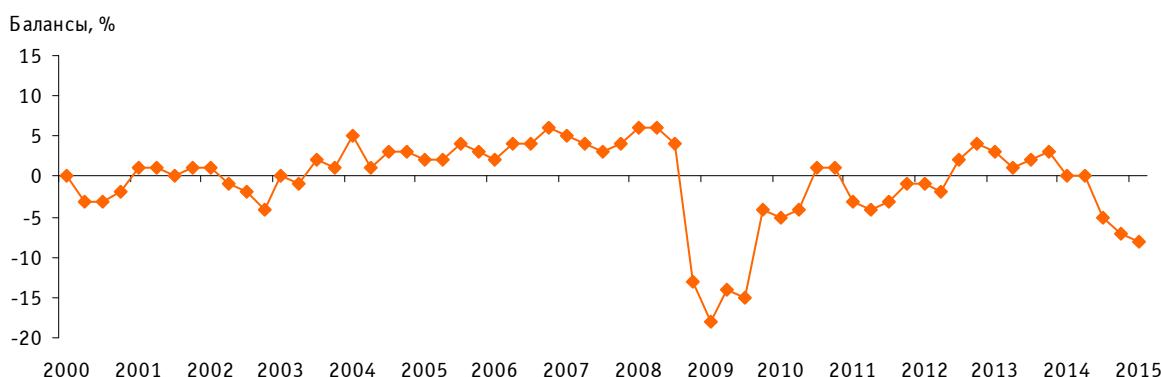
Рис. 8. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли



Структура источников финансирования оптовых организаций оставалась без изменений. Как и прежде, доля собственных оборотных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 68%, кредитных и заемных – 22%, финансовых средств клиентов – 9%, прочих средств – 1%.

В связи с дестабилизирующими процессами, в организациях оптовой торговли отмечалось дальнейшее ухудшение **экономической ситуации**. Баланс оценки изменения показателя снизился относительно IV квартала еще на 1 п.п и составил -8% (0% в I квартале 2014 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 позволяет констатировать масштабирование проблем, продиктованных стагнирующим спросом и возрастающими финансовыми издержками, оказавших внушительное отрицательное влияние на бизнес в предшествующем и начале 2015 года.

В частности, в I квартале уже для 66% против 63% в IV квартале респондентов **«недостаточный платежеспособный спрос»** стал первоочередным негативным обстоятельством, затрудняющим их торговую деятельность.

Сегментация организаций по видам деятельности показала усиление влияния данного фактора, а наиболее негативную реакцию на данную проблему выразили руководители оптовых фирм, реализующих металлы и металлическую руду (77% респондентов), машины и оборудование (74%), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (71%), химические продукты (70%).

Рис. 10. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2015 г.



В то же время, в анализируемом периоде относительно IV квартала снизилась доля респондентов с 57% до 53% отмечавших возрастание на бизнес фискальной нагрузки. Тем не менее, ситуация продолжала быть сложной для фирм, реализующих парфюмерные и косметические товары, автомобильные детали, машины и оборудование и т.д.

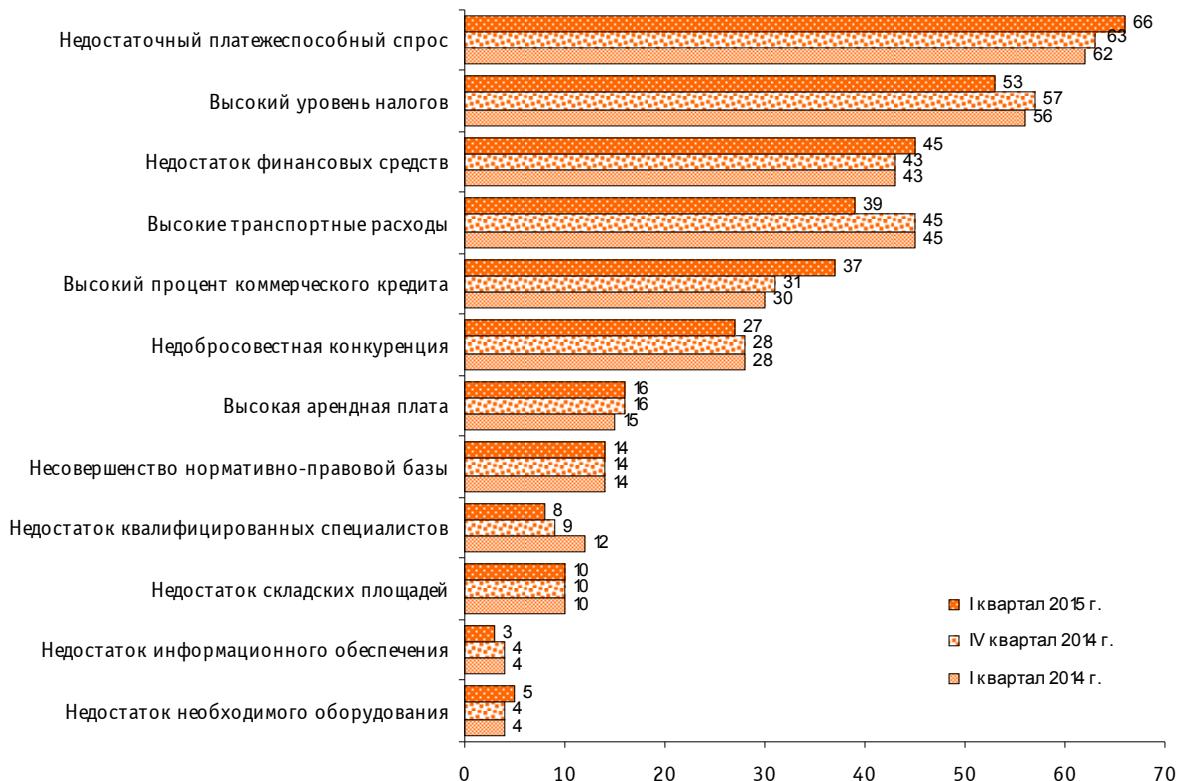
Рис. 11. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2015 г.



Одновременно, возросла доля предпринимателей относительно IV квартала с 43 до 45% ссылавшихся на недостаток в фирмах **собственных финансовых средств** и с 31 до 37% тех, кто выразил недовольство **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, верно следуя прогнозному тренду, выявленному из мнений респондентов в предыдущем опросе, деловая активность в секторе оптовой торговли в I квартале с.г. была ожидаемо сниженной. В условиях нестабильной макроэкономической ситуации и, как следствие, отсутствия точек роста, потенциал оптовых организаций продолжил поквартальное снижение. Основной индикатор обследования – ИПУ опустился до рекордно низкого для данного сегмента уровня. Расхождение между итоговой динамикой развития 2014 года и полученными результатами по ряду показателей было самым значимым и критичным. Обновленные минимумы подчеркивают углубляющуюся рецессию сектора оптовой торговли.

Следует обратить внимание, что вид экономической деятельности – оптовая торговля занимает достаточно большую долю в общей структуре ВВП страны. В частности, по объему создаваемой добавленной стоимости оптовая торговля в полтора раза превышает долю розничной торговли. Да, напрямую население страны практически не осуществляет товарно-денежных отношений с оптовиками, но многие положительные и отрицательные тенденции, характерные для розничной торговли, которая непосредственно реализует товары для населения, формируются именно в оптовом сегменте. В первую очередь высококорреляционная связь проявляется в ассортиментной линейке, изменениях номенклатуры реализуемых товаров, качестве товаров и, главное, в ценовой составляющей.

В сложившейся ситуации настораживает риск предстоящей цепной реакции многих составляющих торгового процесса со стороны родственного сегмента – розничной торговли. Оптовая торговля, как минимум на первую половину 2015 года, уже заложила неблагоприятный ценовой тренд для розницы. Инфляционное давление со стороны оптовой торговли в контексте исторической ретроспективы обследований продолжает устанавливать негативные максимумы.

Учитывая масштабы фактических и потенциальных рисков, обуславливающих расширяющийся комплекс негативного воздействия макроэкономических факторов, очевидно продолжение ослабления делового климата в оптовом сегменте. Исчерпание бизнес активности на товарных рынках, а также усиление пессимистических настроений респондентов относительно краткосрочных компенсационных перспектив, в очередной раз не позволяет рассчитывать на нейтрализацию негативных тенденций по крайней мере до конца первого полугодия 2015 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
2014								
I квартал	24	47	29	-5	28	56	16	+12
II квартал	22	49	29	-7	28	55	17	+11
III квартал	20	50	30	-10	28	56	16	+12
IV квартал	21	49	33	-12	27	52	21	+6
2015								
I квартал	20	45	35	-15	25	55	20	+5
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 2

Оптовый товарооборот

Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	37	19	44	-7	39	42	19	+20
II квартал	35	20	45	-10	39	42	20	+19
III квартал	37	18	44	-7	38	43	20	+18
IV квартал	36	21	45	-9	38	38	24	+14
2015								
I квартал	34	18	48	-14	33	44	23	+10
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 3

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	36	20	44	-8	40	42	18	+22
II квартал	30	30	40	-10	34	47	17	+17
III квартал	30	29	40	-10	33	49	18	+15
IV квартал	49	31	41	-12	33	45	21	+12
2015								
I квартал	27	30	43	-16	27	51	22	+5
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	14	79	7	+7	14	82	4	+10
II квартал	14	79	7	+7	14	82	5	+9
III квартал	13	79	8	+5	14	81	6	+8
IV квартал	13	77	10	+3	13	80	7	+6
2015								
I квартал	12	78	10	+2	11	82	7	+4
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2015 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
2014								
I квартал	20	59	21	-1	10	82	8	+2
II квартал	20	58	23	-3	10	82	8	+2
III квартал	18	57	25	-7	8	81	10	-2
IV квартал	20	54	25	-5	9	81	12	-3
2015								
I квартал	20	36	24	-4	9	81	10	-1
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 6

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2
II квартал	12	77	11	+1	8	82	10	-2
III квартал	12	75	13	-1	9	81	11	-2
IV квартал	12	73	14	-2	9	75	12	-3
2015								
I квартал	11	75	14	-3	8	81	10	-2
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 7

Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	12	77	11	+1	13	81	6	+7
II квартал	11	78	11	0	12	80	8	+4
III квартал	10	77	13	-3	13	80	7	+6
IV квартал	10	77	14	-4	14	78	8	+6
2015								
I квартал	11	74	15	-4	12	78	10	+2
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 8

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2014								
I квартал	33	28	39	-6	36	47	17	+19
II квартал	30	31	39	-9	36	47	17	+19
III квартал	32	30	34	-6	35	47	18	+17
IV квартал	30	30	40	-10	34	45	21	+13
2015								
I квартал	28	28	44	-16	30	46	24	+6
II квартал								
III квартал								
IV квартал								