




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
В III КВАРТАЛЕ 2012 ГОДА**

Ноябрь '12

Москва

10 лет
Институт статистических
исследований и экономики
знаний НИУ ВШЭ



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В III КВАРТАЛЕ 2012 ГОДА

Москва
2012

Деловой климат в оптовой торговле в III квартале 2012 года –
М.: НИУ ВШЭ, 2012. – с. 17.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в III квартале 2012 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 2012 г.

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

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле²

Анализ результатов хозяйственной деятельности около 3 тыс. организаций оптовой торговли в III квартале 2012 г. позволяет констатировать преимущественно позитивные изменения в данном секторе экономики. Судя по динамике практически всех основных показателей, в начале второго полугодия восстановительные процессы в отрасли отличались достаточно интенсивным характером и по ряду параметров превзошли результаты, полученные кварталом ранее. Ярким тому свидетельством выступает усиление положительной динамики основного результирующего индикатора исследования – **индекса предпринимательской уверенности**³, который продемонстрировал самый высокий результат за последние три года и вплотную приблизился к докризисным значениям.

Таблица 1

Динамика оценок основных показателей деятельности организаций оптовой торговли
Балансы, %⁴

	2011				2012		
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал
Спрос	-4	-4	-2	0	-4	-4	+1
Оптовый товарооборот	+1	-5	-6	0	-4	-3	+3
Объем продаж в натуральном выражении	-2	-6	-5	-3	-2	-3	+1
Ассортимент товаров	+8	+6	+5	+8	+9	+6	+10
Численность занятых	0	-1	-3	-1	+2	+1	+1
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-3	-5	-7	-3	+1	+1	-2
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	0	+2	+3	+1	+1	+1	+1
Цены покупки	+66	+68	+66	+68	+59	+61	+65

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

² Начиная с I квартала 2012 г. временные ряды показателей деятельности организаций оптовой торговли (за исключением товарных групп) приведены с сезонной корректировкой.

³ 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.

⁴ 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.

	2011				2012		
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал
Цены реализации	+57	+60	+59	+63	+53	+53	+60
Прибыль	-4	-6	-5	-1	-5	-4	+2

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 в оптовой торговле имел оттенок очередного импульсного преодоления конъюнктурных колебаний за счет отработанных предпринимателями в посткризисный период финансово-экономической стратегии, направленной на последовательное укрепление потенциала организаций. Принимая во внимание достаточно благоприятные краткосрочные прогнозные оценки руководителей организаций, очевидно, что у оптовиков действительно сформировался некий запас прочности, позволяющий, в том числе, быть уверенными и в «завтрашнем дне».

Тем не менее, объективно существующие финансово-экономические проблемы ставят под удар не только выраженный респондентами оптимизм, но и достигнутые результаты в целом.

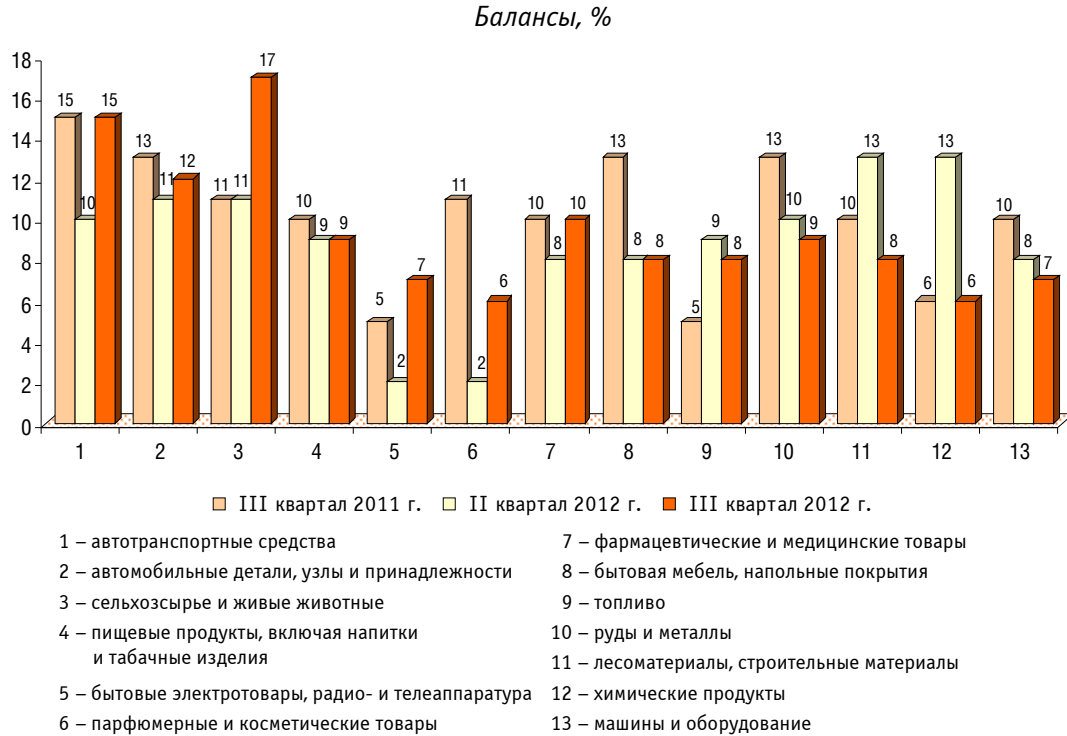
Очевидно одно: если до конца текущего года предпринимателям удастся удержать завоеванную высоту и противостоять негативным колебаниям со стороны макроокружения, провоцирующим охлаждение потребительского спроса, то прогнозные ожидания действительно будут оправданы, и по итогам 2012 г. в отрасли будет возможно наблюдать существенный прогресс и окончательный выход на докризисный уровень.

Анализ составляющих делового климата отчетливо показал, что основополагающим драйвером, позитивно повлиявшим на динамику основных показателей отрасли и обеспечивший тесноту взаимодействия всех участников рынка оптовой торговли в III квартале, следует считать достаточно высокий уровень потребительского спроса со стороны домашних хозяйств, являющихся конечными потребителями услуг сектора торговли.

Данную тенденцию отражают полученные значения индекса предпринимательской уверенности, рассчитанные для всех оптовых организаций, стратифицированных по видам реализуемой продукции. Дифференциация оптовых организаций показала, что в III квартале 2012 г., по сравнению с предшествующим кварталом, в фирмах, реализующих продукцию производственно-технического назначения, произошло заметное ослабление темпов роста деловой активности. В частности, снижение значения ИПУ было зафиксировано в организациях, реализующих топливо; руды и металлы; лесо- и строительные материалы; химические продукты; машины и оборудование.

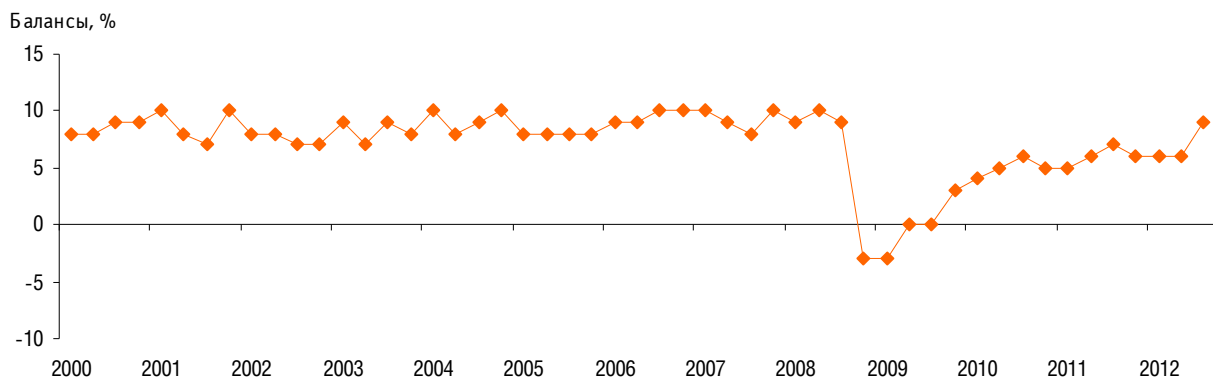
В то же время, круг оптовых организаций, ориентированных на потребителей со стороны населения и с отмеченной по сравнению со II кварталом тенденцией роста ИПУ, заметно расширился. Так, если кварталом ранее данную группу представляли только организации, чья деятельность была связана с поставками социальных товаров первой необходимости (пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия, а также фармацевтические и медицинские товары), то в анализируемом периоде рост значения данного индикатора прослеживался и в организациях другого профиля. Наиболее яркими представителями стали организации, реализующие автотранспортные средства (ИПУ составил +15 против +10%), парфюмерные и косметические товары (+6 против +2%), бытовые электротовары, радио и телеаппаратуру (+7 против +2%).

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли, реализующих отдельные группы товаров



Таким образом, локальное замедление деловой активности, зафиксированное в производственно-ориентированных оптовых фирмах, не повлияло на экономические результаты, характеризующие отрасль в целом. Об этом свидетельствует значение индекса предпринимательской уверенности, которое в III квартале 2012 г. продемонстрировало дальнейшее укрепление положительной динамики, увеличившись по сравнению со II кварталом на 3 п.п. и составив +9%.

Рис. 2. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



В организациях оптовой торговли шести⁵ федеральных округов Российской Федерации индекс предпринимательской уверенности характеризовался положительными значениями. Наилучший результат был зафиксирован в Уральском федеральном округе и составил +10%.

В целом, рассматриваемый период в контексте динамики совокупности результирующих показателей вышеуказанных организаций, безусловно, следует оценивать как позитив-

⁵ Данные по Южному и Северо-Кавказскому федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах.

ный. В частности, положительные корректирующие процессы улучшили их значения не только относительно предшествующих кварталов текущего года, но и переломили большинство укоренившихся негативных тенденций, превалирующих в отрасли в течение, как минимум, последних полутора лет.

В результате отрицательные значения таких показателей, как **оптовый товарооборот и объем продаж в натуральном выражении** в анализируемом периоде достигли положительных значений. Расширение сбыта товаров обусловило необходимое увеличение темпов роста товарного предложения, что заключалось в расширении номенклатурных позиций **ассортиментной линейки**.

Активизация торговой деятельности выражалась и в сохранении положительных темпов роста численности занятых в отрасли, что лишний раз свидетельствует о наличии внутренних резервов, совпадающих с планами ожидаемого дальнейшего расширения своего бизнеса.

К важному позитивному изменению следует отнести факт возобновления положительных темпов роста одного из главных показателей оптовой торговли – **прибыли**. Так, впервые за последние полтора года доля респондентов, отмечавшая увеличение прибыли, стала превалирующей и составила 36%.

При этом продолжилось фиксируемое в течение 2012 г. последовательное снижение доли респондентов, негативно ссылающихся на лимитирующее воздействие со стороны фактора **«недостаток финансовых средств»**. Так, если в III квартале 2010 г. на недостаток финансовых средств в оптовых фирмах указывали 54% предпринимателей, то в анализируемом периоде доля таковых снизилась до 45%.

Вместе с тем, несмотря на очевидный оптимистичный фон, сформировавшийся по итоговым результатам обследования, многие внутренние проблемы, сопровождающие торговую деятельность и отрасль в целом, хотя и не подверглись кардинальным переменам, в то же время практически не утратили свою значимость. Прежде всего, это касается финансовых и фискальных ограничений. Кроме того, предприниматели акцентировали проблемы со стороны инфраструктурных составляющих, вызванных увеличением транспортных расходов, а также ростом арендных ставок.

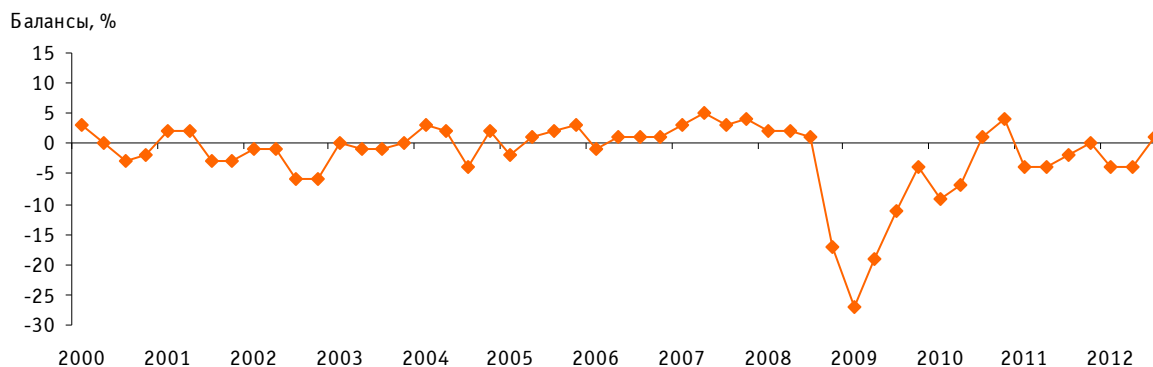
Нельзя не отметить, что планомерно увеличивающиеся издержки в очередной раз заставили предпринимателей максимизировать соотношение между прибылью и затратами за счет очередного повышения цен на реализуемые товары.

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

Экономическая деятельность организаций, занимавшихся оптовыми продажами, в III квартале 2012 г. характеризовалась ускорением темпов деловой активности. В анализируемом квартале негативные тенденции, прослеживающиеся в первой половине 2012 г., не получили своего продолжения, в результате чего, итоговые балансовые значения спроса, объема продаж в натуральном выражении и товарооборота в обследуемом периоде были положительными.

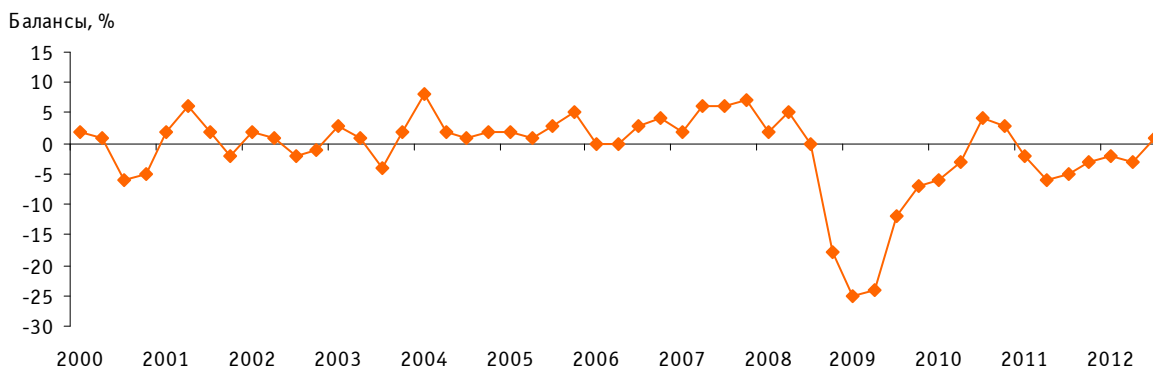
Наблюдаемое в анализируемом квартале существенное оживление оптовых продаж было вызвано увеличением **портфеля заказов** по сравнению с предшествующим кварталом, о чем констатировало более четверти респондентов. Значение баланса оценок изменения показателя в III квартале составило +1 против -4% во II-м (-2% в III квартале 2011 г.).

Рис. 3. Динамика оценки изменения спроса в организациях оптовой торговли



Улучшение спросовой ситуации способствовало росту **объемов продаж в натуральном выражении** в оптовых фирмах. Значение баланса оценок изменения показателя в III квартале 2012 г. составило +1 против -3% во II-м (-5% в III квартале 2011 г.).

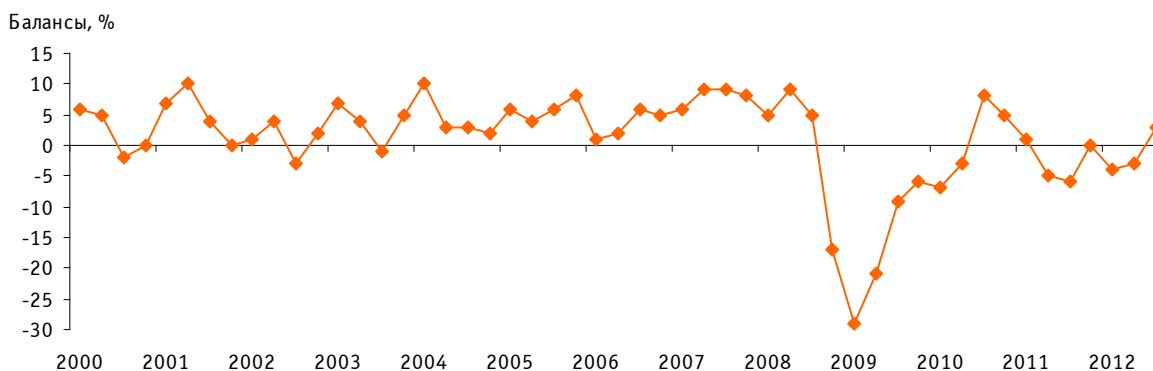
Рис. 4. Динамика оценки изменения объемов продаж в натуральном выражении в организациях оптовой торговли



Совокупность вышеуказанных процессов отразилась на оптовом **товарообороте**. Баланс оценки изменения данного показателя в III квартале составил +3% против -3% во II-м (-6% в III квартале 2011 г.).

Заметное увеличение оборачиваемости товаров было зафиксировано в фирмах, реализующих автомобильные детали, пищевые продукты, бытовые электротовары, парфюмерные и косметические товары, а также фармацевтические и медицинские товары.

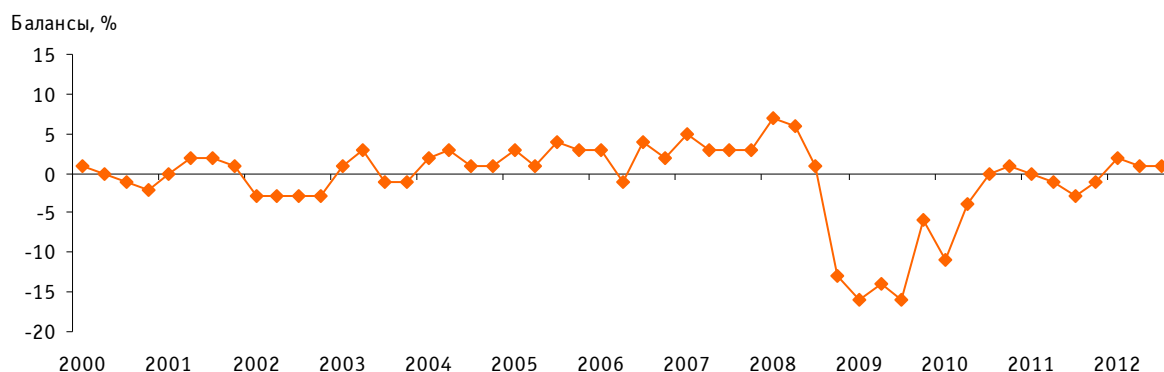
Рис. 5. Динамика оценки изменения товарооборота в организациях оптовой торговли



Повышательная динамика деловой активности в данном секторе экономики не оказала существенного влияния на ситуацию с численностью занятых в отрасли. Согласно результатам обследования, в III квартале четверть руководителей оптовых фирм продолжали вяло-

текущий набор сотрудников. В результате, баланс оценки изменения показателя сохранил значение предшествующего квартала и составил +1% (-3% в III квартале 2011 г.).

Рис. 6. Динамика оценки изменения численности занятых в организациях оптовой торговли



Рост числа сотрудников наблюдался в фирмах, реализующих бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру (баланс оценки изменения показателя составил +13%), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (+13%), металлы и металлические руды (+11%), автотранспортные средства (+6%), пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия (+4%).

Ассортимент. Складские запасы.

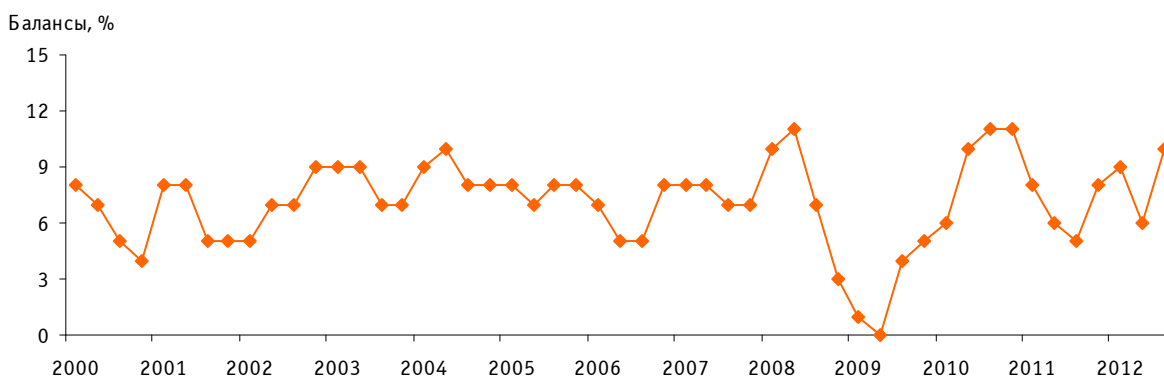
Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Формирование ассортимента в III квартале 2012 г. в большинстве оптовых организаций происходило с учетом конъюнктурного всплеска, а также уже расставленных в течение текущего года номенклатурных приоритетов, что позволяет расценивать характер проводимой ассортиментной политики, как инерционный.

Учитывая наблюдаемые тенденции развития спросовой ситуации и оборачиваемости реализуемых товаров, в большинстве оптовых фирм в анализируемом периоде отмечалось увеличение темпов расширения ассортиментного ряда.

Так, дополнительное насыщение ассортиментной матрицы относительно II квартала констатировали 18% опрошенных респондентов, тогда как о его сужении сообщили только 8%. Баланс оценки изменения показателя увеличился относительно предшествующего периода и составил +10% (+5% в III квартале 2011 г.).

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



Пополнение ассортимента ряда отмечалось во всех обследованных организациях. Наилучшие значения были отмечены в торговых фирмах, реализующих фармацевтические и медицинские товары (баланс оценки изменения показателя составил +23%), бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру (+21%), бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические товары (+18%), пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия (+18%), а также парфюмерные и косметические товары (+16%).

Согласно результатам обследования, в III квартале 2012 г. прослеживалось ускорение темпов сокращения **объемов складских запасов**. Баланс оценки изменения показателя составил –8 против –6% во II квартале (–9% в III квартале 2011 г.). При этом большинство руководителей (82%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁶.

Структура **поставщиков и потребителей** товаров в III квартале 2012 г. формировалась из предприятий-производителей, оптовых и оптово-посреднических фирм, организаций розничной торговли, прочих организаций, а также физических лиц.

Анализ оценок предпочтений в выборе **поставщиков товаров** показал, что большинство предпринимателей продолжили в анализируемом периоде закупать товары в основном у предприятий-изготовителей продукции и в оптовых фирмах. Так, организации приобретали у оптово-посреднических фирм более половины (53%) 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 (35 и 30% соответственно). Остальной товар предназначался предприятиям, физическим лицам и прочим организациям.

В III квартале 2012 г. 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, где основную часть товаров (81% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

Цены закупки и реализации. Система расчетов

Характерной особенностью при выработке ценовой политики в оптовых фирмах в течение 2012 г. являлось использование множества методов, направленных на оптимизацию своих решений в области ценообразования. Очевидно, что вследствие постоянного колебания конъюнктуры, на инфляционные темпы в отрасли оказывали влияние множество внутренних и внешних факторов.

В частности, испытывая в анализируемом периоде очевидные трудности, обусловленные систематически увеличивающимися разносторонними издержками, большинство предпринимателей были вынуждены вновь использовать традиционный способ повышения рентабельности своих фирм, в виде подъема цен на реализуемые товары.

Данные меры были спровоцированы многочисленными составляющими, среди которых главенствующими выступили последствия индексации тарифов ЖКХ, а также очередное повышение цен со стороны основных поставщиков – производителей товаров для оптовых организаций.

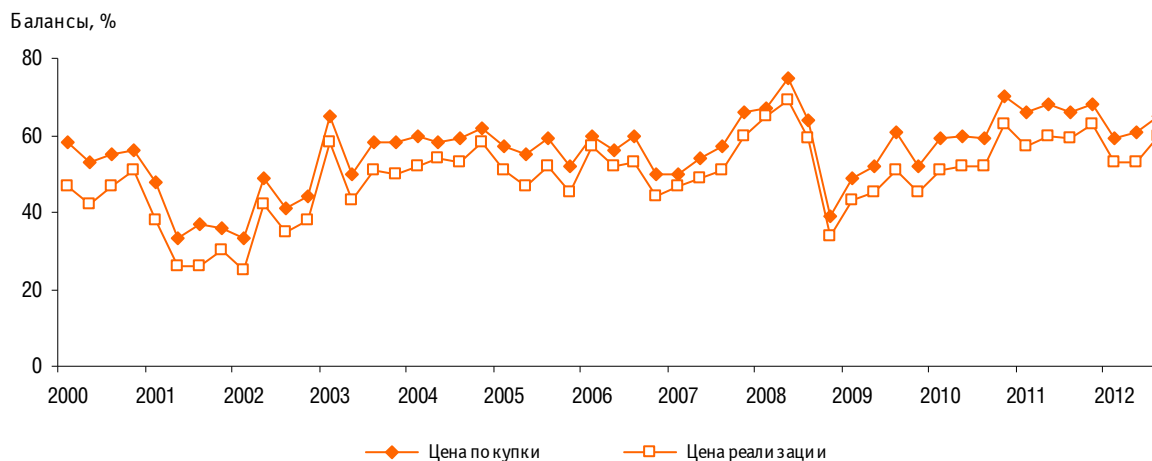
Таким образом, в анализируемом периоде сложившиеся условия обусловили тенденцию к сохранению роста **цен закупки и реализации**. В результате, в отличие от первых двух кварталов, когда наблюдалось относительное ценовое затишье, в анализируемом периоде

⁶ «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий в период обследования.

большинство предпринимателей уже не смогли сдержать натиск ценового давления и возобновили ценовое ралли.

Ориентируясь на рост закупочных цен (баланс оценки изменения показателя в III квартале составил +65 против +61% во II-м), более 60% респондентов констатировали повышение **цен на реализуемые товары**. Баланс оценки изменения показателя в отчетном квартале составил +60% против +53% в предыдущем.

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



Анализ динамики цен в разрезе товарных групп показал, что в большей степени данная тенденция была характерна для оптовых фирм, реализующих топливо, пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия, автомобильные детали, а также сельскохозяйственное сырье.

Учитывая последствия проведения второго этапа индексации тарифов в сентябре и негативное влияние различных немонетарных и монетарных факторов, нетрудно предположить, что в ближайшие месяцы инфляционный фон в отрасли будет нарастать и в IV квартале достигнет своих максимальных значений за текущий год. К сожалению, данное предположение пересекается и с прогнозными оценками большинства руководителей оптовых организаций.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в III квартале 2012 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 96% от общего объема расчетов. Доля наличных расчетов составила 2%, взаимозачетов – 2%. Векселя, другие финансовые инструменты и бартер как формы расчетов практически не использовались.

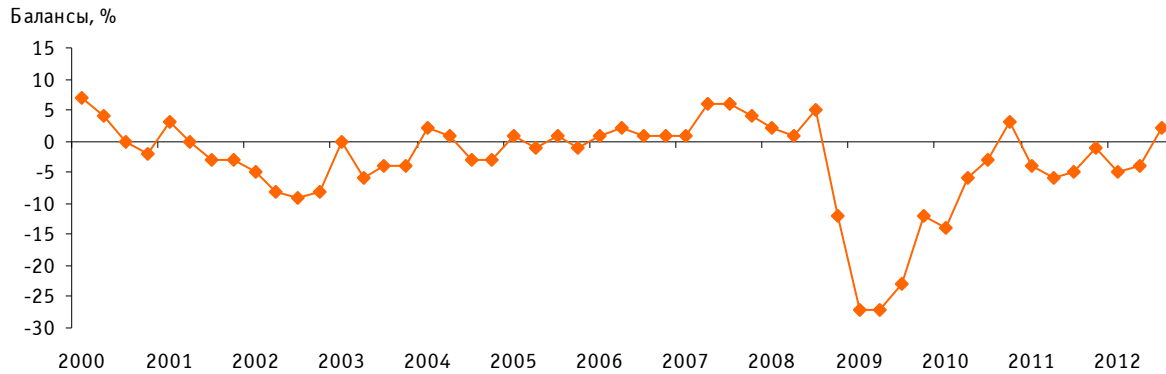
В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (83 и 15% от общего объема расчетов).

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Анализ финансово-экономического положения организаций оптовой торговли в III квартале 2012 г. позволил косвенно подтвердить общую тенденцию восстановительных процессов в данном секторе экономики. Одним из главных индикаторов формирования качественных изменений в финансовых вопросах в анализируемом периоде стала нейтрализация отрицательной динамики одного из главных показателей оптовой торговли – **прибыли**. Происходящие процессы в экономическом развитии оптовых структур в начале второго полугодия все-таки позволили устранить негативный тренд, характеризующий данный показатель.

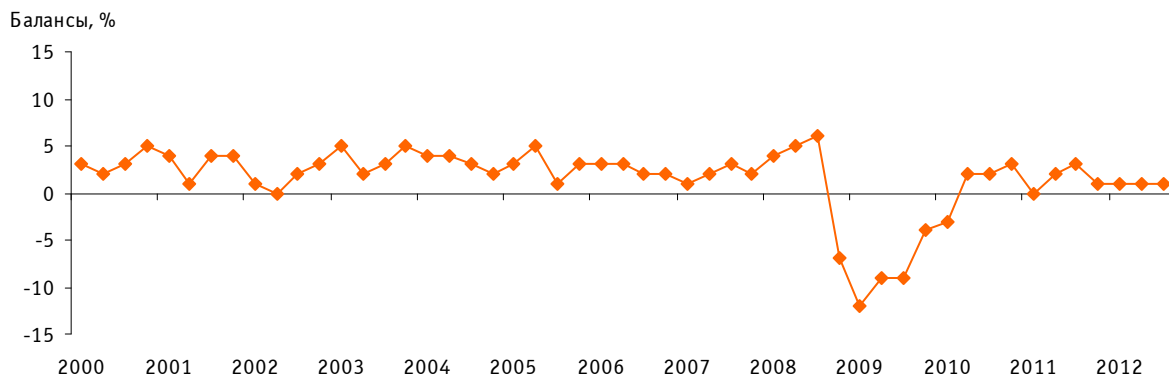
В результате в анализируемом периоде впервые за полтора года доля респондентов, отметившая увеличение прибыли в организациях, превысила долю тех, кто констатировал обратное, составив 36%. Баланс оценки изменения показателя возрос относительно II квартала на 6 п.п. и составил +2%.

Рис. 9. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли



Возможно, что в определенной степени позитивное воздействие на финансовое положение оптовых фирм оказала отдача аккумулированного положительного эффекта, связанного с умеренно-благоприятными условиями процесса кредитования торговых предприятий, наблюдаемого в течение текущего года. В частности, в анализируемом периоде предпринимательские оценки обеспеченности **кредитными и заемными финансовыми** ресурсами вновь закрепились в положительной зоне. Баланс оценки изменения показателя сохранил значение II квартала и составил +1% (+3% в III квартале 2011 г.).

Рис. 10. Динамика оценки изменения обеспеченности кредитными и заемными финансовыми ресурсами в организациях оптовой торговли

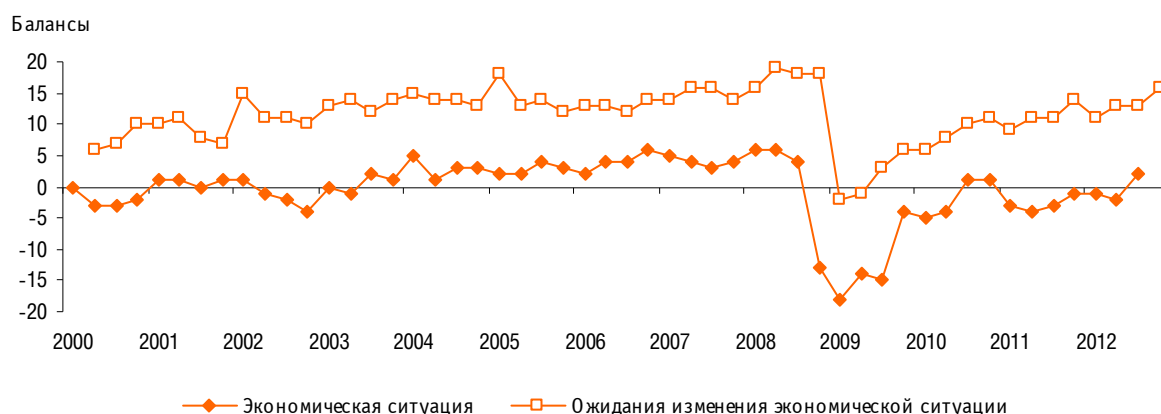


В III квартале 2012 г. **структура источников финансирования** оптовых организаций оставалась без изменений. Как и прежде, доля собственных оборотных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 67%, кредитных и заемных – 21%, финансовых средств клиентов – 11%, прочих средств – 1%.

В результате преобладания положительных моментов в развитии основных процессов, сопровождавших функционирование оптовой торговли в течение III квартала 2012 г., отмечалось увеличение значения баланса оценки изменения **экономической ситуации** до +2% (–2% во II квартале 2012 г.).

Учитывая прогнозные оценки предпринимателей относительно возможных изменений экономической ситуации в организациях в IV квартале, следует ожидать дальнейшее улучшение итоговых значений по большинству показателей.

Рис. 11. Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

Несмотря на отчетливое проявление восходящего тренда, заключающего в себе преобладание положительных восстановительных процессов, анализ влияния разнообразных факторов, лимитирующих развитие деятельности оптовой торговли, показал, что большинство руководителей по-прежнему выделяют из всей совокупности главные – это финансовые и фискальные проблемы.

В частности в III квартале 2012 г. 60% предпринимателей указывали в списке лимитирующих факторов на **«неплатежеспособность покупателей»**, как на одно из сильнейших препятствий, ограничивающих реализацию товаров.

Опираясь на мнение респондентов, в анализируемом квартале данная проблема охватывала оптовые фирмы, занимающиеся поставками товаров как социального, так и производственного назначения. Среди социально-ориентированных это особенно остро ощущали руководители фирм, реализующих фармацевтические и медицинские товары. В то же время среди производственно-технических ориентированных предприятий данная проблема в большей степени была характерна в сфере деятельности поставок металлов и металлической руды.

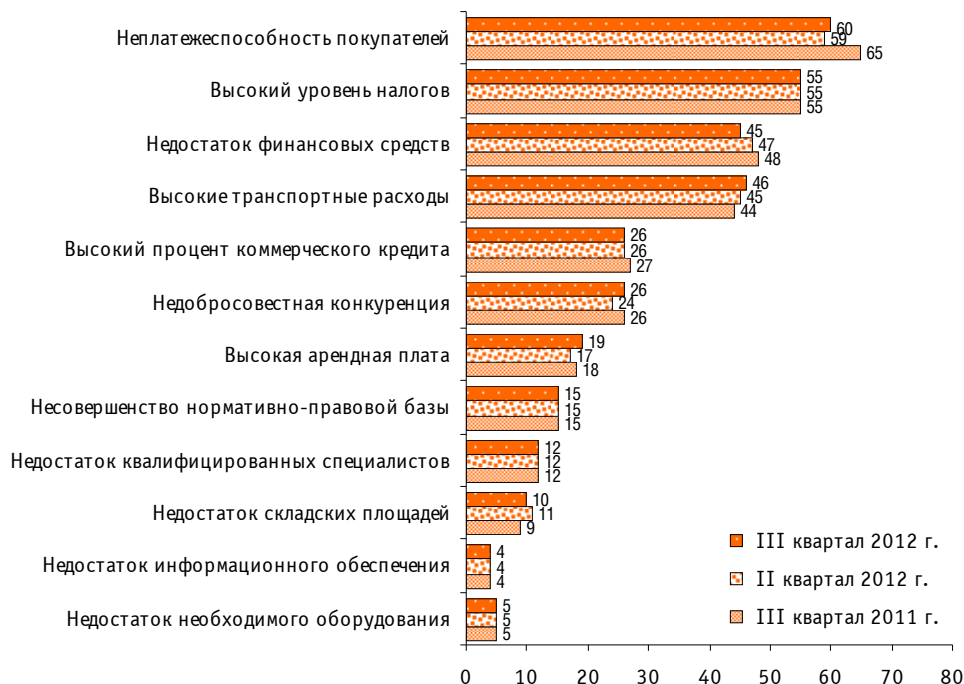
В анализируемом периоде осталась неизменной, по сравнению с предшествующими кварталами 2012 г., доля предпринимателей (55%), посчитавших, что существенное негативное влияние на их деятельность оказывали высокие налоговые ставки. В результате фактор **«высокий уровень налогов»** по-прежнему сохранил одно из лидирующих мест в рейтинге ограничений.

Не удалось предпринимателям избежать и усиления давления со стороны инфраструктурных проблем, вызванных **увеличением транспортных расходов и ростом арендных ставок**, о чем сообщили 46 и 19% предпринимателей соответственно.

Помимо вышеуказанных факторов, респонденты акцентировали внимание на возрастающую **недобросовестную конкуренцию** (26 против 24% во II квартале).

В отчетном периоде оптовики отмечали и другие лимитирующие факторы, в числе которых были **«несовершенство нормативно-правовой базы»** (15%), **«недостаток квалифицированных специалистов»** (12%), **«недостаток складских площадей»** (10%) и некоторые другие.

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



Таким образом, сложившийся в III квартале деловой климат в отрасли по праву может считаться наилучшим в посткризисном периоде.

Ключевым фактором успеха оптовых компаний определенно является предпринимательский опыт проб и ошибок, через которые они прошли за последние годы. В полном отсутствии альтернатив подъема финансово-экономического потенциала организаций, выйти на зафиксированные результаты в постоянно меняющемся внешнеэкономическом климате – уже победа.

Главная задача оптовиков, подтвердить заявленный темп восстановительного роста, завершив IV квартал с результатами в рамках уже достигнутого диапазона.

С большей долей вероятности возможно предположить, что в последние месяцы текущего года не обойдется без очередного влияния конъюнктурного аспекта, индуцированного разнообразием лимитирующих факторов. При этом принципиальное и скорее всего основное негативное воздействие на отрасль в целом распространится со стороны заказчиков производственного сектора в связи с переходом предприятий на «зимний» режим работы. Тем не менее, у остальных представителей сектора есть все шансы «сработать в плюс» за счет наступающей предпраздничной сезонной активности со стороны потребительского сектора.

Самое нежелательное развитие событий – это вполне возможный новый откат, ведь неудачно отработанный завершающий квартал будет воспринят как доказательство того, что в секторе, начиная с середины 2009 г. и по настоящее время, так и не сформировались условия для последовательного и устойчивого подъема, а достигнутый уровень – всего лишь зыбкий результат, полученный за счет одномоментного и благоприятного стечения конъюнктурных обстоятельств.

В этой связи в краткосрочном периоде становится очень важным формирование позитивных тенденций основных количественных и качественных показателей экономики в целом. В результате оптовая торговля получит серьезный импульс и продолжит развиваться в рамках устойчивого и долгосрочного тренда.

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
2011								
I квартал	26	44	30	-4	28	55	17	+11
II квартал	25	46	29	-4	28	54	18	+10
III квартал	25	48	27	-2	28	55	17	+11
IV квартал	26	48	26	0	27	54	19	+8
2012								
I квартал	23	50	27	-4	28	57	15	+13
II квартал	23	50	27	-4	28	56	16	+12
III квартал	26	49	25	+1	30	55	15	+15

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
2011								
I квартал	42	17	41	+1	39	41	20	+19
II квартал	39	17	44	-5	39	39	22	+17
III квартал	38	18	44	-6	38	42	20	+18
IV квартал	41	18	41	0	36	41	23	+13
2012								
I квартал	38	20	42	-4	42	41	17	+25
II квартал	38	19	41	-3	40	42	18	+22
III квартал	43	17	40	+3	41	40	19	+22

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
2011								
I квартал	36	26	38	-2	35	46	19	+16
II квартал	34	26	40	-6	34	44	22	+12
III квартал	34	27	39	-5	35	46	19	+16
IV квартал	36	25	39	-3	32	46	22	+10
2012								
I квартал	35	28	37	-2	36	48	16	+20
II квартал	34	29	37	-3	36	47	16	+20
III квартал	37	27	36	+1	36	47	17	+19

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
2011								
I квартал	16	76	8	+8	13	82	5	+8
II квартал	16	74	10	+6	15	79	6	+9
III квартал	16	73	11	+5	14	80	6	+8
IV квартал	17	75	9	+8	15	79	6	+9
2012								
I квартал	17	75	8	+9	17	79	4	+13
II квартал	17	72	11	+6	16	79	5	+11
III квартал	18	74	8	+10	15	80	5	+10

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
2011								
I квартал	24	52	24	0	12	80	8	+4
II квартал	25	49	26	-1	12	79	9	+3
III квартал	24	49	27	-3	11	81	8	+3
IV квартал	23	53	24	-1	11	81	8	+3
2012								
I квартал	24	54	22	+2	12	82	6	+6
II квартал	25	51	24	+1	12	82	6	+6
III квартал	25	51	24	+1	12	81	7	+5

Таблица 6

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
2011								
I квартал	10	77	13	-3	13	80	7	+6
II квартал	10	75	15	-5	12	80	8	+4
III квартал	10	73	17	-7	14	77	9	+5
IV квартал	12	73	15	-3	13	78	9	+4
2012								
I квартал	13	75	12	+1	14	80	6	+8
II квартал	13	75	12	+1	13	81	6	+7
III квартал	11	76	13	-2	14	79	7	+7

Таблица 7

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2011								
I квартал	12	76	12	0	8	82	10	-2
II квартал	14	74	12	+2	8	81	11	-3
III квартал	15	73	12	+3	10	81	9	+1
IV квартал	14	73	13	+1	9	81	10	-1
2012								
I квартал	13	75	12	+1	8	83	9	-1
II квартал	12	77	11	+1	8	82	10	-2
III квартал	13	75	12	+1	9	81	10	-1

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
2011								
I квартал	33	30	37	-4	35	46	19	+16
II квартал	33	28	39	-6	33	45	22	+11
III квартал	33	29	38	-5	35	46	19	+16
IV квартал	35	29	36	-1	34	45	21	+13
2012								
I квартал	33	29	38	-5	36	47	17	+19
II квартал	33	30	37	-4	37	47	16	+21
III квартал	36	30	34	+2	38	45	17	+21