



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
ВО II КВАРТАЛЕ 2011 ГОДА**

Август '11

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ВО II КВАРТАЛЕ 2011 ГОДА

Москва
2011

Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2011 года –
М.: НИУ ВШЭ, 2011. – 19 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле во II квартале 2011 года», подготовленный в рамках фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 2.6 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 международной практике исследования делового климата в различных секторах экономики.

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 во II квартале и ожиданиях предпринимателей на III квартал 2011 г.

В докладе использованы результаты ежеквартальных выборочных¹ опросов руководителей более 2.6 тыс. организаций оптовой торговли, проводимых Федеральной службой государственной статистики.

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле

Анализ экономической деятельности свыше 2.6 тыс. организаций оптовой торговли во II квартале 2011 г. продемонстрировал повышение деловой активности участников рынка и, соответственно, появление корректирующих изменений в данном сегменте экономики, которые, вместе с тем, оказались недостаточными для преодоления отрицательной динамики большинства показателей, определяющих состояние делового климата в отрасли. Следует отметить, что на предпринимательскую активность влияло состояние макроокружения, прежде всего монетарные, фискальные, инфляционные ограничения и перепрофилированные потребительские предпочтения.

Таким образом, «прорыв», прогнозируемый предпринимателями в начале 2011 г., так и не состоялся. Однако на III квартал большинство руководителей вновь дали достаточно позитивные прогнозы. В условиях конкурентной борьбы они по-прежнему сохраняют надежду на перспективы роста.

Таблица 1

**Динамика оценок основных показателей
деятельности организаций оптовой торговли**
Балансы, %²

	2010				2011	
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал
Спрос	-21	-7	+10	+6	-16	-4
Оптовый товарооборот	-22	-9	+21	+13	-14	-12
Объем продаж в натуральном выражении	-19	-8	+16	+8	-16	-11
Ассортимент товаров	+4	+10	+12	+12	+7	+6
Численность занятых	-12	-4	+2	+1	-1	-1
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-8	-3	+1	0	-6	-5
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	+2	+2	+3	0	+2
Цены покупки	+58	+60	+61	+69	+66	+68
Цены реализации	+51	+52	+54	+61	+56	+60
Прибыль	-26	-6	+7	+6	-17	-6

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

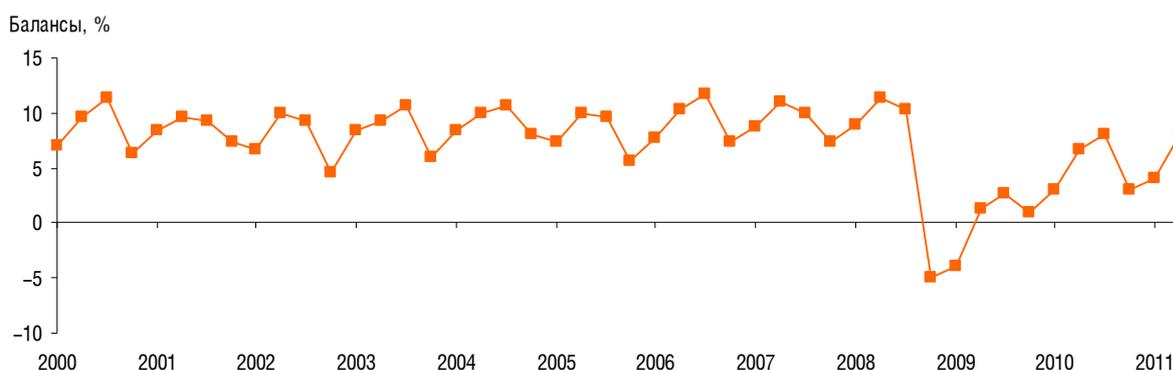
² Баланс – разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение показателя по сравнению с предыдущим кварталом, или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном квартале; в процентах.

Под воздействием разогрева потребительских рынков во II квартале в связи с окончанием постновогоднего отложенного спроса, обстановка на рынке оптовой торговли по сравнению с предшествующим кварталом немного улучшилась и способствовала наращиванию темпов экономической деятельности. Одним из определяющих условий развития оптовых фирм стала более благоприятная спросовая ситуация, благодаря которой оптовикам удалось нарастить портфель заказов и тем самым увеличить оборачиваемость реализуемых товаров. В результате при паритете вышеуказанных изменений, зафиксированные явления выразились в замедлении отрицательной динамики таких результирующих показателей, как **объем продаж в натуральном выражении и товарооборот**.

Позитивное воздействие на экономическое положение оптовых фирм в некоторой степени оказал процесс улучшения условий кредитования торговых предприятий. В частности во II квартале предпринимательские оценки обеспеченности **кредитными и заемными финансовыми** ресурсами перешли в положительную зону. Это коррелирует с ослаблением негативного воздействия лимитирующего фактора «высокий процент коммерческого кредита».

Таким образом, опрос предпринимателей показал, что отрасль вышла из депрессивного состояния и для деятельности оптовых фирм открылись новые возможности. Об этом свидетельствует и значение **индекса предпринимательской уверенности**³, который во II квартале 2011 г. продемонстрировал укрепление положительной динамики, составив +8%.

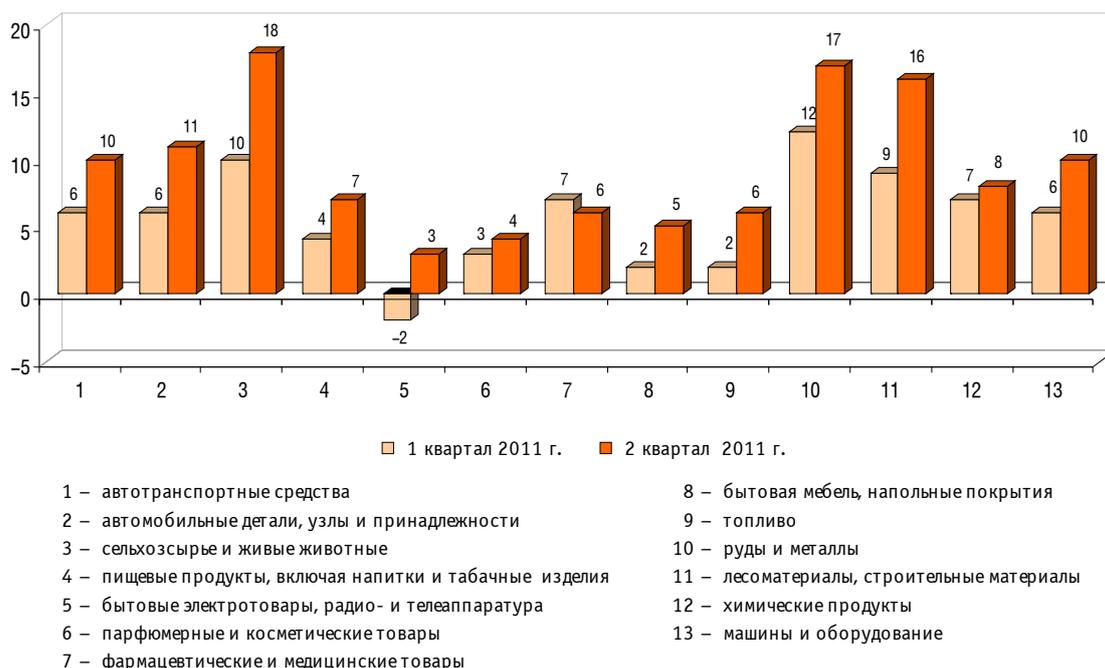
Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



Следует отметить, что во II квартале 2011 г. улучшение предпринимательских оценок прослеживалось практически во всех видах деятельности оптовой торговли. При этом наиболее благоприятная экономическая ситуация складывалась в организациях, реализующих сельскохозяйственное сырье и живых животных (индекс предпринимательской уверенности составил +18%); руды и металлы (+17%); лесоматериалы, строительные материалы (+16%). Существенный подъем деловой активности зафиксирован и в оптовых фирмах, реализующих автотранспортные средства, автомобильные детали, а также машины и оборудование. В то же время, сезонные колебания потребительской активности и ужесточение государственного контроля вызвали ослабление роста деловой активности в фирмах, реализующих фармацевтические и медицинские товары.

³ Индекс предпринимательской уверенности 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.

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



Вместе с тем, вышеуказанные позитивные тенденции, отмеченные во II квартале, не оказали какого-либо существенного воздействия на изменение значений финансовых показателей, и предприниматели продолжали придерживаться **тактики повышения цен на реализуемые товары** как стабилизационной меры.

В организациях оптовой торговли восьми федеральных округов Российской Федерации наибольшее значение индекса предпринимательской уверенности зафиксировано в Дальневосточном федеральном округе (+13%), наименьшее – в Уральском федеральном округе (+5%).

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

Положительные тенденции экономической конъюнктуры, сформировавшиеся во II квартале 2011 г., оказались основной составляющей подъема предпринимательской активности, зафиксированной в данном секторе экономики. Благоприятный деловой климат безусловно позитивно отразился на результирующих итогах, характеризующих динамику спросовой ситуации, объема продаж и оптового товарооборота. Тем не менее, вышеуказанных изменений оказалось явно недостаточно для того, чтобы переломить отрицательные значения данных показателей.

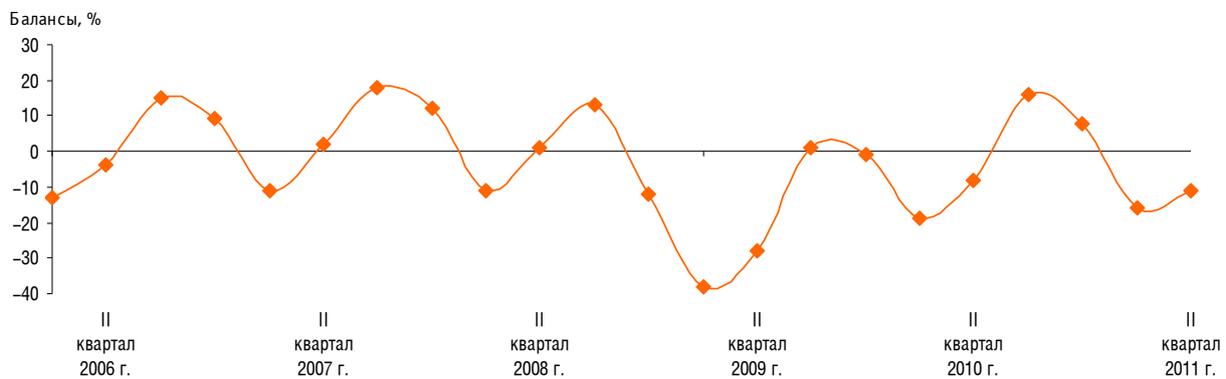
Одной из определяющих тенденций в развитии экономической деятельности оптовых организаций в анализируемом квартале стала реализация значительной части отложенного **спроса** на потребительском рынке, что позволило предпринимателям увеличить портфель заказов на реализуемую продукцию. Так, во II квартале четверть предпринимателей констатировали увеличение спроса на товары. Баланс оценки изменения показателя увеличился по сравнению с I кварталом на 12 п. п. и составил -4% (-7% во II квартале 2010 г.).

Увеличение покупательской активности распространилось на все виды реализуемых оптовиками товаров. Тем не менее, отрицательная динамика спросовой ситуации оставалась преобладающей. Положительное значение показателя было зафиксировано только лишь в фирмах, реализующих химические продукты; металлы и металлические руды; лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование; автотранспортные средства; автомобильные детали, узлы и принадлежности.

Ослабление темпов сокращения спроса в оптовой торговле стало стимулирующим в укреплении динамики **объемов продаж в натуральном выражении**. Во II квартале прослеживалось соответствующее замедление падения продаж реализуемых товаров. В результате, значение баланса оценок изменения показателя составило -11% против -16% в I квартале (-8% во II квартале 2010 г.).

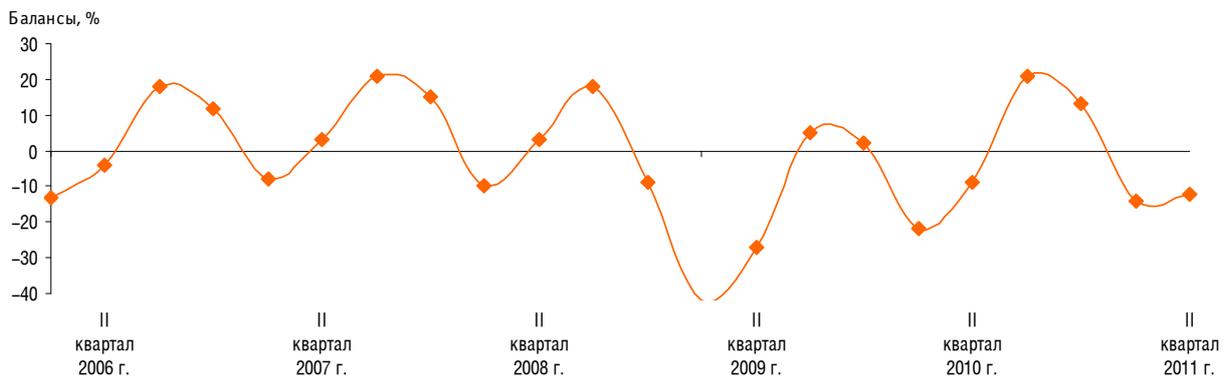
Идентичные тенденции были характерны для динамики объемов продаж по группам товаров, результаты которой в своей массе также продемонстрировали улучшение. Прекращение падения объемов продаж прослеживалось в фирмах, поставляющих на рынок лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование; химические продукты; машины и оборудование; автомобильные детали, узлы и принадлежности; автотранспортные средства. В то же время в фирмах, реализующих парфюмерные и косметические товары, а также фармацевтические и медицинские товары, тенденция снижения объемов продаж возобновилась.

Рис. 3. Динамика оценок изменения объемов продаж в натуральном выражении в организациях оптовой торговли



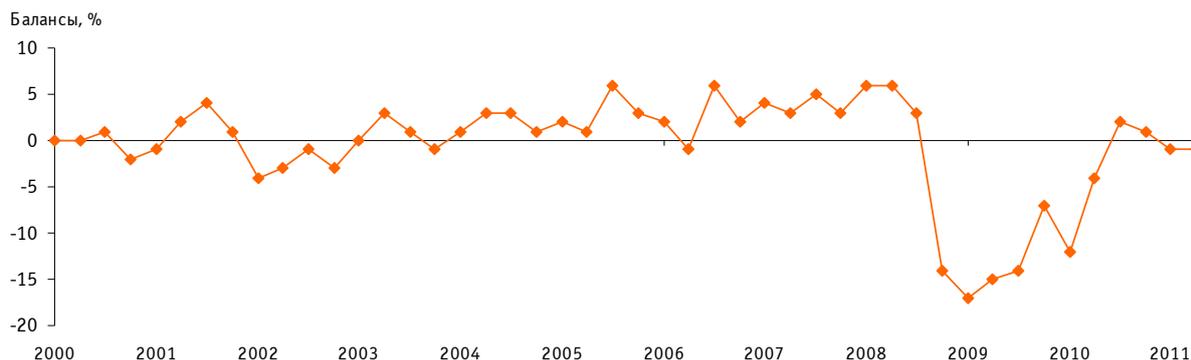
Сложившаяся конъюнктура в данном секторе экономики во II квартале 2011 г. повлияла на динамику оптового **товарооборота**: баланс оценки изменения показателя составил -12% против -14% в предыдущем квартале (-9% во II квартале 2010 г.).

Рис. 4. Динамика оценок изменения товарооборота в организациях оптовой торговли



Ситуация с **численностью занятых** в оптовых фирмах в анализируемом периоде относительно предшествующего не изменилась, что выразилось в закреплении тенденции сокращения персонала. Баланс оценки изменения показателя во II квартале сохранил значение I квартала 2011 г. и составил -1% .

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



В анализируемом квартале наиболее сложная кадровая ситуация наблюдалась в оптовых фирмах, реализующих автомобильные детали (баланс оценки изменения показателя во II квартале 2011 г. составил -3%); сельхозсырье и живых животных (-4%); пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия (-2%); топливо (-5%); химические продукты (-4%).

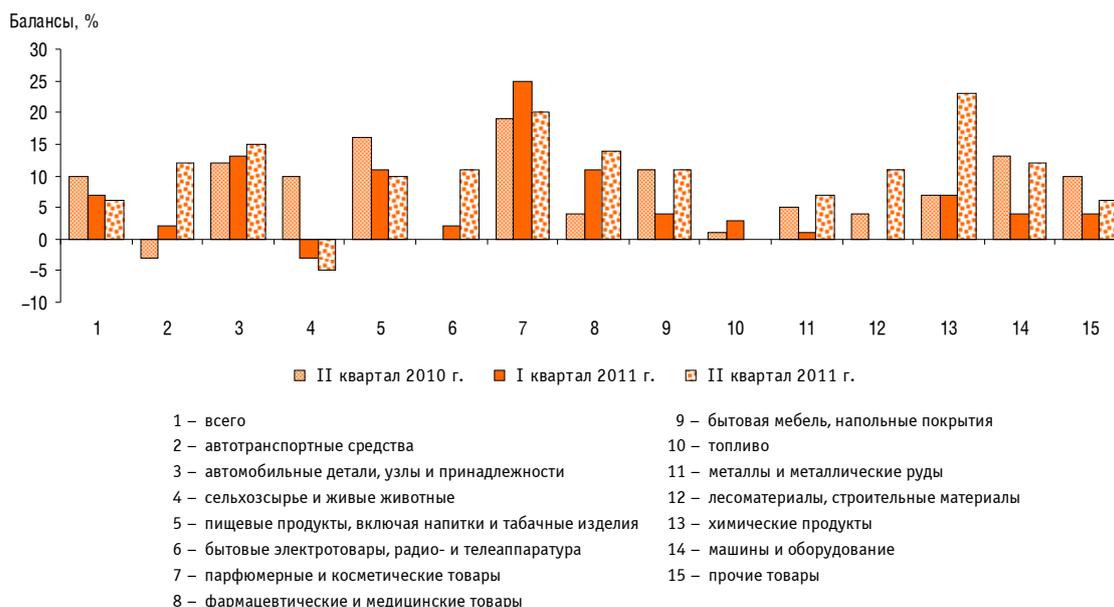
Противоположные тенденции прослеживались в организациях, реализующих автотранспортные средства (баланс оценки изменения показателя во II квартале 2011 г. составил $+11\%$); бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру ($+2\%$); парфюмерные и косметические товары ($+9\%$); фармацевтические и медицинские товары ($+5\%$); бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары ($+4\%$); металлы и металлические руды ($+4\%$); лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование ($+2\%$).

Ассортимент. Складские запасы.

Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Во II квартале 2011 г. большинство руководителей оптовых фирм оптимизировали ассортиментную матрицу в сторону расширения номенклатурных позиций. Вместе с тем обращает на себя внимание закрепившаяся с начала 2011 г. поквартальная тенденция ослабления темпов наращивания ассортиментной линейки. И хотя существенных изменений в динамике данного показателя относительно I квартала 2011 г. не произошло, баланс оценки изменения ассортимента вновь снизился и составил $+6\%$ ($+10\%$ во II квартале 2010 г.). По всей видимости, вялотекущий рост данного показателя обусловлен пока не восполнившейся негативной динамикой развития спроса, объемов продаж, а также общей экономической конъюнктуры, сформированной в начале 2011 г. Таким образом, можно предположить, что руководители оптовых фирм, оптимизировав рыночное предложение, заняли пассивно-выжидательную и консервативную позицию, не рискуя представлять на рынок какие-либо новые товары.

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



Проводимая предпринимателями ассортиментная политика по видам реализуемых товаров свидетельствует, что в анализируемом периоде существенные корректирующие номенклатурные изменения происходили в фирмах, чья деятельность была направлена на реализацию химических продуктов (баланс оценки изменения показателя во II квартале 2011 г. составил +23%); парфюмерных и косметических товаров (+20%); автомобильных деталей, узлов и принадлежностей (+15%); автотранспортных средств (+12%).

Согласно результатам проведенного обследования, во II квартале продолжилось сокращение **объемов складских запасов**. Баланс оценки изменения показателя составил –10% против –7% в I квартале (–8% во II квартале 2010 г.). Вместе с тем, большинство руководителей (80%) отметили, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁴.

Структура **поставщиков и потребителей** реализуемых товаров во II квартале 2011 г. формировалась из предприятий-производителей, оптовых и оптово-посреднических фирм, организаций розничной торговли, прочих организаций, а также физических лиц.

Анализ оценок относительно 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 – 42%.

В то же время распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических, а также розничных организаций (32 и 31% соответственно). Остальное количество товаров, от общего объема продаж, предназначалось предприятиям-производителям, физическим лицам и прочим организациям.

Во II квартале 2011 г. осталась прежней **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.

Распределение объемов продаж по местонахождению покупателей в анализируемом

⁴ «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий в период обследования.

квартале сохранилось практически без изменений. Основную часть товаров (83% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

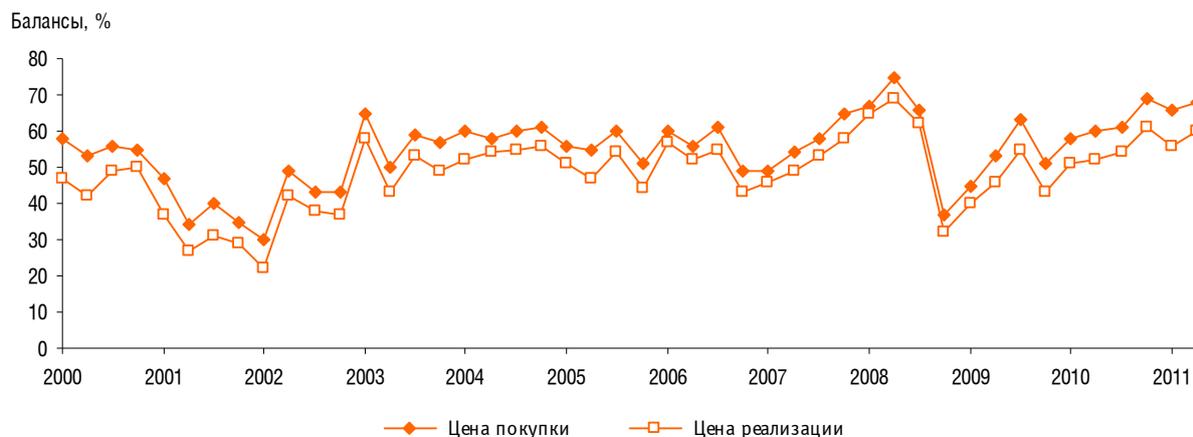
Цены закупки и реализации. Система расчетов

Сложившаяся во II квартале 2011 г. макросреда, а также финансовый потенциал оптовых фирм явились доминирующими факторами, оказавшими прямое влияние на формирование ценового тренда в данном секторе экономики.

В анализируемом периоде предприниматели, руководствуясь прежде всего ослабленными финансовыми позициями, не поддержали сформировавшуюся в I квартале тенденцию снижения темпов роста цен на реализуемый товар. К тому же растущие закупочные цены оставались одним из главных оснований избранной ими политики. В частности, более 70% предпринимателей сообщили об увеличении цен в прайс-листах основных поставщиков товаров. В результате возобновившийся вектор роста цен реализации оптовой продукции стал одной из немногих альтернатив для продолжения развития и существования оптовых фирм на рынке.

По сравнению с I кварталом 2011 г. баланс оценки изменения **цен покупки** в анализируемом периоде увеличился на 2 п. п. и составил +68% (+60% во II квартале 2010 г.), в то же время баланс оценки изменения **цен реализации** прибавил 4 п. п., составив +60% (+52% во II квартале 2010 г.).

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



Анализ динамики цен в разрезе товарных групп показал, что их активный рост прослеживался в оптовых фирмах, реализующих топливо (баланс оценки изменения показателя во II квартале составил +62 против +46% в I квартале); лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование (+51 против +39%); автомобильные детали, узлы и принадлежности (+65 против +61%).

В частности, особенно обращает на себя внимание резкое изменение цен на топливо. Дефицит бензина в ряде регионов страны был вызван сочетанием ряда таких факторов, как повышение акцизов, введение новых требований к качеству топлива, сезонных ремонтов НПЗ. Оптовые операторы АЗС, воспользовавшись ситуацией, незамедлительно нарастили цены – в анализируемом периоде уже 70% респондентов против 63% в предшествующем квартале констатировали рост цен реализации.

В то же время к очевидному позитиву следует отнести тот факт, что во II квартале в организациях, ориентированных на поставку социально-значимых товаров закрепилась обобщившаяся с начала года тенденция ослабления темпов роста цен реализации. Деятель-

ность этих фирм была ориентирована на реализацию пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия (баланс оценки изменения показателя во II квартале составил +60 против +66% в I квартале); бытовых электротоваров, радио- и телеаппаратуры (+36 против +38%); парфюмерных и косметических товаров (+60 против +61%); фармацевтических и медицинских товаров (+42 против +48%); бытовой мебели, напольных покрытий и прочих неэлектрических бытовых товаров (+44 против +53%).

Рис. 8. Динамика оценок изменения цен реализации в организациях оптовой торговли по видам реализуемых товаров



Во II квартале 2011 г. в 44% торговых компаний сложившийся уровень **торговых наценок** составлял 6–15%. Торговые наценки в размере 16–20% применяли 20% организаций, и только 15% фирм увеличивали цены от 20 до 50%.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров во II квартале 2011 г. не изменился.

Осталась без изменений 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 3%, взаимозачетов – 1%. В обследованных фирмах векселя, другие финансовые инструменты и бартер как формы расчетов практически не использовались.

В финансовых отношениях с покупателями оптовика применяли преимущественно безналичные и наличные расчеты (83 и 15% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов оставалась на уровне 1%.

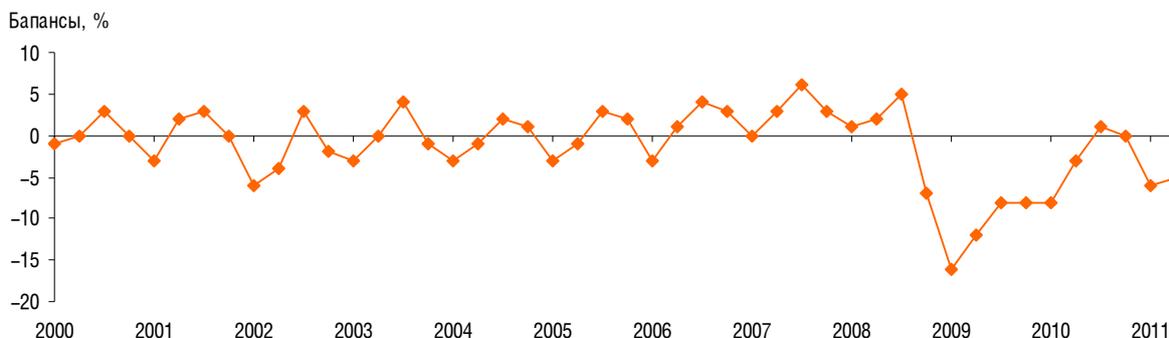
Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Положительные тенденции укрепления экономической конъюнктуры в отрасли, зафиксированные во II квартале 2011 г., оказались недостаточными для наращивания финансового потенциала. Оценки, данные предпринимателями, свидетельствуют о сохранении в анализируемом квартале достаточно напряженной ситуации в финансовом блоке показателей. И хотя активизировавшаяся предпринимательская деятельность привела к замедлению темпов снижения обеспеченности **собственными финансовыми ресурсами и темпов сокращения прибыли**, значения этих показателей указывают на то, что вопрос финансового

«оздоровления» до конца текущего года для руководителей оптовых организаций будет одним из самых острых.

В частности баланс оценки изменения **обеспеченности оптовых фирм собственными финансовыми ресурсами** во II квартале 2011 г. сохранил отрицательное значение и составил -5% (-3% во II квартале 2010 г.).

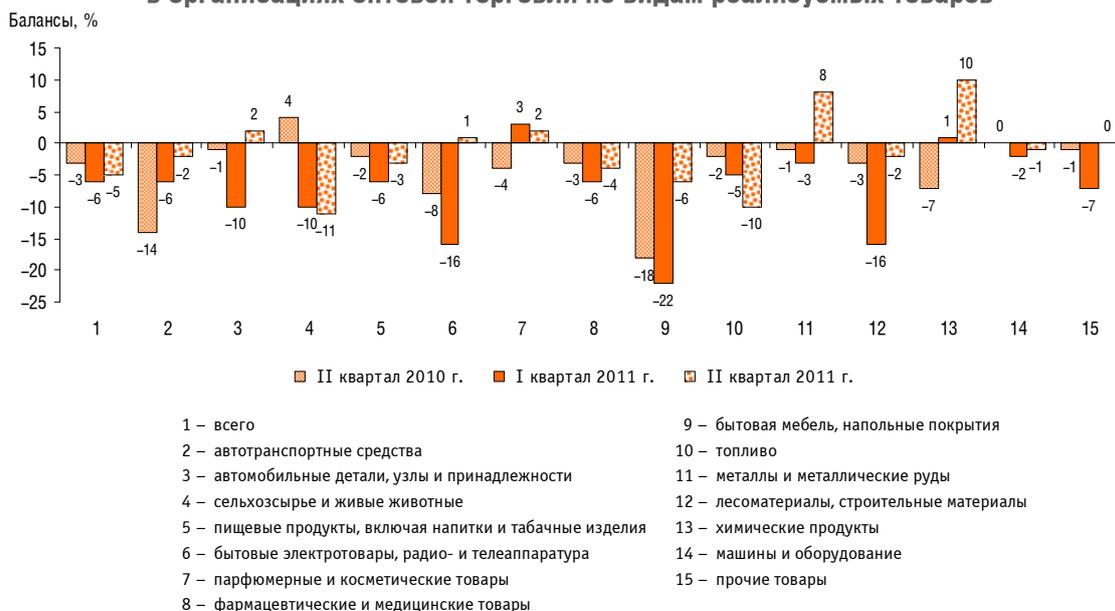
Рис. 9. Динамика оценки изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами



Дифференциация фирм по видам экономической деятельности свидетельствовала о том, что во II квартале в большинстве оптовых фирм данный показатель сохранял отрицательную динамику.

Вместе с тем, в анализируемом периоде отличились фирмы, которые продемонстрировали рост финансовых ресурсов. Положительная динамика показателя прослеживалась в организациях, реализующих автомобильные детали, узлы и принадлежности (баланс оценки изменения показателя во II квартале 2011 г. составил $+2$ против -10% в I квартале); бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру ($+1$ против -16%); парфюмерные и косметические товары ($+2$ против $+3\%$); металлы и металлические руды ($+8$ против -3%); химические продукты ($+10$ против $+1\%$).

Рис. 10. Динамика оценок изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами в организациях оптовой торговли по видам реализуемых товаров



К достаточно позитивному моменту в деятельности оптовых фирм следует отнести улучшение ситуации с кредитованием их бизнеса. Во II квартале, по мнению предпринимателей, наблюдалась тенденция к росту **обеспеченности кредитными и заемными финансо-**

выми ресурсами. Баланс оценки изменения показателя оторвался от нулевого значения предшествующего квартала и составил +2%.

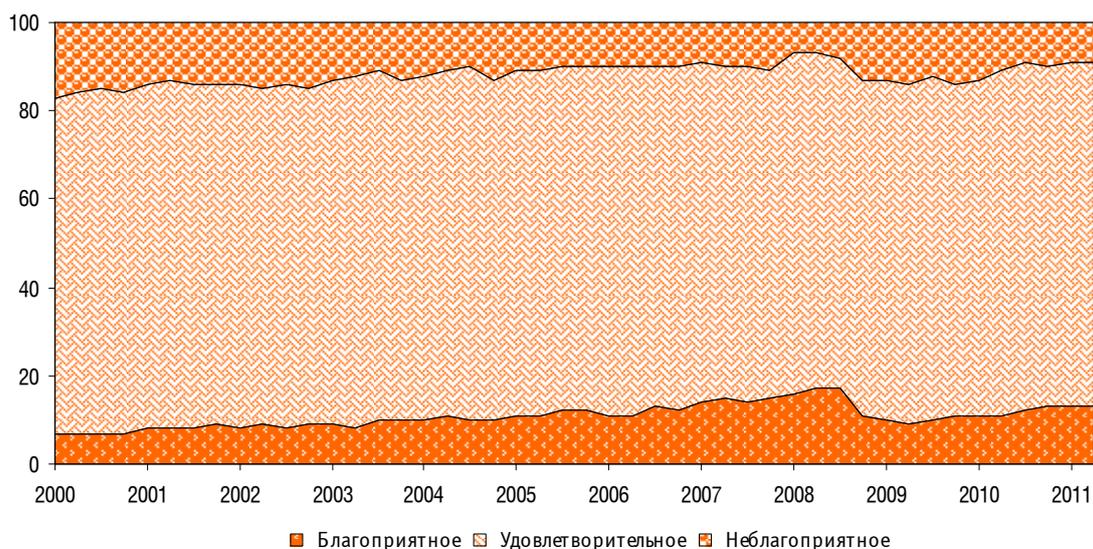
Преобладание вялотекущего восстановления динамики ключевых показателей, характеризующих деловой климат в организациях оптовой торговли, определило результирующее значение полученной **прибыли**. Несмотря на замедление темпов снижения данного показателя, баланс оценки изменения прибыли вновь продемонстрировал отрицательный результат и составил -6% (-17% в I квартале 2011 г.).

Анализ показал, что наиболее сложная ситуация с прибылью складывалась в оптовых организациях, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары; парфюмерные и косметические товары; топливо; сельхозсырье и живых животных.

В то же время организациям, реализующим автомобильные детали, узлы и принадлежности; металлы и металлические руды; лесоматериалы, строительные материалы; химические продукты, а также машины и оборудование, удалось нарастить прибыль.

В целом, несмотря на достаточное присутствие негативных оценок, большинство руководителей (78%) во II квартале 2011 г., охарактеризовали сложившееся **экономическое положение** как «удовлетворительное».

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



Во II квартале 2011 г. без изменений оставалась **структура источников финансирования** оптовых организаций. Как и прежде, доля собственных оборотных средств в общем объеме использованных источников финансирования составляла основную часть – 68%, кредитных и заемных – 21%, финансовых средств клиентов – 10%, прочих средств – 1%.

Рис. 12. Структура источников финансирования организаций оптовой торговли во II квартале 2011 г.
% от общего объема финансирования



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

Анализ мнений респондентов относительно степени влияния на их бизнес лимитирующих факторов показал, что во II квартале 2011 г. оптовые фирмы продолжали находиться под давлением многочисленных ограничений, которые под воздействием конъюнктурных колебаний в той или иной степени сказывались на достаточно хрупком финансово-экономическом состоянии оптовых фирм.

В частности, достаточно негативная динамика реальных располагаемых денежных доходов населения, сложившаяся с начала 2011 г., несмотря на замедление инфляции, определила ситуацию с платежеспособностью конечных потребителей оптовой торговли. В результате в анализируемом периоде фактор **«неплатежеспособность покупателей»** вновь характеризовался усилением негативного воздействия, о чем сообщили 69% респондентов.

Обращает на себя внимание и дальнейшее увеличение доли предпринимателей, отметивших возросшую налоговую нагрузку. Так, если в I квартале 2011 г. доля респондентов, указывающая на фактор **«высокий уровень налогов»**, составляла 53%, то в анализируемом периоде она достигла 58% (47% в аналогичном периоде 2010 г.).

Рис. 13. Динамика оценок лимитирующего фактора «Высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров
Доля организаций от их общего числа, %



Наибольший дискомфорт от увеличения налоговой ставки во II квартале испытывали оптовые фирмы, реализующие парфюмерные и косметические товары; бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру; автомобильные детали, узлы и принадлежности.

Следует отметить поквартальную тенденцию увеличения доли предпринимателей, ссылающихся на **несовершенство нормативно-правовой базы**. В большей мере негативное распространение данного фактора коснулось оптовых фирм, реализующих фармацевтические и медицинские товары, изделия медицинской техники и ортопедические изделия, о чем свидетельствовали около трети опрошенных респондентов.

Рис. 14. Динамика оценок лимитирующего фактора «несовершенство нормативно-правовой базы» по видам реализуемых товаров
Доля организаций от их общего числа, %



Помимо вышеуказанных факторов во II квартале усиление отрицательного воздействия продолжилось со стороны фактора **«высокие транспортные расходы»**. Начиная с 2009 г. прослеживался устойчивый рост предпринимателей, указывавших на данное ограничение, причем по всем видам экономической деятельности. Наиболее остро вопрос затрат на транспортировку реализуемых товаров стоял в фирмах, реализующих топливо (во II квартале 2011 г. 47% респондентов против 38% в аналогичном периоде 2010 г.); фармацевтические и медицинские товары (45 против 42%). Данную тенденцию подогревали многочисленные экономические явления, однако в большей мере осложнял ситуацию образовавшийся в начале 2011 г. дефицит и высокие цены на топливо.

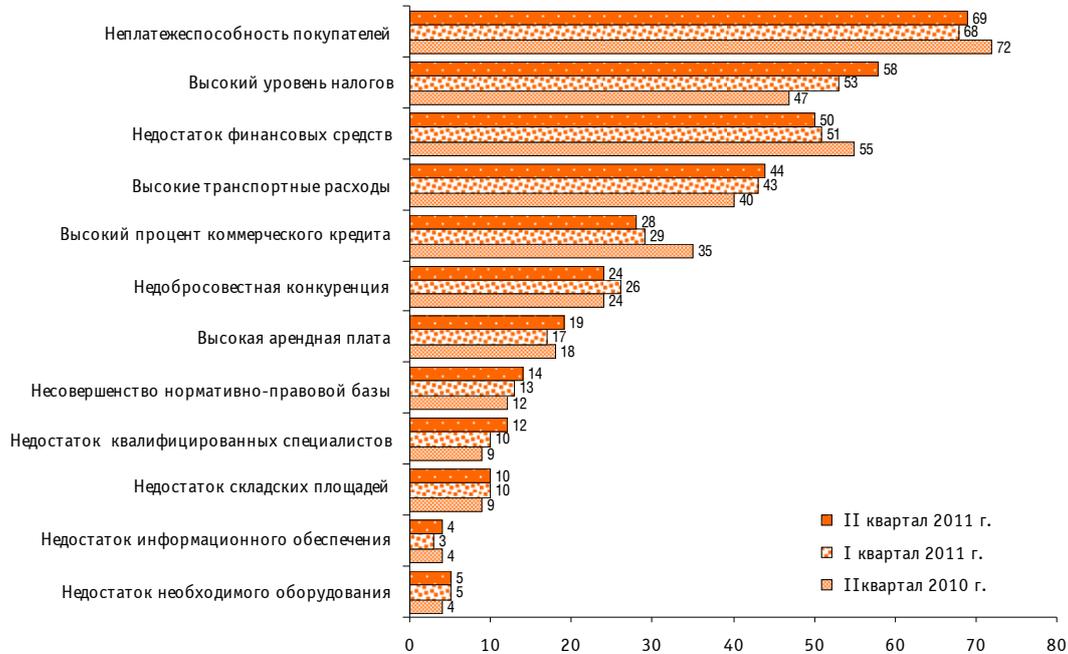
Вместе с тем зафиксированное в анализируемом квартале некоторое улучшение экономической конъюнктуры отразилось на итоговых оценках предпринимателей относительно ряда ограничений. В частности, в анализируемом квартале продолжилось ослабление одного из самых масштабных по отрицательному охвату фактора **«недостаток финансовых средств»**. Об его негативном влиянии в анализируемом периоде сообщили 50% респондентов, тогда как во II-м квартале 2010 г. – 55%. Следует отметить, что это наилучший результат начиная с I квартала 2009 г.

Положительные изменения были зафиксированы и в оценках респондентов относительно кредитных процентных ставок. В определенной мере этому способствовала улучшившаяся конъюнктура в банковском секторе с отчетливой тенденцией в течение 2010 г. к уменьшению процентных ставок. Стабильное развитие кредитования определило позитивную динамику фактора **«высокий процент коммерческого кредита»**. Во II квартале на данное ограничивающее влияние ссылались уже 28% респондентов против 35% в аналогичном периоде 2010 г. По мнению респондентов, кредитные средства были более доступными для оптовых фирм, реализующих фармацевтические и медицинские товары, изделия медицинской техники и ортопедических изделий. На негативное воздействие со стороны данного фактора

указывали 19% участников опроса. В то же время наиболее затруднительная ситуация прослеживалась в фирмах, реализующих автотранспортные средства (52%).

Менее значимыми осложнениями для бизнеса респонденты посчитали **недостаток складских площадей** и **необходимого оборудования**, а также **недостаток информационного обеспечения**.

Рис. 15. Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, проявленная активность как со стороны потребительского рынка, так и самих экономических агентов, позволила оптовым организациям несколько реабилитировать утраченный в конце 2010 г. положительный тренд состояния делового климата в отрасли.

Учитывая повышенный оптимизм предпринимателей, с большой долей вероятности возможно предположить, что если грядущая экономическая конъюнктура сложится достаточно благоприятно, то во втором полугодии 2011 г. результирующие итоги экономической деятельности будут характеризоваться положительной динамикой. Вместе с тем нельзя не отметить, что восстановительный механизм запущен и оптовыми структурами все-таки уже сделан достаточно серьезный шаг вперед, сокративший разрыв между докризисными и посткризисными показателями.

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			
	увеличе- ние	без изме- нения	уменьше- ние	баланс	увеличе- ние	без изме- нения	уменьше- ние	баланс
2010								
I квартал	16	47	37	-21	30	51	19	+11
II квартал	23	47	30	-7	29	56	15	+14
III квартал	31	48	21	+10	27	55	18	+9
IV квартал	30	46	24	+6	19	56	25	-6
2011								
I квартал	20	44	36	-16	33	52	15	+18
II квартал	25	46	29	-4	30	56	14	+16

Таблица 2

Оптовый товароборот Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличе- ние	без изме- нения	уменьше- ние	баланс	увеличе- ние	без изме- нения	уменьше- ние	баланс
2010								
I квартал	30	18	52	-22	39	40	21	+18
II квартал	37	17	46	-9	41	43	16	+25
III квартал	51	19	30	+21	38	43	19	+19
IV квартал	48	17	35	+13	29	42	29	0
2011								
I квартал	34	18	48	-14	43	38	19	+24
II квартал	36	16	48	-12	42	41	17	+25

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
2010								
I квартал	27	27	46	-19	36	45	19	+17
II квартал	33	26	41	-8	38	47	15	+23
III квартал	44	28	28	+16	34	48	18	+16
IV квартал	41	26	33	+8	26	47	27	-1
2011								
I квартал	29	26	45	-16	39	43	18	+21
II квартал	32	25	43	-11	37	46	17	+20

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
2010								
I квартал	14	76	10	+4	15	80	5	+10
II квартал	17	76	7	+10	15	81	4	+11
III квартал	18	76	6	+12	15	81	4	+11
IV квартал	19	74	7	+12	13	81	6	+7
2011								
I квартал	15	77	8	+7	14	82	4	+10
II квартал	16	74	10	+6	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
2010								
I квартал	16	56	28	-12	9	82	9	0
II квартал	21	54	25	-4	10	83	7	+3
III квартал	24	54	22	+2	12	80	8	+4
IV квартал	23	55	22	+1	10	82	8	+2
2011								
I квартал	23	53	24	-1	12	81	7	+5
II квартал	25	49	26	-1	12	80	8	+4

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
2010								
I квартал	9	74	17	-8	12	77	11	+1
II квартал	11	75	14	-3	13	80	7	+6
III квартал	12	76	11	+1	11	82	6	+5
IV квартал	12	76	12	0	11	80	9	+2
2011								
I квартал	9	76	15	-6	14	79	7	+7
II квартал	10	74	15	-5	13	79	7	+6

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
2010								
I квартал	11	75	14	-3	9	70	10	-1
II квартал	14	74	12	+2	8	72	10	-2
III квартал	13	76	11	+2	9	72	9	0
IV квартал	14	75	11	+3	7	82	11	-4
2011								
I квартал	12	76	12	0	9	81	10	-1
II квартал	14	74	12	+2	8	82	10	-2

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
2010								
I квартал	22	30	48	-26	36	43	21	+15
II квартал	33	28	39	-6	36	49	15	+21
III квартал	38	31	31	+7	33	48	19	+14
IV квартал	39	28	33	+6	27	46	27	0
2011								
I квартал	27	29	44	-17	39	44	17	+22
II квартал	33	28	39	-6	36	46	18	+18