




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
В I КВАРТАЛЕ 2011 ГОДА**

Май '11

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2011 ГОДА

Москва
2011

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

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2011 года», подготовленный 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 в I квартале и ожиданиях предпринимателей на II 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

Опрос руководителей свыше 2.6 тыс. организаций оптовой торговли позволяет констатировать, что в I квартале 2011 г. темпы экономического развития большинства фирм обуславливались инерционным характером разноплановых компенсационных посткризисных процессов, сформировавшихся в течение 2010 г. Однако влияние специфических закономерностей, заключающихся, прежде всего, в традиционном для анализируемого периода постпраздничном торможении потребительской, и, как следствие, торговой активности, определило наличие негативных тенденций в отрасли. Неудовлетворенность экономическими результатами выразило большинство руководителей, участвовавших в опросе.

В результате, динамика основных показателей, определяющая состояние делового климата в данном секторе экономики, претерпев некоторую отрицательную корректировку относительно IV квартала 2010 г., в анализируемом периоде характеризовалась ослаблением положительных значений.

Вместе с тем, перекрестный анализ оценок ряда показателей позволяет утверждать, что руководители оптовых структур, несмотря на сезонные колебания спроса, находятся в довольно оптимистичном расположении духа относительно краткосрочных перспектив финансово-экономической деятельности возглавляемых ими структур. Подавляющее большинство предпринимателей в ближайшие 3–4 месяца готовы не только отстаивать достигнутые позиции прошлого года, но и превзойти их.

Таблица 1

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

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

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

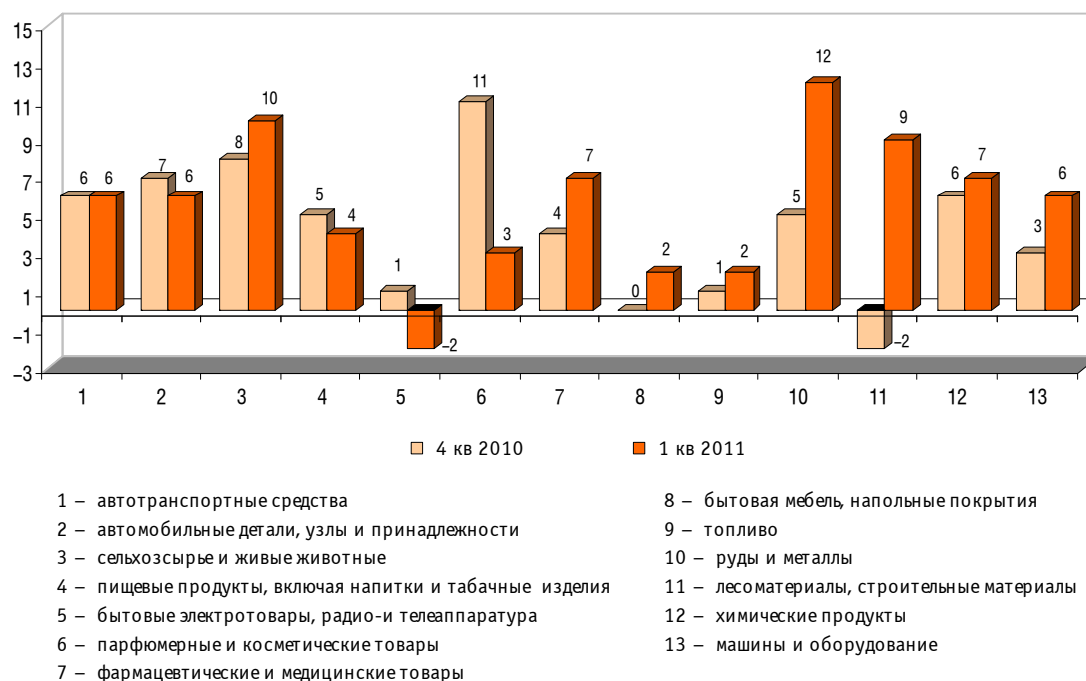
² Баланс – разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение показателя по сравнению с предыдущим кварталом, или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном квартале; в процентах.

Результаты очередного ежеквартального опроса, проведенного Федеральной службой государственной статистики в I квартале 2011 г., в секторе оптовой торговли зафиксировали ухудшение динамики большинства основных показателей. Основным фактором, повлиявшим на снижение деловой активности в анализируемом периоде, было существенное **сокращение спроса** на реализуемую оптовиками продукцию. Естественной реакцией на ухудшение спросовой ситуации в оптовой торговле стало **снижение объемов продаж в натуральном выражении, товарооборота, замедление расширения ассортимента**. При этом отрицательная динамика вышеуказанных показателей была характерна и для социально значимых товаров.

Так, если в IV квартале 2010 г. наиболее благоприятный деловой климат складывался в фирмах, реализующих товары, направленные на потребление домашних хозяйств, а именно: пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия; парфюмерию и косметику; фармацевтические и медицинские товары, то в I квартале 2011 г. наблюдалась прямо противоположная тенденция. Из данной группы организаций только лишь фирмы по реализации фармацевтических и медицинских товаров, в силу эпидемиологического сезона, сохранили тенденцию к укреплению своих позиций.

Наилучшие результаты за первые месяцы 2011 г. продемонстрировали организации, чья деятельность была связана с оптовыми поставками для клиентов, закупающих товары производственно-технического назначения. Прежде всего, это касается оптовых структур, реализующих руды и металлы, строительные материалы, химические продукты, сельхозсырье.

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности³ по организациям оптовой торговли, реализующих отдельные группы товаров
Балансы, %



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.

Постпраздничная негативная конъюнктура не позволила сохранить наблюдавшиеся в IV квартале 2010 г. положительные темпы роста **прибыли**. Около половины руководителей в анализируемом квартале сообщили об уменьшении данного показателя. Кроме того, существенное влияние на деятельность оптовых фирм оказал груз фискальных проблем. Нельзя не отметить усиление акцентов в оценках предпринимателей относительно влияния на их структуры лимитирующего фактора **«высокий уровень налогов»**. Очевидно, что увеличение с 1 января 2011 г. единого социального налога вызвало достаточно серьезный отрицательный резонанс в предпринимательской среде.

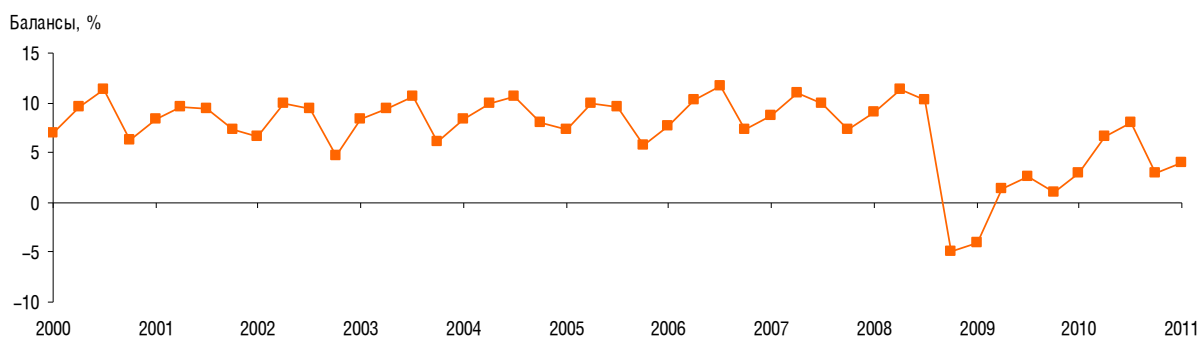
Однако, наряду с имеющимися негативными обстоятельствами, в результатах экономической деятельности оптовых структур прослеживался и ряд позитивных моментов. К одному из главных стоит отнести тот факт, что в целом динамика основных показателей в I квартале 2011 г. превзошла соответствующие результаты аналогичного периода 2010 г.

Впервые за последний год зафиксировано уменьшение доли предпринимателей, указавших на снижение такого ограничивающего развитие бизнеса фактора, как **«недостаток собственных финансовых средств»**. Также следует отметить, что в торговых фирмах, по сравнению с 2010 г., не отмечено серьезных сокращений персонала.

Кроме того, наметилась позитивная трансформация, касающаяся ценообразования на реализуемые товары. Несмотря на то, что в I квартале 2011 г. направление инфляционной траектории по-прежнему было в центре внимания предпринимателей и предопределило динамику формирования ценовой политики в оптовых структурах, особенно с учетом использования схем оптимизации налоговых потерь от увеличения ЕСН, впервые после 2009 г. было зафиксировано ослабление роста инфляционной составляющей.

Позитивную тенденцию продемонстрировал и **индекс предпринимательской уверенности**, который не только сохранил положительную динамику, составив в I квартале 2011 г. +4%, но и увеличился по сравнению с IV кварталом 2010 г.

Рис. 2. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



В организациях оптовой торговли шести федеральных округов Российской Федерации⁴ наибольшее значение индекса предпринимательской уверенности зафиксировано в Дальневосточном и Приволжском федеральных округах (+10 и +6% соответственно), а наименьшее – в Уральском федеральном округе (+4%).

⁴ Данные по Южному и Северо-Кавказскому федеральным округам будут проанализированы в последующих обзорах.

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

Развитие экономической деятельности оптовых фирм в I квартале 2011 г. происходило в период традиционного для торговой сферы сезонного спада потребительской и предпринимательской активности, что негативно отразилось на результирующих итогах показателей, характеризующих динамику объемов продаж, оптового товарооборота и спросовой ситуации.

Так, в I квартале об уменьшении **спроса** сообщили 36% респондентов против 24% в предыдущем квартале. Значение баланса оценок изменения показателя составило –16% против +6% в IV квартале 2010 г. (–21% в I квартале 2010 г.).

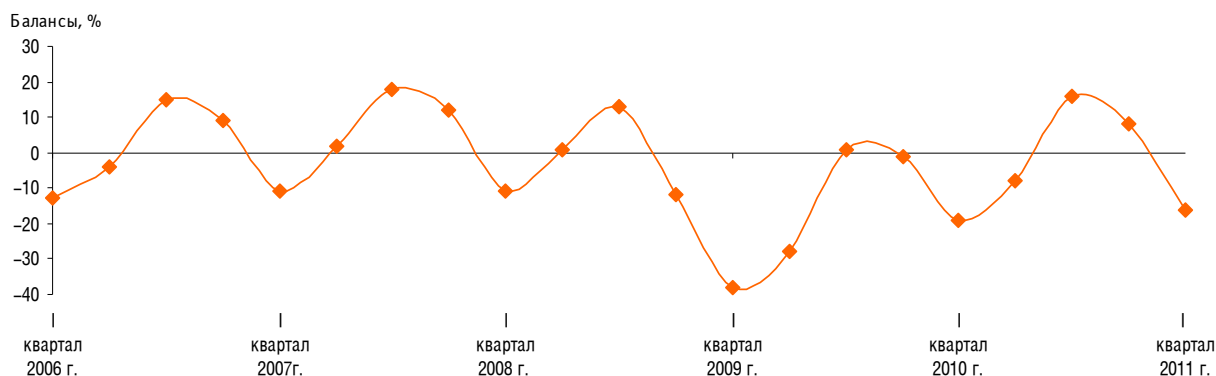
Пассивная покупательская способность распространилась на все виды реализуемого оптовиками товаров, однако наименьшим спросом пользовались бытовые электротовары, радио- и телеаппаратура; бытовая мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары. Обращает на себя внимание и существенное ослабление спроса на пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия, а также на парфюмерные и косметические товары.

Из группы организаций, поставляющих на рынок товары производственно-технического назначения, весомое ослабление портфеля заказов наблюдалось в фирмах, реализующих металлы и металлические руды; лесоматериал, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование.

Объективной реакцией на ускорение темпов сокращения спроса в оптовой торговле стало соответствующее снижение **объемов продаж в натуральном выражении**. В результате, значение баланса оценок изменения показателя в I квартале 2011 г. составило –16% против +8% в IV квартале 2010 г. (–19% в I квартале 2010 г.). Идентичные тенденции были характерны и для значений динамики объемов продаж по группам товаров, результаты которой в своей массе также демонстрировали падение.

Вместе с тем, предприниматели, занимающиеся реализацией парфюмерии и косметики, а также фармацевтических и медицинских товаров (40 и 36% соответственно) сообщили, что ситуация с объемом продаж в их фирмах относительно предыдущего квартала не изменилась.

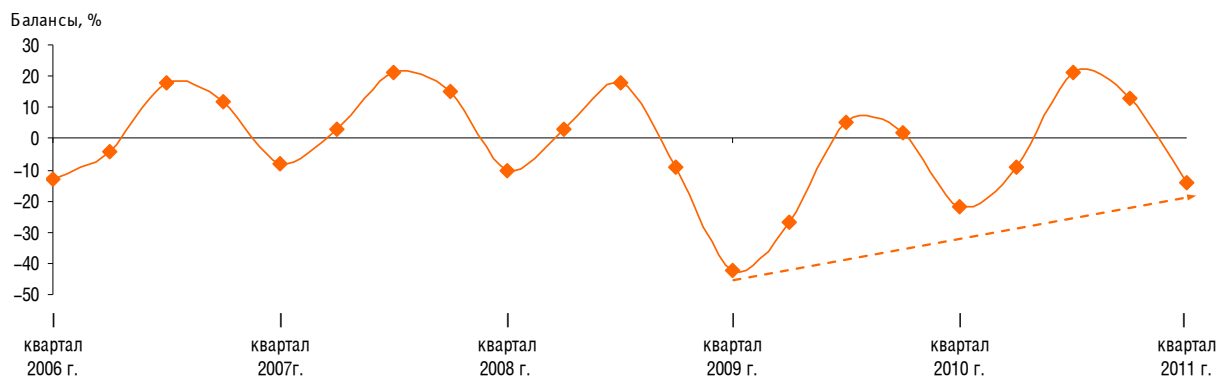
Рис. 3. Динамика оценок изменения объемов продаж в натуральном выражении в организациях оптовой торговли



Сложившаяся конъюнктура в данном секторе экономики в I квартале 2011 г. повлияла на динамику оптового **товарооборота**: баланс оценки изменения показателя составил –14% против +13% в предыдущем квартале (–22% в I квартале 2010 г.).

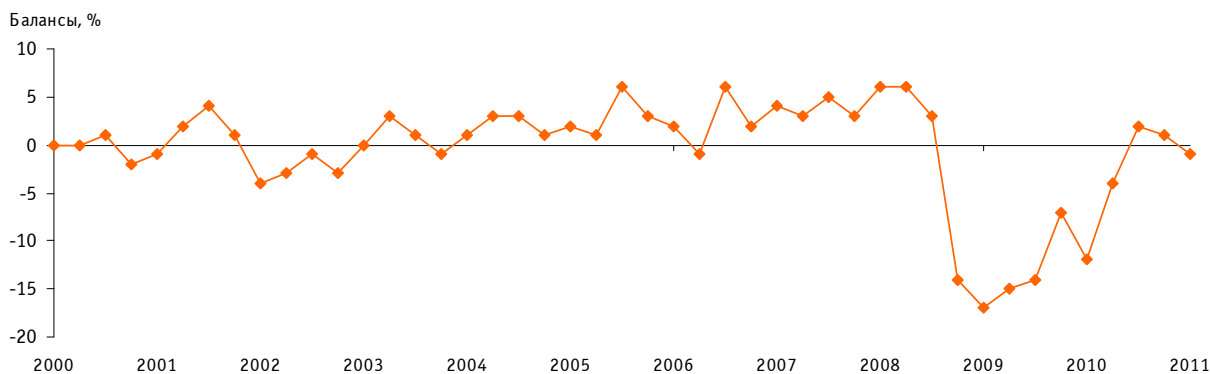
Несмотря на то, что преобладающие негативные тенденции заморозили большинство восстановительных процессов, сформированных в 2010 г., можно с уверенностью констатировать, что выявленные отрицательные значения показателей, полученные в ходе данного обследования, выглядят значительно лучше, нежели соответствующие значения аналогичного периода 2010 г., и тем более 2009 г.

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



Определенно позитивными видятся изменения, касающиеся кадрового состава оптовых фирм. В I квартале 2011 г. прослеживалось закрепление тенденций, зафиксированных в конце 2010 г. — на фоне общей тенденции сокращения кадров, около четверти руководителей по-прежнему придерживались стратегии найма персонала. Баланс оценки изменения **численности занятых** составил -1% (-12% в I квартале 2010 г.)

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



Оптимизм относительно перспектив развития своих фирм в анализируемом периоде разделяли практически все торговые агенты. Так, по оценкам предпринимателей, уже в ближайшем квартале ожидается значительное увеличение портфеля заказов, а, следовательно, нарастание объемов продаж и товарооборота.

Ассортимент. Складские запасы. Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

В обследуемом периоде в оптовых фирмах сохранилась тенденция расширения номенклатуры реализуемых товаров. Вместе с тем, логичной реакцией на негативную динамику развития спроса, объемов продаж и общей экономической конъюнктуры явилось незначительное сужение **ассортимента**. В результате, в I квартале 2011 г. баланс оценок изменения ассортимента составил +7% против +12% в предшествующем и +4% в I квартале 2010 г.

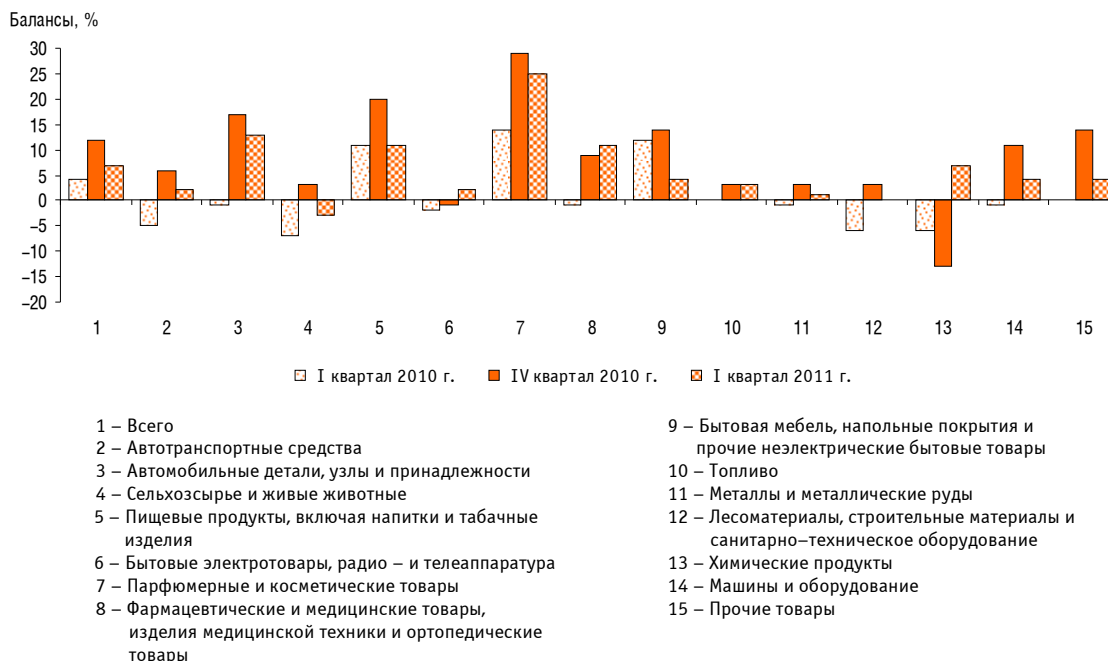
Учитывая, что существенные перемены в структуре ассортиментного ряда происходили в 2010 г., в анализируемом периоде радикальных перестановок в номенклатурных позициях отмечено не было. Предприниматели следовали выработанной стратегии и в большей степени были ориентированы на дальнейшую оптимизацию ассортимента товаров с учетом наиболее востребованных и доступных позиций для потребителей.

Так, наиболее широкая гамма продаваемых товаров по-прежнему была характерна для фирм, реализующих парфюмерные и косметические товары (балансы оценок изменения пока-

зателя составил +25%), пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия (+11%), фармацевтические и медицинские товары, изделия медицинской техники и ортопедические товары (+11%).

По всей видимости, в оптовых фирмах данная тенденция будет преобладающей и в последующих кварталах 2011 г.

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



Ситуация со **складскими запасами** в оптовых организациях складывалась в I квартале 2011 г. в том же ключе, что и периодом ранее. Уровень имеющихся запасов товаров большинство респондентов (85%) оценили как «нормальный»⁵.

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

Анализ оценок предпринимателей относительно их предпочтений в выборе **поставщиков товаров** показал, что большинство предпринимателей продолжили в анализируемом периоде закупать товары в основном у предприятий-изготовителей продукции и других оптовых фирм. 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 (33 и 30% соответственно). Остальное количество товаров, от общего объема продаж, предназначалось предприятиям-производителям, физическим лицам и прочим организациям.

В I квартале 2011 г. осталась прежней 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.

Распределение объемов продаж по местонахождению покупателей в анализируемом

⁵ «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

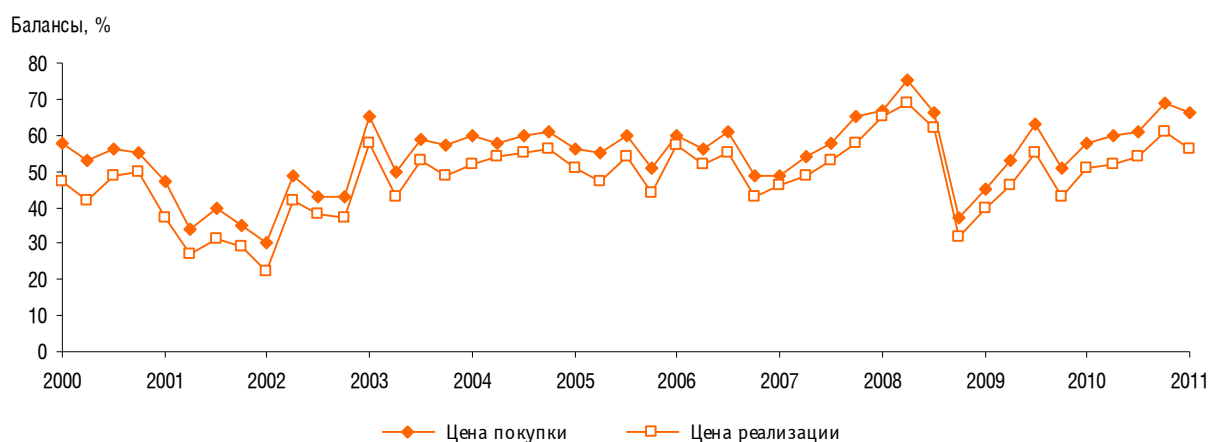
Оптовая торговля, выполняющая важнейшую интегрирующую функцию, заключающуюся в обеспечении взаимосвязи между партнерами—производителями, продавцами и конечными потребителями, в анализируемом квартале вновь стала одним из первостепенных ценообразующих звеньев.

Следует отметить, что вопреки прогнозу, данному большинством предпринимателей в конце 2010 г. относительно ухудшения инфляционной ситуации, в начале 2011 г. прослеживалась обратная тенденция, заключающаяся в ослаблении темпов роста цен на реализуемый товар. Впечатляющая интенсивность темпов роста оптовых **цен реализации**, фиксируемая на протяжении пяти кварталов, начиная с 2009 г., в I квартале 2011г. впервые замедлилась. Таким образом, оптовики начали новый торговый сезон с обновленными прайс-листами.

По сравнению с IV кварталом 2010 г. баланс оценки изменения **цены покупки** в анализируемом периоде снизился на 3 п.п. и составил +66% (+58% I квартале 2010 г.), в то же время баланс оценки изменения **цены реализации** потерял 5 п.п., составив в результате +56% (+51% в I квартале 2010 г.).

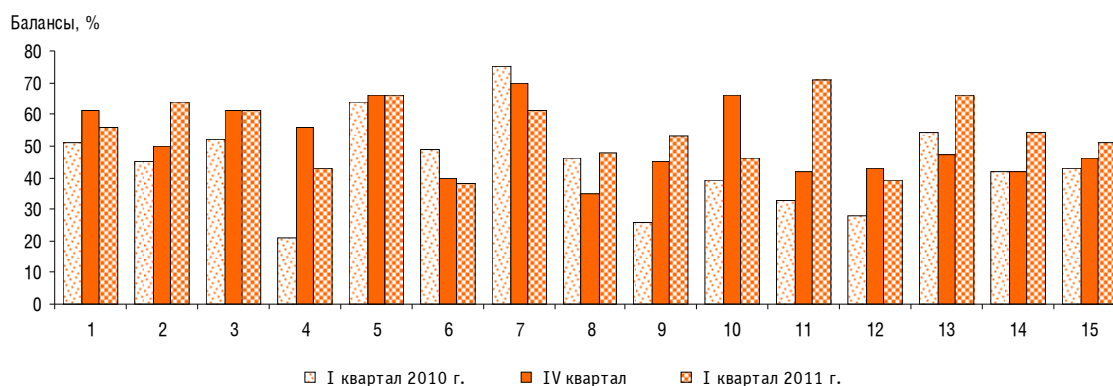
В планах предпринимателей и в ближайшем квартале придерживаться этой стратегии и продолжать корректировать ценовые показатели.

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



Анализ динамики цен в разрезе товарных групп показал, что вышеуказанные позитивные изменения, прежде всего, произошли в оптовых фирмах, реализующих топливо (баланс оценки изменения показателя в I квартале снизился относительно IV квартала на 20 п.п. и составил +46%); сельхозсырье и живых животных (на 13 п.п. и составил +43%); парфюмерные и косметические товары (на 9 п.п. и составил +61%). Кроме того, прекратилось наращивание отпускных цен в организациях, реализующих продовольствие.

Рис. 8. Динамика оценок изменения цен реализации в организациях оптовой торговли по видам реализуемых товаров в 2010 г.



- 1 – Всего
- 2 – Автотранспортные средства
- 3 – Автомобильные детали, узлы и принадлежности
- 4 – Сельхозсырье и живые животные
- 5 – Пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия
- 6 – Бытовые электротовары, радио – и телеаппаратура
- 7 – Парфюмерные и косметические товары
- 8 – Фармацевтические и медицинские товары, изделия медицинской техники и ортопедические товары
- 9 – Бытовая мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары
- 10 – Топливо
- 11 – Металлы и металлические руды
- 12 – Лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование
- 13 – Химические продукты
- 14 – Машины и оборудование
- 15 – Прочие товары

В то же время, в I квартале наблюдалось достаточное число организаций, в которых не только сохранилась, но и усилилась тенденция роста цен на реализуемый товар. Деятельность этих фирм была ориентирована на реализацию автотранспортных средств; фармацевтических и медицинских товаров; бытовой мебели, напольных покрытий и прочих неэлектрических бытовых товаров; металлов и металлической руды; химических продуктов; машин и оборудования.

В I квартале 2011 г. в 45% торговых компаний сложившийся уровень **торговых наценок** составлял 6–15%. Торговые наценки в размере 16–20% применяли 20% организаций, и только 16% фирм увеличивали цены от 20 до 50%.

Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в I 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 безналичных расчетов была основной и составила 97% от общего объема расчетов. Доля наличных расчетов составила 2%, взаимозачетов – 1%. В обследованных фирмах векселя, другие финансовые инструменты и бартер как формы расчетов практически не использовались.

В финансовых отношениях с покупателями оптовики применяли в анализируемом квартале преимущественно безналичные и наличные расчеты (84 и 15% от общего объема расчетов). Доля взаимозачетов оставалась на уровне 1%.

Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

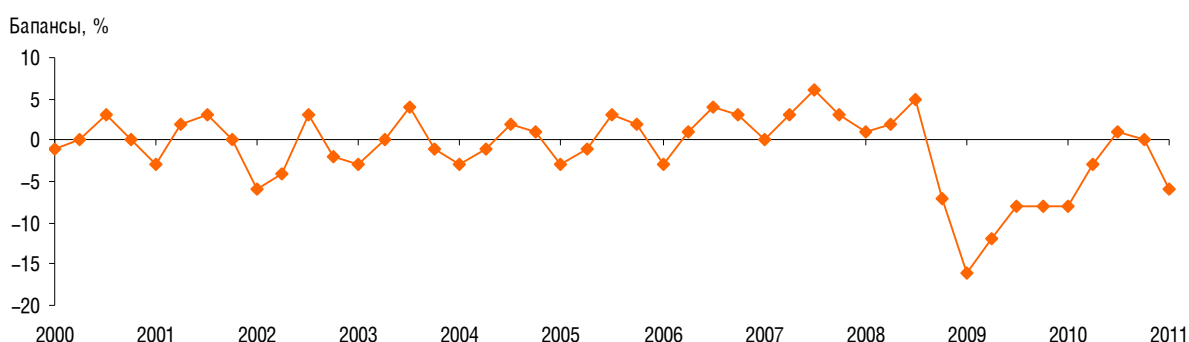
Предприниматели, характеризуя ситуацию с прибылью, обеспеченностью собственными, а также кредитными и заемными финансовыми средствами в своих фирмах, дали более позитивные оценки, нежели годом ранее, что указывает на постепенную нейтрализацию многих отрицательных процессов в отрасли.

Между тем, полученные финансовые результаты за первые три месяца 2011 г. продемонстрировали явно проигрышную позицию оптовиков по сравнению с достигнутыми итогами в предшествующем квартале. Сформировавшийся в I квартале неустойчивый внешний и

ослабленный внутренний деловой фон, к сожалению, оказал отрицательное влияние на ключевые показатели, характеризующие финансовую составляющую оптовых фирм. В итоге, сложившаяся в 2010 г. положительная динамика финансовых показателей в анализируемом квартале претерпела очевидную отрицательную корректировку.

Так, баланс оценок изменения обеспеченности оптовых фирм **собственными финансовыми ресурсами** в I квартале 2011 г. снизился относительно предшествующего квартала на 6 п.п. и составил -6% (-8% в I квартале 2010 г.). Наибольший дефицит финансовых средств коснулся организаций, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары; бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру; лесоматериалы, строительные материалы и санитарно-техническое оборудование. Положительные темпы роста показателя были зафиксированы лишь в фирмах, поставляющих парфюмерные и косметические товары.

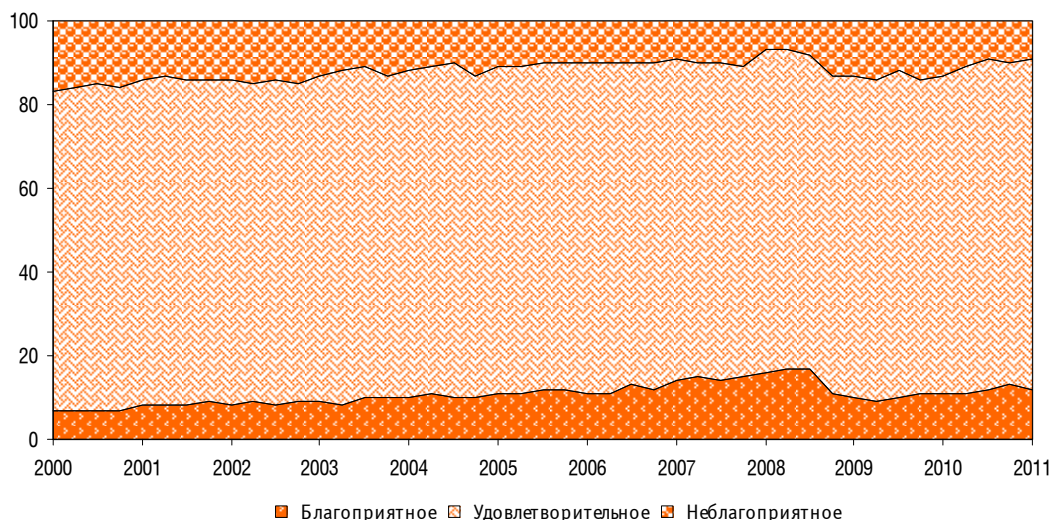
Рис. 9. Динамика оценки изменения обеспеченности собственными финансовыми ресурсами



Таким образом, в связи с преобладанием в начале 2011 г. большинства лимитирующих процессов, ограниченный потенциал развития торговой деятельности определил ускорение темпов снижения прибыли – одного из главных итоговых показателей экономической деятельности фирм. Так, в I квартале 2011 г. уменьшение **прибыли** по сравнению с IV кварталом констатировал каждый четвертый из десяти участников опроса. Баланс оценки изменения показателя составил -17% против +6% в IV квартале 2010 г. (-26% в I квартале 2010 г.).

В целом, несмотря на достаточное присутствие негативных оценок, большинство руководителей (79%), принявших участие в обследовании в I квартале 2011 г., охарактеризовали сложившееся **экономическое положение** как «удовлетворительное».

Рис. 10. Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



В I 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. 11. Структура источников финансирования организаций оптовой торговли в I квартале 2011 г.

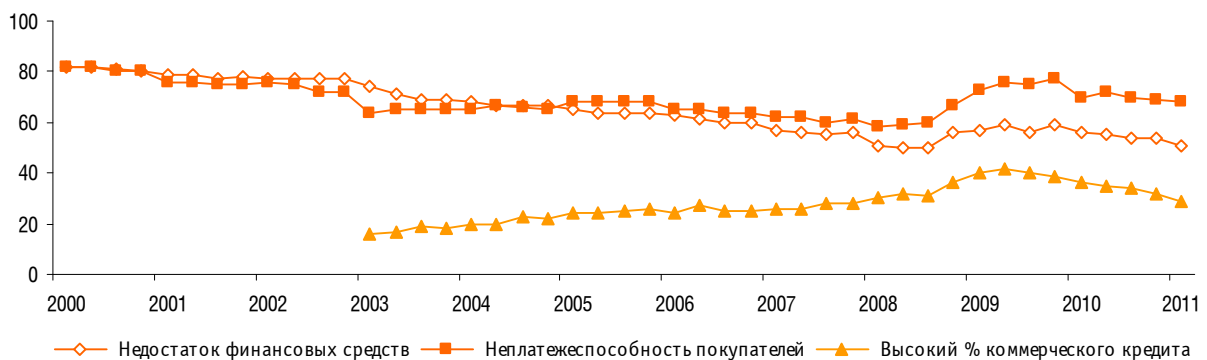


Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

При оценке совокупности факторов, оказывающих лимитирующее воздействие на развитие деятельности оптовых фирм в I квартале 2011 г., необходимо отметить, что со стороны ряда наиболее важных и существенных ограничений прослеживалось дальнейшее ослабление негативной нагрузки. При этом обращает на себя внимание тот факт, что указанные позитивные явления стали поквартальной тенденцией, начиная с конца 2009 г.

В частности в анализируемом периоде продолжилось снижение доли респондентов, указывающих на уменьшение отрицательного воздействия фактора **«недостаток финансовых средств»** (51% против 56% в I квартале 2010 г.), **«неплатежеспособность покупателей»** (68% против 70%), а также **«высокий процент коммерческого кредита»** (36% против 29%).

Рис. 12. Динамика оценок наиболее значимых факторов, ограничивающих деятельность оптовых организаций
Доля организаций от их общего числа, %



Вместе с тем, обращает на себя внимание нарастающий груз фискальных проблем. В анализируемом квартале отмечалось существенное увеличение доли предпринимателей, с 49 до 53%, по мнению которых основное отрицательное давление на деятельность возглавляе-

мых ими организаций оптовой торговли оказывал фактор **«высокий уровень налогов»**. Резкая реакция предпринимателей вызвана увеличением с 1 января 2011 г. единого социального налога, что существенно усилило налоговое бремя на торговые фирмы. В результате, данный фактор по значимости присоединился к «лидирующей» группе ограничений. Наиболее восприимчивыми к отрицательному воздействию данного фактора в анализируемом периоде были фирмы, реализующие автотранспортные средства; парфюмерные и косметические товары; бытовые электротовары, радио- и телеаппаратуру.

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



Следует выделить и сохранение устойчивой тенденции роста на протяжении последних двух лет доли предпринимателей, указывающих на обострение ситуации, связанной с недобросовестной конкуренцией в деятельности оптовых организаций. В частности, на фактор **«недобросовестная конкуренция»** в анализируемом квартале указывали более четверти предпринимателей. Стратификация оптовых фирм по видам деятельности, с точки зрения воздействия на них данного ограничения, показала, что в большей степени негативные процессы были характерны для организаций, реализующих топливо; фармацевтические и медицинские товары, машины и оборудование.

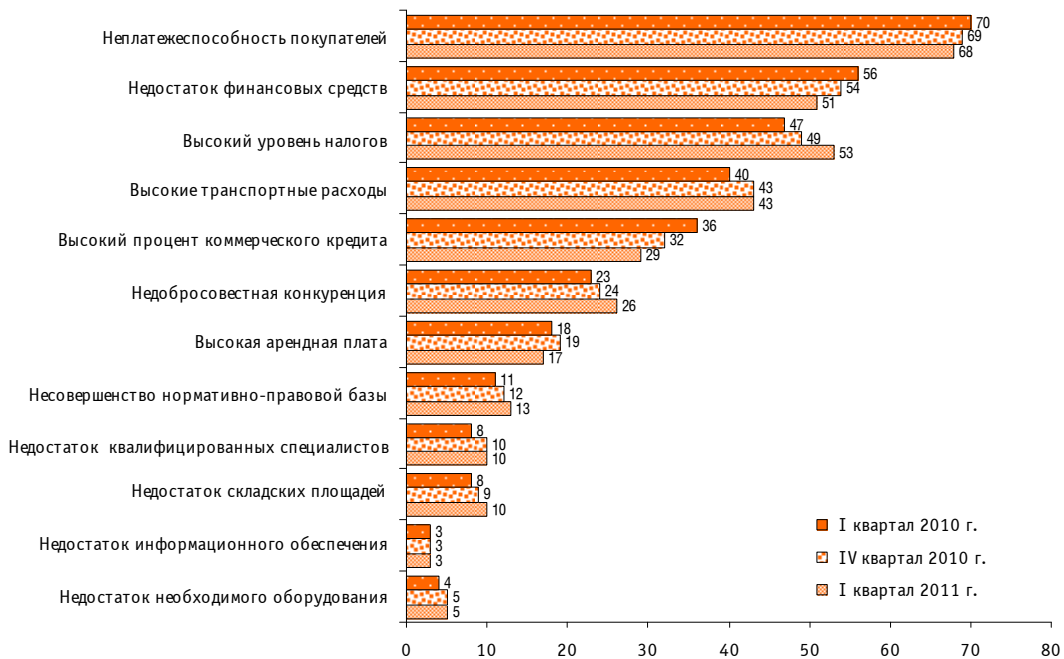
Так, большой теневой сектор на рынке нефтепродуктов, особенно в области проводимой компаниями ценовой политики, способствует росту в данном сегменте достаточного числа предпринимательских структур, широко использующих приемы недобросовестной конкуренции, прямо запрещенных законодательством, ради привлечения внимания потребителей к своим товарам и услугам.

Рис. 14. Динамика оценок лимитирующего фактора «недобросовестная конкуренция» по видам реализуемых товаров
Доля организаций от их общего числа, %



Помимо вышеперечисленных ограничений, в I квартале предприниматели отмечали и другие лимитирующие факторы, в числе которых были **«высокие транспортные расходы»** (43% респондентов), **«высокая арендная плата»** (17%), **«несовершенство нормативно-правовой базы»** (13%), **«недостаток квалифицированных специалистов»** (10%) и некоторые другие.

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



В целом, несмотря на достаточно невыразительную активность основных потребителей, оптовым организациям удалось в начале 2011 г. сохранить положительный тренд состояния делового климата в отрасли, сформированный в конце 2010 г. Учитывая традиционно удачный для торговли II квартал, вполне вероятно, что большинство оптовых фирм в ближайшие три месяца существенно активизирует свою экономическую деятельность.

Вместе с тем, вызывает некоторую настороженность ситуация, складывающаяся в секторе домашних хозяйств, являющихся одним из основных потребителей услуг сектора торговли. В частности, по данным Росстата, в I квартале с.г. на 3 п.п. снизился индекс потреби-

тельской уверенности. Правда, снижение индекса произошло в первую очередь под влиянием заметного ухудшения оценок населением общей экономической ситуации в России. При этом ожидания изменений личного благосостояния и благоприятности условий для крупных покупок, хотя и в меньшей степени, но также показали отрицательную динамику. По данным Росстата, в январе и феврале с.г. наблюдалось снижение реальных располагаемых денежных доходов населения по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. Есть все основания полагать, что и мартовские данные будут иметь понижательную тенденцию. Данная ситуация априори не способствует росту товарооборота в торговле. Однако, учитывая, что текущий год является «предвыборным» и, соответственно, по традиции должен быть богатым на различного рода бонусы со стороны государства для населения, видимо, данная отрицательная тенденция уже в ближайшее время должна переломиться.

Есть все основания предполагать, что в среде оптовых компаний продолжит обостряться конкурентная борьба за потребителя, основными методами в которой станет выработка новых ценовых стратегий, заключающихся преимущественно в снижении торговых наценок в целях привлечения новых клиентов и удержания имеющихся.

Таким образом, несмотря на довольно радужные ожидания предпринимателей на II квартал 2011 г., очевидно, что на фоне благоприятных перспектив сохраняется достаточное количество рисков, одним из которых является преодоление экономических дисбалансов при формировании необходимого для качественного и стабильного развития торговли уровня спроса на товары.

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 |

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 |

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 |

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 |

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 | +2 |

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 |

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 |

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 |