




ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ
В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ
В I КВАРТАЛЕ 2016 ГОДА**

Апрель '16

Москва



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Институт статистических исследований
и экономики знаний**

Центр конъюнктурных исследований

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ В I КВАРТАЛЕ 2016 ГОДА

Москва
2016

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2016 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 18 с.

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационно-аналитический материал «Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2016 года», подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ на основе ежеквартальных конъюнктурных опросов руководителей более 3 тыс. торговых компаний, проводимых Федеральной службой государственной статистики¹.

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>

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2016
При перепечатке ссылка обязательна

¹ Материал подготовлен в ходе проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации "5-100".

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 2016 г.

В докладе использованы результаты регулярных выборочных² опросов руководителей более 3 тыс. организаций оптовой торговли, проводимых Федеральной службой государственной статистики в ежеквартальном режиме.

Обобщенная конъюнктура в оптовой торговле³

Результаты конъюнктурного опроса, характеризующие состояние делового климата в организациях оптовой торговли в I квартале 2016 г., свидетельствуют об относительно позитивных изменениях деловой активности отрасли, по крайней мере по сравнению с IV кварталом прошлого года. Тем не менее, вялотекущее распространение негативных тенденций по-прежнему сопровождало функционирование торгового процесса в начале текущего года, что спроецировано сниженными предпринимательскими оценками, в очередной раз задавшими новые рекордные минимумы значениям большинства финансово-экономических показателей.

Таблица 1

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

	2015				2016			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Спрос	-15	-13	-15	-16	-17			
Оптовый товарооборот	-14	-16	-11	-10	-19			
Объем продаж в натуральном выражении	-16	-15	-13	-14	-19			
Ассортимент товаров	+2	+3	+3	0	+1			
Численность занятых	-4	-10	-9	-9	-10			
Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами	-4	-6	-7	-8	-6			
Обеспеченность кредитными и заемными финансовыми ресурсами	-3	-6	-6	-4	-5			
Цены покупки	+71	+66	+68	+65	+62			
Цены реализации	+67	+60	+64	+60	+57			
Прибыль	-16	-20	-16	-17	-20			

² Выборка репрезентативна в целом по отрасли, регионам, различным группам организаций по численности занятых и формам собственности.

³ Проведена сезонная корректировка временных рядов показателей деятельности организаций оптовой торговли.

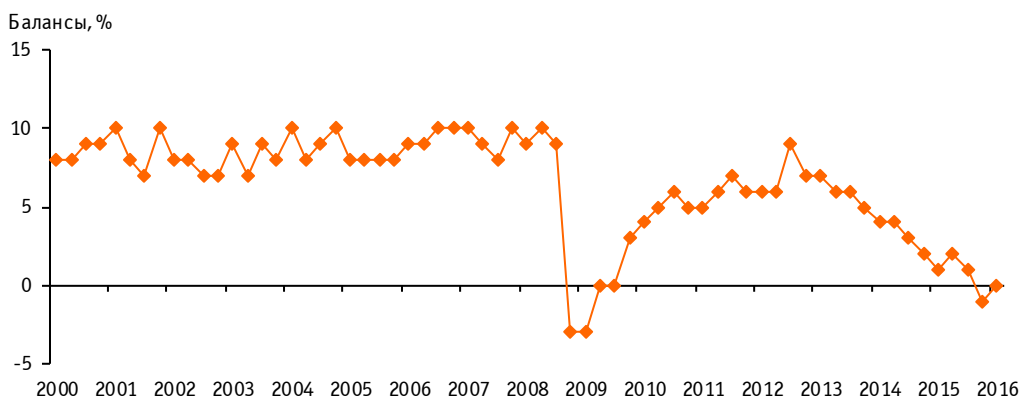
⁴ Баланс – разность долей респондентов, отметивших увеличение и уменьшение показателя по сравнению с предыдущим кварталом, или разность долей респондентов, отметивших уровень показателя как «выше нормального» и «ниже нормального» в отчетном квартале; в процентах.

Основной индикатор обследования – сезонно скорректированный **индекс предпринимательской уверенности (ИПУ)**⁵ оптовой торговли, продемонстрировал незначительный рост на 1 п.п. и в I квартале составил (0%), так и оставшись в зоне критических для данного сегмента значений.

Стратификация компонент индекса с точки зрения их воздействия на ИПУ показывает, что зафиксированный рост – следствие более оптимистичных предпринимательских оценок одного из его составляющих – ожидаемой экономической ситуации на II квартал 2016 г.

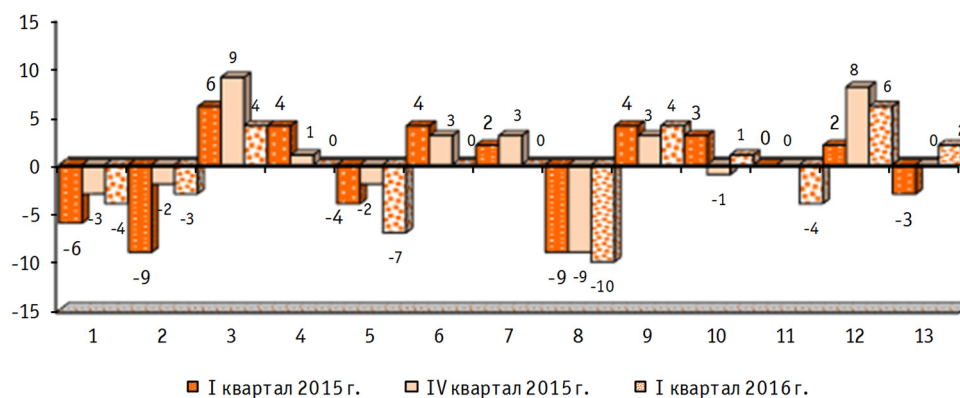
Вместе с тем, отсутствие акцентированных позитивных фактических изменений, что подтверждается сохранением негативной динамикой ключевых индикаторов, заставляет сдержанно относиться к наблюдаемым коррективам.

Рис. 1. Индекс предпринимательской уверенности в организациях оптовой торговли



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

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



- | | |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1 – автотранспортные средства | 7 – фармацевтические и медицинские товары |
| 2 – автомобильные детали, узлы и принадлежности | 8 – бытовая мебель, напольные покрытия |
| 3 – сельхозсырье и живые животные | 9 – топливо |
| 4 – пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия | 10 – руды и металлы |
| 5 – бытовые электротовары, радио- и телеаппаратура | 11 – лесоматериалы, строительные материалы |
| 6 – парфюмерные и косметические товары | 12 – химические продукты |
| | 13 – машины и оборудование |

⁵ 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.

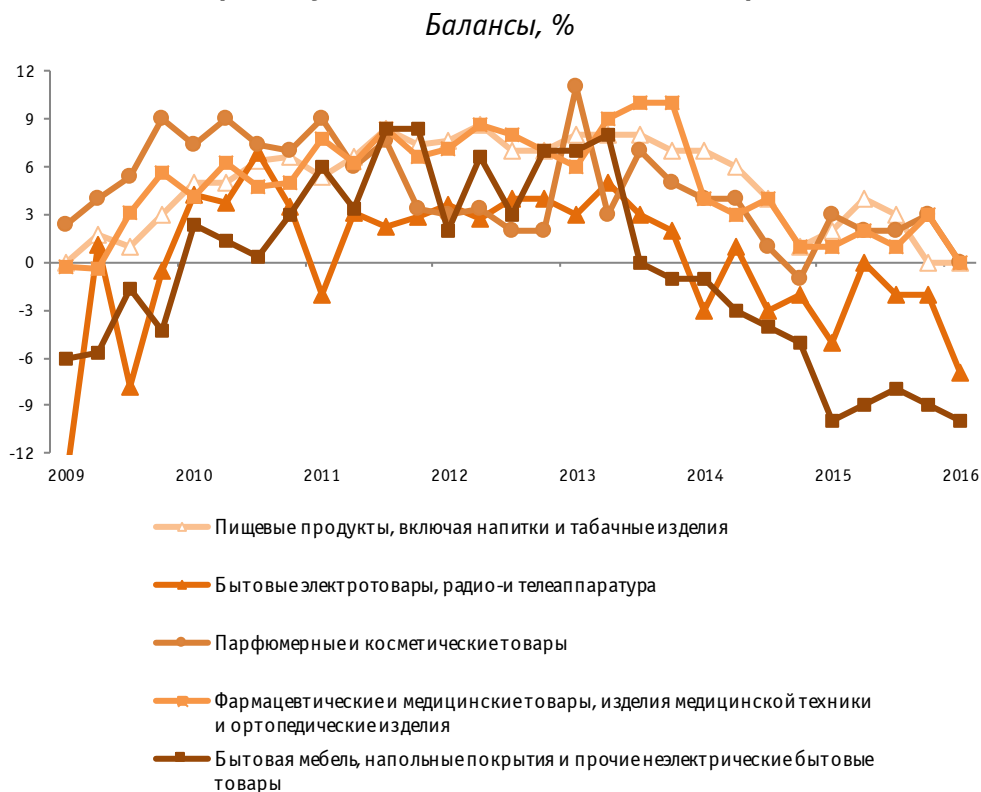
В целом, состояние делового климата в организациях, реализующих различные группы товаров, обуславливалось спецификой функционирования соответствующих рыночных сегментов. Учитывая эскалацию негативных потребительских тенденций на рынке социально значимых товаров, наибольшее внимание из полученных результатов по-прежнему сосредоточено именно на эту сферу продаж.

Следует учесть, что на фоне неослабевающих негативных инерционных процессов, в первую очередь, связанных с продолжающимся уже почти полтора года подряд падением реальных располагаемых денежных доходов населения, очевидно усиление депрессивного состояния потребительского рынка России.

В частности, в I квартале 2016 г. тенденция снижения деловой активности сохранилась в оптовых фирмах, ориентированных на поставку таких товаров, как:

- ✓ пищевые продукты (ИПУ составил 0% против +1% в IV квартале 2015 г.),
- ✓ бытовые электротовары (ИПУ составил -7% против -2%),
- ✓ парфюмерия и косметика (ИПУ составил 0% против +3%),
- ✓ фармацевтика (ИПУ составил 0% против +3%),
- ✓ бытовая мебель, напольные покрытия (ИПУ составил -10% против -9%).

Рис. 3. Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих социально значимые товары



Как показал опрос, неблагоприятный деловой климат наблюдался в организациях, чья деятельность связана с продажей автотранспорта и запчастей к ним. Начало нового торгового сезона сопровождалось очередным торможением деловой активности в указанном сегменте. В частности, ИПУ в организациях, реализующих автотранспорт, по сравнению с IV кварталом просел до (-4%), а автомобильные детали, узлы и принадлежности до (-3%).

Рис. 4. Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующих автотранспортные средства, автомобильные детали, узлы и принадлежности
Балансы, %

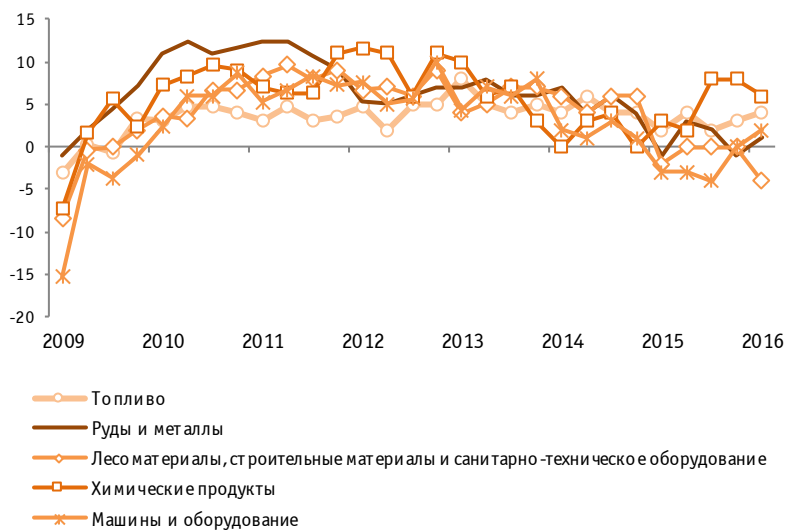


В относительно благоприятном состоянии по итогам I квартала 2016 года находились оптовые фирмы, занятые в сфере продаж производственно-технической продукции. Так, например, по сравнению с 2015 г., реализация некоторых видов товаров пользовалась все большим спросом.

В частности, продолжился рост ИПУ по фирмам, реализующим топливо, значение индикатора возросло до +4%. Учитывая усиление оптимизма у руководителей данных организаций в части будущего спроса, по всей вероятности, ситуация в фирмах к середине 2016 г. сбалансирется за счет роста сезонной востребованности. Одновременно, зафиксирован рост деловой активности на оптовом рынке поставок машин и оборудования — в I квартале значение ИПУ возросло по сравнению с предыдущим на 2 п.п. до +2%.

В то же время, продолжилась стагнация в организациях, занятых реализацией строительных и лесоматериалов: значение ИПУ снизилось с 0% до (-4%).

Рис. 5. Динамика ИПУ в организациях оптовой торговли, реализующие производственно-техническую продукцию
Балансы, %



В восьми федеральных округах Российской Федерации⁶ значения ИПУ характеризовались преимущественно отрицательной динамикой. Относительно благоприятное состояние делового климата зафиксировано в организациях оптовой торговли Дальневосточного федерального округа (индекс составил +2%).

Спрос. Объем продаж в натуральном выражении.

Оптовый товароборот. Численность занятых

По итогам I квартала 2016 г. по центральным операционным показателям торговой деятельности эскалация негативных тенденций обрела новый импульс.

Прежде всего, это выразилось в усилении остроты реагирования оптовиков на снижающийся **спрос**. Именно этот показатель продолжал превалировать среди самых негативных оценок развития торгового процесса. Так, 45% респондентов сообщили о неизменности ситуации с заказами на поставку товаров по сравнению с IV кварталом 2015 г., а 36% отмечали их уменьшение. Баланс оценки изменения спроса составил -17% против -16% кварталом ранее (-15% в I квартале 2015 г.).

При этом большинство опрошенных руководителей (70%) из всей совокупности лимитирующих факторов, чаще всего указывали на **«неплатежеспособность покупателей»**, как на главенствующую проблему для ведения бизнеса.

В связи с неослабевающим влиянием снижения востребованности товаров, обследованием выявлены новые отрицательные значения, характеризующие динамику объема продаж и оптового товарооборота. К примеру, по итогам работы первых месяцев т.г. о сокращении **товарооборота** констатировали уже 50% респондентов. Баланс оценки показателя снизился относительно IV квартала на 9 п.п. и составил -19% (-14% в I квартале 2015 г.).

Благоприятным моментом выступает рост оптимизма у предпринимателей относительно перспективы положительного изменения в динамике заказов и объема продаж во II квартале 2016 года.

Рис. 6. Динамика оценок изменения портфеля заказов, объема продаж и лимитирующего фактора – «недостаточный платежеспособный спрос»

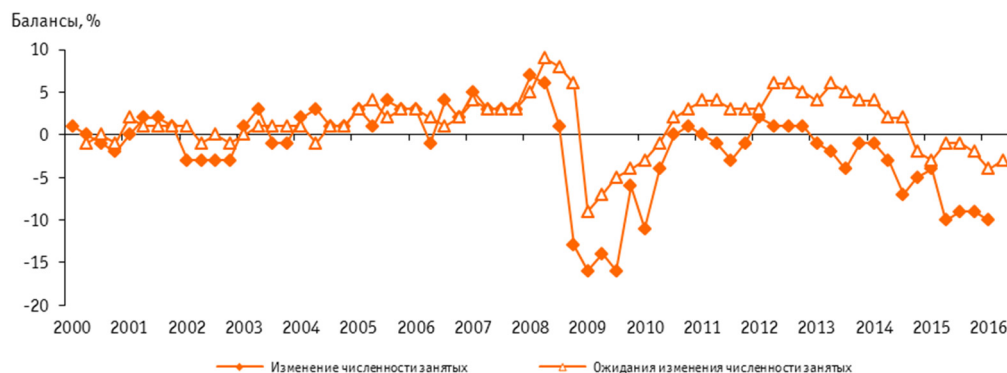


⁶ Данные по Крымскому ФО будут представлены в следующем обзоре.

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2016 года

Учитывая вышеуказанные негативные тенденции, в целях оптимизации торгового процесса, функционирование организаций в начале года сопровождалось **сокращениями персонала**. Вместе с тем, большинство руководителей (55%) сообщили о сохранении занятости на уровне предыдущего квартала. Балансовое значение показателя, оставаясь в отрицательной зоне, составило -10% (-4% в I квартале 2015 г.).

Рис.7. Динамика оценок изменения численности занятых в организациях оптовой торговли



Учитывая низкий финальный потенциал всех индикативных финансово-экономических показателей торгового процесса сформированный по итогам 2015 г., совокупная оценка произошедших корректив в начальной динамике 2016 г. не дает оснований для быстрого выхода отрасли из создавшейся ситуации.

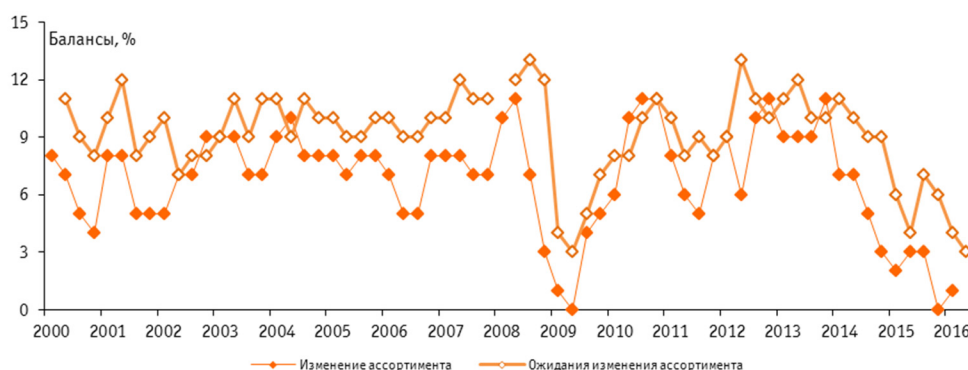
Ассортимент. Складские запасы.

Поставщики и потребители продукции оптовых организаций

Динамика торгового процесса сопровождалась возобновлением тенденции незначительного расширения **ассортиментной линейки** реализуемой продукции. По итогам первых месяцев работы в 2016 г., балансовое значение показателя относительно IV квартала, вышло из нулевой зоны и составило +1% (+2% в I квартале 2015 г.).

Вместе с тем, ухудшение ожиданий предпринимателей относительно дальнейших планов по насыщению товарного предложения, свидетельствуют о сохранении напряжения на рынке реализации товаров. Баланс ассортиментных ожиданий, продемонстрировал очередное снижение, составив +3%.

Рис. 8. Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях оптовой торговли



Согласно результатам проведенного обследования, в I квартале темпы сокращения **объема складских запасов** продолжили нарастать. Баланс оценки изменения показателя в анализируемом периоде составил -5% против -3% в IV-м и -6% в I квартале 2015 г. В то же время, большинство руководителей (89%) констатировали, что уровень имеющихся складских запасов товара в их организациях соответствует «нормальному»⁷.

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

Анализ оценок предпочтений в выборе **поставщиков товаров** показал, что большинство предпринимателей продолжили в анализируемом периоде закупать товары в основном у предприятий-изготовителей продукции и в оптовых фирмах. Так, организации приобретали у оптово-посреднических фирм более половины (54%) от общего объема покупок, у предприятий-производителей – 43%.

В то же время, распределение оптовыми фирмами реализуемых товаров по **покупателям** характеризовалось наибольшими поставками для оптовых и оптово-посреднических, а также розничных организаций (38 и 30% соответственно). Остальной товар предназначался предприятиям, физическим лицам и прочим организациям.

Не изменилась и **география закупок и продаж товаров оптовыми организациями**. Около половины от общего объема закупаемой продукции составлял товар, приобретенный предпринимателями в собственном регионе, чуть менее – у поставщиков, расположенных в других регионах Российской Федерации.

Сохранилось и распределение объемов продаж по местонахождению покупателей: основную часть товаров (80% от общего объема продаж) предприятия и оптовые фирмы реализовывали организациям, расположенным в одном с ними регионе.

Цены закупки и реализации. Система расчетов

Важным в полученных результатах, стали меры руководителей, направленные на дальнейшее сдерживание роста цен, которые предпринимаются ими уже несколько кварталов, что в определенной степени позволяет сдерживать текущую и ожидаемую инфляцию. Очевидно, что именно масштабные спросовые ограничения выступают основной мотивацией принятия данного решения. В определенной степени этому способствует и ценообразование у основных поставщиков-производителей товаров. Следует отметить, что согласно полученным результатам, уже второй квартал наблюдается замедление роста закупочных цен. Баланс-

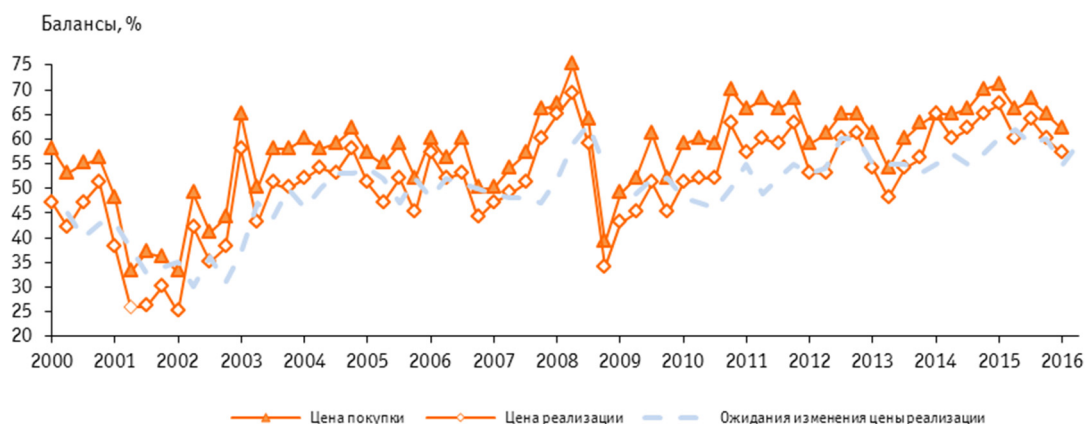
⁷ «Нормальный» уровень – обычный, достаточный для сложившихся условий на момент проведения обследования.

Деловой климат в оптовой торговле в I квартале 2016 года

совое значение **показателя** продолжило снижение на 3 п.п. и по сравнению с IV кварталом составило +62%.

Тем не менее, более 64% руководителей, остающихся заложниками инфляционных тенденций, продолжали поднимать цены. Балансовое значение **цены реализации** составило +57% против +60% в IV квартале. Кроме того, в планах более 60% предпринимателей во II квартале 2016 г. повышение оптовых цен.

Рис. 9. Динамика оценок изменения цен покупки и реализации в организациях оптовой торговли



Порядок расчетов оптовых торговых организаций с поставщиками и покупателями реализуемых товаров в I квартале 2016 г. не изменился.

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

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

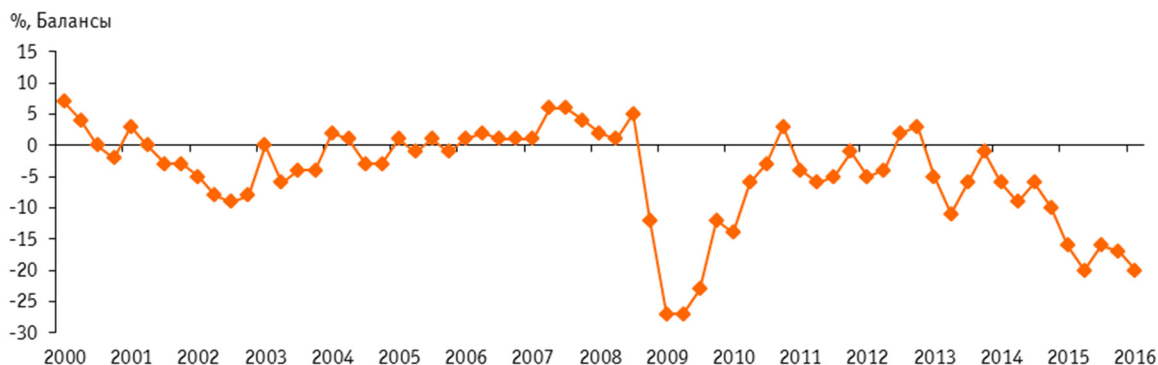
Финансово-экономическое положение организаций оптовой торговли

Превалирование неблагоприятных отраслевых тенденций в начале 2016 г. способствовало дальнейшей дестабилизации финансового состояния оптовых фирм, что позволило зафиксировать очередные минимумы по блоку показателей, его характеризующего.

В частности, в I квартале о снижении **прибыли** сообщили 47% руководителей оптовых фирм. Баланс оценки изменения показателя составил -20% против -17% в IV квартале (-16% в I квартале 2015 г.).

Наибольшие потери доходности произошли в организациях, поставляющих бытовые электротовары, радио и телеаппаратуру (балансовое значение прибыли относительно IV квартала опустилось сразу на 19 п.п. до (-33%)).

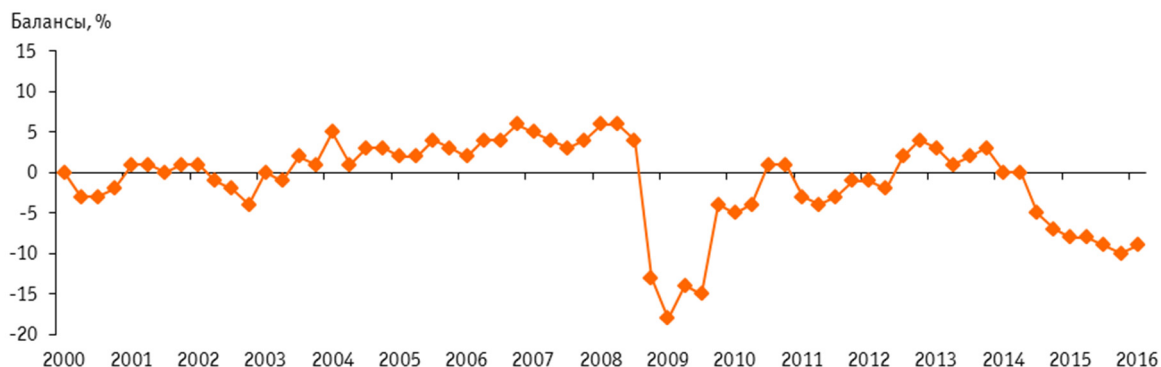
Рис. 10. Динамика оценки изменения прибыли в организациях оптовой торговли



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

В I квартале в организациях оптовой торговли отмечалось некоторое замедление отрицательной динамики, характеризующей **экономическую ситуацию**. Баланс оценки изменения показателя относительно IV квартала возрос на 1 п.п и составил -9% (-8% в I квартале 2015 г.).

Рис. 11. Динамика оценки экономического положения в организациях оптовой торговли



Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли

Анализ мнений руководителей оптовых организаций относительно степени влияния на их бизнес лимитирующих факторов позволяет констатировать масштабирование проблем, продиктованных стагнирующим спросом. В частности, в I квартале 2016 г. **«недостаточный платежеспособный спрос»** для 70% участников опроса выступил самым негативным явлением, затрудняющим осуществление торговой деятельности.

Сегментация организаций по видам деятельности показала усиление влияния данного фактора, а наиболее негативную реакцию на данную проблему выразили руководители оптовых фирм, реализующих бытовую мебель, напольные покрытия и прочие неэлектрические бытовые товары (84% респондентов), автомобильные детали, узлы и принадлежности (80%), бытовые электротовары (78%), машины и оборудование (78%), автотранспортные средства (75%).

Рис. 12. Динамика оценок лимитирующего фактора «недостаточный платежеспособный спрос» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2016 г.
Доля организаций от их общего числа, %



В то же время, в анализируемом периоде относительно IV квартала снизилась доля респондентов с 53% до 51% отмечавших возрастание на бизнес **фискальной нагрузки**. Тем не менее, ситуация продолжала быть сложной для фирм, реализующих парфюмерные и косметические товары, бытовую мебель и напольные покрытия, автомобильные детали и т.д.

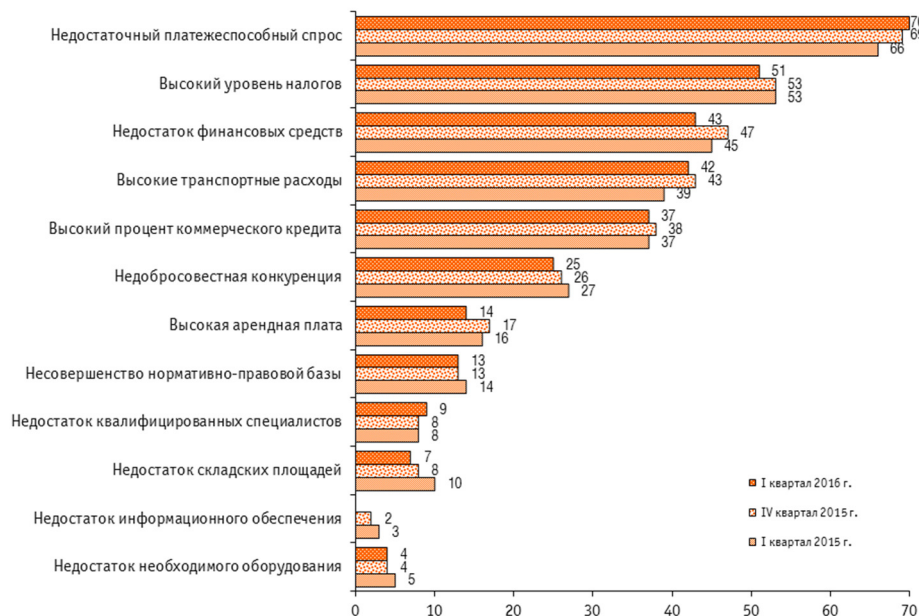
Рис. 13. Динамика оценок лимитирующего фактора «высокий уровень налогов» по видам реализуемых товаров в организациях оптовой торговли в I квартале 2016 г.
Доля организаций от их общего числа, %



Одновременно, продолжала снижаться доля предпринимателей относительно IV квартала с 47 до 43% ссылавшихся на недостаток в фирмах **собственных финансовых средств** и с 38 до 37% тех, кто выразил недовольство **высокими процентными ставками**.

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

Рис. 14. Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли
Доля организаций от их общего числа, %



Таким образом, выявленные в I квартале респондентские мнения свидетельствуют о том, что российский сегмент оптовой торговли находится в крайне дискомфортном состоянии. Новый бизнес-сезон, аккумулировав многочисленные шоки последних двух лет, продолжил негативную турбулентность. Учитывая низкий финальный потенциал всех индикативных финансово-экономических показателей торгового процесса сформированный по итогам 2015 г., совокупная оценка произошедших корректив в начальной динамике 2016 г. не дает оснований для быстрого выхода отрасли из создавшейся ситуации.

Тем не менее, катастрофического сценария не случилось. Несмотря на то, что инерционный размах негативных тенденций деловой конъюнктуры по-прежнему силен, принципиального отрицательного воздействия на итоговую отраслевую динамику оказано не было. Жесткий адаптационный характер ведения бизнеса, в течение как минимум последних полутора лет, позволил оптовикам не допустить масштабирования резкого ухудшения ситуации. Выход ИПУ из отрицательной зоны на отметку «0%» в сложившихся обстоятельствах, все-таки немалое достижение.

Кроме того, у руководителей вновь появилась надежда в позитивных переменах на краткосрочную перспективу. Большинство из участников опроса рассчитывают завершить I полугодие 2016 г. отчасти нивелировав негативную динамику.

Безусловно, разворачивания трендов роста ждать не приходится, но рассчитывать на некоторый восстановительный процесс возможно. Причем учитывая сложную финансовую ситуацию у домашних хозяйств, обусловивших рекордно низкие результаты состояния делового климата в оптовых фирмах, реализующих социально-значимые товары, старт преодоления кризисных минимумов и реабилитации оптового сегмента в целом, вероятнее всего следует ожидать исключительно со стороны активности на оптовых рынках производственно-технического назначения.

По всей видимости, надежды оптовиков на минимизацию отрицательных тенденций в следующем квартале, в большей мере связаны с наступлением очередной сезонной волны,

которая должна улучшить конъюнктуру оптового рынка и на вере в возможное улучшение экономических параметров в целом. Хотя принципиальных точек роста в экономике, способных в ближайшие три месяца способствовать устранению имеющихся недостатков, определяющих неблагоприятный сценарий развития оптового сегмента, пока не просматривается.

В результате остается надеяться на классические эффекты рыночных механизмов, способные запустить оптовый рынок в автономном режиме и тем самым выступить столь необходимым импульсом для восстановления.

Так, к примеру, во II квартале следует ждать активизации на рынке топлива, что связано с наступлением нового посевного сезона. Судя по прогнозным оценкам респондентов, представляющих указанные оптовые фирмы, они ожидают увеличения портфеля заказов и товарооборота уже в ближайшее время. Также респонденты в своих планах сообщают о возможном сокращении темпов выбытия кадров в организациях, что является важным свидетельством возобновления деловой активности.

Возможно ожидать некоторого положительного вклада в будущую динамику сегмента и со стороны оптовых фирм, реализующих строительные материалы, а также сельскохозяйственную продукцию. Продажи указанных видов товаров традиционно возрастают в весенне-летний сезон, положительно влияя на деловой климат в отрасли в целом. В частности, оценки респондентов, представляющих оптовые строительные организации, впервые с 2015 г. дают достаточно оптимистичные прогнозы относительно будущих продаж.

Таким образом, выявленная в I квартале относительная корректировка ИПУ, создает повод для более оптимистичного взгляда на ситуацию в секторе во II квартале, позволяя осторожно надеяться на компенсационное восстановление.

Динамика оценок изменения основных показателей деятельности организаций оптовой торговли

Таблица 1

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	20	45	35	-15	25	55	20	+5
II квартал	20	47	33	-13	25	56	19	+6
III квартал	20	45	35	-15	25	55	20	+5
IV квартал	19	46	35	-16	25	51	24	+1
2016								
I квартал	19	45	36	-17	26	55	19	+7
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 2

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	34	18	48	-14	33	44	23	+10
II квартал	34	16	50	-16	34	44	22	+12
III квартал	35	19	46	-11	34	44	22	+12
IV квартал	37	16	47	-10	33	39	28	+5
2016								
I квартал	31	19	50	-19	38	40	22	+16
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 3

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	27	30	43	-16	27	51	22	+5
II квартал	27	31	42	-15	28	52	20	+8
III квартал	28	31	41	-13	28	52	20	+8
IV квартал	29	28	43	-14	28	48	24	+4
2016								
I квартал	25	31	44	-19	31	49	20	+11
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 4

Ассортимент товаров
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	12	78	10	+2	11	82	7	+4
II квартал	12	79	9	+3	13	81	6	+7
III квартал	12	79	9	+3	12	82	6	+6
IV квартал	11	78	11	0	11	82	7	+4
2016								
I квартал	10	81	9	+1	11	81	8	+3
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

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
2015								
I квартал	20	56	24	-4	9	81	10	-1
II квартал	19	52	29	-10	8	83	9	-1
III квартал	18	55	27	-9	7	84	9	-2
IV квартал	18	55	27	-9	7	82	11	-4
2016								
I квартал	17	56	27	-10	7	83	10	-3
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 6

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	9	73	18	-3	7	81	12	-5
II квартал	9	76	15	-6	7	81	12	-5
III квартал	10	74	16	-6	6	83	11	-5
IV квартал	11	74	15	-4	6	82	12	-6
2016								
I квартал	10	75	15	-5	7	82	11	-4
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 7

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

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	11	74	15	-4	12	78	10	+2
II квартал	9	76	15	-6	12	78	10	+2
III квартал	9	75	16	-7	12	78	10	+2
IV квартал	9	74	17	-8	13	75	12	+1
2016								
I квартал	8	78	14	-6	12	80	8	4
II квартал								
III квартал								
IV квартал								

Таблица 8

Прибыль
Доля организаций от их общего числа, %

	В текущем квартале по сравнению с предыдущим				Ожидания на следующий квартал			
	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс	увеличение	без изменения	уменьшение	баланс
2015								
I квартал	28	28	44	-16	30	46	24	+6
II квартал	25	30	45	-20	31	47	22	+9
III квартал	27	30	43	-16	31	47	22	+9
IV квартал	29	25	46	-17	30	45	25	+5
2016								
I квартал	27	26	47	-20	33	45	22	+11
II квартал								
III квартал								
IV квартал								