

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И СТАТЬИ

КАК ОБНОВЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ ПАРТНЁРОВ ВЛИЯЕТ НА ХОЗЯЙСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ?

А.Е. Батяева

DOI: 10.20542/reb.rus-2021-4-3-14

Аннотация: В статье рассматриваются следующие вопросы, связанные с поведением предприятий в отношении своих торговых партнёров: каковы основные характеристики процесса обновления торговых партнёров? Какова доля предприятий активно меняющих своих контрагентов? Затухал или набирал обороты процесс смены партнёров в период с 1992 по 2020 г.? Есть различия в показателях хозяйственной деятельности (цены, загрузка мощностей и рабочей силы, заказы, запасы, инвестиции, финансовое положение) между теми, кто активно менял партнёров, и теми, у кого их состав был более-менее стабильным? Что происходит в кризисные периоды: предприятия склонны консервировать свои деловые отношения или, наоборот, вынуждены их более активно пересматривать? Уникальные данные опросов РЭБ дают возможность получить ответы на эти и другие вопросы.

Ключевые слова: торговые партнеры; промышленные предприятия; загрузка мощностей; заказы; запасы; финансовое положение.

A.E. Batyayeva

How does the Renewal of Trading Partners Affect the Economic Activity of Enterprises?

Abstract: The article dwells upon the following aspects of the enterprises behavior in relation to their trading partners: what are the main characteristics of the process of renewal of trading partners? What is the share of enterprises actively changing their counterparts? Did the process of changing partners fade or gain momentum in the period from 1992 to 2020? Are there differences in the indicators of economic activity (prices, capacity and labor utilization rates, orders, stocks, investments, financial situation) between those who actively changed partners and those whose trading partner's structure was more or less stable? What happens in times of crisis: do enterprises tend to preserve their business relationships or, conversely, do they have to revise them more actively? The unique REB surveys' data make it possible to get answers to these and other questions.

Keywords: trading partners; industrial enterprises; capacity utilization; orders; stocks; financial situation.

Please note: Full text of the article in English can be found in "The Russian Economic Barometer", which is available on the IMEMO website: <http://www.imemo.ru/jour/REBQUE>

Взаимодействие с партнёрами – рутина хозяйственной жизни компаний. Несмотря на повсеместность разного рода взаимодействий, они мало изучаются. Во многом это связано с текучестью и изменчивостью процессов, сложностью ухватить и измерить что-то осязаемое, важное в этом направлении. В настоящем материале предпринимается попытка

обратиться к этой теме и выяснить, как обновление торговых партнёров влияло на хозяйственную деятельность предприятий.

В опросах «Российского экономического барометра» (РЭБ) ежегодно с 1992 г. задаётся вопрос об обновлении торговых партнёров. Это один из самых длинных рядов РЭБ – 29 лет. Кроме того в анкету включены вопросы о динамике числа оптовых поставщиков и покупателей за полгода. В совокупности эти измерения дают возможность рассмотреть динамику обновления торговых партнёров, а также выяснить, есть ли существенные различия между предприятиями, которые более активно и менее активно меняли своих контрагентов.

Отметим, что мотивом включения вопроса об обновлении торговых партнёров на заре рыночных реформ было желание выявить изменения в поведении предприятий при переходе от плановой, детерминированной системы, к более свободной, рыночной, основанной на самостоятельном выборе компаниями своих поставщиков и покупателей. Предполагалось, что процесс смены партнёров приобретёт лавинообразный характер. Во многом так и произошло. Однако позже оказалось, что тема интересна и вне перехода от плана к рынку, что измерения такого рода другими группами исследователей или государственными органами статистики практически не ведутся, а информация, собираемая РЭБ, является уникальной, поэтому наблюдения было решено продолжить.

1. Динамика смены торговых партнёров

Вопрос в анкетах формулировался следующим образом: «Какую долю в составе ваших торговых партнёров составляют предприятия, с которыми 2-3 года назад ваше предприятие не имело дел?». Варианты ответов представляли собой шкалу из пяти пунктов: (1) таких практически нет, (2) есть, но не более 10%, (3) 10-50%, (4) больше 50%, (5) почти 100%. Несмотря на «грубость» шкалы, такие измерения дают возможность в первом приближении оценить динамику процесса. Дополнительным преимуществом измерений, проводимых РЭБ, является определённая «мягкость» в формулировании вопроса. Дело в том, что в течение последних 30 лет прошло, по крайней мере, несколько этапов существенной формальной массовой реорганизации юридических лиц. Параллельно происходили изменения в формах регистрации ввиду турбулентности внутри самих компаний. Шли процессы укрупнения и разукрупнения, объединения и разъединения производителей. Часто менялись почтовые адреса, а в некоторых случаях и физическое размещение производств. Тем не менее, в вопросах РЭБ никогда не делалось акцента на этих формальных изменениях, мы пытались отследить реальные партнёрские отношения, без оглядки на формальные и юридические аспекты. Поэтому полагаем, что предложенная формулировка вопроса максимально отвечает целям изучения фактического положения дел.

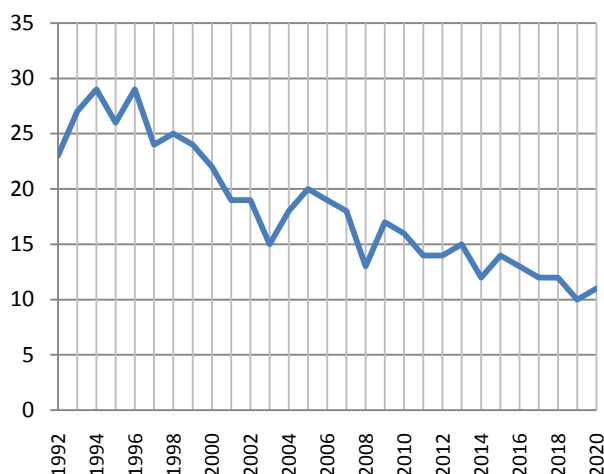
Как показывают опросы РЭБ, начало рыночных реформ сопровождалось активным обновлением торговых партнёров. Пик этого процесса, по нашим измерениям, пришёлся на 1994-1996 гг. (График 1). После 1996 г. доля новых торговых партнёров у обследованных предприятий практически неуклонно снижалась. В результате, показатель сократился почти в три раза: с 29% в 1996 г. до 10-11% в 2019-2020 гг.

Любопытно, что локальные повышения (впрочем, не нарушающие общей тенденции к снижению) наблюдались три раза: в (1) 2003-2004 гг., (2) в 2009 и (3) в 2015. Каждый раз это было связано с кризисными явлениями в экономике и ухудшением общей конъюнктуры. Этот факт приводит нас к выводу, что кризисные ситуации мотивировали производителей к более активному поиску новых партнёров, в то время как периоды роста или стабилизации консервировали сложившиеся ранее деловые отношения.

Интересно, что каждый следующий, вызванный ухудшением ситуации, всплеск поиска новых партнёров был всё менее значительным: +5, +4 и +2 процентных пункта. Отчасти это связано с длительным замедлением самого процесса, всё более проявляющимся так называемым «эффектом низкой базы». Но есть, по крайней мере, два других возможных объяснения. (1) Тридцать лет рыночной экономики – длительный срок, за это время компаниям постепенно удалось найти оптимальных поставщиков, с одной стороны, и, в свою

очередь, самим стать оптимальными поставщиками для своих покупателей. Это причина, почему радикальных пересмотров списка партнёров не происходило даже в кризисные времена. В той степени, в которой смена партнёров всё же активизировалась, сам процесс носил затухающий характер. (2) Вторая причина кроется, на наш взгляд, в характеристиках рыночной среды, в которой работают компании. Там, где преимущественно действуют конкурентные механизмы, цены выравнивались, и менять партнёров в поисках лучших условий не было смысла. А там, где наблюдается монопольная среда, сменить партнёров попросту не на кого. Оба объяснения приводят к одному и тому же выводу: ресурс, связанный с обновлением контрагентов для оптимизации хозяйственных и производственных вопросов, к настоящему времени уже в значительной степени исчерпан.

График 1. Доля торговых партнёров, с которыми 2-3 года назад предприятия не имели дел, %



Для целей выявления различий в поведении мы разбили выборку на две группы: (1) те, у кого доля торговых партнёров, с которыми предприятия 2-3 года назад не имели никаких дел, составила менее 10% и (2) те, у кого таковых было 10% и более. Первую группу мы условно называли – предприятия с *устойчивым* составом партнёров, вторую – предприятия с *изменчивым* составом партнёров.

Как показывают наблюдения РЭБ, соотношение двух групп с течением времени существенно менялось (График 2). В начале рассматриваемого периода оно было близко к 50:50, а в конце уже примерно 80:20 в пользу производителей с устойчивым составом партнёров.

«Выбросом» в этом ряду можно считать только 1999 г., когда 76% компаний активно меняли торговых партнёров (График 2). Ни до, ни после, по нашим измерениям, такого массового и тотального обновления контрагентов не наблюдалось. Необходимо отметить, что ситуация 1998-1999 гг. была столь сложной для производителей, что многие из них были вынуждены прекратить свою деятельность. Процесс закрытия производств в той или иной мере наблюдается всегда, но случаются кризисные периоды, когда он приобретает более массовый характер. Понятно, что это активизирует необходимость искать новых поставщиков и покупателей. Однако, как известно, масштабный кризис 1998 г. сменился периодом активного экономического роста и, как мы видим по имеющимся данным, соотношение компаний с устойчивым и изменчивым составом партнёров вернулось в русло более долгосрочных тенденций.

График 2. Структура предприятий: доля активных и пассивных компаний в отношении смены торговых партнёров в течение двух-трёх лет, %

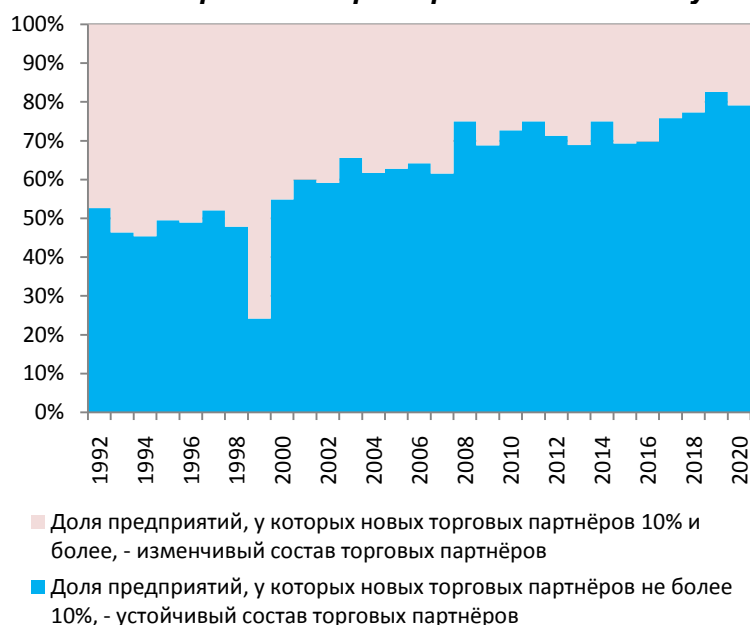


График 3. Доля новых (в течение двух-трёх лет) торговых партнёров у предприятий двух групп, %



Несмотря на существенное изменение структуры предприятий в плане их активности в отношении смены торговых партнёров в течение двух-трёх лет, сама доля новых партнёров на протяжении почти 30 лет с 1992 г. внутри групп радикально не менялась (График 3). В группе с устойчивым составом партнёров она составила в среднем с 1992 по 2020 г. около 3-4%, с изменчивым – около 40%. Увеличение активности по смене торговых партнёров среди предприятий с их изменчивым составом наблюдалось с 1999 по 2010 г. За это время доля новых торговых партнёров в группе увеличилась с 30% до 50%. В целом, это совпало с периодом самых высоких темпов экономического роста в нашей стране в постсоветский период (около 6% в год). Затем произошло сокращение и стабилизация показателя на уровне чуть менее 40%. Никаких радикальных изменений в общей динамике показателя в обеих группах в связи с событиями 2014-2015 гг. не наблюдалось.

2. Обновление поставщиков и покупателей: сравнение между группами

Интересные результаты даёт анализ интенсивности обновления партнёров отдельно по поставщикам и оптовым¹ покупателям. Понятно, что сами сравниваемые группы были организованы по степени активности смены торговых партнёров. Очевидно, что при этом в группе тех, кто быстрее меняет партнёров, обновление поставщиков и покупателей тоже будет происходить интенсивнее. У предприятий с более устойчивым составом партнёров обновление поставщиков и покупателей будет происходить медленнее. Несмотря на то, что вопросы про поставщиков и покупателей задаются отдельно от вопроса про торговых партнёров и относятся к другому временному интервалу (полгода в случае поставщиков и покупателей и 2-3 года в случае торговых партнёров), они связаны. Это разные измерения одних и тех же процессов.

Как показывают результаты наших опросов, в группе с более изменчивым составом партнёров не только обновление контрагентов шло более интенсивно, но и их число в целом росло (Графики 4 и 5). Соответствующие кривые большую часть рассматриваемого периода лежат не только выше соответствующих кривых для группы со стабильным составом партнёров, но и на отметке 50% и выше, которая для диффузных индексов является пороговой. Значение диффузного индекса выше 50% говорит о росте показателя. Во второй же группе соответствующие кривые лежат не только ниже, чем в первой группе, но и в основном ниже 50%-ной отметки, то есть для них было характерно сокращение числа поставщиков и покупателей в течение полугодия. Вывод, который следует из этих данных, состоит в том, что низкая активность в отношении обновления торговых партнёров по факту свидетельствовала о постепенном вымывании прежних контрагентов без замены их новыми, что делало положение компаний на рынке более уязвимым.

Наибольшую тревогу вызывает ситуация с покупателями в обеих группах. К 2008 г. восходящая динамика диффузных индексов покупателей закончилась. С тех пор ситуация либо стагнировала, либо ухудшалась. Всё чаще значения индексов опускались к уровням 1998-1999 гг.

График 4. Доля предприятий с увеличившимся числом поставщиков за полгода, % (диффузный индекс)



График 5. Доля предприятий с увеличившимся числом покупателей за полгода, % (диффузный индекс)



¹ Розничная торговля в обследовании РЭБ не включена.

3. Интенсивность обновления поставщиков и покупателей: сравнение внутри групп

Посмотрим на эти же данные под другим углом и сравним, какой тип партнёров – поставщиков или покупателей – менялся быстрее. В группе предприятий с более стабильным составом торговых партнёров обновление числа покупателей практически не происходило. За весь период наблюдений с 1992 г. 50%-ная отметка была преодолена всего три раза в 2006, 2018 и 2020 гг., то есть число покупателей в этой группе постепенно снижалось (График 6¹). Одновременно число поставщиков было в целом стабильно: начиная с 2000 г. этот показатель колебался вокруг 50%-ной отметки.

Второй группе удавалось в большей мере добиваться увеличения числа поставщиков и покупателей. В целом, эти два процесса по интенсивности были сопоставимы. Большую часть рассматриваемого периода (с 1997 по 2016 г.) наблюдались колебания в диапазоне 50-60%, т.е. в зоне роста обоих показателей (График 7). Однако последнее десятилетие было более сложным в плане увеличения числа покупателей и для этой группы производителей.

В целом, период после 2008 г. для обеих рассматриваемых групп оказался менее благоприятным, чем предыдущее десятилетие: поиск новых партнёров стал более сложным, особенно в отношении покупателей. Диффузный индекс динамики числа покупателей стал всё чаще опускаться ниже 50%-ного уровня. Добиваться увеличения их числа становилось для компаний всё более и более проблематичным.

График 6.
Доля предприятий с увеличившимся числом поставщиков и покупателей за полгода, % (диффузный индекс):
в группе с устойчивым составом партнёров



График 7.
Доля предприятий с увеличившимся числом поставщиков и покупателей за полгода, % (диффузный индекс):
в группе с изменчивым составом партнёров



4. Динамика входящих и исходящих цен у предприятий двух групп

Тема устойчивости или изменчивости состава торговых партнёров направляет внимание исследователя к вопросам динамики цен. Казалось бы, это главный вопрос, который собственно и мотивирует компанию сохранять партнёрские отношения или искать более выгодных поставщиков и покупателей. В ходе проведённых измерений разница была обнаружена, но она не оказалась столь значительной.

¹ На Графиках 6 и 7 представлены те же данные, что и на Графиках 4 и 5, но теперь сравнение идёт не между группами с изменчивым и устойчивым составом торговых партнёров, а внутри каждой группы мы рассматриваем динамику поставщиков и покупателей.

Были рассмотрены полугодовые индексы входящих и исходящих цен в период с 1992 по 2020 г. Общая закономерность состояла в том, что в группе предприятия с изменчивым составом торговых партнёров входящие и исходящие цены росли быстрее, чем в группе с устойчивым составом партнёров. Для цен на покупаемые сырье и материалы среднегодовой прирост за весь период наблюдений составлял +7.7% против +6.8% в группе с устойчивым составом партнёров. Аналогичные цифры для исходящих цен: +3.2% против +2.6% (Графики 8 и 9).

Если рассмотреть только последнее десятилетие с 2010 по 2020 г., то различия между двумя группами предприятий в отношении цен даже несколько увеличились. Для входящих цен среднегодовые приросты составили +7.2% для предприятий с изменчивым составом партнёров против +5.5% для предприятий с устойчивым составом партнёров. Соответствующие цифры для исходящих цен составили +2.4% против +1.3% (Графики 8 и 9).

Однако выявленные различия нивелируются, как только мы переходим к рассмотрению входящих и исходящих цен не по отдельности, а совместно. Для этого мы от индексов перейдём к разнице между входящими и исходящими ценами для предприятий обеих групп. Традиционно этот показатель находится в отрицательной зоне, так как производители считают, что цены на их продукцию растут медленнее, чем на продукцию их поставщиков. В среднем за весь период с 1992 по 2020 г. превышение входящих цен над исходящими для производителей с устойчивым составом партнёров составило 4.2 процентных пункта, а для предприятий с изменчивым составом партнёров – 4.5 пункта. В последнее десятилетие расхождение между двумя группами чуть усилилось и составило 4.3 пункта для производителей с устойчивым составом партнёров против 4.8 пункта – для предприятий с изменчивым составом партнёров (График 10).

Основной вывод состоит в том, что динамика входящих и исходящих цен у предприятий двух групп схожа. Тем не менее, для предприятий с изменчивым составом партнёров характерны более высокие темпы роста входящих и исходящих цен, чем в группе с устойчивым составом партнёров. Но они не получают какого-либо преимущества за счёт роста цен и даже, наоборот, испытывают чуть большее напряжение по сравнению с противоположной группой предприятий, так как по соотношению входящих и исходящих цен они несколько уступают компаниям с устойчивым составом партнёров.

График 8.
Полугодовой индекс
входящих цен, %¹

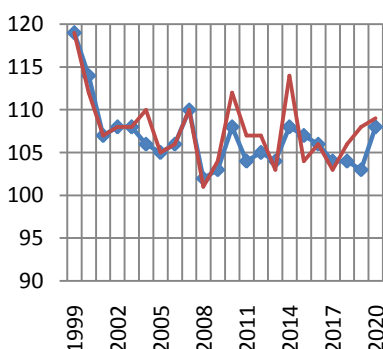


График 9.
Полугодовой индекс
исходящих цен, %

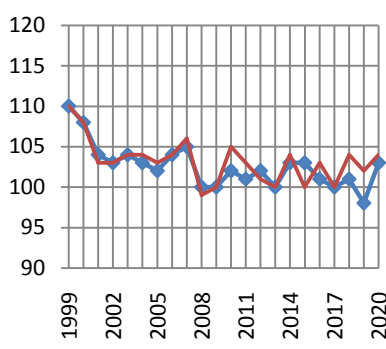
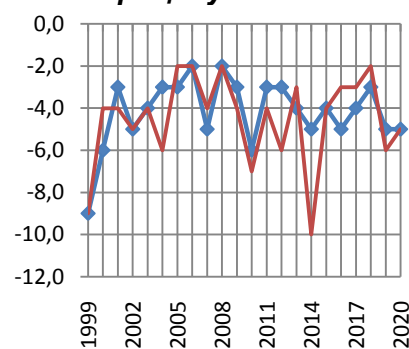


График 10.
Разница между входящими
и исходящими ценами,
проц. пункты



—●— Предприятия с устойчивым составом торговых партнёров

—●— Предприятия с изменчивым составом торговых партнёров

¹ На Графиках 8-10 данные представлены с 1999 г. (а не с 1992 г., как они на самом деле анализировались). Высокие темпы инфляции в начале рассматриваемого периода удлиняют ось ординат, мешая наглядно представить последний период, который нам более интересен.

5. Заказы и запасы предприятий двух групп

Любопытна динамика портфеля заказов у предприятий двух групп. С 1992 по 2001 г. она мало различалась (График 11). Однако с 2001 по 2016 г. преимущество группы предприятий с изменчивым составом торговых партнёров стало более заметным. В среднем в это время заказы составили 93% от нормального уровня в этой группе компаний, и только 85% – в противоположной. Были годы, когда заказы в первой группе достигали 100% и даже превышали этот порог. Начиная с 2017 г. ситуация изменилась: преимущество в заказах оказалось у производителей с более устойчивым составом партнёров: 93% против 86%.

Динамика запасов у обеих групп предприятий практически не различалась. В отдельные периоды они были чуть выше в группе с изменчивым составом партнёров, но всегда меньше 100%, то есть затоваривания не наблюдалось ни в одной из групп. Начиная с 2009 г. этот показатель колебался в диапазоне 78-94% (График 12).

График 11. Наполненность портфеля заказов, % (нормальный уровень = 100)

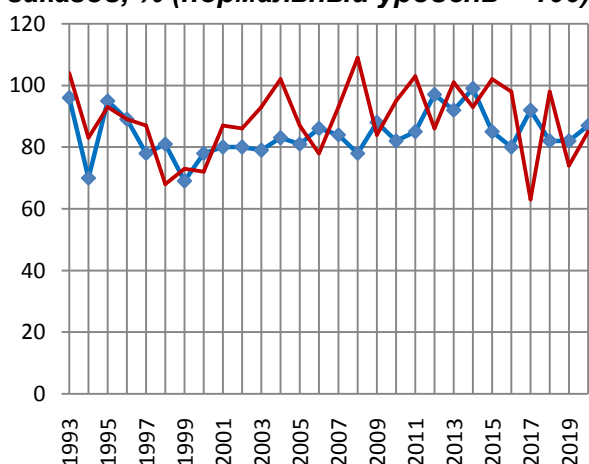
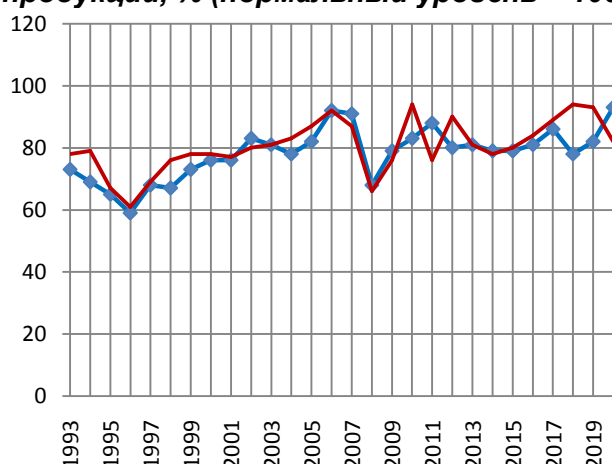


График 12. Уровень запасов готовой продукции, % (нормальный уровень = 100)



—◆— Предприятия с устойчивым составом торговых партнёров
—◆— Предприятия с изменчивым составом торговых партнёров

6. Загрузка мощностей и рабочей силы у предприятий двух групп

До 2009 г. загрузка производственных мощностей у предприятий двух групп практически не различалась. Однако начиная с 2010 г. преимущество было на стороне тех, кто активнее менял торговых партнёров: 82% против 78% в противоположной группе (График 13). Исключение составили 2014 и 2020 гг.

Похожая картина наблюдается и в отношении загрузки рабочей силы. У тех, кто активно менял партнёров, она, начиная с 2010 г., была на 3 проц. пункта выше: 91% против 88% (График 14).

7. Инвестиционная активность предприятий двух групп

Те показатели, которые мы рассматривали выше, свидетельствовали о том, что ситуация у двух групп предприятий была во многом схожей. Тем не менее, небольшое преимущество в последнее десятилетие наблюдалось у тех, кто активнее менял торговых партнёров (у них чуть выше загрузка мощностей и рабочей силы, до последнего времени был выше объём заказов). А вот в отношении инвестиций поведение предприятий двух групп оказалось различным. Доля предприятий-инвесторов среди тех, у кого был более устойчивый состав торговых партнёров, была ниже (График 15). В целом, за весь рассматриваемый период с 1993 г.¹ 54% против 59%. Если же обратить внимание на более поздний период с 2005 г., когда это различие стало нарастать, то разница увеличилась до 10

¹ Инвестиционная активность измеряется в опросах РЭБ с 1993 г.

процентных пунктов: 59% против 69%. Удивительным является и тот факт, что максимальная разница была зафиксирована в один из самых сложных периодов для отечественной промышленности – с 2013 по 2015 г. Два негативных фактора наложились в это время: (1) существенное торможение темпов экономического роста, которое мы наблюдали в 2013-2014 гг., и начало санкционной политики в 2014-2015 гг., которая в ещё большей степени усугубила неблагоприятную ситуацию. В эти три года занимались закупками оборудования 54% предприятий с устойчивым составом торговых партнёров и 78% в противоположной группе. Затем ситуация в обеих группах стала выравниваться.

График 13. Загрузка производственных мощностей, % (нормальный уровень = 100)

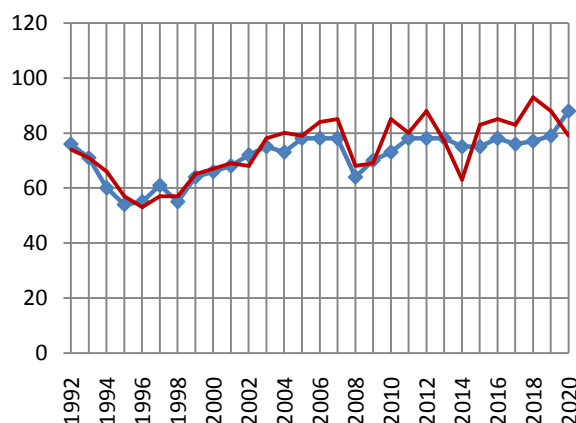
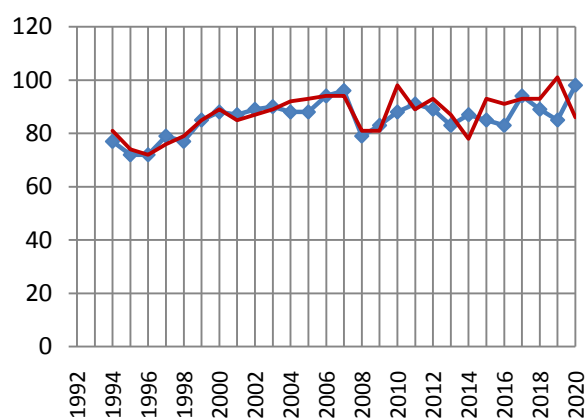


График 14. Загрузка рабочей силы, % (нормальный уровень = 100)



— Предприятия с устойчивым составом торговых партнёров
— Предприятия с изменчивым составом торговых партнёров

График 15. Доля предприятий, которые не осуществляли закупок оборудования, %



— Предприятия с устойчивым составом торговых партнёров
— Предприятия с изменчивым составом торговых партнёров

Конечно, три года (2013-2014) не являются свидетельством того, что предприятия с изменчивым составом партнёров склонны активно инвестировать в кризисных обстоятельствах. Скорее можно говорить, что с 1996 г. их инвестиционная активность нарастала быстрее, чем в противоположной группе. Начав с относительно худших условий, всего с 28% предприятий-инвесторов, к 2014 г. таковых в этой группе стало уже 85%. Последующий период сломал эту благоприятную тенденцию.

Среди компаний с более устойчивым составом партнёров тоже наблюдалась тенденция к увеличению инвестиционной активности. Минимальное число предприятий-инвесторов также пришлось на 1996 г. и составило 36%. Максимум этого показателя был зафиксирован в 2020 г. – 78%. Но темпы наращивания инвестиционной активности с 2006 г. в этой группе практически остановились.

Справедливости ради заметим, что независимо от «истории вопроса», показатели 2020 г. по инвестиционной активности производителей оказались одними из самых лучших за всё время наблюдений.

8. Взаимодействие с банками предприятий двух групп

Как и в случае с инвестициями, отношения с банками у предприятий со стабильным и изменчивым составом торговых партнёров тоже складывались по-разному. Те, кто активнее менял торговых партнёров, активнее пользовался банковским кредитом. Число кредитующих банков в этой группе предприятий было выше. Разрыв стал особенно заметен после 2013 г., когда в группе предприятий со стабильным составом партнёров число банков-кредиторов опускалось ниже 1, а во второй группе составляло 1-2 банка (График 16).

Однако есть признаки, что период относительно существенной опоры на банковский сектор предприятий с изменчивым составом партнёров подошёл к концу. Доля предприятий, которые не планируют брать кредит в течение трёх месяцев, в этой группе длительное время, с 1998 по 2015 г., была ниже, чем в противоположной: 18% предприятий против 31%. Однако с 2016 г. наблюдается довольно смешанная картина. Этот показатель в группе предприятий с изменчивым составом партнёров не только стал «обгонять» противоположную группу, но и вернулся к своим прежним антирекордам 1996 г. Это значительный откат назад. Сглаживает ситуацию, только тот факт, что доля этой группы за это время существенно сократилась (График 17).

Надо сказать, что отдаление предприятий с изменчивым составом партнёров от кредитного рынка частично скажется негативно и на самом банковском секторе. Как показывают наши данные, эти производители практически весь период наблюдений выплачивали банкам повышенную процентную ставку (График 18), примерно, на 1 процентный пункт выше, чем группа с устойчивым составом партнёров.

График 16.
Число банков, кредитующих предприятие за полгода

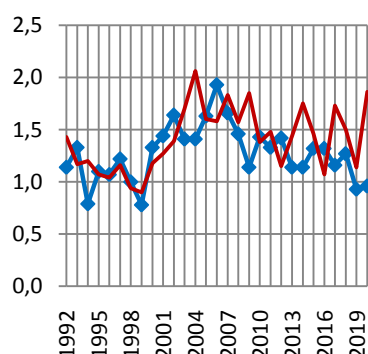


График 17.
Доля предприятий, которые не планируют брать кредит в течение трёх месяцев, %

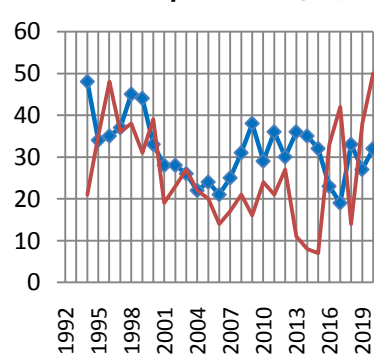
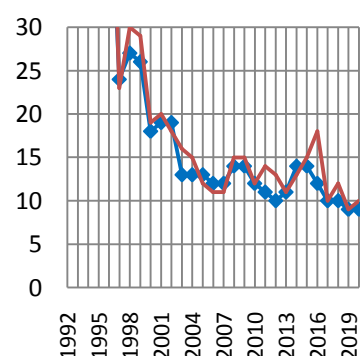


График 18.
Годовая ставка кредита, %



—◆— Предприятия с устойчивым составом торговых партнёров
— Предприятия с изменчивым составом торговых партнёров

9. Финансовое положение предприятий двух групп

Сама по себе смена или, наоборот, сохранение прежних торговых партнёров не могут быть целью деятельности предприятий. Ориентиром является прибыль. А в отношении партнёров компаниям необходимо искать для себя оптимальных контрагентов, которые обеспечат стабильный сбыт, устойчивые поставки, приемлемые цены и другие условия.

Косвенно такая ориентация производителей проявляется в том, что значительного преимущества в финансовом благополучии на всём периоде наблюдений с 1993 г.¹ ни у одной из групп не наблюдалось (График 19). К финансово благополучным производителям мы относим тех, кто оценивал своё финансовое положение как хорошее или нормальное. Чуть больший масштаб колебания показателя в группе с изменчивым составом партнёров, скорее, связан с тем, что эта группа со временем редела, становилась всё малочисленнее и из-за этого колебания отличались большей амплитудой.

График 19. Доля финансово благополучных предприятий у предприятий двух групп, %



В среднем доля финансово благополучных производителей за весь период наблюдений составила около 60% в обеих группах с явно выраженной тенденцией к повышению: в ранние 90-е годы она составляла менее четверти производителей, а ближе к 2020 г. – уже около 90%. Локальные минимумы приходились на 1996 и 2008 гг. Если говорить про последний период времени, то небольшое преимущество среди тех, кто активнее менял торговых партнёров, наблюдается примерно с 2010 г., но составляет оно всего 2 процентных пункта: 79% против 77%.

10. Выводы

1. Процесс обновления торговых партнёров за почти 30 лет наблюдений постепенно замедлялся. Признаков полной стабилизации процесса пока не наблюдается.

2. Возможности оптимизации хозяйственной деятельности компаний за счёт обновления торговых партнёров в значительной мере исчерпаны.

3. Тем не менее, в кризисные периоды наблюдается повышенная активность в отношении обновления партнёров. Но она быстро затухает даже при сохранении негативного фона общей экономической конъюнктуры.

4. Как и следовало ожидать, обновление состава покупателей является более сложной задачей для производителей, чем обновление поставщиков. Риск постепенного сокращения покупателей в условиях невозможности восполнить выбывших новыми, по нашим данным, не только существует, но и реализуется. Особенно это заметно в группе предприятий с устойчивым составом партнёров.

5. Многие показатели производственной деятельности компаний с устойчивым и изменчивым составом торговых партнёров существенно не различаются или различаются мало с небольшим преимуществом компаний с изменчивым составом партнёров. В

¹ Финансовое положение измеряется в опросах РЭБ с 1993 г.

частности, к таким показателям относятся запасы готовой продукции, портфель заказов, загрузка мощностей и рабочей силы, финансовое положение предприятий.

6. Существенно различалось поведение двух групп в отношении инвестиций и кредитов. Производители с изменчивым составом партнёров более активно инвестировали и более активно пользовались банковским кредитом. Эти довольно устойчивые различия начали стираться только в последние 2-3 года.

7. Полученные данные отчасти свидетельствуют, что не только кризисы сами по себе существенно отбрасывают производителей с позитивных трендов назад, возвращая их в менее благоприятные позиции. С краткосрочными «неприятностями» предприятия, так или иначе, научились справляться, у них есть кое-какой запас прочности. Большую угрозу представляют длительные периоды низкой конъюнктуры, которые постепенно истощают силы производителей. «Сцепка» нескольких подряд неблагоприятных периодов, длительное отсутствие «передышек» в виде более благоприятной конъюнктуры, независимо от причин каждого отдельного кризиса, пагубно действуют на предприятия. Невозможность удерживать прежних покупателей, сложности с поиском новых могут привести к спаду, который будет «раскручивать» сам себя. Пока потенциальная угроза проявилась только в диффузных индексах числа покупателей за полгода. С 2008 г. то в одной, то в другой группе наблюдается снижение показателя ниже уровня 50%-ной отметки. Фактически эти индексы опускаются до уровней 1998-1999 гг. Пока такое положение дел существенно не отразилось на финансовом положении или инвестиционной активности предприятий, но риски сохраняются и в какой-то мере нарастают.