

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ УКРЕПИЛАСЬ НА ФОНЕ НЕПРОСТОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

МОСКВА, 20 мая 2022 года. В непростых социально-экономических условиях взаимная поддержка, соблюдение принципов делового партнерства и норм деловой этики приобретают особое значение. 81% российских предпринимателей в течение последнего месяца реализовали меры для поддержки своих партнеров, такие как предоставление скидок и отсрочек по платежам, индивидуальный подход к обслуживанию. Об этом свидетельствуют результаты исследования мнений предпринимателей в рамках Оперативного социально-экономического мониторинга Аналитического центра НАФИ¹. Данные были собраны с помощью В2В-панели [«Голос бизнеса»](#).

Абсолютное большинство представителей бизнеса – 81% – предпринимали те или иные меры для того, чтобы поддержать партнеров. В ТОП-3 самых популярных действий, направленных на поддержку компаний-контрагентов, вошли:

- предоставление скидок (38%)
- предоставление индивидуального подхода к обслуживанию (29%)
- предоставление отсрочек по платежам (26%).

Среди других мер были разработка новых программ лояльности и продуктов с учетом измененного спроса, информационная или образовательная поддержка и безвозмездное сотрудничество.

Широта спектра действий и предпочитаемые меры взаимной поддержки различаются у представителей разных сегментов бизнеса и отраслей. Так, представители среднего бизнеса чаще предоставляли партнерам отсрочки по платежам (37%), разрабатывали новые программы лояльности или новые продукты с учетом изменившегося спроса (32% и 31% соответственно). Предприниматели сегмента малого бизнеса реже давали отсрочки, зато чаще сотрудничали безвозмездно (17%), а микробизнеса – чаще проявляли гибкость и предоставляли индивидуальный подход к обслуживанию (37%).

«Лидером» по поддержке партнеров является транспортная отрасль – 51% ее представителей отметили, что предоставляли своим контрагентам скидки, 33%

¹ Всероссийский опрос предпринимателей проведен Аналитическим центром НАФИ в апреле 2022 г. Опрошены 500 представителей малого и среднего бизнеса всех основных отраслей экономики во всех федеральных округах РФ. В качестве респондентов выступали собственники бизнеса, первые лица компаний и индивидуальные предприниматели.

разрабатывали новые продукты с учетом измененного спроса, 27% сотрудничали безвозмездно.

Молодые предприниматели до 30 лет чаще разрабатывали новые программы лояльности (29%) и сотрудничали безвозмездно, в то время как более половины представителей бизнеса в возрасте 41-50 лет (55%) предоставляли партнерам скидки. Также предоставлять скидки, разрабатывать новые программы лояльности или новые продукты более склонны женщины-предприниматели (42%, 25% и 24% против 33%, 16% и 17% соответственно среди предпринимателей-мужчин).

По данным более ранних исследований Аналитического центра НАФИ, несоблюдение принципов делового партнерства и отказ от взаимных уступок со стороны арендодателей в период пандемии стали одной из причин ухудшения финансового положения компаний, которые брали помещения в аренду². Согласно исследованию, посвященному оценке уровня лояльности российских компаний к подрядчикам и поставщикам B2B-услуг, наибольшего доверия и лояльности со стороны B2B-клиентов заслуживают банки для юридических лиц, лизинговые компании и поставщики офисной канцелярии и расходных материалов³.

Ирина Гильдебрандт, директор направления социально-экономических исследований Аналитического центра НАФИ:

«Сохранение устойчивых отношений с деловыми партнерами – один из ключевых вызовов для бизнеса в условиях экономической турбулентности. По нашим оценкам, способность компаний оперативно внедрять новые подходы к выстраиванию взаимовыгодных отношений с учетом специфики положения партнеров, проявлять лояльность, гибкость и поддержку, является важнейшим нематериальным активом не только для выживания бизнеса в текущих условиях, но и для укрепления деловой репутации в будущем».

² Подробнее: Взаимоотношения арендаторов и арендодателей: поиск компромисса. Спецпроект «Российский бизнес и коронавирус», часть 3, апрель 2020 года <https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/vzaimootnosheniya-arendatorov-i-arendodateley-poisk-kompromissa/>

³ Подробнее: Культура делового партнерства: НАФИ представляет масштабное исследование лояльности в сегменте B2B, 28 июня 2021 года <https://nafi.ru/analytics/kultura-delovogo-partnerstva-nafi-predstavlyaet-masshtabnoe-issledovanie-loyalnosti-v-segmente-b2b/>

Методология:

Всероссийский опрос предпринимателей проведен Аналитическим центром НАФИ в апреле 2022 г. Опрошены 500 представителей малого и среднего бизнеса всех основных отраслей экономики во всех федеральных округах РФ. В качестве респондентов выступали собственники бизнеса, первые лица компаний и индивидуальные предприниматели.

Аналитический центр НАФИ – исследовательские решения для бизнеса

НАФИ — многопрофильный аналитический центр, на рынке уже более 15 лет. Мы проводим исследования рынков и общественного мнения для коммерческих компаний и государственных структур. Данные НАФИ регулярно используются государственными органами, всероссийскими общественными организациями, коммерческими компаниями и федеральными СМИ. На основе наших данных принимаются стратегические решения, направленные на повышение качества продуктов и услуг, оптимизацию издержек, привлечение клиентов и повышение их лояльности. Мы предлагаем конкретные продукты и решения для широкого спектра задач. Наша экспертиза охватывает сферы финансов, высоких технологий, предпринимательства, социальную сферу, здравоохранение, HR и рынок труда, недвижимость, туризм.

Контакты для СМИ:

Владимир Гриценко

gritsenko@nafi.ru

+7(985)000-9754

Таблица 1. «Какие из следующих действий Вы предпринимали для поддержки своих контрагентов в течение последнего месяца?», в % от всех опрошенных

	Апрель 2022
Предоставляли скидки	38
Предоставляли индивидуальный подход к обслуживанию	29
Предоставляли отсрочки по платежам	26
Разрабатывали новые программы лояльности	21

Разрабатывали новые продукты с учетом измененного спроса	20
Осуществляли информационную или образовательную поддержку	16
Безвозмездно сотрудничали	14
Никаких действий по поддержке не предпринимали	17
Затрудняюсь ответить	2

Источник: НАФИ

Оставайтесь в курсе! Интересная аналитика у вас в почте. Подписывайтесь на <https://nafi.ru/>