

Факты. Комментарии. Заметки

© 2022 г.

А.Ю. ЧЕПУРЕНКО

РОССИЙСКИЙ МАЛЫЙ БИЗНЕС В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 2022 г.: МЕЖДУ СЦИЛЛОЙ И ХАРИБДОЙ

ЧЕПУРЕНКО Александр Юльевич – доктор экономических наук, профессор, научный руководитель Департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; главный научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия (chepurenko@mail.ru).

Аннотация. В статье на материалах третьей и четвертой волн лонгитюда малого бизнеса Института «Фонд Общественное мнение» (февраль и май 2022 г.) проанализированы стратегии поведения субъектов малого предпринимательства в условиях постепенного ослабления пандемии COVID-19 и реагирования на шоковые изменения в экономике в связи с известными событиями. Сделаны следующие выводы: во-первых, резкого ухудшения самочувствия между февралем и маем 2022 г. не произошло; во-вторых, оценка общеэкономической ситуации со стороны субъектов малого предпринимательства не стала (пока) более негативной; в-третьих, малый бизнес начал адаптацию к происходящим изменениям; в-четвертых, треть респондентов не знают о мерах государственной поддержки, более трети не считает, что она будет эффективна для их бизнеса.

Ключевые слова: малое предпринимательство • стратегии • пандемия COVID-19 • санкции • Россия • лонгитюд

DOI:

После двух лет серьезных проблем, вызванных внешними ограничениями, связанными с пандемией COVID-19, российское малое предпринимательство весной 2022 г. опять оказалось в сложной ситуации, наступления которой также никто не предвидел – как и остроты тех шоковых изменений, которые в течение нескольких недель произошли в международной логистике и цепях поставок, денежном обращении, виртуальной среде и завязанных на нее бизнес-моделях.

Изменения, происходящие в контексте конфликта вокруг Украины, отчасти заставляют вспомнить уроки недавнего прошлого, но их влияние на поведение субъектов малого предпринимательства по понятным причинам пока не изучено. В этом смысле, лонгитюдное исследование Института «Фонд общественного мнения» в рамках проекта «Социология малого бизнеса» (СМБиз) создает эмпирическую базу для соответствующих наблюдений и выводов. Исследование было начато в июле 2021 г., основой для проведения опросов предпринимателей является Панель малого бизнеса (ПМБ) ФОМ. По состоянию на июль 2021 г. панель включала в себя свыше 3155 представителей малого бизнеса – лиц, ответивших, что они являются предпринимателями, давшими согласие на участие в последующих исследованиях ФОМ и заполнивших Паспорт участника панели со сведениями о предпринимателе и его бизнесе. На основе ПМБ была сделана случайная выборка

Автор благодарит ФОМ за предоставленные данные и исходный анализ базы данных по ряду аспектов рассматриваемой темы.

для рекрутинга участников лонгитюда малого бизнеса (далее – лонг-респондентов) размером 1200 чел. Из нее в июне – июле 2021 г. рекрутировано 768 лонг-респондентов, согласившихся на участие в ежеквартальных исследованиях. Первая волна была проведена в июле – августе 2021 г. ($N = 679$). Опрос проводился методом телефонного формализованного интервью или онлайн-опроса по выбору респондента.

Исходная структура панели лонгитюда такова: 76% мужчин и 24% женщин; 35% зарегистрированных как юридические лица (ООО и пр.) и 64% как индивидуальные предприниматели (ИП); 74% – микропредприятия, 8% малые и 1% средние предприятия, 16% не вошли в какую-либо группу, так как респонденты отказались отвечать на вопрос о доходе; 6% предпринимателей в возрасте от 18 до 30 лет, 48% в возрасте от 21 до 45 лет, 36% в возрасте от 46 до 60 лет и 10% старше 60 лет; 30% проживают в городах с населением более 1 млн жителей, 26% в городах с населением от 250 тыс. до 1 млн 18% в городах с населением от 50 до 250 тыс., 11% в городах с населением менее 50 тыс. и поселках городского типа, еще 15% в селах; 6% имеют среднее общее образование и ниже, 19% среднее специальное, 9% неоконченное высшее и 67% – высшее образование и выше. Примечательно, что около 40% участников панели, исходя из самооценки мотивов занятия предпринимательством, могут быть охарактеризованы как вынужденные предприниматели, т.е. занимаются бизнесом в силу отсутствия возможности для занятости по найму.

Анализ будет построен на основе третьей и четвертой волн. Третья волна лонгитюда пришлась на период зимней вспышки пандемии (январь – февраль 2022 г.), когда в России на фоне высокой заболеваемости не предпринималось жестких ограничений для работы бизнеса, четвертая волна – на май 2022 г., когда шоковое изменение внешних условий деятельности МСП уже начало осознаваться большинством населения и бизнеса как долговременное, и которое будет определять макроэкономическую и политическую ситуацию в стране длительное время. В ответах на вопросы анкеты в третьей волне под текущим кварталом понимался 1-й квартал 2022 г., в четвертой волне – 2-й квартал 2022 г., соответственно. Число участников третьей волны составило 707 чел., участников четвертой волны – 735 чел. (ряд участников лонгитюда оказываются недоступными на момент проведения соответствующей волны).

Приступая к анализу данных, мы опирались на результаты ряда экспресс-опросов малого бизнеса, проведенных в рассматриваемый период различными службами¹, а также на экспертные оценки изменений, происходящих в экономике России в контексте ситуации вокруг Украины и нарастающих санкций против российской экономики. Мы предполагали, что, во-первых, бизнес уже ощутил давление с разных сторон на сложившуюся бизнес-модель, а потому оценка респондентами финансово-экономического состояния собственного бизнеса, только успевшего адаптироваться к пандемии, серьезно ухудшится между третьей и четвертой волнами лонгитюда. Во-вторых, более негативной станет и оценка общеэкономической ситуации со стороны субъектов малого предпринимательства. В-третьих, малый бизнес начнет активные попытки адаптации к происходящим изменениям. В-четвертых, учитывая, что в период пандемии государство оказало малому бизнесу гораздо более действенную и широкую поддержку, чем это было в предшествующие периоды (см.: [Чепуренко и др., 2021]), мы ожидали, что в ответах на вопросы четвертой волны лонгитюда будет выражен достаточно четкий запрос на соответствующую политику государства и дана позитивная оценка предпринимаемым мерам.

¹ См.: Гордеев В. Больше половины бизнеса выступило за «новую экономическую модель». URL: https://www.rbc.ru/business/31/05/2022/6294fe029a7947e23cf78c9d?from=materials_on_subject; Кузнецова Е. Бизнес-тревожность достигла 87%: IFORS Research выяснила ключевые опасения предпринимателей. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2022/06/16/62a898a29a7947d93cd33c95>; Малый и средний бизнес адаптируется к новым условиям ведения деятельности. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5358003> (дата обращения: 04.08.22).

Таблица 1

Ответы на вопрос: «Какое из этих трёх слов лучше всего характеризует вашу бизнес-стратегию в прошлом квартале: выживание, сохранение или рост?»
(в % от опрошенных)

Этап	Выживание	Сохранение	Рост
3-я волна	30	54	15
4-я волна	35	55	10

Данные, полученные в ходе лонгитюда, как представляется, частично подтверждают только третью гипотезу. Прежде всего, сильных изменений в стратегиях субъектов МСП (во всяком случае, пока) не произошло (см. табл. 1).

Кроме того, практически не изменилась доля тех, кто ориентирован на сохранение бизнеса, причем она доминирует, составляя больше половины. Ожидаемо сократилась в полтора раза доля ориентирующихся на развитие. В России к началу лета 2022 г. меньше стало малых бизнесов, которые предполагали вложения в развитие бизнеса, наём персонала, увеличение предложения своей продукции и услуг; и наоборот, выросла доля тех владельцев малого бизнеса, которые будут сокращать свой вклад в макроэкономические показатели, включая и занятость.

Почему произошли такие изменения? Малый бизнес обычно ориентируется на два основных показателя при выстраивании своих стратегий – это изменение собственных финансово-экономических результатов и оценка изменений в экономической среде. Логично предположить, что второе сильно коррелирует с первым.

Таблица 2

Ответы на вопрос: «Скажите, пожалуйста, доход от вашего бизнеса в прошлом квартале был выше, ниже или примерно таким же, как в предыдущем квартале?»
(в % от опрошенных)

Этап	Выше	Ниже	Примерно такой же
3-я волна	24	44	31
4-я волна	15	33	50

В третьей волне, по сравнению с четвертой, значительно большей была группа малых предпринимателей с положительной динамикой дохода (табл. 2). Но и доля тех, у кого доход снизился, также была выше. Иначе говоря, расслоение малого бизнеса по динамике финансово-экономических результатов было более высоким, чем в четвертой волне. Зато в ходе четвертой волны значительно выросла, достигнув половины, доля тех, кто отметили сохранение текущего уровня финансово-экономической результативности бизнеса. Этот результат совпадает с динамикой оценки условий для ведения хозяйственной деятельности как не изменившихся (см. табл. 3).

Таблица 3

Ответы на вопрос: «В прошлом квартале условия для ведения вашего бизнеса улучшились, ухудшились, не изменились?»
(в % от опрошенных)

Этап	Улучшились	Ухудшились	Не изменились
3-я волна	8	62	30
4-я волна	8	41	51

На фоне снижения расслоения малого бизнеса по динамике доходов не удивляет то обстоятельство, что доля пессимистов между третьей и четвертой волнами резко сократилась – с 62 до 41%, и столь же заметно – с 30 до 51% – выросла доля тех, кто расценивает внешние условия как не изменившиеся. Это при том, что в марте – апреле 2022 г. стремительно обрушились технологические цепочки, резко затрудилась логистика,

с трудом стали проходить платежи между Россией и зарубежными поставщиками. Возможно, отчасти такие результаты объясняются тем, что в целом этого-текущего дохода оказалось достаточно для покрытия прямых расходов, т.е. для сохранения бизнеса. Так, в третьей волне соотношение тех, кто считает, что в прошлом квартале доход оказался достаточным или недостаточным для покрытия прямых расходов вашего бизнеса, составляло соответственно 71 и 27%, а в четвертой – 66 и 32%.

Важную роль играют также ожидания малых предпринимателей. Несмотря на ситуацию, связанную с разрывами хозяйственных связей, ожидания респондентов в мае 2022 г. оказались лучше, чем в феврале (табл. 4). Возможно, и это также объясняет отсутствие катастрофизма в оценках респондентов.

Таблица 4

Ответы на вопрос: «Как вы думаете, текущий квартал для вашего бизнеса будет лучше, хуже или примерно таким же, как прошлый квартал?»
(в % от опрошенных)

Период	Лучше	Хуже	Примерно таким же как прошлый квартал
3-я волна	21	41	33
4-я волна	30	36	28

Пандемию в литературе некоторые рассматривают как поле новых возможностей для малого бизнеса [Beliaeva et al., 2020; Davidsson et al., 2020; Eggers, 2020; Scheidgen et al., 2021]. В ситуации шоковых изменений внешнеэкономических условий после 24 февраля 2022 г. серьезных сдвигов-диверсификации направлений-направлений деятельности пока не фиксируется. По-прежнему менее 1/5 малых предпринимателей начали под влиянием шоковых изменений во внешней среде срочно диверсифицировать направления своей деятельности (16% в третьей и 18% ответивших в четвертой волне сообщили, что в прошлом квартале в их бизнесе появились новые виды деятельности, соответственно, 84 и 82% ответили на этот вопрос отрицательно). Вероятно, должны сложиться новые правила игры, а также появиться ресурсы для реализации такой стратегии – в частности, заемные средства. Здесь значимых изменений не произошло. Доля респондентов, привлекавших внешнее финансирование, незначительно сократилась; по-прежнему порядка трех четвертей малых предпринимателей не пользуются заемными средствами (72% в третьей и 76% в четвертой волнах). Соответственно, у большинства из них просто нет ресурсов для сколько-нибудь быстрой перестройки и подключения к новым направлениям деятельности. Кроме того, очевидно, определенную роль играет и то, что в составе участников панели довольно высока доля вынужденных предпринимателей, которые довольно устойчивы к негативным изменениям, но не склонны к изменению или расширению сферы деятельности за пределы давно и сравнительно хорошо ими освоенных.

Отчасти склонность к быстрым изменениям может быть связана с состоянием рынков, и прежде всего с динамикой спроса.

Таблица 5

Ответы на вопрос: «Спрос на продукцию, услуги вашего бизнеса в прошлом квартале вырос, снизился или не изменился?»
(в % от опрошенных)

Этап	Вырос	Снизился	Не изменился
3-я волна	21	48	30
4-я волна	16	36	46

Кажется, что ситуация (пока?) не требует быстрых решений по изменению профиля деятельности бизнеса респондентов, поскольку спрос вырос или не изменился примерно у 60% респондентов как в третьей, так и в четвертой волне лонгитюда (табл. 5). При этом не произошло никаких изменений в составе основных клиентов малого бизнеса (табл. 6).

Таблица 6

Ответы на вопрос: «На кого преимущественно ориентировано ваше предприятие, кто ваши потребители – физические лица, бизнес или государственные организации?»*
(в % от опрошенных)

Этап	Физические лица	Бизнес	Государственные организации
3-я волна	62	59	25
4-я волна	63	59	27

Примечание. *Предполагалось любое число ответов.

Физические лица составляют значимую группу клиентов, но почти не уступают им по значимости бизнес-организации, т.е. бизнес части респондентов плотно встроены в цепочки создания стоимости более крупного бизнеса, а примерно четверть имеет также значимые связи с государственными организациями (через систему госзаказа, госзакупок, прямые договоры и т.п.). Таким образом, неверно было бы полагать, что основные проблемы – и возможные решения – связаны с платёжеспособным спросом населения; финансово-экономическое состояние и уровень спроса со стороны крупного бизнеса и государственных структур значимы для самочувствия малого бизнеса.

Особый интерес представляют ответы респондентов на вопросы четвертой волны, связанные с оценкой влияния санкций на состояние их бизнеса, а также с оценкой мер, принимаемых государством для смягчения шоков. В целом санкции оказали то или иное воздействие на бизнес 73% респондентов, не оказали – 25% (2% затруднились оценить влияние санкций). В то же время, влияние это было разным. Отвечая на вопрос о зависимости их бизнеса от поставок материалов, сырья, товаров, технологий из стран, которые ввели санкции против России, 34% ответили, что не зависит, 13% – что зависит, но есть возможность полностью перейти на российские либо иные доступные аналоги; 29% – что зависит, но есть возможность лишь частично перейти на российские либо иные доступные аналоги, а 20% – что зависит и нет возможности такого перехода, еще 4% ушли от ответа. Таким образом, для одной пятой опрошенных ситуация означает необходимость либо закрываться, либо перепрофилироваться на другие виды деятельности, не столь критично зависящие от поставок материалов, сырья, товаров, технологий из стран, которые ввели санкции против России; еще почти треть находятся в состоянии поиска частичного замещения российскими, либо альтернативными поставками с зарубежных рынков (видимо, включая и параллельный импорт).

Чуть менее половины респондентов не испытывают в этой ситуации экзистенциальной угрозы для бизнеса. Однако 26% ответили, что не исключают в ближайшее время возможности закрытия своего бизнеса. Это – важные результаты, свидетельствующие о том, что баланс между устойчивостью и хрупкостью [Ослон и др., 2022] весьма подвижен.

Сколько-нибудь положительных последствия от введения санкций – перестройки структуры экономики, открытия новых ниш для бизнеса и т.п. – ожидает 32% респондентов, тогда как более половины (53%) не предполагают положительных последствий от санкций для своего бизнеса. Тем не менее в его организации почти две трети респондентов (64%) ожидают изменений, тогда как 36% считают, что смогут вести бизнес точно так же, как раньше.

В новой ситуации, по-видимому, помощь государства могла бы позволить быстрее справиться с внешними шоками. Между тем, более чем трети респондентов (35%) вообще не известно о соответствующих мерах, принимаемых государством. Видимо, они просто не интересуются этим вопросом – ведь меры по поддержке широко освещаются на специальных порталах для малого бизнеса и обсуждаются в социальных сетях. При этом 36% предпринимателей считают, что предпринятые государством меры будут бесполезны для их бизнеса, а лишь 18% – что они будут полезны. При этом доля затруднившихся

с ответом высока – 46%. Обращаться за какими-либо мерами поддержки собираются в ближайшее время всего 13%, ещё 43% делать это не собираются. И опять – 44% затруднились определить свою позицию по данному вопросу. Возможно, респонденты либо не вдумываются в предлагаемые меры поддержки, либо предложенные меры не адресованы их бизнесу, либо не доверяют государству, либо не хотят разговаривать на эту тему.

Итак, первичный анализ данных изменений в поведении и настроениях субъектов малого предпринимательства на основе данных третьей и четвертой волн лонгитюда ФОМ позволяет заключить, что резкого обвала в секторе – во всяком случае, на конец весны 2022 г. – не произошло. Не видно обвальных негативных изменений в оценке как изменения состояния собственного бизнеса, так и динамики общих экономических условий. Это может означать как то, что эффект закрытия российской экономики и разрыва технологических цепочек пока купируется накопленными запасами и заказами, так и то, что на самом деле ситуация и до этого была отнюдь не благополучной.

Два очевидных эффекта нового «черного лебедя» – снижение разрыва между успешными и неуспешными, или перемещение значительной части участвующих в лонгитюде владельцев малых бизнесов в группу стремящихся сохранить прежние позиции, а также то обстоятельство, что не менее 20% малого бизнеса критически затронуто санкционными мерами и две трети респондентов в ближайшем будущем будут вынуждены менять что-то в организации собственного бизнеса. В этом смысле, санкции против российской экономики становятся мифистопфелевской силой, что «вечно хочет зла, и вечно совершает благо».

Настораживает пессимизм в отношении эффективности государственной поддержки малого предпринимательства. Судя по всему, либо реализуемые меры не воспринимаются как действительно полезные, либо даже кратное увеличение бенефициаров разных форм государственной поддержки в период пандемии (см.: [Чепуренко и др., 2021]) не смогло растопить лед недоверия между малым бизнесом и государством.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на изучение факторов личного характера, а также характеристик самого бизнеса, которые могут влиять на адаптационные возможности и стратегии малых предпринимателей, – таких как различная мотивация к ведению бизнеса, особенности человеческого и социального капитала предпринимателя, структура клиентов, вид деятельности, численность занятых и др. Предварительные расчеты данных волн лонгитюда показывают, во всяком случае, что факторы гендерной принадлежности владельца бизнеса и возраста самого бизнеса (нарождающийся бизнес, молодой бизнес, устойчивый бизнес) никакой роли в выборе стратегии адаптации российского малого бизнеса к внешним шокам не играют. По-видимому, нужен дополнительно анализ влияния так называемых переменных восприятия (самооценка способностей и возможностей к ведению бизнеса, оценка нынешнего положения в экономике, ожидания в отношении изменений) – возможно, с использованием смешанных техник анализа, т.е. дополнения данных лонгитюда материалами фокус-групп с предпринимателями – лидерами мнения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Ослон А.А., Никифорова Е.А. и др. На пути к антихрупкости. Как компании переживают коронавирус. М.: инФОМ, 2022. [Oslon A.A., Nikiforova E.A. et al. (2022) *On the way to antifragility. How Companies Are Coping with the Coronavirus*. Moscow: inFOM. (In Russ.)]
- Чепуренко А.Ю., Галицкий Е.Б. и др. Государственная политика в отношении малого предпринимательства в период пандемии в оценках бенефициаров // Вопросы государственного и муниципального управления. 2021. № 4. С. 66-89. [Чепуренко А.Ю., Галицкий Е.Б. et al. (2021) *Government policy on small business during the pandemic in beneficiary assessments. Voprosy gosudarstvennogo i municipalnogo upravleniya* [Public Administration Issues]. No. 4: 66-89. (In Russ.)]
- Белиаева Т., Широкова Г. et al. (2020) Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 16: 165-194.

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

- Davidsson, P., Recker, J., von Briel, F. (2020) External enablement of new venture creation: A framework. *Academy of Management Perspectives*. 34(3): 311-332.
- Eggers F. (2020) Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*. 116: 199-208.
- Scheidgen K., Gümüşay A.A. et al. (2021) Crises and entrepreneurial opportunities: Digital social innovation in response to physical distancing. *Journal of Business Venturing Insights*. 15: e00222.

Статья поступила: 28.06.22. Принята к публикации: 19.08.22.

RUSSIAN SMALL BUSINESS IN THE FIRST HALF OF 2022: BETWEEN SCYLLA AND CHARYBDIS

CHEPURENKO A. Yu.

National Research University "Higher School of Economics", Russia; Institute of Sociology of FCTAS RAS, Russia

Alexander Yu. CHEPURENKO, Dr. Sci. (Econ.), Prof., National Research University "Higher School of Economics", Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia (achepurenko@hse.ru).

Abstract. The article analyzes on the basis of two waves of the small business longitudinal study of the Institute "Public Opinion Fund" (February and May 2022) the strategies of behavior of small businesses in the context of the gradual lowering of the effects of the pandemic and the sudden shock changes in the economy which began after the beginning of sanctions undertaken by a number of countries in connection with certain circumstances. The main conclusions: first, there was no sharp deterioration in well-being between February and May 2022; secondly, the assessment of the general economic situation on the part of small businesses has not become (yet) more negative; third, small businesses have begun to adapt to the changes that are taking place; fourth, almost half of the respondents do not think about the support measures proposed by the state (because they do not believe in the possibility of receiving assistance, or in its effectiveness, or simply do not trust the state and do not want to talk about this topic).

Keywords: small entrepreneurship, strategies, pandemic, sanctions, Russia, longitudinal survey.

Received: 28.06.22. Accepted: 19.08.22.

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)

Отформатировано: английский (США)