

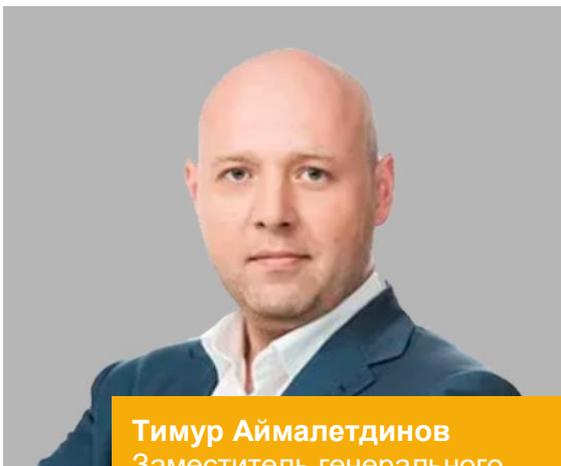
БИЗНЕС В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

Результаты Социально-экономического мониторинга НАФИ
в 1 полугодии 2022 года



Москва, 2022

Положение российского бизнеса в первом полугодии 2022 года



Тимур Аймалетдинов
Заместитель генерального
директора Аналитического
центра НАФИ

Малый и средний бизнес в России имеет относительно небольшую историю, за которую многие предприниматели не единожды преодолевали серьезные финансово-экономические сложности. Глобальные события, влияющие на экономическую конъюнктуру, сказываются не только на финансовых показателях предприятий, но и на мотивации людей продолжать предпринимательскую деятельность. При этом роль малого и среднего бизнеса нельзя недооценивать – предприятия этого сегмента часто проявляют бóльшую гибкость и способность адаптироваться к меняющимся обстоятельствам, чем крупный бизнес: при благоприятных условиях на них активно создаются рабочие места, разрабатываются новые продукты, которые затем выводятся на международные рынки.

Начало 2022 года российский бизнес встретил в ситуации восстановления после ограничений, связанных с распространением коронавируса. В январе – начале февраля доля предпринимателей, которые положительно оценивали свое текущее финансовое положение, превысила долю тех, кто давал отрицательные оценки (36% против 22% соответственно). Однако с начала марта резкие изменения социально-экономической ситуации спровоцировали

беспрецедентный уровень неопределенности. Оценки бизнеса относительно перспектив развития стали негативными. В большинстве компаний появились антикризисные стратегии, и бизнес, наряду с запросом на меры государственной поддержки, стал оперативно принимать шаги по сокращению издержек. Чаще всего в марте российские предприниматели переводили сотрудников на удаленный режим работы, отказывались от аренды офиса, рекламных и маркетинговых расходов, а также оптимизировали фонд оплаты труда за счет сокращения штата, отмены премий и систем мотивации сотрудников.

В апреле – мае большинство предпринимателей смогли адаптироваться к новым условиям работы.

Исследование показало, что предприниматели верят в ренессанс экономической стабильности в ближайший год-два. Подобный взгляд на ситуацию свидетельствует о готовности российского бизнеса продолжать работу, и важная задача государства сегодня – поддержать этот оптимизм.

В данном отчете представлены результаты социально-экономического мониторинга НАФИ среди российских предпринимателей.

Исследования проводились с января по май 2022 года посредством опросов представителей микро, 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.

В рамках каждой волны мониторинга опрашивались 500 человек, в том числе с помощью B2B-панели НАФИ «Голос бизнеса».

Партнерами социально-экономического мониторинга НАФИ стали Ассоциация институтов развития предпринимательства, Национальное Рейтинговое Агентство и компания «Киберпротект».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Оценка делового климата субъектами малого и среднего бизнеса	4
Реакция на экономические изменения в марте.....	4
Динамика делового климата в апреле-мае	5
Индекс делового климата NBCI	7
2. Адаптация бизнеса к новым условиям	9
Меры для снижения издержек.....	9
Оптимизация расходов на аренду	10
Оптимизация расходов на фонд оплаты труда.....	11
Кадровая политика предпринимателей.....	12
3. Решение проблем с перебоями поставок импортных комплектующих и оборудования.....	15
4. Культура делового партнерства.....	17
5. Прогнозы российских предпринимателей.....	19
Прогнозы бизнеса в отношении объемов продаж по итогам года	19
Прогнозы бизнеса в отношении нормализации экономической ситуации.....	20

1. ОЦЕНКА ДЕЛОВОГО КЛИМАТА СУБЪЕКТАМИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Реакция на экономические изменения в марте

После ухудшения экономической ситуации в феврале-марте 2022 года предприниматели стали пессимистичнее оценивать финансовое состояние своего бизнеса: доля предпринимателей, оценивающих финансовое положение своей компании как плохое, выросла с 22% в начале года до 40% в марте. Доля тех, кто считает финансовые показатели своего предприятия скорее хорошими, сократилась, хотя и не так резко (с 36% до 25%).

«Как бы Вы оценили финансовое состояние вашего предприятия?», в % от всех опрошенных

	В начале года %	В марте %
Среднее	42	35
Скорее хорошее	36	25
Скорее плохое	22	40

Уровень оптимизма в отношении финансового положения собственных компаний зависел от их размера: средний бизнес в целом позитивно оценивал текущую финансовую ситуацию на предприятии (53%), тогда как среди владельцев и руководителей малых и микропредприятий положительные оценки встречались реже (28% и 15% соответственно).

Половина предпринимателей (51%) давали негативные прогнозы на ближайшие три месяца в отношении финансовых перспектив собственных компаний, 22% считали, что ситуация останется без изменений, а более четверти (27%) ожидали улучшений.

Более оптимистичный взгляд на ситуацию присущ руководителям и владельцам предприятий в ЦФО (38% считали, что финансовые показатели улучшатся в ближайшие три месяца), а также молодым предпринимателям в возрасте до 30 лет (40%).

Для того, чтобы поддержать компании на плаву, бизнес заявлял о необходимости государственной поддержки. Об этом говорили **67% предпринимателей, опрошенных в марте 2022 года**. Наибольший запрос был со стороны индивидуальных предпринимателей и организаций с численностью работников до 15 человек (по 77%).

В ТОП-3 ключевых запроса господдержки вошли:

- снижение страховых взносов и налоговые послабления в виде отсрочки или отмены платежей (70%),
- льготное кредитование (43%, мера наиболее востребована у среднего бизнеса – 57%),
- субсидии на аренду помещений и выплату зарплаты сотрудникам (38%, мера наиболее востребована у микробизнеса – 46%).

Среди **других востребованных мер поддержки**: бесплатное обучение для предпринимателей (24%), поддержка инновационного предпринимательства (22%, мера наиболее востребована у среднего бизнеса – 38%), выдача микрозаймов (22%, мера наиболее востребована у микробизнеса – 26%), выдача поручительств и гарантий для

обеспечения кредита (21%, мера наиболее востребована у среднего бизнеса – 32%), экспортная поддержка (18%) и консультационные услуги в центрах «Мой бизнес» (17%, наибольший запрос со стороны микробизнеса – 21%).

Со стороны руководителей микропредприятий была заметна большая востребованность консультаций через центры «Мой бизнес» (21%). Представители компаний из сферы строительного бизнеса больше всего нуждались в налоговых послаблениях (83%).

«Какие из перечисленных мер поддержки могут быть полезными для вашего бизнеса в текущей ситуации?»*, % от всех опрошенных

	Все опрошенные %
Налоговые послабления – отсрочка (отмена) по уплате налогов, снижение страховых взносов	70
Льготное кредитование	43
Субсидии на зарплату	38
Субсидии на аренду	38
Бесплатное обучение для предпринимателей	24
Поддержка инновационного предпринимательства	22
Выдача микрозаймов для бизнеса	22
Выдача поручительств и гарантий для обеспечения займов, кредитов	21
Экспортная поддержка	18
Консультационные услуги в центрах «Мой бизнес»	17
Проведение мастер-классов для предпринимателей и обучение	16
Другое	5
Ни одна мера государственной поддержки не сможет оказаться полезной для моего бизнеса	4

*Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов.

Наибольшую устойчивость в марте демонстрировали предприятия, функционирующие в Москве. Среди них 57% заявили о необходимости государственной поддержки, в то время как в среднем по федеральным округам запрос был выше – со стороны 69% компаний.

Динамика делового климата в апреле-мае

В апреле шок от резких социально-экономических колебаний прошел, бизнес начал адаптироваться к работе в новых условиях. В результате за месяц **доля предпринимателей, оценивающих финансовое положение своего бизнеса как хорошее, заметно увеличилась – с 25% до 34%**, а доля тех, кто оценивал его как плохое, сократилась почти вдвое (с 40% до 23%). Доля представителей бизнеса, называющих финансовое положение своих предприятий средним, возросла с 35% до 43% по сравнению с первой волной измерений.

Гузелия Имаева, генеральный директор Аналитического центра НАФИ:



«Умение проявлять гибкость и адаптироваться к меняющимся условиям – неотъемлемая характеристика жизнеспособного бизнеса. Российские предприниматели продемонстрировали высокий уровень адаптивности, поскольку в такие короткие сроки многие сумели приспособиться к новым условиям работы, оптимизировать свои бизнес-процессы, найти баланс, пусть и временный. Свою роль здесь сыграла и государственная поддержка предпринимательства».

Наиболее позитивны в оценке финансового положения своих компаний представители среднего бизнеса (63% оценили текущее финансовое положение как хорошее), а также представители компаний, присутствующих на рынке более 10 лет (45%). Более пессимистичны в этом отношении предприниматели, чьи компании представлены на рынке менее 3 лет (44% оценили текущее финансовое положение своих предприятий как плохое), и представители микробизнеса (до 15 сотрудников; 43%).

Индекс делового климата NBCI

Аналитический центр НАФИ измерял Индекс делового климата в предпринимательской среде в феврале, марте и апреле 2022 года.

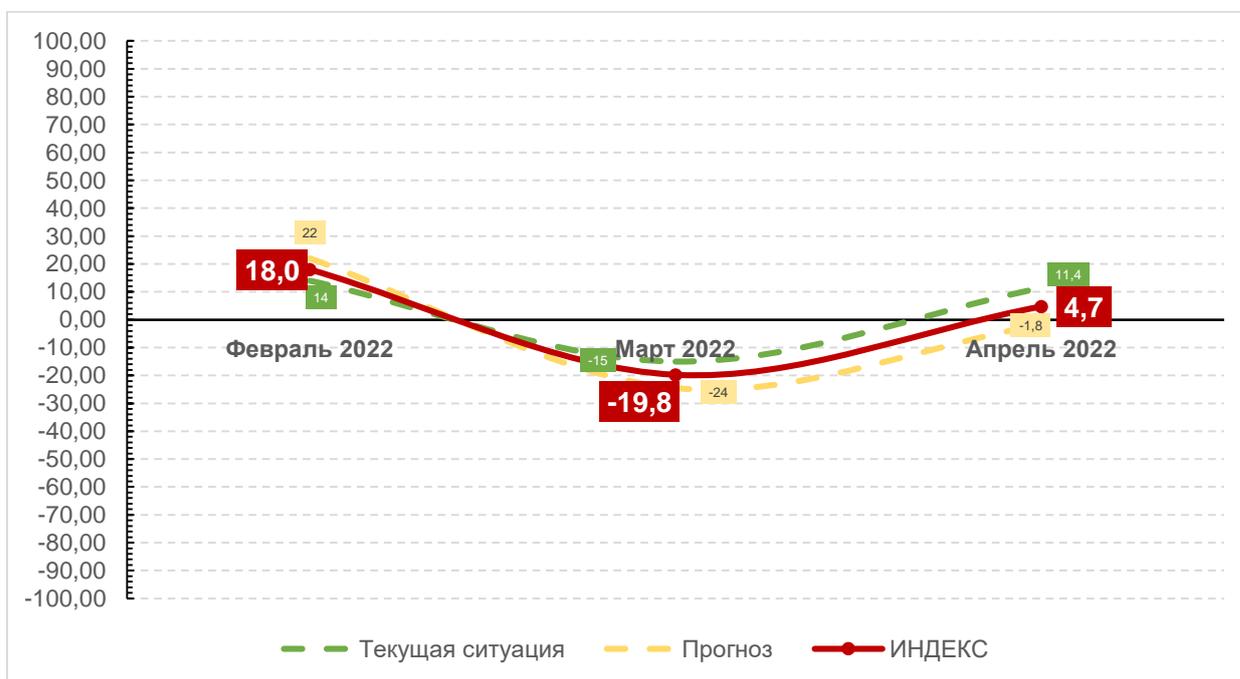
Индекс делового климата NBCI (NAFI Business Climate Index) основывается на данных опроса 500 предпринимателей сегмента МСБ. Индекс рассчитывается как среднее геометрическое значение по балансовым оценкам текущей ситуации и будущих ожиданий и может принимать значения в диапазоне от -100 до 100 пунктов.

Значение Индекса NBCI по сравнению с первой волной исследования мнений предпринимателей в рамках Оперативного социально-экономического мониторинга Аналитического центра НАФИ выросло с -19,8 (март 2022 года) до 4,7 пунктов (на начало мая).

Балансовые оценки текущей ситуации – разница между долями предпринимателей, которые выбрали варианты «Очень хорошее» и «Скорее хорошее», и долями предпринимателей, которые выбрали варианты «Очень плохое», «Скорее плохое». По сравнению с предыдущей волной измерений значение этой составляющей NBCI изменилось с -15 до 11,4 пунктов.

Балансовые оценки будущих ожиданий – разница между долями предпринимателей, которые выбрали варианты «Значительно улучшится» и «Скорее улучшится», и долями предпринимателей, которые выбрали варианты «Значительно ухудшится», «Скорее ухудшится». В сравнении с первой волной исследования значение данного показателя выросло с -24 до -1,8 пунктов.

Динамика Индекса NBCI по сравнению с предыдущей волной измерений, пункты



Позитивная динамика наблюдается и в прогнозах предпринимателей, касающихся развития ситуации в ближайшие три месяца. Доля представителей бизнеса, которые оценивают финансовые перспективы своих компаний как хорошие, выросла с 27% до 35%. Доля тех, кто полагает, что финансовое положение их предприятий в ближайшее время ухудшится, по сравнению с первой волной измерений сократилась – с 51% до 36%. Несколько увеличилась доля предпринимателей, не ожидающих изменений финансового положения в указанный период времени (с 22% до 29%).

С наибольшей уверенностью смотрят в будущее те, чьи предприятия расположены в УФО и СЗФО (52% и 49% соответственно считают, что их финансовое положение в ближайшей перспективе улучшится), а также молодые предприниматели в возрасте до 30 лет (43%).

Менее оптимистичны руководители и владельцы компаний, работающих в сфере информации и связи (51% думают, что их финансовое положение в ближайшие три месяца ухудшится), те, чьи предприятия расположены в Москве и СКФО (по 46%), и представители микробизнеса (45%).

2. АДАПТАЦИЯ БИЗНЕСА К НОВЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ

Меры для снижения издержек

К середине марта более половины российских предпринимателей – 54% – отмечали, что объемы продаж в их компаниях снизились (среди представителей микробизнеса 65% отметили снижение объемов продаж). Это привело к необходимости сокращать текущие расходы.

16% предпринимателей не заметили изменений, которые сказались бы на их бизнесе. Чаще об отсутствии перемен говорят представители среднего бизнеса (37%) и компании, работающие на рынке более 10 лет (22%).

Большинство компаний в марте – 83% – предприняли меры для сокращения издержек. Чаще об изменениях говорили представители микро- и малого бизнеса (86-87%).

В ТОП-5 самых распространенных мер вошли:

- снижение расходов на IT, рекламу или маркетинг, на это пошла каждая третья компания (37%);
- сокращение штата (23%);
- сокращение заработной платы сотрудников (16%);
- полный или частичный отказ от аренды офиса (16%);
- перевод сотрудников на удаленный формат работы (15%).

Микробизнес чаще снижал расходы на IT и маркетинг (44%, 37% в среднем по МСП), отказывался от аренды офиса (20%, 16% в среднем по МСП). Московские предприниматели также часто отказывались от аренды офиса (25%) и переводили сотрудников на удаленный формат (30%).

«Какие из следующих изменений уже произошли в вашей компании из-за текущего спада в экономике?»,
в % от всех опрошенных*

	Все опрошенные %
Сокращение расходов на IT/рекламу, маркетинг	37
Сокращение штата	23
Сокращение заработной платы сотрудников	16
Отказ от аренды офиса (в том числе, частичный)	16
Перевод сотрудников на удаленный формат работы	15
Другое	7
Никаких изменения не произошло	16
Затрудняюсь ответить	1

*Сумма ответов превышает 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Оптимизация расходов на аренду

Согласно данным оперативного мониторинга, изменения социально-экономической ситуации не повлияли на способность большинства представителей малого и среднего бизнеса платить за аренду коммерческой недвижимости, однако многие предприниматели, опасаясь возможного падения доходов, стали выбирать стратегии снижения рисков на случай возможных трудностей.

Не повлияла текущая обстановка на 78% компаний. В то же время уже к концу марта пятая часть представителей малого и среднего бизнеса (20%) допустила просрочки арендных платежей. Еще 59% опрошенных предпринимателей допускали возможность просрочек оплаты аренды в будущем.

«Текущая экономическая ситуация как-то повлияла на возможность вашего предприятия платить арендную плату?», % от тех, кто арендует помещения*

	Все опрошенные %
Повлияла негативно – у нас уже есть просрочка по платежам	20
Может повлиять в ближайшее время – пока есть возможность платить, но есть риск просрочки	59
Никак не повлияла, у нас нет проблем с внесением арендной платы	19
Затрудняюсь ответить	2

Представители бизнеса выбирали различные стратегии ведения переговоров с арендодателем для того, чтобы в случае ухудшения финансового положения компании не лишиться занимаемых площадей. Чаще всего представители бизнеса просили временно снизить арендную ставку (45%), отменить или уменьшить штрафные санкции за просрочку аренды (15%), перейти на переменную арендную ставку в проценте от выручки (12%) или полностью отменить оплату аренды на непродолжительный период (12%).

Большинство представителей МСП в самом начале марта провели такие переговоры (62%). 14% арендаторов сообщили, что арендодатели пошли им на уступки и готовы пересматривать условия аренды. Каждый пятый арендатор (21%) сообщил, что арендодатель отказался изменять условия договора.

Оптимизация расходов на фонд оплаты труда

Оптимизация фонда оплаты труда – одна из самых распространенных антикризисных мер. Две трети компаний малого и среднего бизнеса (68%) к концу марта 2022 года предприняли те или иные действия по сокращению издержек на оплату труда и мотивацию сотрудников.

Наиболее распространенными шагами стали:

- сокращение штата – 27%,
- отмена системы мотивации (соцпакет, премии, бонусы и т.п.) – 26%,
- снижение зарплаты сотрудников – 25%.

Кроме того, представители компаний говорили о переводе сотрудников на удаленный режим работы (22%), об отправке в отпуск за свой счет (16%), о переводе сотрудников на другие должности с изменением уровня зарплаты и обязанностей (12%).

Людмила Спиридонова, исполнительный директор Аналитического центра НАФИ



«Традиционно часть антикризисных мер приходится на оптимизацию расходов, связанную с человеческим капиталом компаний – многие компании идут на отмену премий, сокращение заработной платы, сокращение штата сотрудников. От самих компаний наиболее высокий запрос получен на налоговую отсрочку, льготное кредитование и субсидии на аренду и выплату зарплаты сотрудникам».

Перевод сотрудников на дистанционный режим работы чаще всего характерен для компаний в Москве (40%), где стоимость коммерческой недвижимости выше, чем в других регионах. Данная мера позволила сэкономить на аренде офиса и оплате коммунальных платежей.

«Какие из следующих изменений произошли или в ближайшее время произойдут в вашей компании в отношении сотрудников?»*, в % от всех опрошенных

	Все опрошенные %
Увольнение/сокращение сотрудников	27
Отмена системы мотивации (социальный пакет, премии, бонусы и т.п.)	26
Снижение размера заработной платы сотрудников	25
Перевод сотрудников на удаленный/дистанционный формат работы	22
Отправка сотрудников в отпуск за свой счет	16
Перевод сотрудников на другие должности с изменением их должностных обязанностей	12
Другое	2
Ничего из перечисленного	32

*Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов.

Более поздние исследования показали, что, преодолев шок от резких социально-экономических изменений, к апрелю политика российского бизнеса в отношении фонда оплаты труда и сокращения сотрудников стала меняться. Большинство (76%) представителей малого и среднего бизнеса стали заявлять, что не планируют сокращать штат в ближайшие три месяца.

Кадровая политика предпринимателей

Вторая волна оперативного мониторинга в апреле показала, что предприниматели в отношении персонала заняли выжидательную позицию: **76% не планируют снизить численность персонала в своих компаниях** (рост доли на 19 п.п. по сравнению с первой волной измерений)¹.

Тимур Аймалетдинов, заместитель генерального директора Аналитического центра НАФИ:

“К апрелю ситуация стабилизировалась, и намерение снизить численность персонала у многих представителей бизнеса ослабло или исчезло. В то же время предпринимателям важна политическая и экономическая определенность, именно этот фактор окажет решающее влияние на дальнейшую кадровую политику. Особенно чувствительны ко внешним колебаниям импортозависимые и экспортно-ориентированные предприятия и компании, предоставляющие профессиональные B2B-услуги».

Тех, кто полагает, что число сотрудников их компаний в ближайшие три месяца останется прежним, было больше среди представителей микробизнеса (67%).

Доля предпринимателей, которые планируют сокращать штат, снизилась на 16 п.п. в сравнении с предыдущей волной измерений – с 38% до 22%. Наиболее пессимистично в данном контексте настроены предприниматели, чей бизнес существует на рынке 3-5 лет (35%), а также владельцы и руководители московских компаний (32%), молодые предприниматели (младше 30 лет – 30%) и представители отрасли обрабатывающих производств (28%).

«По вашим ожиданиям, число сотрудников вашей компании в ближайшие три месяца увеличится, уменьшится или не изменится?», % от всех опрошенных

	Март 2022	Апрель 2022
Уменьшится	38	22
Не изменится	45	56
Увеличится	12	20
Затрудняюсь ответить	5	2

¹ Сумма долей по ответам «Число сотрудников не изменится» и «Число сотрудников увеличится».

Пятая часть предпринимателей (20%) планируют расширять штат. По сравнению с мартовской волной измерений доля увеличилась на 8 п.п. Наибольший оптимизм в этом плане демонстрируют представители среднего бизнеса – 29% считают, что штат их компаний увеличится в ближайшие месяцы. Роста численности сотрудников на своих предприятиях ожидают представители таких сфер деятельности, как информация и связь (24%), торговля (21%), транспорт и логистика (20%).

Результаты исследования НАФИ и Национального Рейтингового Агентства (НРА) относительно прогнозов предпринимателей в полугодовой перспективе показали, что **наиболее стабильная ситуация с кадрами ожидается в следующих отделах/департаментах:**

- финансовый отдел и бухгалтерия (68% компаний не планируют сокращать или набирать новых сотрудников),
- административно-хозяйственный блок (65% компаний не планируют менять численность персонала),
- юридическая служба (61% компаний не планируют увольнять или набирать новых юристов).

Алина Розенцвет, генеральный директор Национального Рейтингового Агентства:

“ «Относительная стабильность в кадровой политике обеспечивающих функций свидетельствует об ожиданиях восстановления объемов бизнеса в среднесрочной перспективе. При этом процессы оптимизации штата могут стать драйвером развития фриланса и аутсорсинга на российском рынке труда».

Наибольшему риску сокращения в ближайшие полгода подвержены менеджеры по продажам (17% компаний заявляют о планах по снижению численности сотрудников соответствующего департамента), секретари, курьеры и другие сотрудники отдела административно-хозяйственного обеспечения (15%), дизайнеры и HR-специалисты (по 13%).

Ряд специалистов напротив, особенно востребованы сегодня и, по мнению бизнеса, **спрос на них в ближайшее время увеличится.** К таковым относятся:

- сотрудники производственного блока (рабочие, инженеры, технологи – 18% опрошенных планируют увеличить их численность на предприятиях),
- представители маркетинговых специальностей (маркетологи, продуктологи, аналитики – 16% компаний предполагают открытие для них новых рабочих ставок),
- IT-кадры (14% компаний заявляют о готовности расширить штат IT-отдела),
- специалисты по логистике (12% компаний планируют привлекать новых сотрудников в этой сфере).

Гузелия Имаева, генеральный директор Аналитического центра НАФИ:

“ «Динамика результатов оперативного мониторинга НАФИ показывает, что бизнес, начав эти процессы в начале марта, в мае вышел на «плато», масштабных сокращений больше не ожидается. В то же время новые вызовы и риски, которые несет изменившаяся социально-экономическая конъюнктура, повышают спрос на специалистов в сфере логистики и ИТ.

Защита данных, обеспечение бесперебойности бизнес-процессов, построенных на прогрессивных ИТ-продуктах и выстраивание новых логистических цепочек связей с поставщиками и подрядчиками – приоритетные задачи для российских предпринимателей, которые невозможно решить без привлечения высококвалифицированных специалистов».

В обрабатывающей промышленности планируют прежде всего увеличить число рабочих и квалифицированных кадров на производстве (42%), а также специалистов по логистике (26%).

В строительстве предполагают сократить численность сотрудников маркетинга (21%), отдела финансов и бухгалтерии (24%) и HR (24%).

В торговле планируют увеличить число маркетологов (24%) и административно-хозяйственного персонала (11%).

В отрасли ИТ и телекоммуникаций планируют, с одной стороны, сократить число юристов (28%), сотрудников административно-хозяйственного отдела (33%), маркетологов и финансовых специалистов (по 29%), а с другой – увеличить число дизайнеров (32%) и ИТ-специалистов (47%).

3. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ С ПЕРЕБОЯМИ ПОСТАВОК ИМПОРТНЫХ КОМПЛЕКТУЮЩИХ И ОБОРУДОВАНИЯ

Почти половина российских компаний малого и среднего бизнеса (46%) выпускают продукцию или предлагают услуги, для которых нужны импортные комплектующие – оборудование, продукты, программное обеспечение и прочее. Часть этих предприятий к апрелю стали испытывать проблемы в связи с нарушением цепочек поставок.

Проблемы с цепочками поставок предприниматели пытаются решить различными способами. Прежде всего – поиском новых партнеров в России (25%) или дружественных странах (23%) и попытками наладить с ними сотрудничество.

Лидером среди стран, способных, по мнению представителей бизнеса, обеспечить производителей отсутствующими компонентами, является Китай (об этом заявили 16% опрошенных). Также предприниматели хотят устанавливать связь с поставщиками из Индии (3%), стран СНГ (3%) и Юго-Восточной Азии (4%).

«Если говорить о вашем бизнесе, у партнеров из каких стран наибольший потенциал для поставки необходимых вам комплектующих, оборудования, средств производства?», в % от всех опрошенных*

	Все опрошенные %
Поставщики из стран СНГ	3
Поставщики из Китая	16
Поставщики из Индии	3
Поставщики из стран Юго-Восточной Азии	4
Поставщики из стран Африки	1
Поставщики из стран Латинской Америки	2
Поставщики из других стран	1
Поставщики из России	25
Не требуются импортные комплектующие или средства производства	54

*Сумма ответов может превышать 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

12% предпринимателей заявили, что пока не ищут новых поставщиков, а пытаются сохранить или восстановить отношения с текущими, надеясь на скорейшее возобновление схем сотрудничества.

Каждый десятый (10%) решил отказаться от производства продуктов или предоставления услуг, в которых используются дефицитные или исчезнувшие с рынка импортные компоненты.

«Что вы планируете предпринять или уже предпринимаете, чтобы решить проблемы с поставкой комплектующих или средств производства, нарушением цепочек поставок?», в % от всех опрошенных*

	Все опрошенные %
Ищем и пытаемся наладить сотрудничество с российскими производителями	25
Ищем и пытаемся наладить сотрудничество с поставщиками из дружественных стран	23

Пытаемся сохранить, восстановить отношения с текущими импортными поставщиками	12
Отказываемся от производства отдельных продуктов / услуг, где затруднены поставки комплектующих или оборудования	10
Собираемся перепрофилировать бизнес	3
Не требуются импортные комплектующие или средства производства	54

*Сумма ответов может превышать 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

28% опрошенных предполагают, что решение проблем с цепочками поставок займет у них до полугода. Причем более оптимистично смотрят на этот вопрос представители торговли (15%), микробизнес (18%), молодые предприятия, которые функционируют менее 3 лет (34%) и имеют менее 15 сотрудников (18%).

5% компаний считают, что вопрос может растянуться на год.

7% предпринимателей более пессимистичны и предполагают, что на поиск новых контрагентов потребуется более 12 месяцев.

«По вашим оценкам, как много времени понадобится вашему предприятию, чтобы вновь наладить цепочки поставок необходимых комплектующих или оборудования?», в % от всех опрошенных

	Все опрошенные %
До полугода	28
До года	5
Более года	7
Затрудняюсь ответить, сколько времени потребуется	6
Не требуются импортные комплектующие или средства производства	54

4. КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА

В непростых социально-экономических условиях взаимная поддержка, соблюдение принципов делового партнерства и норм деловой этики приобретают особое значение.

Абсолютное большинство представителей бизнеса – 81% – в марте и апреле предпринимали те или иные меры для того, чтобы поддержать своих партнеров.

В ТОП-3 самых популярных действий, направленных на поддержку деловых партнеров и 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, а также безвозмездное сотрудничество.

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

	Все опрошенные %
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

*Сумма ответов может превышать 100%, т.к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

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% 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).

Ирина Гильдебрандт, директор направления стратегических проектов 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».

По данным более ранних исследований, 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 аренду*.

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 материалов*.

* 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/>

* 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/-segmente-b2b/>

5. ПРОГНОЗЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Прогнозы бизнеса в отношении объемов продаж по итогам года

Четверть российских предпринимателей (26%), несмотря на изменение экономической ситуации, ожидают роста продаж в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Прежде всего, это предприятия обрабатывающей промышленности, средний бизнес и крупные компании. Такие данные были получены в рамках совместного исследования НРА и Аналитического центра НАФИ.

Представители половины российских предприятий (51%) прогнозируют сокращение объема продаж в этом году по сравнению с предыдущим. Большая часть из них считают, что в результате разных факторов, влияющих на производство, каналы сбыта и покупательную способность, объемы продаж снизятся на 10-15% (об этом заявили представители 16% компаний). Сокращения в меньшей степени – до 10% от объема продаж 2021 года – прогнозируют еще 14% предприятий. 13% компаний считают, что снижение составит от 25 до 50% по сравнению с предыдущими годовыми показателями. Наиболее пессимистичные оценки дают 8% респондентов: они предполагают, что в этом году объем продаж их компаний упадет как минимум вдвое (на 50% или более процентов).

Ожидают сокращения объемов продаж прежде всего микробизнес (62%) и молодые компании, работающие на рынке от 3 до 5 лет (63%).

Гузелия Имаева, генеральный директор Аналитического центра НАФИ:

“Для любого бизнеса жизненно необходимо наличие рынков сбыта, спроса на его товары и услуги. В текущих условиях бизнес столкнулся с рисками – спрос со стороны населения сокращается на фоне снижения реальных доходов. Проблемы есть и у компаний, работающих в сегменте B2B: их клиенты активно меняют бизнес-стратегии и оптимизируют издержки, адаптируясь к новой ситуации. Это подтверждается нашими данными, касающимися оценки предпринимателями своего финансового положения и прогнозов дальнейшего развития – каждое второе предприятие ожидает падения продаж. С другой стороны, на фоне ухода ряда крупных игроков с российского рынка появляются новые ниши и направления, на которые предпринимателям стоит обратить внимание. Здесь важно проявить гибкость и оперативно воспользоваться открывшимися возможностями».

Четверть предпринимателей (26%) считают, что объемы продаж их компаний в этом году будут больше, чем в предыдущем, несмотря на социально-экономическую обстановку. Позитивные прогнозы строят преимущественно предприятия обрабатывающей промышленности (45%) и компании среднего бизнеса с численностью сотрудников более 250 человек (39%).

Чаще всего предприниматели предполагают, что увеличение объемов продаж будет небольшим – не более 10% от уровня прошлого года (об этом заявили 12% опрошенных). Еще 8% компаний прогнозируют рост на 10-15%. Значительного скачка в продажах ожидают 6% предприятий (от 25% и выше).

Алина Розенцвет, генеральный директор Национального Рейтингового Агентства:

“Рост продаж компаний в денежном выражении отчасти будет связан с высокой инфляцией в 2022 году. Динамика продаж в натуральном

выражении будет неоднородна. В текущих условиях для российского бизнеса освобождаются рыночные ниши и появляются новые возможности, и ряд МСП сможет нарастить реализацию. В случае органического развития бизнеса на выручку в значительной степени будут давить общие экономические факторы, в том числе снижение реальных доходов населения, перебои с зарубежными поставками, сокращение численности покупателей в связи с миграционным оттоком и усилением эмиграционных настроений».

О стабильном положении на рынке заявляют 16% компаний. Они не строят позитивные или негативные прогнозы и уверены в том, что объем их продаж по сравнению с прошлым годом останется неизменным. Подобная уверенность в первую очередь присуща предприятиям малого и среднего бизнеса (по 20%), а также работающим на рынке более 10 лет (26%).

«Каковы Ваши ожидания по объему продаж вашей компании в 2022 году по сравнению с 2021 годом?», % от всех опрошенных

	Все опрошенные %
Снизятся	51
Более, чем на 50%	8
На 25-50%	13
На 10-15%	16
Менее, чем на 10%	14
Вырастут	26
Более, чем на 50%	1
На 25-50%	5
На 10-15%	8
Не более, чем на 10%	12
Не изменятся	16
Затруднились ответить	7

Прогнозы бизнеса в отношении нормализации экономической ситуации

По данным первой волны оперативного мониторинга, в марте более половины предпринимателей (52%) заявляли, что в их отрасли ситуация вернется в нормальное состояние не позже чем через один-два года.

«По Вашим прогнозам, спустя какое время экономическая ситуация в вашей отрасли вернется в нормальное состояние?», в % от всех опрошенных

	Все опрошенные %
Не ранее, чем через год, не позже, чем через 2 года	52
Не ранее, чем через 2-3 года	21
Не ранее, чем через 5-7 лет	9
Никогда не вернется	4
На нашей отрасли санкции, ограничения и их экономические последствия практически не сказались	7
Затрудняюсь ответить	7

Чем моложе предприниматель – тем оптимистичнее он воспринимает перспективы восстановления экономики (63% предпринимателей 30 лет и младше ожидают восстановления не позже, чем через 2 года). Чем старше предприниматель, тем ожидаемые сроки восстановления дольше.

Женщины-предприниматели оценивают перспективы восстановления оптимистичнее мужчин. Так, нормализацию ситуации в отрасли в течение 1-2 лет чаще прогнозируют женщины (56%), чем мужчины (48%).

Тимур Аймалетдинов, заместитель генерального директора Аналитического центра НАФИ:



«Российская экономика является неотъемлемой частью мировой экономики, а российский бизнес – частью мирового бизнеса. Введенные экономические санкции ощутили большинство российских предпринимателей. Но их эффект подобно траектории полета бумеранга затронет сначала тесно связанных с российским рынком торгово-экономических партнеров – в основном, предпринимателей из стран СНГ, а затем и все остальные страны. Известно, что деловой климат и инвестиции требуют стабильной экономики и тесного международного сотрудничества. Исследование показало, что предприниматели верят в ренессанс экономической стабильности в ближайший год-два. Подобный взгляд на ситуацию свидетельствует о готовности российского бизнеса продолжать работу, и важная задача государства сегодня – поддержать этот оптимизм».



nafi.ru

