

Лонгитюдные исследования как особый тип эмпирических исследований предпринимательства

# Мастер-класс: «О чем говорят «длинные» траектории и как лонгитюд помогает заглянуть в будущее малого бизнеса»

---

Е.Б. Галицкий

# ① Чем хорош и чем плох лонгитюд?

---

# Когда не обойтись без Кросс-секционных исследований, а когда – без Лонгитюдных?

## Кросс-секционные исследования («одноразовые» респонденты)



### Большая репрезентативность:

- сравнительно мало отказов
- исследование мало влияет на поведение



### Нельзя проследить изменения, происходящие с одними и теми же людьми

- «Какой стратегии – роста, сохранения или выживания, - Вы пользовались в прошлом квартале?»
- «Припомните, а в позапрошлом квартале?»
- «Припомните, а в двумя кварталами ранее?»

## Лонгитюдные исследования («многоразовые» респонденты)



### Меньшая репрезентативность

- немногие соглашаются «на подвиг»
- к респондентам относятся по-особому
- исследование может менять поведение респондентов, зная, о чём их спросят



### Можно проследить изменения, происходящие с одними и теми же людьми, например, сопоставляя их ответы, узнать:

- какой доле ранее «выживавших» бизнесов, удалось стать «сохраняющимися», а какой – «растущими»?

## Уникальные возможности Лонгитюда

- Сбор «длинной» информации о каждом респонденте.
  - Мы знаем, что он ответил на каждый постоянный вопрос на всех волнах
- Сбор разнообразной информации о каждом респонденте. Мы знаем, что он ответил, когда:
  - ...впервые согласился участвовать в будущих опросах ФОМ
  - ...впервые был заполнен «паспорт» его бизнеса
  - ...«паспорт» его бизнеса был обновлён
  - ...ему были заданы вопросы разовых блоков (например, о его хобби)
- Возможность предположить, какое из двух событий было причиной, а какое – следствием, т.к. известно, что случилось раньше, а что потом, например, после того, как респондент...
  - ...взял кредит, воспользовался государственной помощью или выполнил иное действие
  - ...столкнулся с той иной проблемой и т.д.
- Возможность при построении моделей избежать смещений оценок параметров, вызванных тем, что какие-то переменные не были включены в модель и даже в анкету

## Особенности анализа данных лонгитюда. Вариант 1 - «длинный» массив данных

В «длинном» массиве нельзя рассчитать таблицу смены ответов конкретных респондентов.

Волна	Код респондента	Ответы на вопрос Q1
Волна 1	1	Респ. с кодом 1 на 1-й волне
Волна 1	2	Респ. с кодом 2 на 1-й волне
...	...	...
Волна 1	N	Респ. с кодом N на 1-й волне
Волна 2	1	Респ. с кодом 1 на 2-й волне
Волна 2	2	Респ. с кодом 2 на 2-й волне
...	...	...
Волна 2	N	Респ. с кодом N на 2-й волне
Волна 3	1	Респ. с кодом 1 на 3-й волне
...	...	...

## Особенности анализа данных лонгитюда. Вариант 2 - «широкий» массив данных

В «широком» массиве можно проследить, как менялись ответы респондента от волны к волне.

Код респондента	Ответы на вопрос Q1...			
	...на волне 1	...на волне 2	...	...на волне K
1	Респ. 1, волна 1	Респ. 1, волна 2	...	Респ. 1, волна K
2	Респ. 2, волна 1	Респ. 2, волна 2	...	Респ. 2, волна K
...	...	...	...	...
N	Респ. N, волна 1	Респ. N, волна 2	...	Респ. N, волна K

# 2 О чем говорят «длинные» траектории?

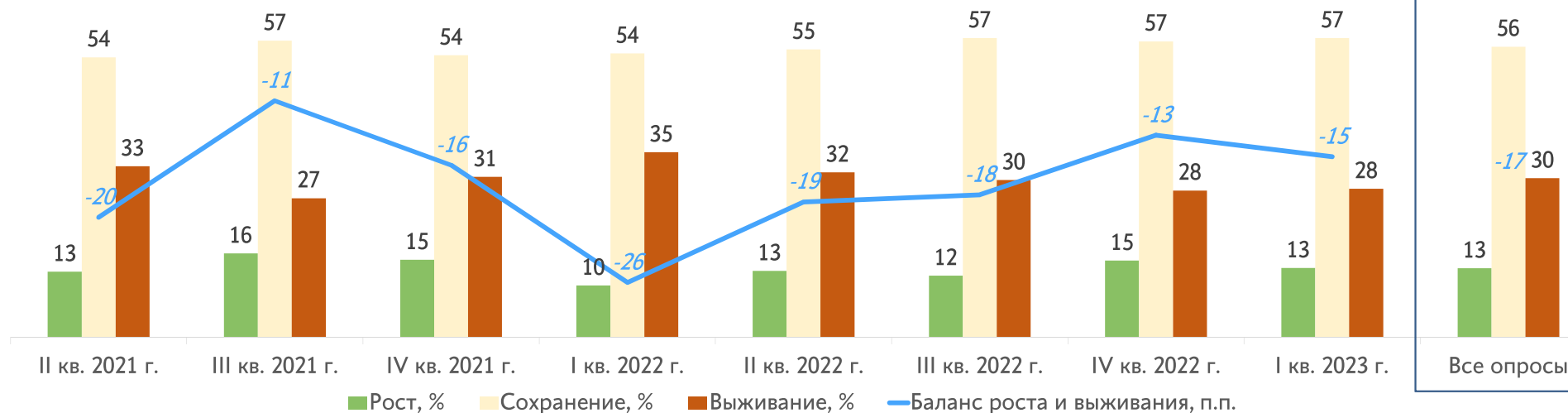
---

# Бизнес-стратегии всех участников и средние показатели за семь кварталов

Какое из этих трёх слов лучше всего характеризует вашу бизнес-стратегию в прошлом квартале? (Один ответ.)

1. выживание
2. сохранение
3. рост
4. затрудняюсь ответить

«Прошлые» кварталы





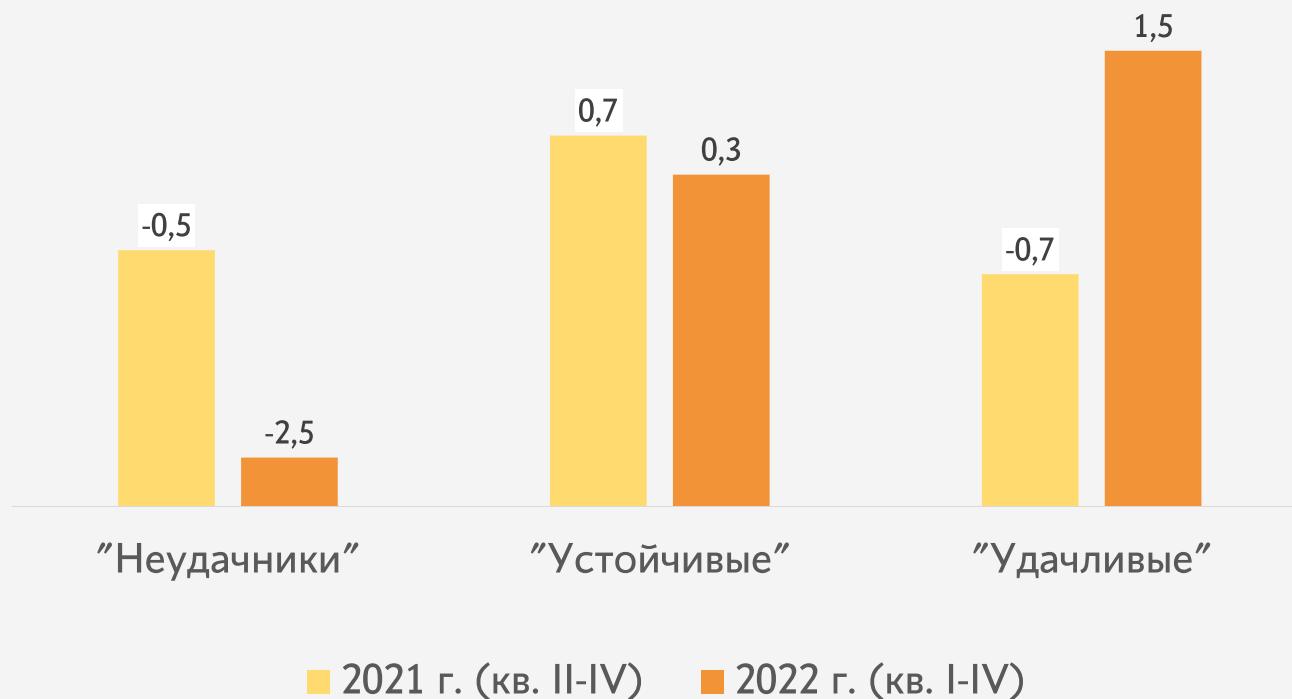
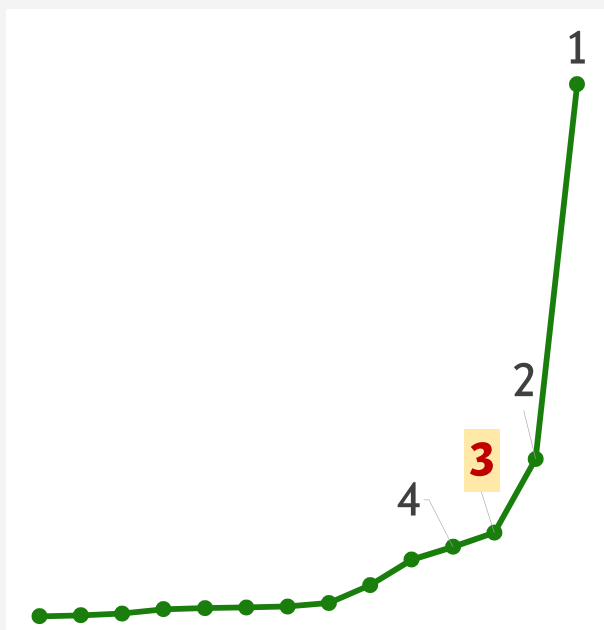
## Поиск кластеров с помощью иерархического кластерного анализа

- Для каждого респондента и каждого квартала - свой индекс стратегии бизнеса:
  - -100 баллов – если «выживание»
  - 0 баллов – если «сохранение»
  - +100 баллов – если «рост»
- Два фактора после вращения объяснили 63% дисперсии:
  - Фактор 1 «Бизнес-ситуация в 2022 году»  
(48% дисперсии, коэффициенты корреляции с индексами 3-х кварталов 2022 г. от 0,62 – 0,82)
  - Фактор 2 «Бизнес-ситуация в 2021 году»  
(15% дисперсии, коэффициенты корреляции с индексами 4-х кварталов 2021 г. 0,66 – 0,84)
- В пространстве факторов бизнесы делятся на 3 кластера
  - Чтобы не исказить масштабы различий по осям, каждый фактор был умножен на квадратный корень из «своей» объяснённой дисперсии (©ФОМ)
  - В пространстве факторов был применён иерархический кластерный анализ (метод Варда)

# Кластеры с разными траекториями стратегий

Почему кластеров три?  
(Критерий «каменистой осыпи»)

Кластеры в 2021 и 2021 гг.  
(факторы успешности)



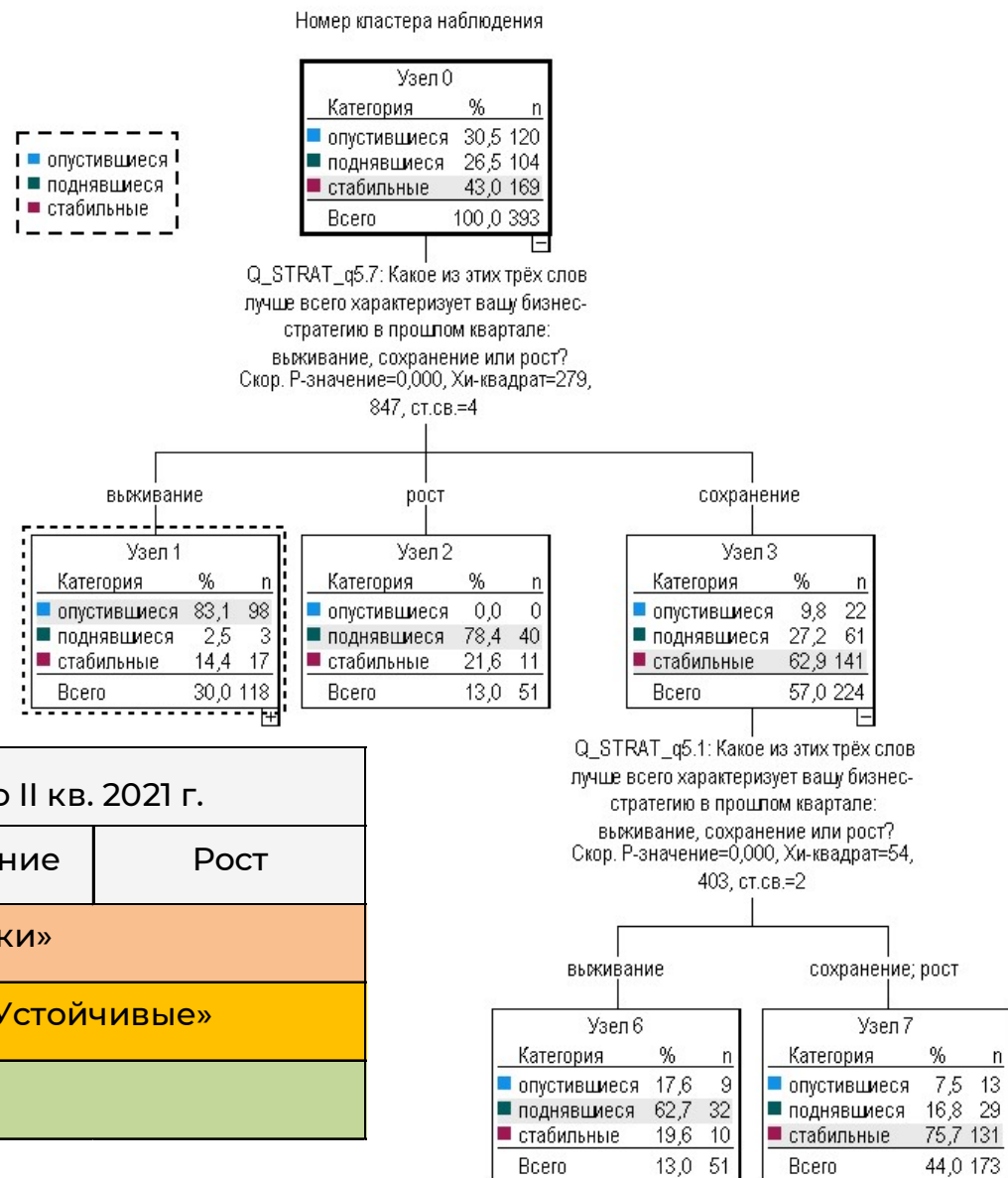
## Нельзя ли дать каждому кластеру простое и понятное определение?

- Наш подход: кластеры – всего лишь подсказка, для поиска простых и понятных типов (©ФОМ).
- Для «упрощения» кластеров используется метод классификационных деревьев.
- Оказалось: чтобы узнать тип предпринимателя, достаточно знать его ответы о стратегиях только в двух из семи опросов: первом и седьмом (из восьми)!
- Значит, достаточно знать стратегии предпринимателя во II кв. 2021 г. и в IV кв. 2022 г.

# Типы – упрощённые кластеры

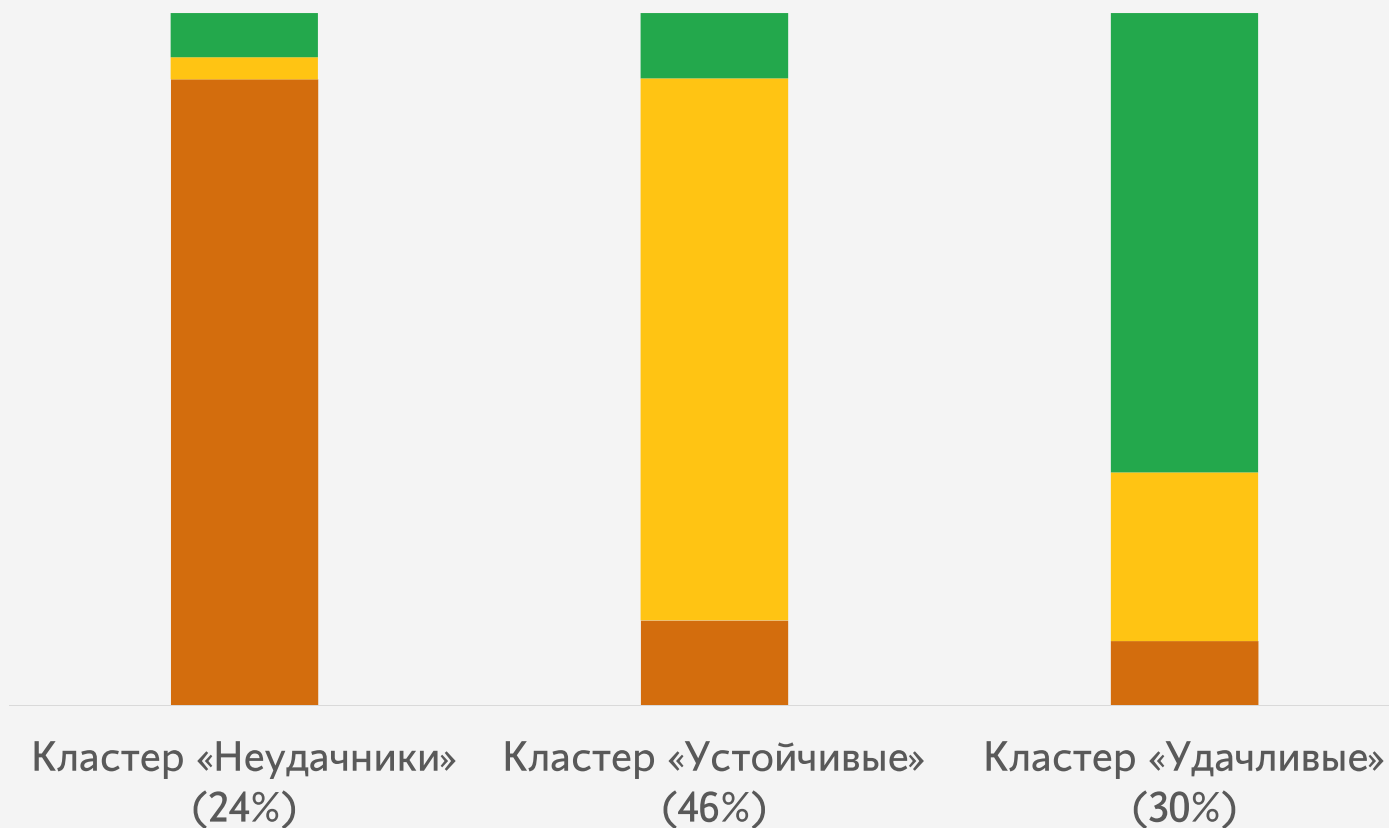
- Если во IV кв. 2022 г. респондент пользовался...
  - ...стратегией выживания, он «Неудачник»
  - ...стратегией роста, он «Удачливый»
  - ...стратегией сохранения, и во II кв. 2021 г. пользовался...
    - ...страт. выживания, он тоже «Удачливый»
    - ...страт. сохранения – он «Устойчивый»
    - ...страт. роста – он тоже «Устойчивый»

Бизнес-стратегия в IV кв. 2022 г.	Бизнес-стратегия во II кв. 2021 г.		
	Выживание	Сохранение	Рост
Выживание	«Неудачники»		
Сохранение		«Устойчивые»	
Рост	«Удачливые»		

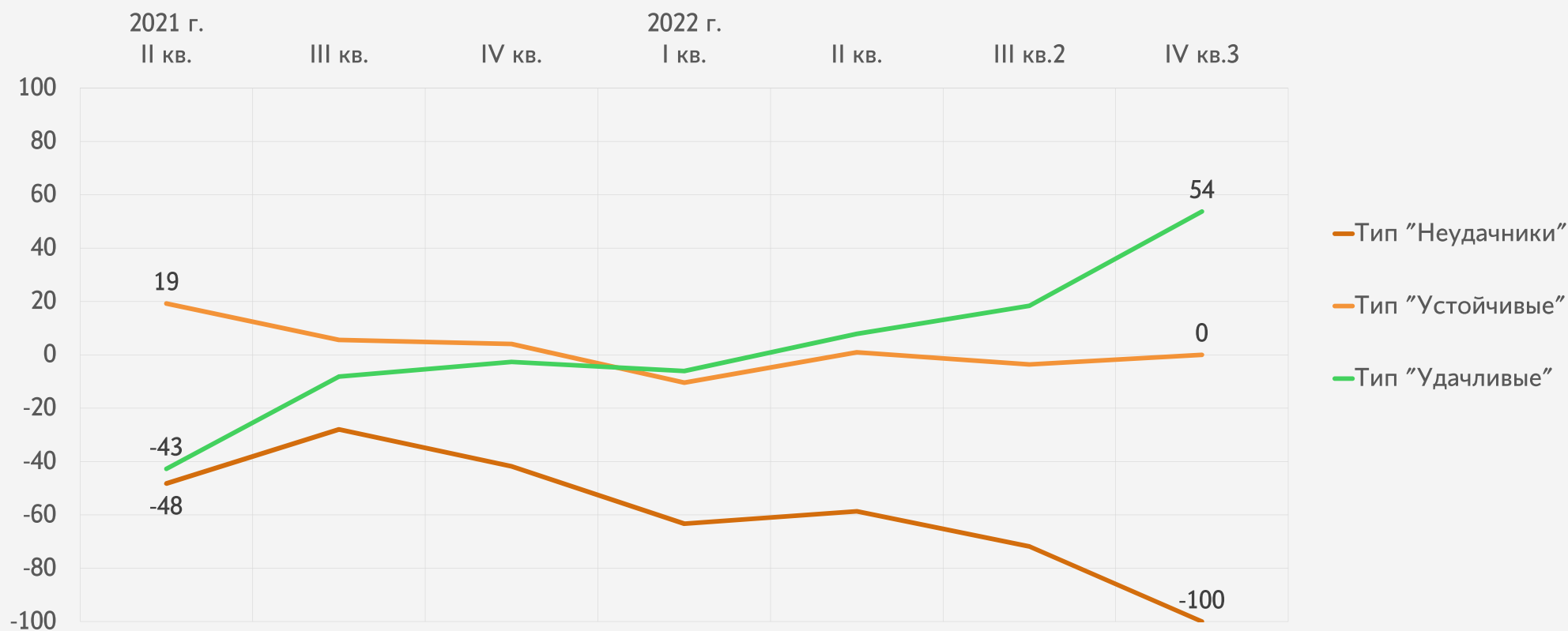


## Типы мало отличаются от кластеров

- Тип «Удачливые» (26%)
- Тип «Устойчивые» (44%)
- Тип «Неудачники» (30%)



## «Длинная» динамика индексов в типах на семи волнах



## Показатели «Удачливых»

*«Динамично развиваемся.  
Потихоньку все улучшается»*

- Предприятие - юридическое лицо (47% против 37%)
- Пандемия повлияла очень негативно (33% против 25%)
- Доход повысился (33% против 23%)
- Спрос вырос (28% против 21%)
- Число наёмных работников немного чаще (14% против 10%),  
а расходы на оплату их труда - заметно чаще увеличивается (37% против 30%)
- Вступают в очередной квартал с уверенностью, оптимизмом  
(54% против 41%), считают, что он будет лучше предыдущего (33% против 26%)
- Исключают возможность, что им придётся закрыть бизнес (79% против 67%)

## Показатели «Устойчивых»

*«По большому счету никаких изменений»*

- Зарегистрированы, как ИП (71% против 63%)
- Реже живут в мегаполисах (25% против 31%) и чаще – в городах с численностью населения менее 100 тыс. чел. (19% против 15%)
- На треть из них пандемия повлияла в чём-то негативно, а в чём-то позитивно (32% против 24%)
- Доход, из квартала в квартал не менялся (49% против 42%)
- Дохода от бизнеса был достаточным для покрытия прямых расходов своего бизнеса (85% против 73%)
- Уровень конкуренции был неизменным (78% против 71%)
- Считают, что условия для их бизнеса в наступающем квартале останутся неизменными (44% против 34%)
- Исключают возможность, что им придётся закрыть бизнес (74% против 67%)
- Считают, что их решение стать предпринимателем было правильным (75% против 64%)

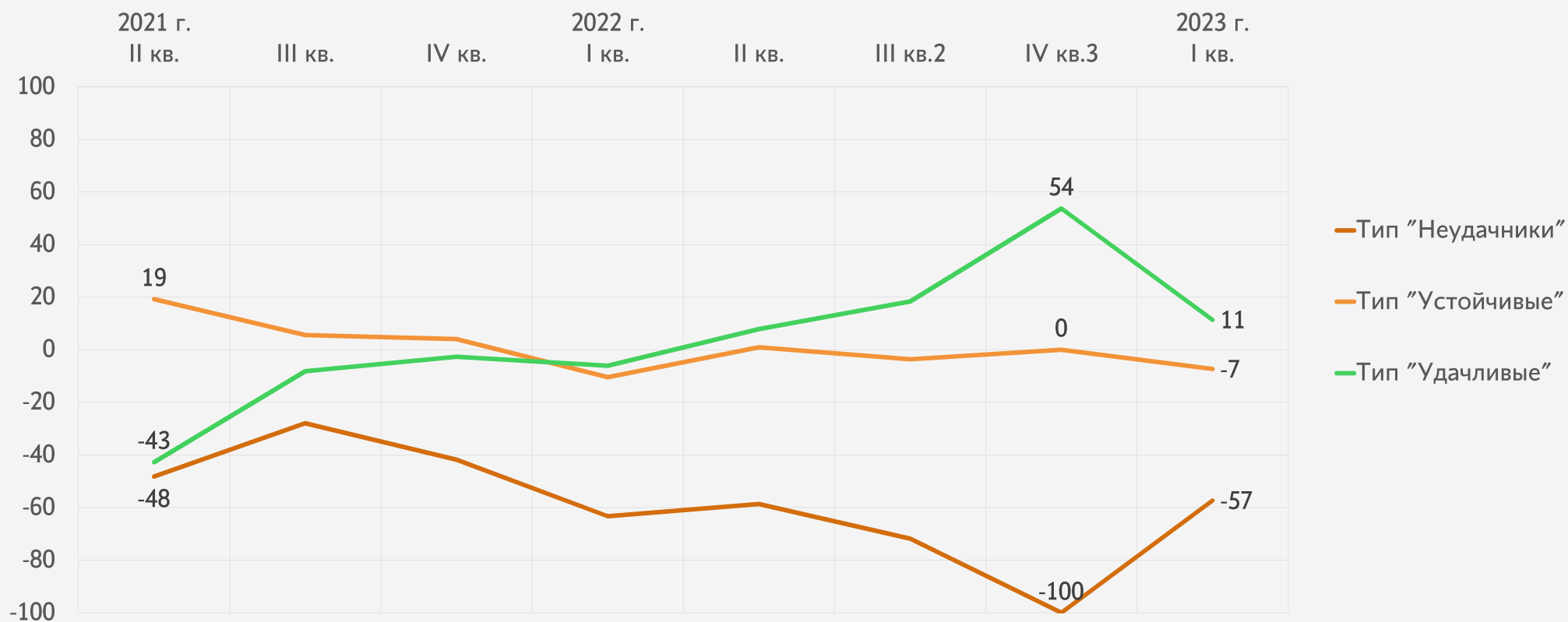


## Показатели «Неудачников»

*«Рост налогов. Душение  
предпринимательства со всех  
сторон. Доведение до банкротства»*

- Сравнительно мало бизнесов, ориентированных на физических лиц, особенно – на лиц со средним доходом (53% против 61% и 40% против 51% соответственно)
- Сравнительно часто отмечали:
  - Снижение спроса (48% против 34%) и дохода (51% против 35%)
  - Недостаточность дохода был для покрытия прямых расходов (44% против 25%)
  - Ухудшение условий для ведения бизнеса (49% против 33%)
  - Обострение конкуренции (30% против 21%)
- Чаще, чем в среднем:
  - Привлекали заёмные средства (33% против 25%), преимущественно от физических лиц
  - Не имеют наёмных работников (31% против 24%), а если имеют:
    - Чаще отмечают сокращение их числа (14% против 11%)
    - Чаще отмечают сокращение расходов на оплату их труда (11% против 7%)
  - Вступают в очередной квартал с беспокойством, тревогой (71% против 53%), считают, что он будет хуже предыдущего (38% против 28%)
  - Допускают возможность, что им придётся закрыть бизнес (41% против 24%)

# Что случилось с типами на восьмой волне?



# 3 Как лонгитюд помогает заглянуть в будущее малого бизнеса?

---

## Оценка вероятностей перехода от одной стратегии к другой

- По данным 6-го и 7-го опросов в III и IV кварталах 2022 г. пользовались\*...

	III кв. 2022 г.	IV кв. 2022 г.
...стратегией выживания	30%	28%
...стратегией сохранения	57%	57%
...стратегией роста	12%	15%

- Можно рассчитать доли перешедших к каждой стратегии в IV квартале при условии использования каждой стратегией в III квартале:

Стратегии в IV кв. 2022 г.	Стратегии в III кв. 2022 г.			Всего:
	Выживание	Сохранение	Рост	
Выживание	<b>68%</b>	15%	2%	29%
Сохранение	29%	<b>74%</b>	42%	57%
Рост	3%	11%	<b>56%</b>	14%
Всего:	100%	100%	100,0%	100%

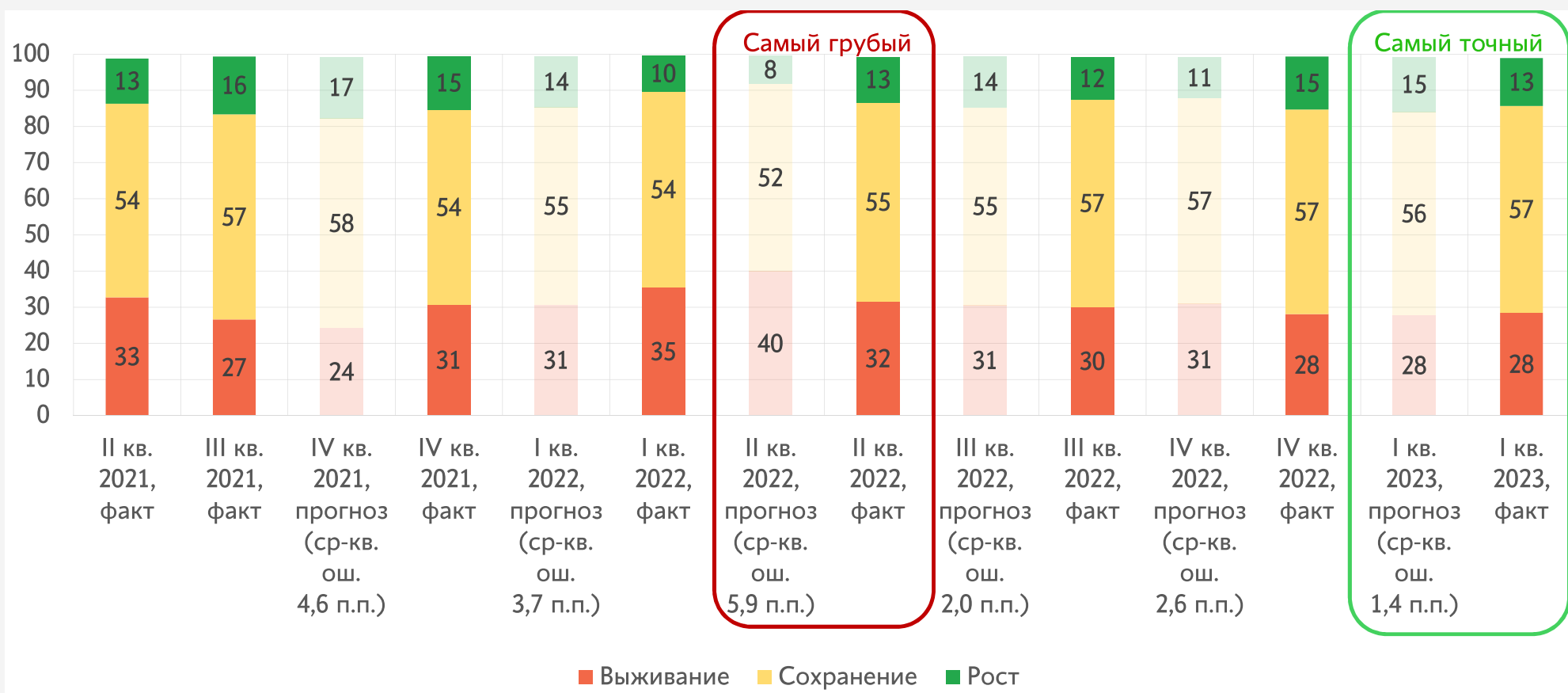
\*Вышедшие из бизнеса при расчётах не учитывались. Доли затруднившихся ответить не показаны.

## Как спрогнозировать ответы респондентов в следующем опросе?

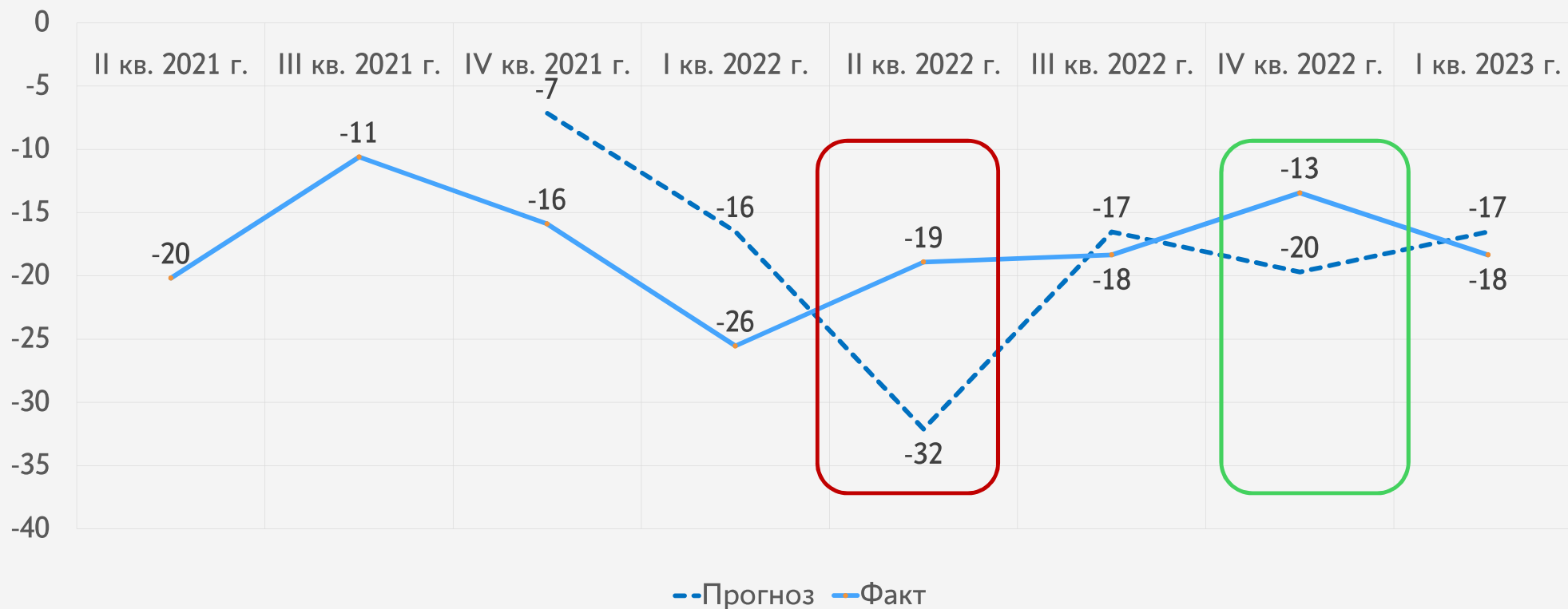
- Если бы вероятности переходов между бизнес-стратегиями от 7-го опроса к 8-му остались такими же, как от 6-го к 7-му, распределение ответов на вопрос о стратегиях в I кв. 2023 г. было бы таким:
  - стратегия выживания – 28%
  - стратегия сохранения – 56%
  - стратегия роста – 15%
- Фактическое распределение в восьмом опросе оказалось лишь чуть хуже прогнозного:
  - стратегия выживания – 28%
  - стратегия сохранения – 57%
  - стратегия роста – 13%
- Аналогичные «прогнозы» были построены «задним числом» для всех кварталов, кроме первых двух\*.
- Прогноз ответов в восьмой волне (для I квартала 2023 г.) – самый точный за весь период исследований. Среднеквадратическая ошибка – лишь 1,4 п.п.

\*Для прогноза для II и III кварталов 2021 года ещё нельзя было оценить вероятности перехода.

## «Прогнозы», построенные «задним числом»



## Динамика индекса («рост» минус «выживание»), п.п.



## Большая ошибка прогнозирования – свидетельство слома тенденции!

- Наибольшая ошибка наблюдалась при прогнозировании для II кв. 2022 года.
- Этот прогноз продолжал тенденцию I кв. 2022 г., когда из-за СВО против России были введены т.н. «санкции из ада»
- Реальность оказалась заметно лучше прогноза:
  - Стратегия выживания – 32% (по прогнозу 40%)
  - Стратегия сохранения – 55% (по прогнозу 52%)
  - Стратегия роста – 13% (по прогнозу 8%)
  - Баланс стратегий роста и выживания – минус 19 п.п. (по прогнозу - минус 32 п.п.)
- Значит, произошёл слом негативной тенденции: малому бизнесу удалось быстро «выйти из пике»
- Планы развития – подойти к типологии ситуаций перехода
  - По ответам респондентов на другие вопросы анкеты, на основе иной информации и интуиции попытаться угадать, какие из ранее наблюдавшихся вероятностей перехода, скорее всего, будут реализованы в следующем опросе.



**Спасибо  
за внимание!**

---

Е.Б. Галицкий [galitskiy@fom.ru](mailto:galitskiy@fom.ru)