

# Российский малый бизнес в меняющемся мире

Дайджест актуальных результатов  
Проекта ФОМа «Социология малого бизнеса»  
за 2020-2022 годы





# Российский малый бизнес в меняющемся мире

## Актуальные результаты Проекта ФОМа «Социология Малого Бизнеса»

В последние годы российскому малому бизнесу приходится работать в пре-дельно нестабильной рыночной и социальной среде. Сначала – пандемия с ее рецидивирующими локдаунами, парализовавшими работу целых секторов, затем – начало СВО, беспрецедентное усиление санкционного давления, скачок инфляции, отключение России от привычной глобальной рыночной инфраструктуры. Все это резко осложнило жизнь предпринимателям.

В 2020 году ФОМ запустил обширную программу по изучению реакции малого бизнеса на радикальные изменения среды, вызванные пандемией. Первое исследование было проведено прямо во время тотального весенне-летнего локдауна 2020 года. Далее последовала серия точечных тематических исследований на разных этапах пандемии, а также были запущены долговре-менные мониторинги самочувствия малого бизнеса.

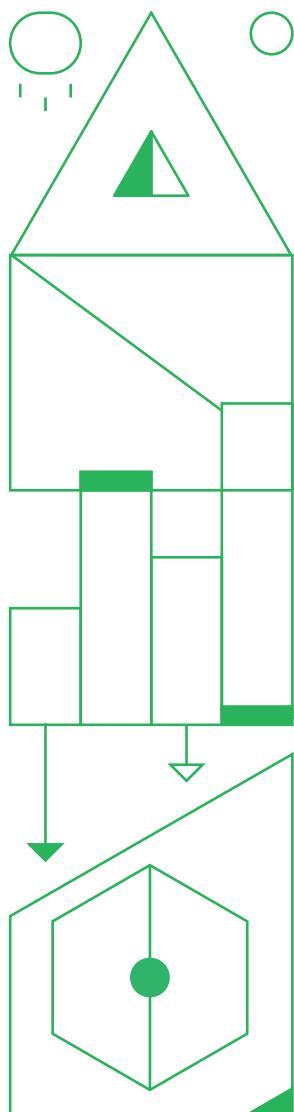
События 2022 года – санкции и уход западных компаний с российского рынка, нарушение поставок и резкий рост цен на зарубежные комплектующие, снижение покупательной способности потребителей и их переход в режим эконо-мики – стали очередными серьезными вызовами и для экономики, и для пред-принимателей.

Для обозначения новой социальной и экономической реальности, контуры которой начали формироваться с февраля 2022 года, мы в ФОМе исполь-зует термин «турбулентная реальность», или «турбоRealность».

Как предприниматели переживают непростые времена, открывают для себя принципы ведения бизнеса в турбоRealности, меняются сами и меняют свои компании? Это главные исследовательские вопросы в рамках Проекта ФОМа «Социология Малого Бизнеса» (СМБиз).

Представляем наиболее значимые результаты последних исследований ФОМа в рамках Проекта СМБиз. Здесь собраны результаты точечных тематических исследований 2022 года, результаты запущенных в предшествую-щие годы мониторингов, фиксирующих динамику состояния малого бизнеса, результаты исследований пандемического периода, описывающие зарожде-ние трендов, продолжившихся и усилившихся в новейший период.

# Основные темы



1

## Самочувствие малого бизнеса:

оценки предпринимателями положения и стратегий своих компаний, ситуации в бизнес-среде, потребительских настроений, отношений с государством и проч.

2

## Проблемы, с которыми столкнулись предприниматели в турбоRealности,

и практики адаптации к ним, запрос на господдержку и оценка ее эффективности.

3

## Установки предпринимателей по отношению к себе и своему бизнесу,

выработанные предпринимателями в ходе предыдущих кризисов и определяющие поведение предпринимателей сейчас и в будущем.

# Содержание

Основные источники данных	4
Проект «Социология Малого Бизнеса»	5
Панель Малого Бизнеса ФОМ	6
Лонгитюд Малого Бизнеса ФОМ (Лонгитюд МБ)	8
Доклады ФОМа о состоянии малого бизнеса	9
Исследование антихрупкости малого бизнеса	10
Темпы адаптации предпринимателей к турбоРеальности	11
С какими проблемами столкнулись предприниматели?	12
Как предприниматели адаптировались к кризису?	15
Как проблемы повлияли на бизнес?	16
Удалось ли предпринимателям решить проблему поставок?	17
Эффективен ли параллельный импорт?	18
Импортозамещение: препятствие или возможность?	20
Когда предприниматели ждут эффекта от импортозамещения?	21
Влияние мобилизации	22
Кадровые проблемы малого бизнеса	24
Как предприниматели решают проблему дефицита кадров	26
Запрос на меры господдержки	28
Охват мерами государственной поддержки	30
Причины низкого охвата мерами господдержки	31
Социальный запрос к бизнесу и авторитет региональных властей	33
Кредиты малому бизнесу: мера поддержки или абсолютное зло?	35
Онлайн-продажи: как маркетплейсы поддержали бизнес	38
Предприниматели в турбоРеальности: масштаб потрясений	40
Типы предпринимателей по способу реагирования на кризис	42
Стоит ли в наше время заниматься бизнесом?	44
Почему предприниматели не уходят из бизнеса?	45
Оптимизм – базовая эмоция предпринимателя	46
Эксперты Консорциума исследовательских компаний – о характере предпринимателей	48
Исследователям	49
Над дайджестом работали	50

# Основные источники данных

Даты опросов  
в рамках лонгитюда



## 1. Лонгитюд Малого Бизнеса ФОМ

Ежеквартальный опрос (онлайн или телефонный) одной и той же группы из 700 предпринимателей, июль 2021 года – ноябрь 2022 года. Большинство динамик построены на основе данных Лонгитюда

## 2. Доклады ФОМа о состоянии российского малого бизнеса

Сборники аналитических статей на основе качественных исследований (глубинные интервью) восприятия предпринимателями последствий пандемического кризиса

- «Краш-тест малого бизнеса: уроки и последствия первой волны пандемии», 2020 год
- «Уроки (пандемического) кризиса для малого бизнеса», 2021 год

## 3. «Предприниматели России: исследовательский мониторинг» (ПРИМ)

Телефонный опрос предпринимателей в рамках долгосрочного мониторингового проекта, реализуемого ФОМом совместно со Сбером и Минэкономразвития России, октябрь 2022 года

## 4. «Голоса предпринимателей» / Турбо МБ – 1

Разведочное исследование (телефонный опрос) первой реакции предпринимателей на введение санкций и возникшие в связи с этим проблемы, апрель 2022 года

# Проект «Социология Малого Бизнеса»

«Социология Малого Бизнеса» (СМБиз) – масштабный Проект ФОМа по изучению российского малого бизнеса. С его старта в 2020-м в фокусе Проекта находится адаптация предпринимателей и их компаний к экономическим, социальным и политическим шокам внешней среды: сначала – к пандемии и связанным с ней проблемам, а теперь – к вызовам формирующейся экономико-политической реальности, проявившейся с началом СВО и введением санкций против российской экономики.

В рамках Проекта создана уникальная для России исследовательская инфраструктура, позволяющая проводить репрезентативные опросы предпринимателей в масштабе всей страны и крупные межрегиональные качественные исследования малого бизнеса. В основе инфраструктуры Проекта СМБиз находится **Панель Малого Бизнеса ФОМ**, куда на данный момент входят около 7 тыс. предпринимателей со всей России, готовых к участию в исследованиях.

Проект построен по принципу открытой исследовательской коллaborации. В его работе принимают участие более 30 региональных исследовательских компаний (Консорциум исследовательских компаний), независимые исследователи, эксперты по теме малого бизнеса из НИУ ВШЭ, РАНХиГС, МГУ имени М. В. Ломоносова и других научных центров.

## Ключевые регулярные исследования в рамках Проекта СМБиз:

- Лонгитюд Малого Бизнеса ФОМ
- «Предприниматели России: исследовательский мониторинг»
- Исследования методом КЭП-сессий для создания ежегодных Докладов о состоянии малого бизнеса
- «Антихрупкость» – изучение черт малого бизнеса, помогающих оставаться устойчивыми в кризисы

Результаты исследований, методологические разъяснения, новости Проекта и интервью с экспертами по изучению малого бизнеса регулярно публикуются на сайте Проекта [СМБиз](#).

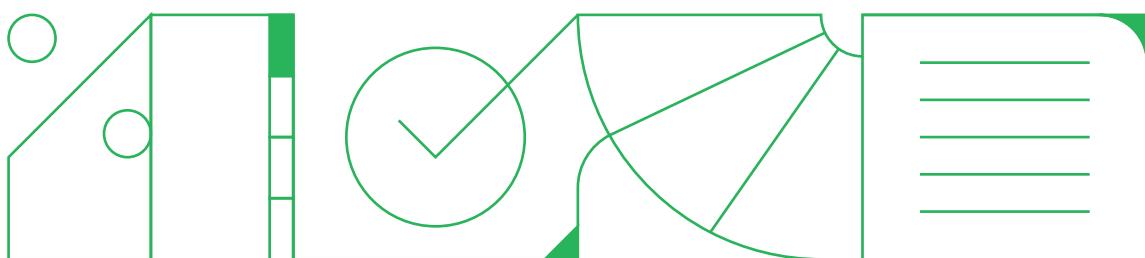
# Панель Малого Бизнеса ФОМ

**Панель Малого Бизнеса (ПМБ) ** – база, в которую входит около 7 тыс. предпринимателей, согласившихся принимать участие в исследованиях ФОМа, из всех регионов России. Панель регулярно пополняется новыми участниками, и их число продолжает расти.

Предприниматели – труднодоступная группа для исследований. В любых репрезентативных опросах со случайной выборкой группа предпринимателей составляет всего 4%. Поэтому, чтобы отобрать для исследования и опросить 1–2 тыс. предпринимателей, требуется отсеять десятки тысяч респондентов. Панель решает эту проблему и позволяет проводить исследования предпринимателей оперативно и сравнительно недорого.

Участники Панели отбираются из всероссийских репрезентативных опросов ФОМа, в основе которых лежат методы случайного отбора респондентов. Это позволяет конструировать выборки из участников Панели, корректно **репрезентирующие мнение российских предпринимателей**.

Обо всех участниках Панели есть **базовая социально-демографическая информация и информация об их компаниях**: численность сотрудников, годовая выручка, сфера деятельности предприятия, основной потребительский сегмент и проч. Это **помогает выбирать наиболее подходящих респондентов для конкретной задачи**.



## Состав Панели

**<17**  
отраслей  
бизнеса

**67 %**  
индивидуальные  
предприниматели

**23 %**  
розничная  
торговля

**34 %**  
юридические  
лица

**14 %**  
сфера услуг,  
сервиса и бытового  
обслуживания

**28 %**  
годовая выручка  
до 1 млн рублей

**11 %**  
строительство

**38 %**  
численность постоянных  
сотрудников до 10 человек

**9 %**  
оптовая  
торговля

**9 %**  
профессиональная,  
научная и техническая  
деятельность

# Лонгитюд Малого Бизнеса ФОМ (Лонгитюд МБ)

**Лонгитюд Малого Бизнеса ФОМ**  – совместный с НИУ «Высшая школа экономики» проект, направленный на изучение долгосрочных изменений в российском малом бизнесе, а также на отслеживание жизненных траекторий компаний – циклов их развития под влиянием экономических и социально-политических событий – и важных событий в жизни предпринимателей – владельцев компаний.

**10 лет – планируемая продолжительность исследования**

Проект стартовал летом 2021 года

**4 опроса в год**

Проект реализуется по принципу ежеквартального мониторинга: в начале каждого квартала мы опрашиваем предпринимателей о том, каким оказался предыдущий квартал для них и их бизнеса

**Динамика настроений и положения компаний за 2 года**

Лонгитюд стартовал в июле 2021 года, на данный момент доступны мониторинговые данные шести кварталов

**700 предпринимателей-участников**

Особенность лонгитюдного исследования в том, что на протяжении всего периода мы наблюдаем за одной группой предпринимателей

**Метод опроса – телефонное или онлайн-интервью**

С респондентами общаются специально подготовленные интервьюеры, каждый закреплен за определенным участником опроса на длительный срок

**Информация о главных событиях в жизни малого бизнеса**

Каждый квартал добавляются вопросы о текущих событиях в государстве, экономике и обществе, влияющих на работу предпринимателей

# Доклады ФОМа о состоянии малого бизнеса



## Краш-тест малого бизнеса: уроки и последствия первой волны пандемии

🕒 4

В докладе фиксируется реакция предпринимателей на шок начала пандемии и введение ограничительных мер, а также рассказывается об адаптивных практиках, которые помогали компаниям выжить в начале пандемии



## Уроки (пандемического) кризиса для малого бизнеса

🕒 5

Доклад обобщает опыт двух лет адаптации предпринимателей и их компаний к пандемической реальности и рассказывает о принципах ведения бизнеса, которые сформировались у предпринимателей за это время и будут определять их стратегии в ближайшем будущем

**В основе каждого доклада – комплексное исследование.** Каждый доклад представляет собой книгу с аналитическими статьями, иллюстрированными большим количеством цитат предпринимателей.

Для подготовки докладов ФОМ разработал методику **КЭП-сессий**, которые представляют собой гибрид онлайн-фокус-групп и стратегических сессий с предпринимателями.

**КЭПы – коммуникабельные эксперты-предприниматели**, рефлексирующие о ситуации в бизнесе в своей отрасли, регионе и России. Отбираются с помощью предварительного опроса.

Полевой этап исследования включает в себя до 20 КЭП-сессий, в каждой участвует 4–6 предпринимателей из разных регионов.

Программу исследования разрабатывают эксперты ФОМа, проведение КЭП-сессий и аналитику осуществляют участники Консорциума исследовательских компаний – Партнеры Проекта СМБиз.

# Исследование антихрупкости малого бизнеса

Для изучения качеств, которые помогают компаниям оставаться устойчивыми в кризисы и адаптивными к непредвиденным шокам, с начала пандемии ФОМ реализует непрерывное качественное исследование, вдохновленное концепцией антихрупкости, предложенной американским философом и экономистом Нассимом Талебом.

Антихрупкость – способность организма или структуры извлекать выгоду из неудач, совершенствоваться под воздействием стрессов.

Участниками глубинных интервью в рамках исследования уже стали около 100 руководителей и топ-менеджеров малых, средних и крупных компаний, которые смогли превратить вызовы пандемии и турбоРеальности в ресурс для развития своих бизнесов.

В фокусе исследования находятся стратегии развития компаний в условиях высокой неопределенности и конкретные практики руководителей и коллективов, которые помогают управлять ресурсами компании так, чтобы успешно открывать новые направления даже в кризисные периоды.

В мае 2022 года вышла книга «На пути к антихрупкости: как компании переживают коронавирус»  6, обобщающая результаты пандемического этапа исследования.



2022

В книге описаны антикризисные практики, которые помогли российским компаниям активно развиваться несмотря на серьезные пандемические потрясения: многовариантное стратегическое планирование, поиск новых направлений развития бизнеса и выстраивание коллабораций с другими компаниями, внедрение «бирюзовых» принципов управления во взаимодействие с коллективами и многое другое.

Аналитические выводы и интервью с участниками исследования регулярно публикуются на сайте Проекта СМБиз, в разделе «Антихрупкость»  7.

# Темпы адаптации предпринимателей к турбоРеальности

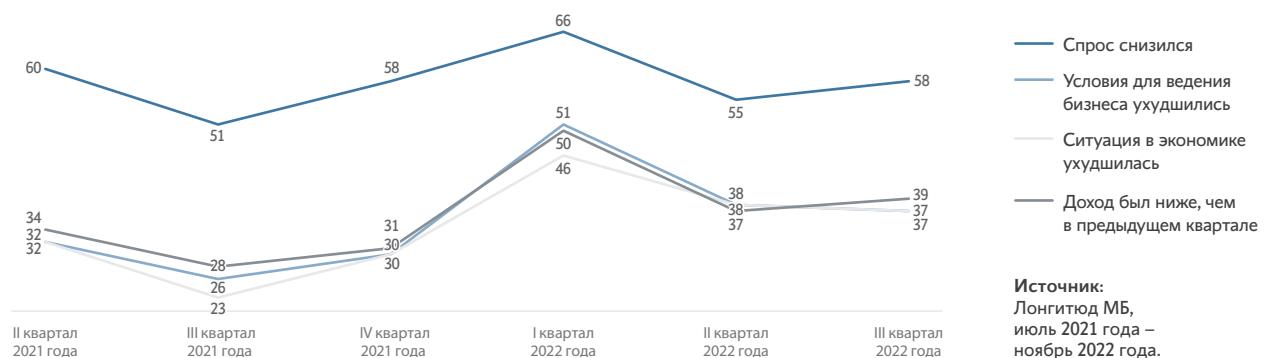
Начало СВО и последовавшие экономические потрясения заметно повлияли на российский малый бизнес. По итогам первого квартала 2022 года резко (+20 п. п.) выросло число предпринимателей, отметивших снижение дохода, количество «растущих» компаний уменьшилось, а «выживающих» увеличилось<sup>1</sup>. Закономерной реакцией предпринимателей стало резкое снижение оценок условий для ведения бизнеса в частности и ситуации в экономике в целом.

Тем не менее, малый бизнес достаточно быстро адаптировался: уже во II квартале ситуация с доходами улучшилась, а экономические настроения стали выравниваться. А спустя полгода после начала СВО, в III квартале баланс компаний с разными бизнес-стратегиями вернулся к докризисным показателям.

<sup>1</sup>

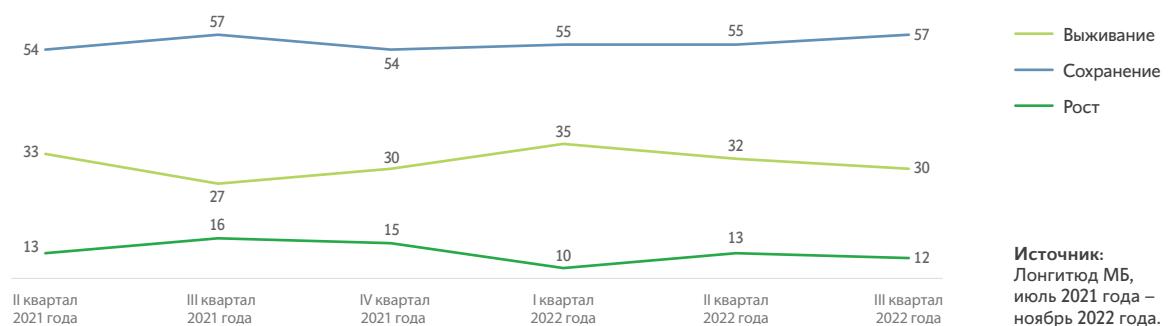
Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая  
2022 года.

## Негативные изменения в экономике и бизнесе % от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
июль 2021 года –  
ноябрь 2022 года.

## Стратегии компаний % от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
июль 2021 года –  
ноябрь 2022 года.

# С какими проблемами столкнулись предприниматели?

Главными причинами экономического потрясения 2022 года стали санкции со стороны крупнейших западных государств и компаний, а также ответные меры, принятые российскими госорганами. Уже в I квартале большинство предпринимателей ощутили негативное влияние этих событий – 73% участников Лонгитюда Малого Бизнеса заявили о том, что их бизнес пострадал от санкций и контрсанкций<sup>2</sup>. Первым впечатлением предпринимателей от нового кризиса стали растерянность и ощущение слома привычной рыночной реальности, которая только-только обрела черты стабильности после пандемического кризиса.

Главную проблему санкционного кризиса – рост цен у поставщиков – предприниматели ощутили практически сразу после начала СВО, а к октябрю, по данным «Мониторинга предпринимательских настроений», число предпринимателей, столкнувшихся с этой проблемой, достигло 80%<sup>3</sup>.



Самолеты не летают, контейнерные перевозки – два месяца. То есть абсолютная неопределенность, сколько что будет стоить, по какому курсу надо доллары покупать – непонятно, какие счета клиентам выставлять – непонятно. Все накрылось, в общем.



Пока неизвестны правила игры, вот. И если будут какие-то налоговые уступки со стороны государства, да, можно что-то попытаться сделать именно в плане производства качественных товаров, в плане поиска других клиентов в других странах. Но пока именно неопределенность всех пугает.

Предприниматель-участник  
исследования «Голоса  
предпринимателей» ⑧

Предприниматель-участник  
исследования «Голоса  
предпринимателей»

2

Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая  
2022 года.

3

«Предприниматели  
России: исследова-  
тельный мониторинг»,  
октябрь 2022 года.



То есть доходы и покупательная способность упали. Второе дело – это то, что неопределенность, как долго все это продлится. И потом, из предыдущего опыта мы знаем, что уже так хорошо, как было, не бывает у нас, вот.

Предприниматель-участник исследования «Голоса предпринимателей» Ⓛ9



Мы живем только сегодняшним днем. Потому что ты с утра можешь напланировать, а к вечеру придется заново все делать. Сейчас можно планировать только на ближайший месяц, и то с миллионом корректировок.

Предприниматель из сферы кадрового консалтинга, Москва Ⓛ10



Полетели все бюджеты, все механизмы, ежемесячные, квартальные отчеты. Сейчас мы – в режиме планирования на два-три дня.

Предприниматель из сферы кадрового консалтинга, Москва Ⓛ11

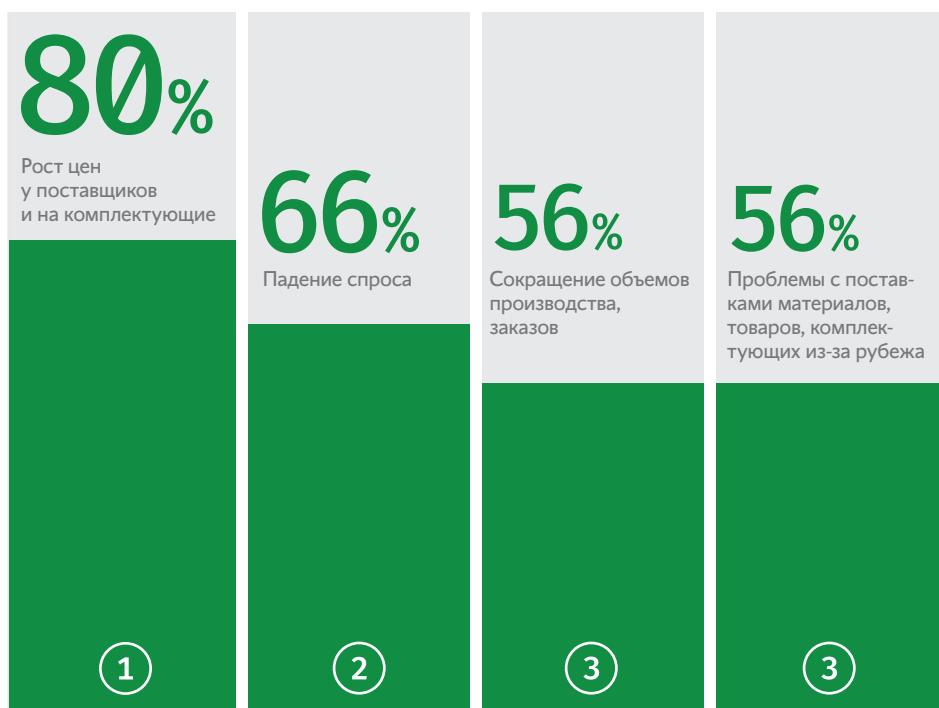


В два раза выросла цена на все, что касается бизнеса, начиная от бумаги и заканчивая чем-то глобальным: покупка оборудования, транспорта.

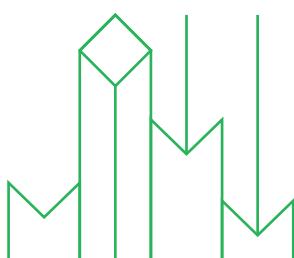
В моей сфере импортная составляющая очень большая, все оборудование – импортное. Если речь пойдет о том, чтобы что-то как-то обновить... В этом году и на следующий год об этом, наверное, стоит забыть.

Предприниматель-участник исследования «Голоса предпринимателей»

## ТОП-3 главных проблем, с которыми предприниматели столкнулись за прошедший год, III квартал 2022 года (% от опрошенных)



**Источник:**  
«Предприниматели России: исследовательский мониторинг», октябрь 2022 года. Вопрос задавался о периоде с октября 2021 года по октябрь 2022 года.  
Любое число ответов.



# Как предприниматели адаптировались к кризису?

В отличие от пандемии, турбоРеальность не вызвала радикальных изменений в самих бизнес-процессах, и большинству предпринимателей не пришлось решать принципиально новые для себя задачи. Тем не менее, всего 36% предпринимателей отметили, что им ничего не пришлось менять в своем бизнесе в связи с санкциями<sup>4</sup>. С повышением цен у поставщиков предпринимателям пришлось повышать цены на собственные товары и услуги – это и стало основным способом адаптации к изменениям на рынке.

<sup>4</sup>

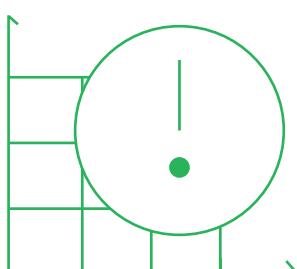
Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая  
2022 года.

## Что предприниматели меняли в своем бизнесе в связи санкциями и их последствиями в начале санкционного кризиса % от опрошенных



**Источник:**  
Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая 2022 года.

**Вопрос:**  
«Прямо сейчас вам приходится что-то менять в вашем бизнесе в связи с санкциями и их последствиями или вы можете вести бизнес практически так же, как раньше? Если приходится менять, то что именно?» Любое количество ответов.



# Как проблемы повлияли на бизнес?

Несмотря на беспрецедентный характер изменений, вызванных приходом турбоRealности, в числе главных угроз своему бизнесу предприниматели называют экономические проблемы. Так, в проведенном в первые недели после начала СВО опросе «Голоса предпринимателей» на первое место в списке проблем бизнеса вышли рост закупочных цен и снижение покупательной способности. В проведенном через полгода замерсе в рамках ПРИМ в числе главных были названы эти же две проблемы, однако на первом месте оказалась уже покупательная способность. Такая инверсия неудивительна – за прошедшее между двумя исследованиями время курс рубля сильно укрепился, далеко откатившись от мартовских минимумов, что сказалось на стабилизации закупочных цен (импортного) сырья и комплектующих.

Эти данные показывают, что шоки турбоRealности переживались предпринимателями в основном как обычный экономический кризис. Это подтверждает обозначенный в Докладе «Уроки (пандемического) кризиса для малого бизнеса» тезис о том, что пандемия выступила своего рода репетицией для всех последующих кризисов.



Последствия могут быть связаны со спецификой бизнеса. <...>  
Самое главное «но» – снижение покупательской способности населения рано или поздно отразится на всех бизнесах, кто не работает в государственном [секторе]. Рано или поздно все бизнесы начнут ощущать снижение покупательской способности и сократят расходы на все.

Предприниматель–участник исследования  
«Голоса предпринимателей» ©12

# Удалось ли предпринимателям решить проблему поставок?

В момент введения первых, последовавших за началом СВО, западных санкций российский бизнес демонстрировал значительную степень зависимости от зарубежных поставок: о разной степени зависимости говорили 62% предпринимателей<sup>5</sup>. К концу 2022 года 81% малых компаний справились с ограничением поставок<sup>6</sup>.

**Что предприниматели меняли в своем бизнесе в связи санкциями и их последствиями в начале санкционного кризиса**  
% от опрошенных

**29 %**

Зависит, есть возможность частично перейти на российские либо иные доступные аналоги

**13 %**

Зависит, есть возможность полностью перейти на российские либо иные доступные аналоги

**20 %**

Зависит, нет возможности перейти на российские либо иные доступные аналоги

**34 %**

Бизнес не зависит от поставок из стран, которые ввели санкции

**На поставки из каких стран бизнес переключился к осени 2022 года**  
% от опрошенных

Китай 39

Россия 33

СНГ (Белоруссия, Казахстан и т. д.) 23

Турция 13

<sup>5</sup>

Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая  
2022 года.

<sup>6</sup>

«Предприниматели  
России: исследова-  
тельный мониторинг»,  
октябрь 2022 года.

**Источник:**

Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая 2022 года.

**Вопрос:**

«Ваш бизнес зависит или не зависит от поставок материалов, сырья, товаров, технологий из стран, которые ввели санкции против России? Если зависит, то в принципе есть возможность полностью или частично перевести ваш бизнес на российские либо доступные зарубежные аналоги или такой возможности нет?»

**Источник:**

«Предприниматели России:  
исследовательский мониторинг»,  
октябрь 2022 года.

**Вопрос:**

«На поставки из каких стран, включая Россию, ваш бизнес переключился полностью или частично, чтобы заменить, компенсировать уход прежних поставщиков? Или вы так и не смогли переключиться на другие источники поставок?» (Вопрос задавался тем, у кого были или есть проблемы с поставками из-за рубежа, а также тем, кто полностью или частично справился с такими проблемами, – отвечали 76% предпринимателей. Любое число ответов). Результаты представлены в процентах от тех, кто отвечал на вопрос.

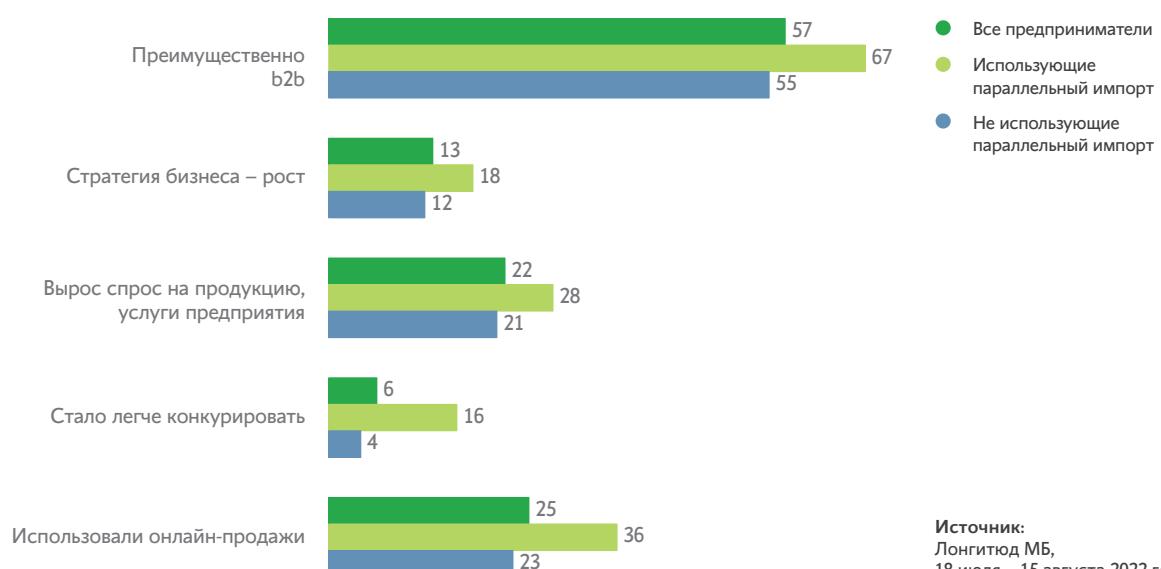
# Эффективен ли параллельный импорт?

Параллельный импорт оказался действительно полезной мерой для предпринимателей, чей бизнес испытывал проблемы с поставками: чаще остальных его использовали те, кто не мог перейти на аналоги. Чаще параллельным импортом пользовались b2b-компании, а рыночные стратегии и оценки рынка у использующих параллельный импорт чаще оказывались более позитивными, чем у тех, кто параллельный импорт не использовал.

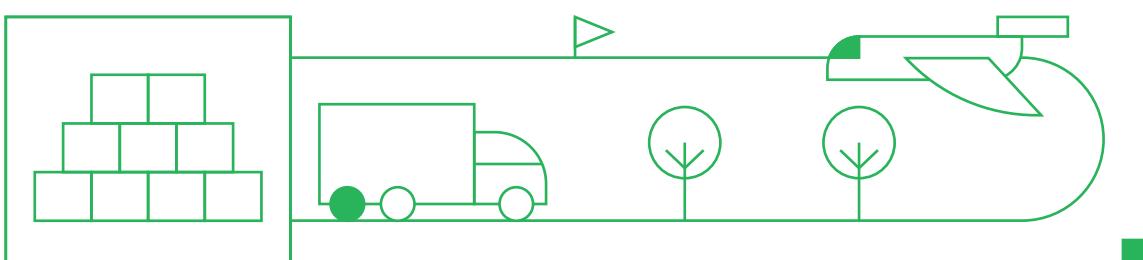


Источник:  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа 2022 года.

**Профиль групп предпринимателей, использующих и не использующих параллельный импорт**  
% от опрошенных



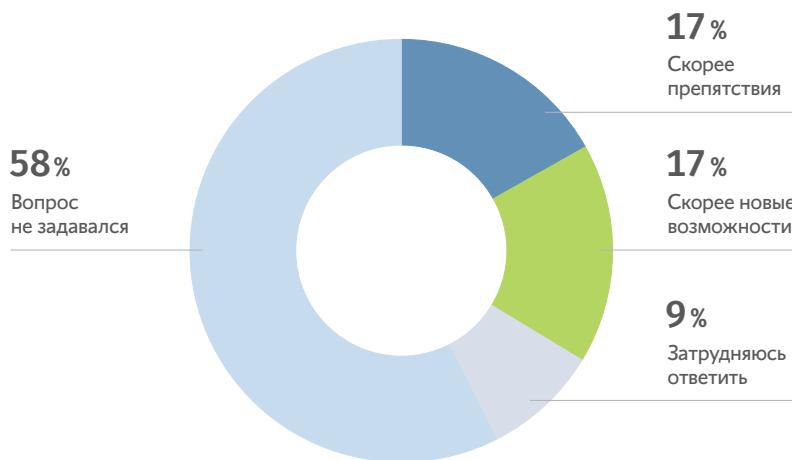
Источник:  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа 2022 года.



# Импортозамещение: препятствие или возможность?

Мнения предпринимателей относительно пользы импортозамещения для собственного бизнеса разделились поровну: 17% предпринимателей видят в импортозамещении возможность и столько же видят в нем препятствие. Различия в составе этих двух групп оказались кардинальными. Возможностью импортозамещение чаще считают те, кто может полностью перейти на аналоги, а препятствием – те, кто только частично может заменить зарубежные поставки аналогами.<sup>7</sup>

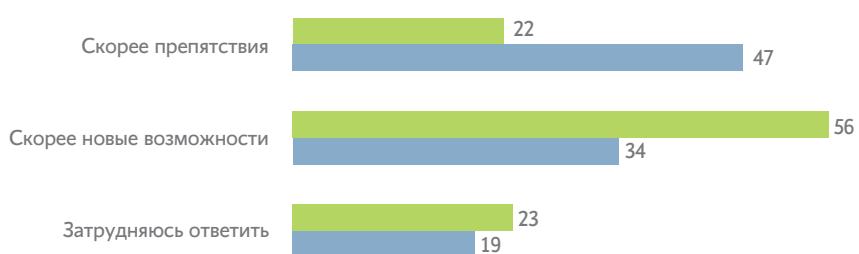
**Для вашего бизнеса необходимость импортозамещения – это скорее препятствия или скорее новые возможности?**  
% от опрошенных



7

Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая  
2022 года.

**Для вашего бизнеса необходимость импортозамещения – это скорее препятствия или скорее новые возможности?**  
% от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая 2022 года.

Вопрос задавался предпринимателям, которые имеют возможность полностью или частично перейти на аналоги.

● Бизнес зависит от поставок, есть возможность полностью перейти на аналоги

● Бизнес зависит от поставок, есть возможность частично перейти на аналоги

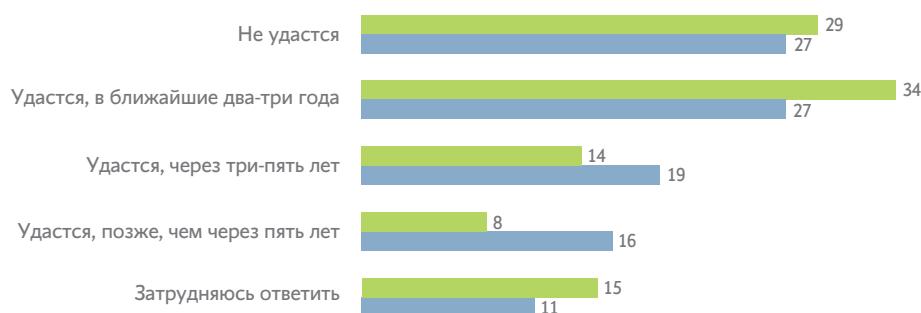
Источник:  
Лонгитюд МБ,  
15 апреля – 19 мая 2022 года.

Вопрос задавался предпринимателям, которые имеют возможность полностью или частично перейти на аналоги.

# Когда предприниматели ждут эффекта от импортозамещения?

Примерно половина предпринимателей уверена, что импортозамещение и параллельный импорт в течение 2–5 лет помогут компенсировать потери от ухода иностранных компаний. При этом эффекта от параллельного импорта люди ждут быстрее, чем от импортозамещения: на действенность первой меры в течение ближайших 2–3 лет рассчитывают 34% предпринимателей, второй – 17%<sup>8</sup>.

**В какой период России удастся компенсировать потери от ухода зарубежных компаний с помощью импортозамещения и параллельного импорта?**  
% от опрошенных



8

Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

● Параллельный импорт  
● Импортозамещение

Источник:  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа 2022 года.

Вопрос:  
«Как вам кажется, России удастся или не удастся компенсировать с помощью параллельного импорта (импортозамещения) большую часть потерь от ухода зарубежных компаний и брендов? Если да, то в какой период?»



У нас такая ниша, что нам нормально все будет, я думаю. Я думаю, что будет улучшение. Народ будет свой бизнес открывать, отечественный. И будем работать с отечественными магазинами. Работали с иностранными магазинами, а теперь будем работать с отечественными.

Предприниматель-участник  
исследования «Голоса  
предпринимателей» ⑩13



Я вижу положительное в том, что если у нас страна действительно очень быстро сможет сделать самые наипростейшие замены какого-то импорта, то, я думаю, что особо тяжелых последствий не будет.

Предприниматель-участник  
исследования «Голоса  
предпринимателей»

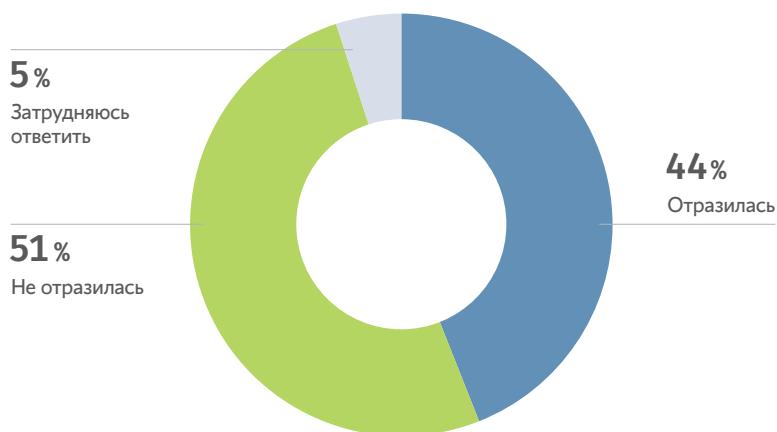
# Влияние мобилизации

Объявление частичной мобилизации 21 сентября 2022 года отразилось на бизнесе 44% предпринимателей – участников Лонгитюда, еще 11% ожидали ее последствий в будущем<sup>9</sup>. Частичная мобилизация также ощутимо повлияла на оценки предпринимателями ситуации в российской экономике: среди почувствовавших ее последствия 70% заявили, что экономическое положение дел в стране ухудшилось (в целом так считают 58% участников Лонгитюда, среди тех, кого последствия мобилизации не коснулись, – 48%).

<sup>9</sup>

Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября  
2022 года.

**Влияние мобилизации на малый бизнес**  
% от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября 2022 года.

Вопрос:  
«21 сентября в России была объявлена частичная мобилизация. Это как-то отразилось на вашем бизнесе или никак не отразилось?»

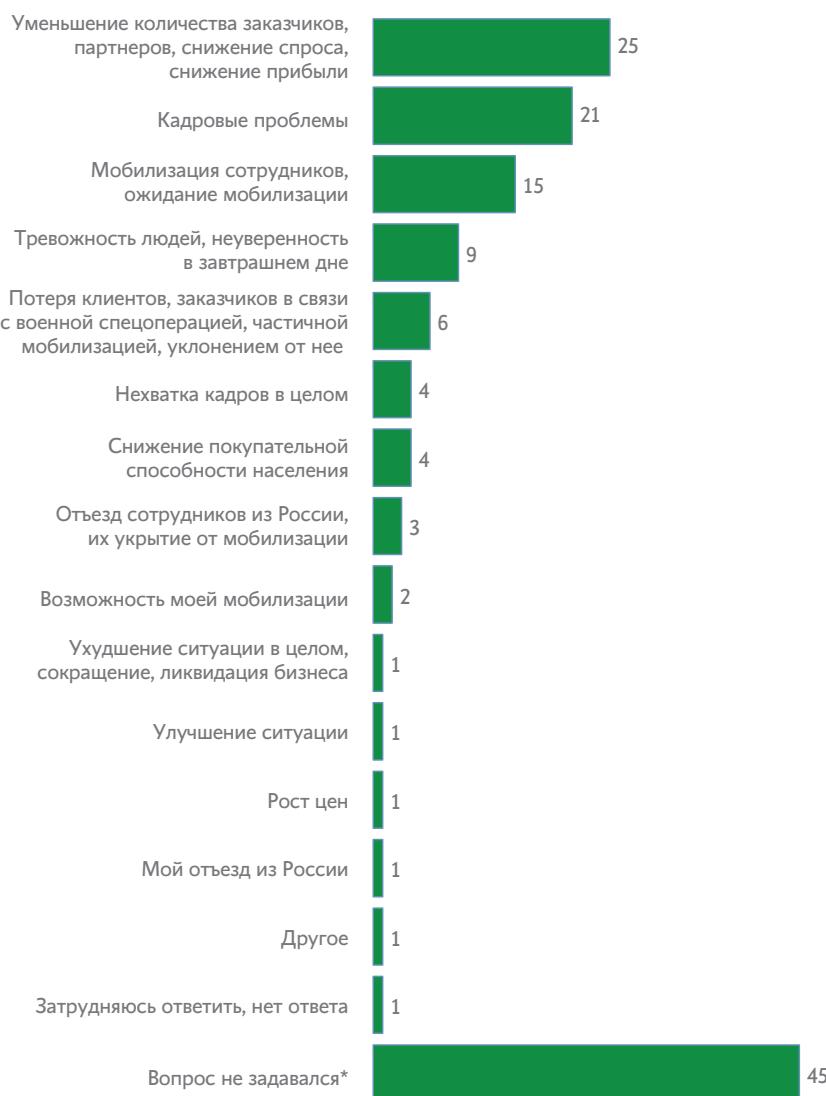
**В III квартале условия для ведения вашего бизнеса скорее улучшились, скорее ухудшились или не изменились?**  
% от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября 2022 года.

# Последствия мобилизации для малого бизнеса

(% от опрошенных)



**Источник:**  
Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября 2022 года.

**Вопрос:**  
«Уточните, пожалуйста, как именно частичная мобилизация отразилась (отразится) на вашем бизнесе?» Открытый вопрос, любое число ответов.

\* Вопрос не задавался тем, на чьем бизнесе не отразилась мобилизация, тем, кто не ожидал ее влияния в предстоящем квартале, и тем, кто затруднился ответить на вопросы о влиянии мобилизации.

Если специфичными чертами турбоRealности стали проблемы с поставками и рост цен, мобилизация актуализировала для предпринимателей другой тип проблем – нехватку кадров и опасение за действующих сотрудников.

# Кадровые проблемы малого бизнеса

Мобилизация подстегнула проблему нехватки рабочих рук в масштабах всей российской экономики, в ноябре о дефиците кадров на рынке труда говорил глава Минэкономразвития России Максим Решетников [©14](#). Как и многие другие трудности, о которых говорят предприниматели, проблема дефицита кадров проявила себя уже в период пандемии, а после начала СВО и объявления мобилизации получила новые причины для развития в больших масштабах.

Участники наших качественных исследований в пандемию называли **основной причиной нарастающей нехватки кадров миграцию специалистов:** как физическую – переезд в другие регионы и страны, так и цифровую – удаленную работу на компании за пределами своих регионов.



Из Москвы люди куда-то за границу переезжают, у нас переезжают в Москву.

Предприниматель из сферы туризма, Красноярск [©15](#)



Очень трудно найти умных, толковых с региона, потому что они могут уже работать на Москву удаленно. Раньше такого не было.

Серийный предприниматель (строительство, медицина, сельхозпроизводство), Белгород [©16](#)

Серьезной проблемой, затрудняющей поиск сотрудников, респонденты называли **рост зарплатных ожиданий потенциальных сотрудников**. Подтверждается это и данными Лонгитюда: примерно от четверти до трети его участников ежеквартально говорят об увеличении расходов на оплату труда<sup>10</sup>.

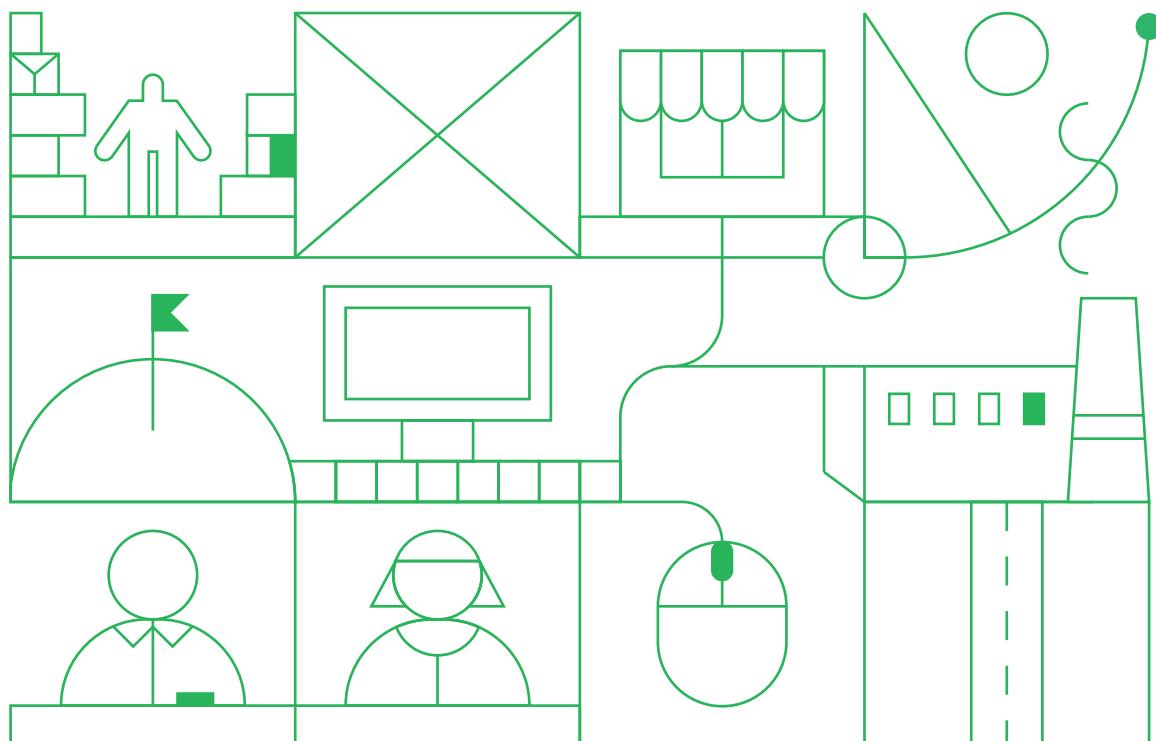
10

Лонгитюд МБ, июль 2021 года – ноябрь 2022 года.



Завод «Красный Октябрь» постоянно ищет сотрудников, всегда открыт набор – не хватает специалистов. Все дело – в зарплате – все хотят получать миллион. У меня есть знакомые предприниматели, у которых сеть обувных магазинов не только в Волгограде, – проблема с сотрудниками постоянная, не хотят работать. Да, они хотят получать сотку. У меня в других магазинах сетевых, это прям вот из первых уст я вам говорю, тоже не только по Волгограду: парфюмерия, косметика, предметы первой необходимости – они не могут набрать грузчиков на 30 тыс. рублей.

Предприниматель из сферы  
косметологических услуг, Волгоград ©17



# Как предприниматели решают проблему дефицита кадров

Столкнувшись с оттоком кадров и сложностью привлечения новых работников еще в период пандемии, предприниматели осознали возросшую ценность действующего персонала и важность его удержания. Участники самого первого нашего качественного исследования о последствиях первой волны пандемии использовали несколько кадровых стратегий, которые оказались эффективными для стабильной работы компаний в условиях нехватки рабочих рук.

## Стратегии предпринимателей в отношении персонала ②18

1

Увеличение штата за счет так называемых полставочников, которые при необходимости заменяют друг друга.

4

Сокращение рабочего дня без понижения заработной платы для удержания высококвалифицированных специалистов.

2

Перевод штатных работников на неполную занятость: понижение ставки в связи с недозагрузкой по основному направлению деятельности, что позволяет экономить на налогах и фонде оплаты труда.

5

Переход на сотрудничество с самозанятыми. Недостатком этой стратегии, по оценкам КЭПов, стало повышенное внимание налоговой инспекции, которая рассматривает подобную схему как уход от налогов.

3

Приглашение специалистов, в том числе ранее уволенных сотрудников, на подработку (частичная занятость), что также позволяет экономить на налогах и фонде оплаты труда.

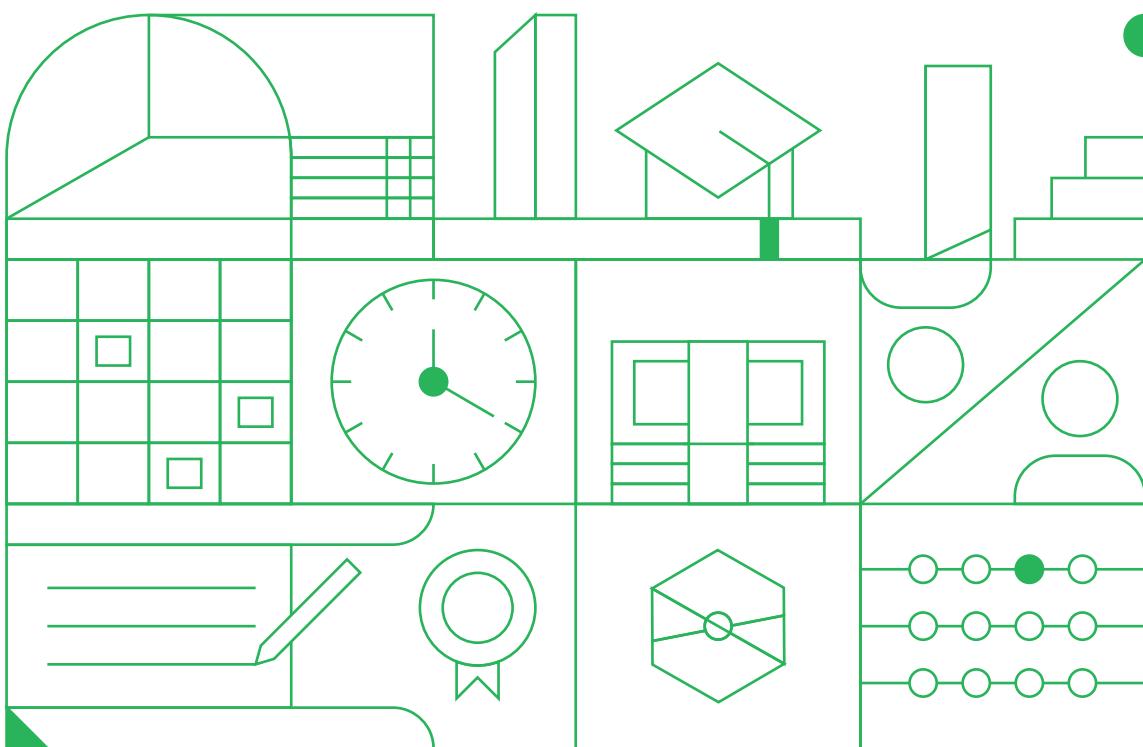
6

Обучение сотрудников новым компетенциям за рамками их непосредственной должности с целью оперативной замены выбывших сотрудников действующими.



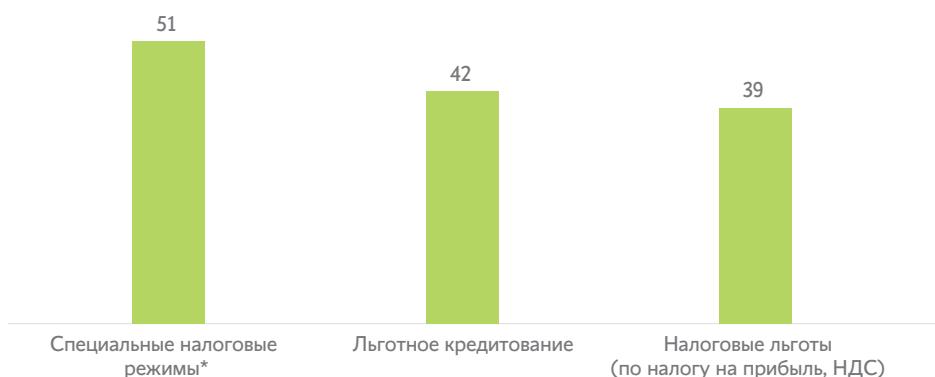
Большинство моих сотрудников готовы брать на себя новые функции, чтобы повысить выручку. Сейчас мы всех настраиваем на продажи. Цифры по выручке всем видны, все их контролируют. Поэтому важно, чтобы сотрудники понимали причинно-следственную связь, понимали, что их деньги зависят от того, насколько активно они шевелятся.

Предприниматель из сферы  
гостиничного бизнеса, Тюмень ©19



# Запрос на меры господдержки

**Востребованность мер государственной поддержки малого бизнеса**  
% от опрошенных

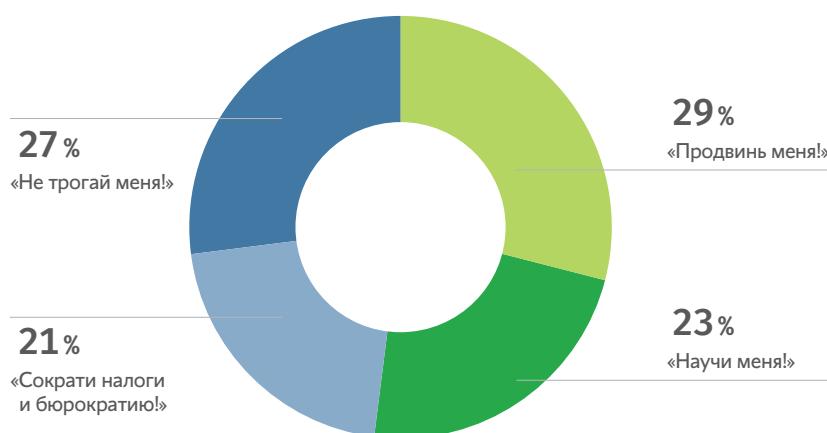


\* Например, упрощенная система налогообложения, автоматизированная упрощенная система налогообложения, патентная система налогообложения, налог на профессиональный доход.

**Источник:**  
«Предприниматели России: исследовательский мониторинг», октябрь 2022 года.

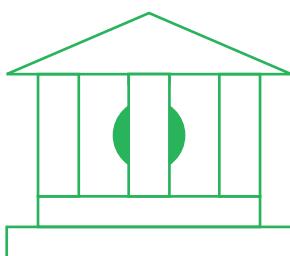
Анализируя ответы на вопрос о том, какие меры государственной поддержки предприниматели считают наиболее полезными для своего бизнеса, мы решили посмотреть не только на то, что отвечают предприниматели, но и на то, как они это делают. В результате последовательного применения методов факторного анализа, иерархического кластерного анализа и метода классификационных деревьев были выделены следующие четыре группы предпринимателей, существенно различающиеся своими ожиданиями относительно помощи со стороны государства: «Продвинь меня!», «Научи меня!», «Сократи налоги и бюрократию!», «Не трогай меня!».

**Размеры групп предпринимателей с точки зрения их отношения к помощи со стороны государства**  
% от опрошенных



**Источник:**  
«Малый бизнес и государство», телефонный опрос, 580 предпринимателей из ПМБ, июль-август 2021 года. 

<b>Принцип разделения предпринимателей на группы с точки зрения их отношения к помощи со стороны государства</b>			
Ответы:	<b>Позиции:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• льготное кредитование</li> <li>• налоговые льготы, специальные налоговые режимы</li> <li>• возможность участия в госзаказе, госзакупках</li> </ul>		
	ни одной из двух позиций		одна или обе позиции
	<b>Ответы:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• обучающие программы, консультирование</li> <li>• информационная поддержка</li> </ul>		
Две или все три позиции	ни одной позиции	одна или обе позиции	
Не более одной позиции	«Не трогай меня!»		



# Охват мерами государственной поддержки

За последние годы число обращающихся за господдержкой предпринимателей выросло. Если до пандемии таких предпринимателей было всего 11%, во время пандемии их доля увеличилась до 26% <sup>21</sup>. С начала СВО до сентября помошью воспользовались 19% предпринимателей, еще 6% планировали это сделать на момент опроса осенью 2022 года<sup>11</sup>.

Тем не менее, охват отдельных действующих мер поддержки остается на достаточно низком уровне (особенно в сравнении со значительными цифрами запроса на конкретные типы поддержки).

## 19%

воспользовались какой-либо мерой господдержки  
за время проведения СВО<sup>12</sup>

<sup>11</sup>

Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября  
2022 года.

**Меры господдержки, которыми предприниматели  
пользовались с начала СВО**  
% от опрошенных

<sup>12</sup>

Там же



**Источник:**  
Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября 2022 года.

**Вопрос:**  
«Сейчас я назову некоторые  
меры государственной поддер-  
жки малого бизнеса, которые  
были введены за последний год,  
а вы скажите, чем из этого вы  
воспользовались за время прове-  
дения специальной военной опе-  
рации?» Любое число ответов.

# Причины низкого охвата мерами господдержки

Среди причин относительного небольшого числа реальных пользователей отдельных мер господдержки можно назвать низкую осведомленность об этих мерах: 46% предпринимателей сказали, что им ничего не известно о мерах поддержки<sup>13</sup>. Однако другой важной причиной может быть предвзятое негативное отношение к мерам поддержки и взаимодействию с государством в принципе.



У предпринимателей и у теоретиков, работающих в системе, – реальности жизни разные. У них свой мир, у нас свой мир. И ... [хотя] они хотят что-то сделать... Реализация, ну, вы сами видите, ...ожидание и реальность.

Предприниматель из сферы швейной промышленности,  
Волгоград ©22

В то же время среди тех предпринимателей, кто осведомлен о мерах господдержки, почти половина (44%) ©23 считает, что применение этих мер полезно для их бизнеса. Также они полагают, что реализуются эти меры эффективно. Чаще такого мнения придерживаются респонденты, которые оценивают финансовое состояние своего предприятия как хорошее. При этом, чем лучше положение предприятия, тем позитивнее предприниматели отзываются о мерах государственной поддержки.



Реально поддержки для малого, среднего [бизнеса]... я вот, честно говоря, вообще не видел...У нас скорее этот бизнес происходит не из-за поддержки, а вопреки всему.

Предприниматель из сферы туризма,  
Казань ©24

Среди оставшихся 56% – затруднившиеся ответить, а также те, кто сомневается в полезности принимаемых мер. Понять природу этого скептицизма помогают качественные исследования в рамках Проекта СМБиз. Так, представители сильно пострадавшей от пандемии ковида туристической отрасли в самый разгар локдауна (когда все сидели по домам и перспективы восстановления передвижений были туманными) озвучивали следующие тезисы.

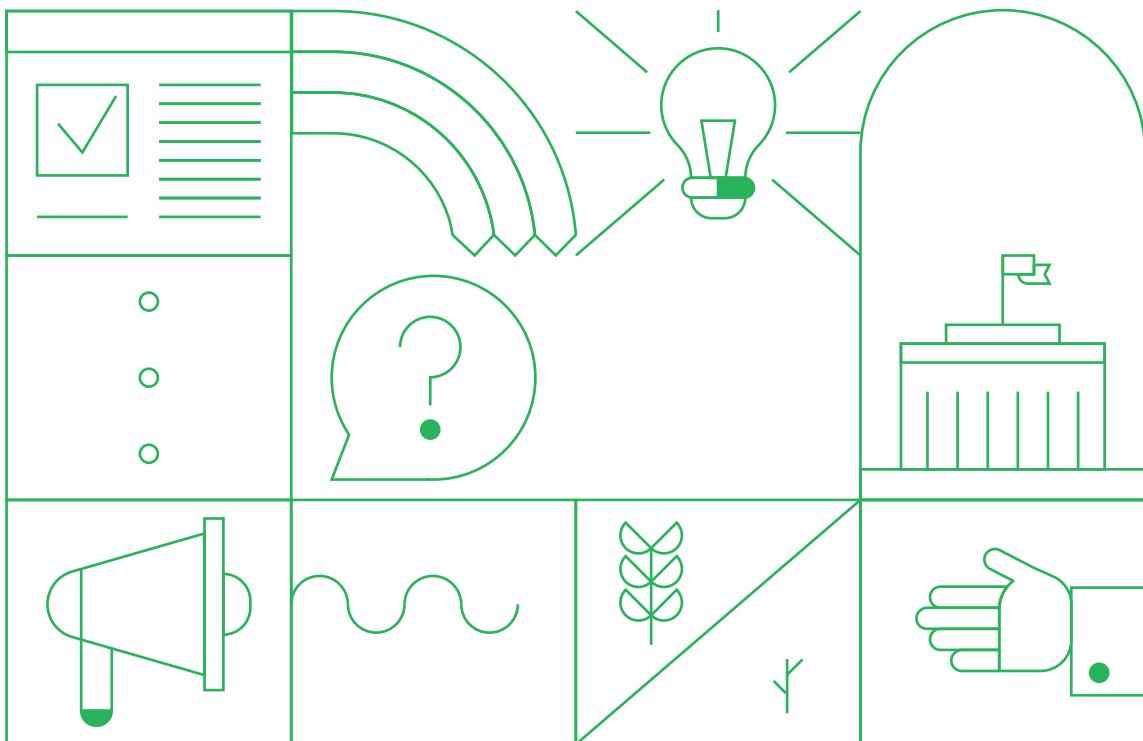
13

Лонгитюд МБ,  
13 октября – 14 ноября  
2022 года.



Мы надеемся только на себя. Никто нам не поможет. Малый и средний бизнес, микробизнес в России никому не нужен, он барахтается сам по себе.

Предприниматель из сферы детского отдыха,  
Санкт-Петербург ©25



# Социальный запрос к бизнесу и авторитет региональных властей

Социальный заказ – формальные и неформальные предписания, которые бизнес выполняет в интересах общества или государства (нередко в ущерб себе) – один из форматов взаимодействия государства и малого бизнеса.

Примером социального заказа в пандемию стало ограничение на работу компаний в целях снижения темпов распространения коронавируса.

Реализация такого социального заказа часто ложится на плечи региональных властей. Опыт пандемических ограничений позволил предпринимателям сформулировать, каким они хотели бы видеть работу локальных администраций по реализации федеральных требований к местному бизнесу.



Положительными качествами местных властей предприниматели называли гибкость в применении федеральных требований, основанную на понимании ситуации в разных сферах местного бизнеса и менталитета местных предпринимателей.



У нас карантин был не очень жесткий. Как только слухи, что загибается тот же общепит, – раз, и идет немножечко послабление карантинных мероприятий, чтобы заработала отрасль.

Предприниматель из сферы аудиторских услуг,  
Красноярск ©26



До Москвы далеко, и это на самом деле отличает нас от людей, которые в Нижнем Новгороде, Воронеже, Красноярске, других городах. Нас это сильно отличает, потому что нас все считают такими свое-нравными достаточно людьми. И я согласен с этой оценкой. Поэтому действительно соглашусь, что все прошло мягко.

Предприниматель из сферы оргтехники,  
Владивосток ©27



Негативными качествами местных властей предприниматели называли несамостоятельность в принятии решений и попытку «выслужиться перед Москвой» без оглядки на реальность местного бизнеса.



Наше местное правительство зря повторяет за Москвой, нужно принимать законы исходя из реалий региона, чего наши власти не сделали ни разу.

Предприниматель из сферы производства, Йошкар-Ола ©28



До Бога высоко, до царя далеко, а здесь, в Саратове, мы не понимаем, что происходит и почему. Люди, которые принимают такие решения, они не смотрят статистику, они смотрят на соседние области и, самое главное, на Москву либо смотрят на дающего, того, кто ими физически управляет.

Предприниматель из сферы производства строительных материалов, Саратов ©29

В разных регионах России малый бизнес имеет свои особенности: отличаются и ключевые отрасли, и способы ведения бизнеса, и отношения с органами власти. Для того чтобы описать и объяснить эти особенности, понять, как придать импульс развитию региональной бизнес-экосистемы, необходима работа местных экспертов-исследователей, хорошо понимающих общественно-политическую и культурную жизнь своего региона.

Именно таких экспертов объединил наш **Консорциум исследовательских компаний по изучению малого бизнеса**. Сейчас в него входят представители 30 компаний, занимающихся социологическими и маркетинговыми исследованиями в разных регионах страны. Консорциум исследовательских компаний позволяет нам проводить масштабные межрегиональные исследования, с одной стороны, собирая опыт разных регионов в единую картину, а с другой стороны, внимательно относясь к изучению региональных бизнес-культур и экосистем.

# Кредиты малому бизнесу: мера поддержки или абсолютное зло?

Кредиты по льготным ставкам стали самой желаемой мерой поддержки, которую предприниматели хотели бы получить от банков и финансовых организаций, в сентябре 2022 года об этом сказали 60% предпринимателей<sup>14</sup>. Тем не менее, результаты качественных исследований говорят о том, что в действующих условиях кредиты не воспринимаются предпринимателями как помощь или средство развития бизнеса. Общей позицией для предпринимателей стала необходимость формирования резерва (финансовой подушки), который сможет поддержать бизнес в кризисные моменты.

14

«Предприниматели России: исследовательский мониторинг», октябрь 2022 года.



Кредиты – однозначно зло,  
потому что в условиях неопределенности они могут погубить бизнес.

Предприниматель из сферы  
розничной торговли,  
Барнаул ♂30



Мы не пользуемся кредитами.  
Поэтому вкладываем в развитие бизнеса то, что зарабатываем. В принципе, такая стратегия у нас была с самого начала. У нас достаточно своих ресурсов, если масштабироваться.

Предприниматель из сферы  
розничной торговли,  
Барнаул ♂31



Я еще раз понял, что ни в коем случае нельзя свое предприятие загонять в кредиты. Что это прямо самый большой риск, который может быть: построить бизнес на кредитные средства. Хотя у многих выбора нету другого. Но эта зона достаточно рисковая. Я, вообще, в принципе, не сильно рисковал всегда. Я все продумывал, просчитывал. И того, что я не могу себе позволить, никогда не позволяю. Это касается, опять же, кредитов на бизнес. Я никогда не строил свой бизнес на кредитах. И если бы они у меня были, я не знаю, что бы я делал. Поэтому тут еще раз убедился, что лучшее – это все делать с запасом. И не брать больше того, что можно было бы освоить, на себя, скажем так.

Предприниматель из сферы оборудования  
для кинотеатров, Свердловская область ♂32

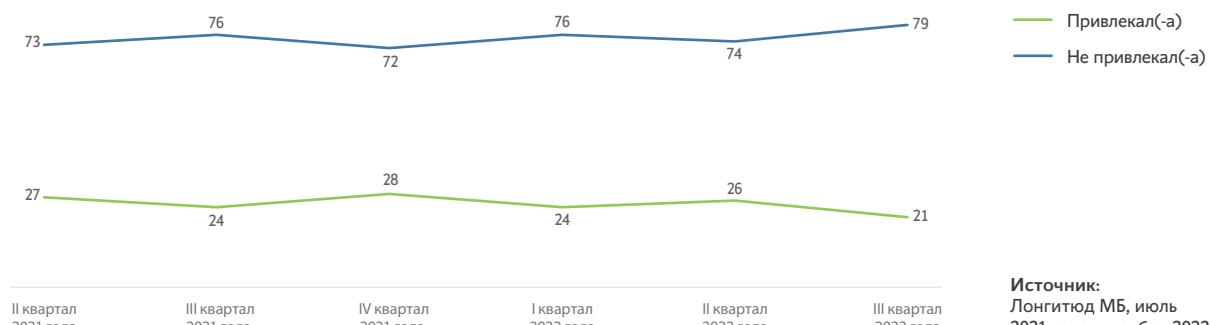


На будущее я решил, что обязательно нужно иметь хоть небольшой, но стабилизационный фондик в виде каких-нибудь небольших отложенных денежек на счету. Не выпучив глаза тратить – «о, у меня появились денежки!, нет: пусть эта соточка лишняя полежит – на какую-нибудь аренду, на какой-нибудь крайний случай».

Предприниматель из строительной сферы, Воронеж ©33

Тенденция к отказам от кредитов четко артикулировалась почти всеми участниками качественных исследований, однако в данных количественных исследований мы пока что не наблюдаем такого устойчивого тренда. Тем не менее, в III квартале 2022 года за кредитами обратилось минимальное число участников Лонгитюда за весь период наблюдения.

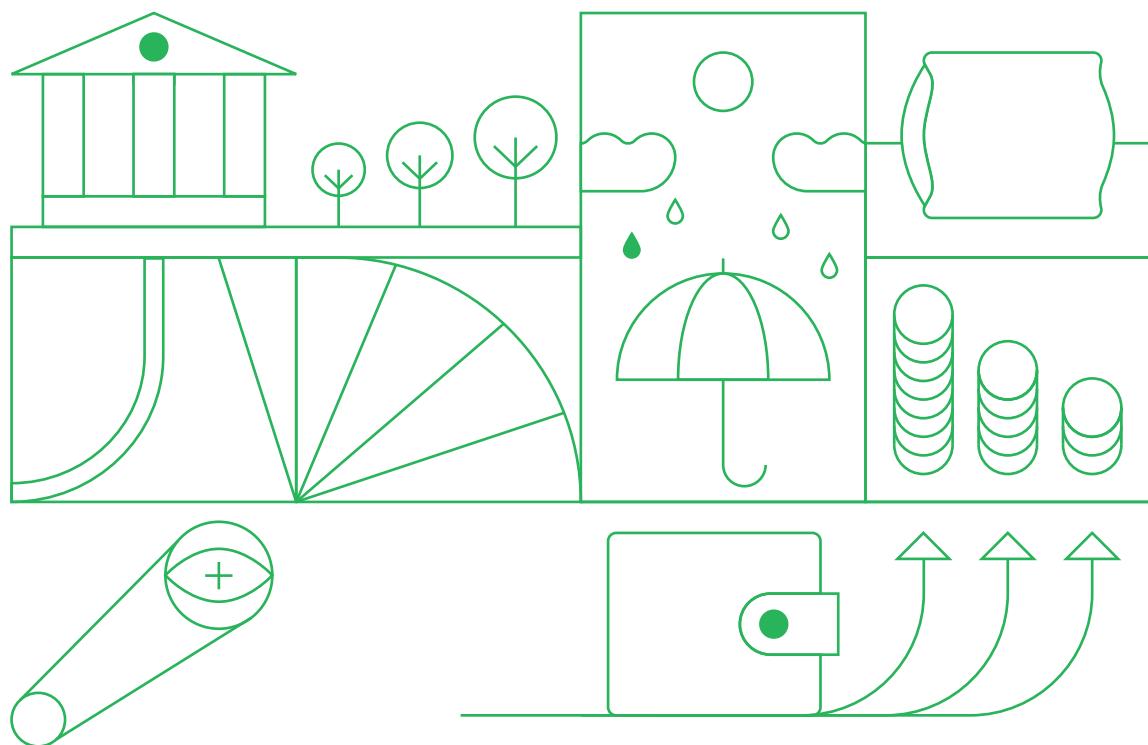
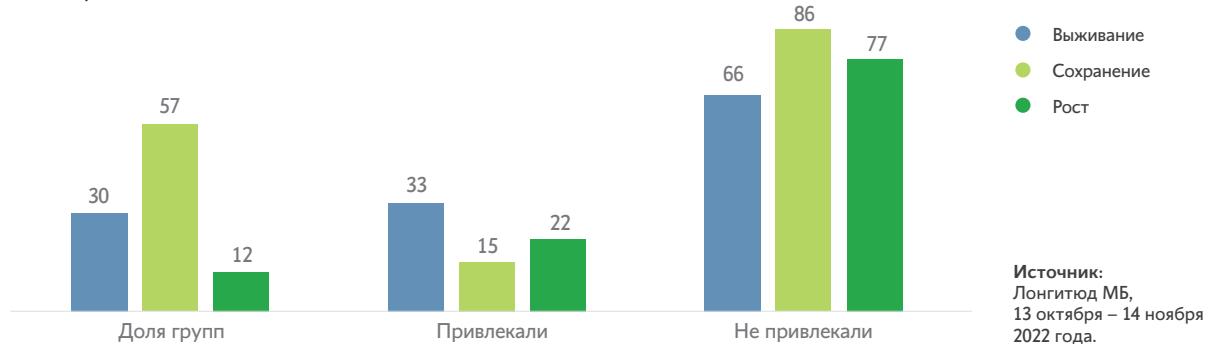
#### Привлечение заемных средств для финансирования бизнеса % от опрошенных



**Источник:**  
Лонгитюд МБ, июль 2021 года – ноябрь 2022 года.

Кредиты все реже воспринимаются предпринимателями как средство поддержки или развития бизнеса, однако они могут оставаться «средством спасения» в безвыходных ситуациях, а обращение к ним – вынужденная мера. В пользу этой гипотезы говорит то, что чаще кредиты привлекали компании в стадии выживания.

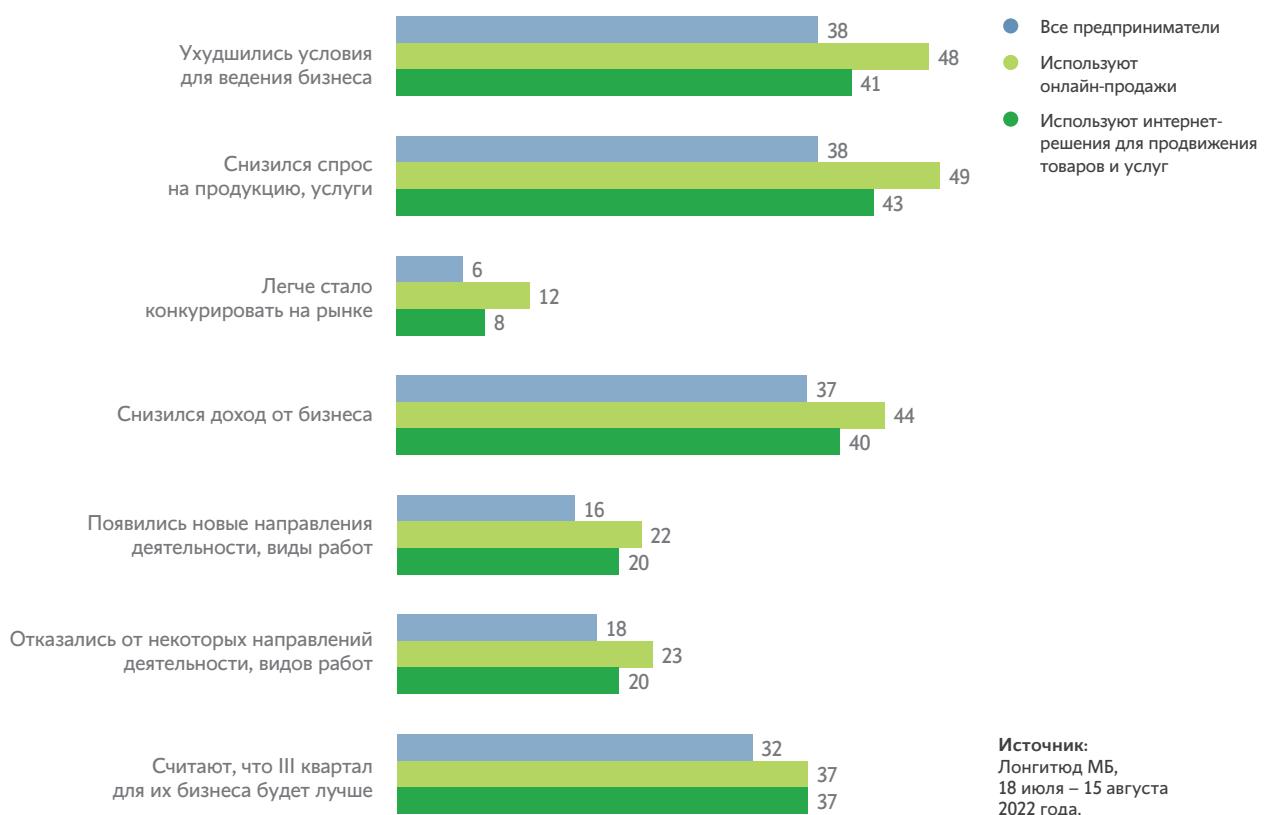
**Привлечение заемных средств для финансирования бизнеса  
в III квартале в разрезе бизнес-стратегий компаний**  
% от опрошенных



# Онлайн-продажи: как маркетплейсы поддержали бизнес

С приходом турбоРеальности для российских предпринимателей стали недоступны привычные способы онлайн-продвижения товаров и услуг: Facebook, Instagram, Google Ads и др. Но даже в этих условиях предприниматели, использующие диджитал-инструменты для продаж и продвижения, реже отмечали ухудшение условий для ведения бизнеса, чем предприниматели в целом.

**Изменения в бизнесе участников Лонгитюда во II квартале по сравнению с I кварталом 2022 года**  
% от опрошенных



## По состоянию на II квартал 2022 года

**49** %

использовали  
диджитал для торговли  
и продвижения

**25** %

использовали социальные  
сети для онлайн-торговли

**19** %

использовали  
контекстную рекламу

**9** %

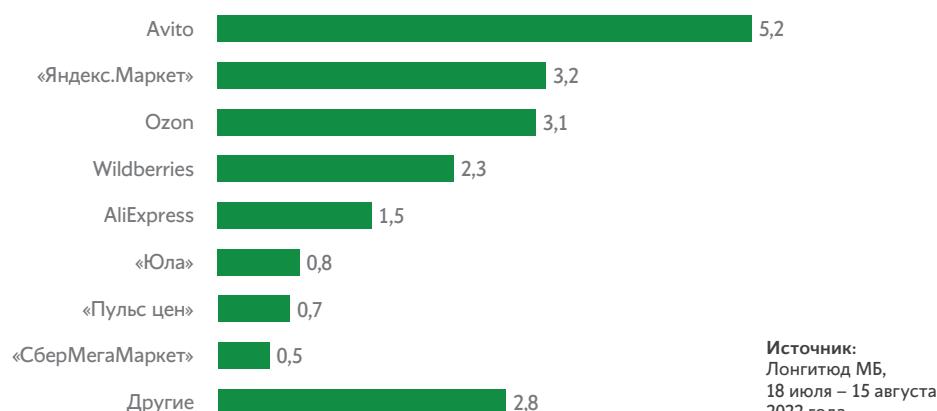
использовали  
маркетплейсы

Источник:  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

Вероятно, это связано с поддерживающими предпринимателей промомероприятиями крупнейших российских маркетплейсов. В марте-апреле Ozon <sup>34</sup>, «Яндекс.Маркет» <sup>35</sup>, Wildberries <sup>36</sup> снизили или отменили часть комиссий за пользование сервисами, пересмотрели или полностью отменили платы за складское хранение, провозку и доставку товаров.

### Маркетплейсы, с которыми предприниматели сотрудничали во II квартале 2022 года

% от опрошенных



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

# Предприниматели в турбоРеальности: масштаб потрясений

1

## Уровень тревоги и беспокойства среди предпринимателей выше, чем среди населения<sup>15</sup>

На протяжении всего периода наблюдений тревожные настроения относительно будущего у предпринимателей преобладали над оптимистичными в отличие от показателей по населению в общем, где преобладающие настроения (спокойствие и тревога) сменяли друг друга в разные периоды. Уровень оптимизма и тревоги предпринимателей в целом следовал тренду настроений населения: когда население отмечало рост спокойствия или тревоги, у предпринимателей эти показатели вели себя аналогично, но с меньшей амплитудой. Так, например, в III квартале 2022 года во время замера максимальное преобладание спокойных настроений над тревожными у населения составило 30 п. п., а у предпринимателей в этот период настроения едва сравнялись.

15

Лонгитюд МБ,  
июль 2021 года –  
ноябрь 2022 года.

2

## Санкционный шок не стал для предпринимателей потрясением, гораздо ярче они отреагировали на новость о мобилизации<sup>16</sup>

16

Там же

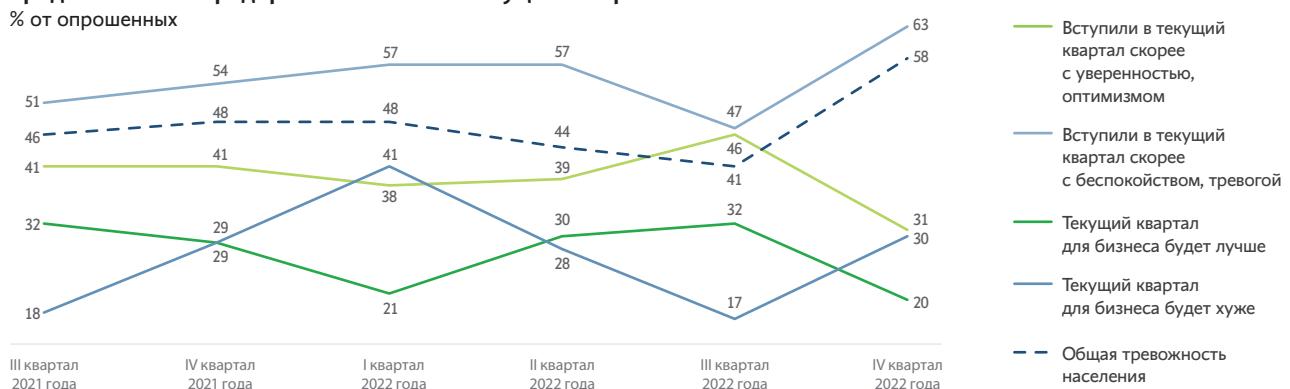
На входе в каждый квартал мы спрашиваем предпринимателей об их ожиданиях от будущего квартала, но после начала спецоперации волна опроса прошла через 1,5 месяца – с середины апреля до середины мая. К этому моменту и оптимизм, и тревога в предпринимательской среде уже находились на уровне до СВО. Период усиления тревоги не продлился долго и среди населения: тревожные настроения устойчиво преобладали с февраля до начала апреля. Мобилизация стала более ярким шоком и для населения, и для предпринимателей, впервые за год синхронизировав показатели их эмоционального состояния.

3

### Настроения предпринимателей оставались относительно стабильными даже на фоне негативных ожиданий от бизнес-среды

С одной стороны, это может говорить о психологической адаптации предпринимателей к турбулентным условиям внешней среды: после шоков пандемии предпринимателей уже трудно чем-то удивить. Однако позитивно оценивать это нельзя. Участники качественных исследований говорили о нарастающей усталости от все новых проблем и необходимости адаптироваться к ним  37.

#### Представления предпринимателей о текущем квартале



**Источники:**  
Лонгитюд МБ, июль 2021 года – ноябрь 2022 года. Доминанты. Поле мнений, 2021–2022 годы.



# Типы предпринимателей по способу реагирования на кризис

Начало СВО и последующая частичная мобилизация стали очередным испытанием для предпринимателей на стрессоустойчивость. За почти три года с начала пандемии предприниматели уже привыкли жить в условиях постоянного давления внешних обстоятельств. Так, в конце 2021 года почти каждый второй участник исследования «Уроки пандемии» произносил такую фразу для описания своего отношения к кризису: «То, что нас не убивает, делает нас сильнее».

Однако далеко не все предприниматели легко адаптируются к кризисным явлениям и видят в них стимул для развития своих компаний. Постоянный стресс истощает и приводит к эмоциональному выгоранию.



Благодаря пандемии мы научились жить в состоянии стабильного стресса. Опять же пандемия и страх того, что завтра вдруг может быть как-то не так, как раньше, стимулировала активнее работать. Уже это как стресс и не ощущается, в принципе. А до этого прям напряжение витало.

Предприниматель из сферы исследования конъюнктуры рынка, Краснодар ♂38



Я вам честно скажу – я села на антидепрессанты. И до сих пор продолжаю, потому что я не смогла, у меня страх, потому что у меня все в собственности, мне нужно платить эти кредиты, ипотеки, и, соответственно, это даже не просто аренда. То есть мне нужно было и сохранить тот же уникальный коллектив.

Предприниматель из сферы образования, Барнаул ♂39

Высокий уровень тревоги у предпринимателей связан с тем, что они несут ответственность за людей и за бизнес, который для большинства является основным источником дохода.



У нас, допустим, персонал работает больше 10 лет. То есть всю бригаду, всех этих людей, если мы сейчас закроемся, их на улицу с детьми, с ипотеками выгонят. Куда им?

**Предприниматель из сферы строительно-отделочных услуг, Краснодар ♂40**

Отношение к своему бизнесу определяет и психологическую реакцию на кризис, и стратегию действий предпринимателей. По результатам первых КЭП-сессий была предложена типология предпринимателей в зависимости от отношения к бизнесу, психологических особенностей, определяющих реакцию на кризисные ситуации.

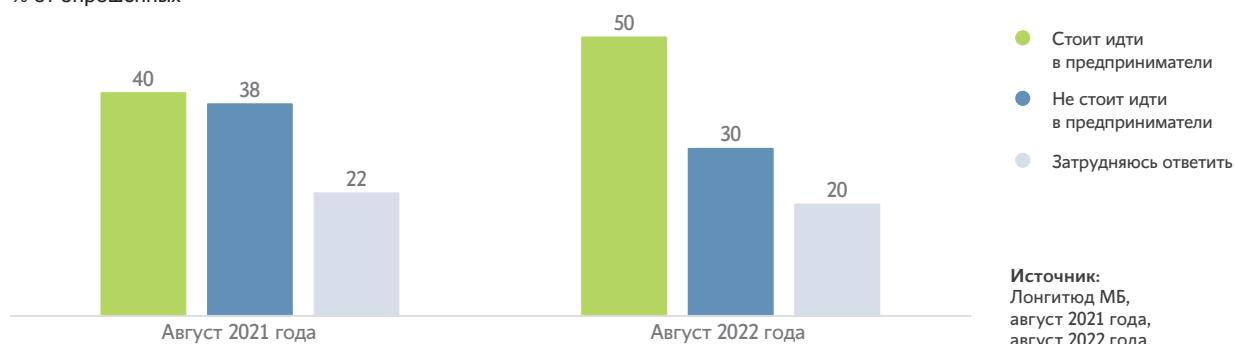
Пассивная реакция на кризис	Активная реакция на кризис
<p><b>«Выученная беспомощность»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• паника как реакция на изменения, метания и необдуманные поступки</li> <li>• считают, что от них ничего не зависит</li> <li>• склонны винить государство</li> <li>• часто закрывают бизнес</li> </ul> <p></p> <p>Люди пошли к гадалкам, колдунам. В общем-то, образованные люди, по большей части. Растряянность, когда ты не можешь опираться на ранее полученные знания.</p> <p><b>Предприниматель из сферы промышленного строительства и производства стройматериалов, Саратов ♂41</b></p>	<p><b>«Живущие одним днем»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не планируют, а решают повседневные вопросы</li> <li>• кризис – очередное обстоятельство</li> <li>• многие – производственники, на которых завязаны клиенты</li> <li>• рассчитывают только на себя: на руки и голову</li> </ul> <p></p> <p>Для владельца бизнеса не бывает время кризисное и время не кризисное. Для владельца бизнеса всегда время кризисное.</p> <p><b>Предприниматель из сферы производства полимерных изделий, Москва ♂42</b></p>
<p><b>«Отложившие свою жизнь»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• переждать кризис с минимумом действий</li> <li>• ждут, что все будет как раньше</li> <li>• часто бизнес – дело жизни, семейный бизнес</li> <li>• смена бизнеса как смена личной траектории</li> </ul> <p></p> <p>Мы же очень тяжело расстаемся со своим бизнесом, потому что для нас это немножко личное.</p> <p><b>Предприниматель из сферы оптовой торговли, Пермь ♂43</b></p>	<p><b>«Время действовать»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• кризис – толчок к развитию</li> <li>• активно ищут новые возможности</li> <li>• часто считают себя лентяями, но ситуация их мобилизует</li> <li>• разные направления бизнеса, часто в разных сферах</li> </ul> <p></p> <p>Лично мое жизненное правило, что любую проблему надо рассматривать как источник роста, зарождения, появления и т. д.</p> <p><b>Предприниматель из сферы аудиторских услуг, Волгоград ♂44</b></p>

# Стоит ли в наше время заниматься бизнесом?

Удивительно, но несмотря на все проблемы, случившиеся за последний год, предприниматели в целом стали позитивнее относиться к своей профессии: на 10 п. п. увеличилось число тех, кто посоветовал бы своим знакомым заняться бизнесом. И если в 2021 году примерно поровну было тех, кто «советует», и тех, кто «не советует», то в 2022 году эти группы разошлись на 20 п. п.<sup>17</sup>

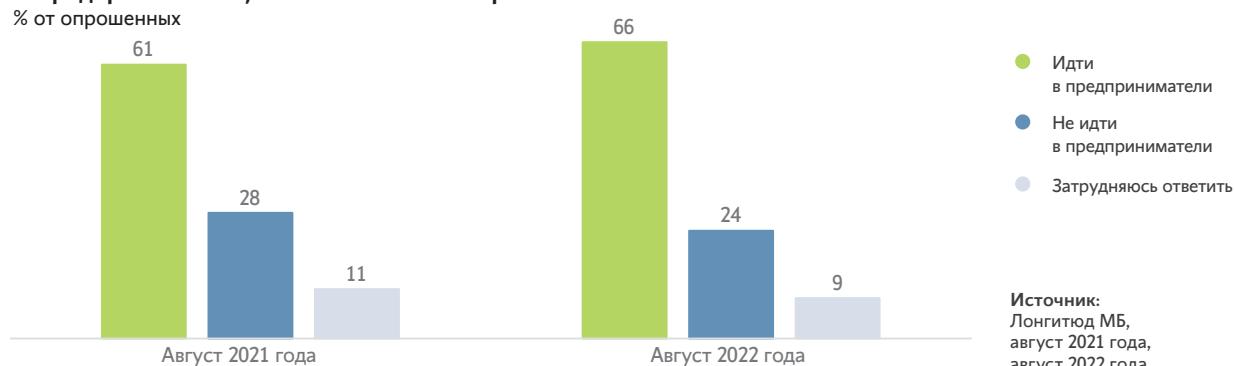
<sup>17</sup>  
Лонгитюд МБ,  
июль 2021 года,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

**Если бы кто-то из ваших знакомых, близких спросил у вас, стоит или не стоит сегодня идти в предприниматели, что бы вы ответили?  
% от опрошенных**



Источник:  
Лонгитюд МБ,  
август 2021 года,  
август 2022 года.

**А если бы вы сами сегодня выбирали, идти или не идти в предприниматели, то что бы вы выбрали?  
% от опрошенных**



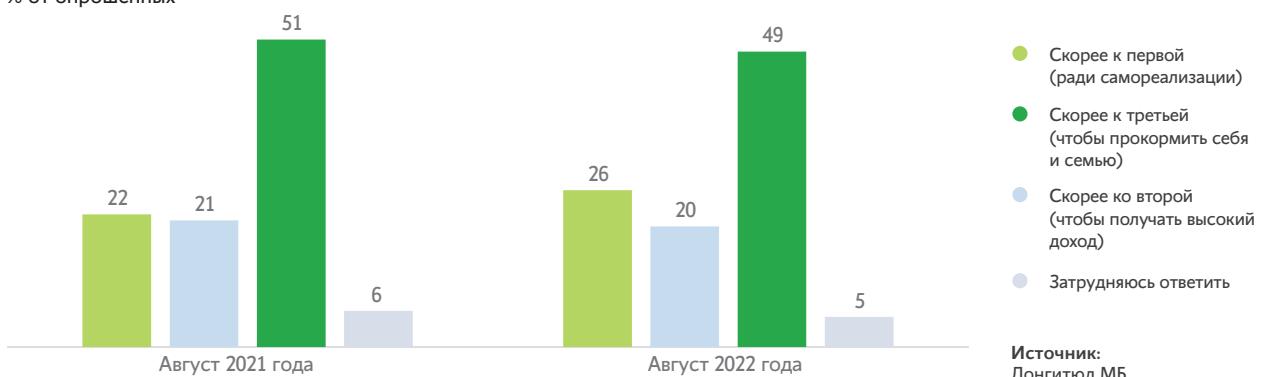
Источник:  
Лонгитюд МБ,  
август 2021 года,  
август 2022 года.

# Почему предприниматели не уходят из бизнеса?

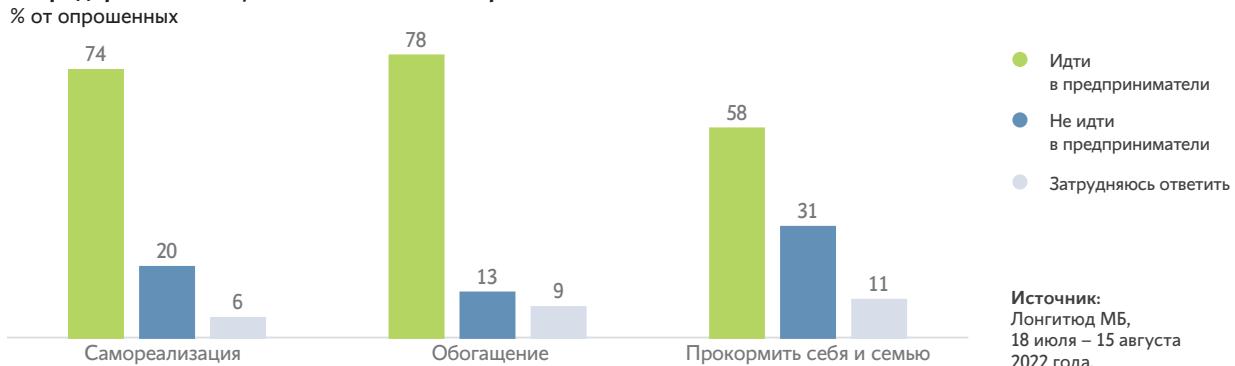
Самая стойкая мотивация к занятию предпринимательством – у тех, кто занимается им ради высокого дохода, и эта группа самая малочисленная – 20%.

Самая низкая мотивация – в самой многочисленной (49%) группе – «вынужденных» предпринимателей, тех, кто занимается бизнесом, чтобы прокормить себя и семью.

Одни занимаются бизнесом главным образом ради самореализации. Другие чтобы получать высокий доход. Третьи прежде всего чтобы прокормить себя и свою семью. К какой из этих трех категорий вы скорее относите себя?  
% от опрошенных



А если бы вы сами сегодня выбирали, идти или не идти в предприниматели, то что бы вы выбрали?  
% от опрошенных



**Источник:**  
Лонгитюд МБ,  
август 2021 года,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

**Источник:**  
Лонгитюд МБ,  
18 июля – 15 августа  
2022 года.

# Оптимизм – базовая эмоция предпринимателя

Оптимизм «вопреки обстоятельствам», вера в свое дело и энтузиазм предпринимателей по отношению к своей работе были характерны почти для всех участников наших исследований и проявлялись практически как свойство личности. Готовность бороться и преодолевать сложности, искать решения возникающих проблем воспринимались многими предпринимателями как естественный атрибут их профессии. «На то мы и предприниматели, чтобы что-то предпринимать», – сказала одна из участниц исследования реакции предпринимателей на первую и самую тяжелую волну пандемии  45.



Ну, желание все закрыть появляется каждое утро. Но потом выпьешь кофе, и как-то успокаиваешься, и пытаешься что-то придумать.

Предприниматель из сферы общественного питания,  
Екатеринбург  46



От жизни устал. Я как тот вол – все равно буду тащить этот груз, пока не свалюсь. И все трудятся, все тащат, цепляются за жизнь. Как бы тяжела она ни была. При этом у каждого своя жизнь, своя ситуация.

Предприниматель из сферы бетонных работ,  
Калининград  47



В любом случае, мы когда-нибудь достигнем того момента, когда мы победим эту всю ситуацию и уже будет легче. И ты встанешь, и ты скажешь, что ты молодец, ты этого достиг, ты пережил эту всю ситуацию.

Предприниматель из сферы общественного питания, Казань  48



Малое предпринимательство в России – это чисто инициатива, личная инициатива. Если ты идешь в бизнес и настраиваешься на то, что ты будешь малым бизнесом, ты формально держишь ствол у своего виска. У тебя нет перспектив, в России нет перспектив малого бизнеса, пандемия как кризис показала это еще больше. Но мы все переживем. Работать все равно надо будет кому-то, строить надо будет кому-то, служить надо будет кому-то. Мы все адаптируемся, мы люди, люди, люди. Главное – понимать, куда мы идем и зачем.

Предприниматель из сферы социологических исследований, Йошкар-Ола ©49



# Эксперты Консорциума исследовательских компаний – о характере предпринимателей



Этот бизнес создается людьми, по свойствам характера не способными жить как-то по-другому, и они будут изо всех сил стараться оставаться в бизнесе, вернуться к предпринимательской деятельности. Если какая-то часть из них не справляется с ситуацией, ей на смену придут другие. Малый и микробизнес – это динамично ротирующее сообщество.

Татьяна Немtinova,  
директор агентства  
«Коммерческие консультации  
и исследования», Пермь



Одна фраза нашего КЭПа засела у меня в голове: «Нужно быть хитрее». И это не про изворотливость и хитрость, а про способность даже в такой ситуации сменить позицию из подчиненной на позицию ведущего, когда на следующий вызов у предпринимателя уже будет припасен запасной вариант действий.

Татьяна Костенко,  
генеральный директор  
исследовательской компании  
«Ника», Барнаул



Респонденты нашей группы, да и все сегодняшние российские предприниматели – особенные люди. Пройдя через невообразимые препоны и препятствия, проверки, ограничения, закручивание гаек, они придумали, как из любимого дела или того, что умеют делать лучше других, организовать свое предприятие.

Ольга Изосимова,  
к. пед. н., руководитель  
маркетингового агентства Exact Poll,  
Санкт-Петербург

# Исследователям

Мы приглашаем исследователей и экспертов, работающих с темой малого бизнеса (или желающих начать такую работу) присоединиться к совместному поиску ответов на самые важные вопросы о малом бизнесе с использованием исследовательской инфраструктуры ФОМа.

Вы можете разрабатывать собственные направления исследований или работать над самостоятельными темами в рамках направлений, которые существуют в Проекте. Кроме того, базой для вашей работы может стать большой массив данных, собранный в ходе качественных и количественных исследований за последние два года.

Формат совместной работы может быть разным: у вас могут быть уже сложившаяся команда и привлеченный грант, а могут быть только интересный вопрос, искренний энтузиазм и понимание пользы своего исследования. В ряде случаев ФОМ может взять на себя предоставление необходимых для работы ресурсов.

## ФОМ-Проект «Социология Малого Бизнеса»

Сайт: [smbiz.fom.ru](http://smbiz.fom.ru)  
Telegram-канал: [t.me/smbizfom](https://t.me/smbizfom)  
Электронная почта: [smbiz@fom.ru](mailto:smbiz@fom.ru)  
Телефон: +7 (495) 653-82-32

**Вопросы сотрудничества вы можете обсудить с нашими специалистами:**

Анастасия Егорова [egorova@fom.ru](mailto:egorova@fom.ru)  
Екатерина Седых [sedykh@fom.ru](mailto:sedykh@fom.ru)  
Роман Бумагин [bumagin@fom.ru](mailto:bumagin@fom.ru)

123376, Россия, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 15, стр. 16А, эт. 2

# **Над дайджестом работали:**

<b>Иван Грибов</b>	составитель дайджеста, аналитик
<b>Екатерина Седых</b>	креативный директор
<b>Анастасия Егорова</b>	координатор
<b>Роман Бумагин</b>	научный редактор
<b>Юлия Дормидонтова</b>	редактор, аналитик
<b>Наталия Рябова</b>	редактор
<b>Максим Чепурных</b>	ассистент редактора
<b>Маргарита Лябина</b>	ассистент редактора
<b>Ольга Вийра</b>	дизайнер
<b>Екатерина Гринберг</b>	дизайнер графиков
<b>Дарья Чередова</b>	иллюстратор
<b>Юлия Осичнюк</b>	координатор тиража

# Для заметок

# Для заметок



