



**МИХАЙЛОВА
ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА**

кандидат социологических наук,
советник генерального директора ВЦИОМ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ: МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ

Допандемический период: с чем бизнес входил в локдаун

Оценка текущей ситуации в бизнес-среде и потенциала восстановления экономики от пандемических ограничений становится более объемной, если провести ретроспективный анализ. Вспомним, в каком состоянии бизнес входил в этот период, какие устойчивые тренды влияли на его развитие, как их воспроизводство или нивелирование может сказаться на качестве бизнес-среды в перспективе.

Согласно данным мониторингового исследования «Оценка динамики факторов, влияющих на бизнес, и мер, направленных на возобновление экономического роста», проведенного ВЦИОМ по заказу уполномоченного при президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей в период с 2016 по 2018 год, наблюдалась устойчивость трендов, связанных с преодолением наиболее значимых административных и коррупционных барьеров¹. Из года в год среди позитивных изменений, способствующих улучшению качества бизнес-среды, предприниматели называли снижение влияния организованной преступности на бизнес, повышение уровня технологического обеспечения, сокращение объемов выплат заработной платы «в конвертах». Заметные улучшения были связаны также со снижением давления со стороны правоохранительных органов, повышением эффективности работы союзов предпринимателей. Антирейтинг возглавляли высокие цены на энергоресурсы (электроэнергию и газ: ежегодно расходы на оплату услуг естественных монополий росли на 16%—19%), общий

¹ Целевая аудитория опроса — руководящий состав организаций (владельцы/директора, топ-менеджмент). Объем выборочной совокупности опроса 2018 г. — 1404 интервью. Метод сбора данных: телефонный опрос (CATI). Параметры, использованные при построении выборки: сфера деятельности компании, размер бизнеса, территориальный признак (в соответствии с регионом государственной регистрации в качестве места нахождения юрлица).

уровень издержек производства, нарастающая неопределенность экономической ситуации. В числе ключевых факторов, сдерживающих развитие их бизнеса, предприниматели указывали также высокий уровень налогов и снижающийся спрос на внутреннем рынке. Конечно, тогда предприниматели не могли предположить, с какой степенью неопределенности им предстоит столкнуться в краткосрочной перспективе. Однако однозначно можно сказать, что без успешного поступательного и последовательного решения многих беспокоивших предпринимателей проблем в течение предшествующих лет сегодня многие бизнес-структуры оказались бы в гораздо более стрессовой ситуации.

ТАБЛИЦА 1. ОЦЕНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМ ОБРАЗОМ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД ИЗМЕНИЛАСЬ СИТУАЦИЯ, СВЯЗАННАЯ С ПЕРЕЧИСЛЕННЫМИ НИЖЕ ФАКТОРАМИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЛИЯНИЯ НА ВАШ БИЗНЕС

(средний балл по пятибалльной шкале, где 1 — однозначно ухудшилась, 5 — однозначно улучшилась)

	2018	2017	2016
Влияние организованной преступности	3,2	3,1	3,1
Уровень технологического оснащения	3,2	3,1	3,1
Практика выплат заработной платы «в конвертах»	3,2	3,1	3,1
Давление со стороны правоохранительных органов	3	3	3
Эффективность работы союзов предпринимателей	3	2,9	3
Конкурирующий импорт	2,9	2,9	2,9
Открытость государственных закупок	2,9	2,9	2,9
Рейдерство со стороны чиновников и аффилированных структур	2,9	2,9	2,8
Качество работы института Уполномоченного по защите прав предпринимателей	2,8	2,9	2,9
Эффективность отраслевых объединений и ассоциаций	2,8	2,8	2,9
Размер «коррупционной ренты»	2,8	2,8	2,8
Эффективность судебной системы	2,7	2,8	2,8
Стоимость коммерческого кредита	2,7	2,5	2,1
Нечестная конкуренция со стороны теневого рынка	2,7	2,7	2,6
Количество и качество бюрократических процедур	2,6	2,6	2,6
Качество законодательного регулирования экономики	2,6	2,6	2,6
Обеспеченность долгосрочными инвестиционными средствами	2,6	2,5	2,3
Стоимость земли	2,5	2,5	2,4
Обеспеченность и стоимость трудовых ресурсов	2,5	2,6	2,6
Монополизация рынков	2,5	2,6	2,6
Уровень налогообложения	2,5	2,5	2,6
Обеспеченность транспортной инфраструктурой и стоимость перевозки грузов	2,5	2,4	2,3
Уровень спроса на продукцию	2,4	2,5	2,2
Неопределенность экономической ситуации	2,2	2,2	1,9
Общий уровень издержек производства	2,1	2,2	2,1
Цены на энергоресурсы (электроэнергия и газ)	2	2	1,9

В «допандемические» годы, несмотря на проблемы и сложности, большинство предпринимателей строили позитивные прогнозы. Так, в 2018 году 45% были убеждены, что их бизнес будет развиваться (в трехлетней перспективе), а максимально пессимистично оценивали возможности для дальнейшего экономического роста и развития своего бизнеса лишь 12%. Правда, как в сегменте компаний, занимающихся импортозамещением, так и среди осуществляющих импорт продукции уже в этот период наблюдался определенный рост озабоченности относительно перспектив дальнейшего развития.

Одним из ключевых проектов российского правительства, направленных на стимулирование предпринимательской деятельности россиян и легализацию осуществляющих предпринимательскую деятельность, стало установление особого налогового режима «Налог на профессиональный доход» (говоря простым языком — разработка мер, направленных на введение особых условий в целях регистрации уже работающих или планирующих работать в режиме самозанятых). Напомним, что возможность регистрироваться в качестве самозанятых была предоставлена гражданам, которые самостоятельно (без привлечения других работников) создают продукты и/или оказывают услуги на сумму не более 2,4 миллиона рублей в год. От данных субъектов не требовалось предоставление отчетности, а ставка для оказывающих услуги физическим лицам составляет 4% от дохода, для оказывающих услуги юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям — 6% (включая взносы в систему обязательного медицинского страхования).



В 2019 году пилотный проект реализовывался в четырех субъектах Российской Федерации — Москве, Татарстане, Калужской и Московской областях. Согласно результатам исследования, проводившегося ВЦИОМ по заказу Корпорации МСП на одной из начальных стадий реализации проекта в пилотных регионах, 69% неформально работавших в формате самозанятых планировали выйти из тени, и основными стимулами для реализации таких намерений 91% называли возможность уменьшить размер текущих налоговых платежей — платить по ставке 4% (6% с услуг для юридических лиц) вместо ставки НДФЛ (13%).

Пилотный проект оказался успешным. По данным ФНС России, в качестве самозанятых в этих регионах зарегистрировалось более 390 тыс. человек, задекларировавших доход на сумму более 27,5 млрд рублей. В 2020 году в соответ-

ствии с № 428-ФЗ² эксперимент был распространен еще на 19 регионов³. Однако на успешность внедрения данной инициативы оказали влияние непредвиденные факторы — страна столкнулась с эпидемиологической угрозой. Тем не менее с сентября 2020 года режим был распространен на все субъекты РФ, и по состоянию на начало декабря 2020 года число зарегистрированных составило 1,434 млн что позволило вывести из тени 209 млрд руб. доходов.



Из открытых источников

Уже на этапе входа в локдаун бизнес находился в не очень простой экономической ситуации — волатильность рубля, неопределенность внешнеполитического положения и нестабильность ситуации на внешних рынках, отголоски 2013—2016 годов, когда реальные располагаемые доходы населения в среднем ежегодно снижались на 1,2%, и только к концу 2019 года вернулись на уровень 2011 года. В то же время за прошедшие годы удалось реализовать ряд мер, направленных на повышение качества бизнес-среды, что во многом смягчило удар. А вводимые новые режимы для осуществляющих предпринимательскую деятельность обеспечили вариативность выбора стратегий адаптации в условиях ограничений.

Бизнес и предпринимательство в условиях локдауна

Согласно данным доклада, подготовленного уполномоченным при президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей⁴, пандемия оказала влияние на деятельность около 4,17 млн компаний и ИП (при общей численности 6,05 млн) — около 67% субъектов предпринимательской деятельности. На пике карантина приостановили свою деятельность 56,1% субъектов предпринимательской деятельности. МСП, которые столкнулись с падением выручки более

² Федеральный закон от 15.12.2019 № 428-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима „Налог на профессиональный доход“ в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)»». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201912150001>.

³ Санкт-Петербург, Ленинградская, Воронежская, Волгоградская, Нижегородская, Новосибирская, Омская, Ростовская, Самарская, Сахалинская, Свердловская, Тюменская и Челябинская области, а также Красноярский и Пермский края, Ненецкий, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, Республика Башкортостан.

⁴ Уполномоченный при президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей. Приложение к докладу президенту Российской Федерации «COVID-19: последствия для бизнеса и экономики». URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2020/7.pdf>.

чем на 30%, осуществляют/осуществляли деятельность в 65 классах ОКВЭД из 88 существующих.

Принимавшиеся на региональном уровне меры поддержки бизнеса, пострадавшего от пандемии, характеризуются высоким уровнем вариативности:

- Ульяновская область, Забайкальский край, Белгородская, Калининградская, Тамбовская области разрешили предпринимателям работать в случае декларирования соблюдения санитарных норм;
- в ряде регионов выделялись прямые субсидии бизнесу в виде предоставления денежных средств субъектам МСП;
- в 50 субъектах РФ были снижены размеры налога на имущество, транспортного налога, платы за патент, списывались арендные платежи за государственное или муниципальное имущество;
- предоставлялись льготные кредиты, осуществлялось субсидирование процентных ставок;
- в Тюменской, Амурской областях и Карелии было принято решение о расширении перечня отраслей/критерия определения ИП и предприятий, пострадавших от локдауна.

Стратегии адаптации бизнеса к ситуации локдауна и последующих ограничений определялись как сферой осуществляемой экономической деятельности, так и накопленным запасом прочности. В рамках исследования, проведенного в июне 2020 года межрегиональной исследовательской группой, объединившей 24 независимых социологических центра⁵, была сформирована типология наиболее часто выбиравшихся стратегий:

- «Game Over» (закрытие бизнеса);
- «сокращение» (продажа или закрытие части бизнеса, сокращение персонала);
- «спячка» («замораживание» процессов и саморефлексия, саморазвитие — в этот период полностью приостановили свою работу 35,7% компаний, на пике карантина не работало 56,1% компаний);
- «лягушка в молоке» (выполнение любых заказов — в том числе с меньшей рентабельностью, объемами прибыли в целях поддержания деятельности; к этой же группе могут быть условно отнесены и те, кто «ушел в тень» и продолжал работать, несмотря на запрет властей);
- «расширение» (использование новых возможностей, открывшихся в период локдауна, создание новых продуктов и решений).

⁵ «Мы должны как-то выплывать». Предпринимательские стратегии реагирования на коронакризис // к-ФОМ. 29.10.2020. URL: <https://covid19.fom.ru/post/my-dolzhny-kak-to-vplyvat>.

Согласно данным опроса 4131 работодателя, проводившегося Фондом ВЦИОМ и Национальным агентством развития квалификаций (НАРК) с мая по июнь 2020 года, стратегию «расширения» удалось реализовать всего 3% предприятий (увеличили или планировали увеличить штат), в то время как стратегию сокращения выбрали 2%. В «спячку» впадали 6% предприятий. В целом в привычном режиме трудилась половина (48%) предприятий, тогда как другая половина работала в удаленном режиме (44%)⁶.

Крупный бизнес в период пандемии в ряде регионов активно включался в работу по улучшению эпидемиологической ситуации. О каких из перечисленных видах участия бизнеса в таких мероприятиях в Вашем регионе Вам известно?

(закрытый вопрос, любое число ответов)



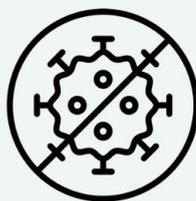
14%

Оказание адресной финансовой помощи



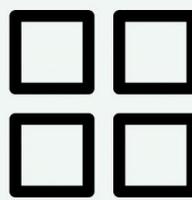
9%

Бесплатное предоставление своих товаров или услуг



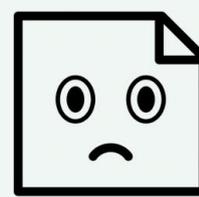
10%

Запуск новых продуктов для борьбы с пандемией или ее последствиями



10%

Другое



65%

Затрудняюсь ответить/
Неизвестно ни о каких

Крупный бизнес прогнозируемо показал большую устойчивость к кризису и новым вызовам. При этом руководство многих компаний продемонстрировало готовность к молниеносному включению в решение социальных проблем — стремительно перестроили свои маркетинговые стратегии и бизнес-модели, перенаправили ресурсы на закрытие возникающих в обществе проблемных зон.

Оперативные меры реагирования на сложившуюся ситуацию крупный бизнес стал принимать уже начиная с 20 марта 2020 г. И прежде всего это касалось обеспечения физической и эмоциональной безопасности сотрудников, перевода на удаленный формат работы. Кризис определил проблемные зоны в системе планирования компаний и корпораций — только пятая часть из них имела разработанные регламенты реагирования в случае возникновения неопределенности, непрогнозируемых рисков.

⁶ Данные опубликованы в аналитическом обзоре «Рынок труда после пандемии будет расти» на сайте ВЦИОМ 25.08.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rynok-truda-posle-pandemii-budet-rasti>.

Согласно данным исследования Ассоциации «Форум доноров», 59 % компаний выделили дополнительные бюджеты на внешние социальные программы, еще 16 % перераспределили бюджет с других направлений. Всего на поддержку наиболее уязвимых социальных групп и сфер было направлено около 14 млрд руб. В докладе отмечается, что «фоне своих зарубежных коллег российский бизнес выглядит более щедрым: по данным исследования „Giving in Number-2020“ (GIN-2020), во всем мире в среднем 45 % компаний увеличили бюджеты и 37 % переориентировали имеющиеся средства»⁷.

Программы, направленные на оказание помощи внешним группам стейкхолдеров, реализовывались в разных социальных сферах:

- ⇒ помощь системе здравоохранения: приобретение оборудования, поставка защитных средств и питания для медперсонала, софинансирование исследований по разработке вакцины («Ренова», «Джонсон & Джонсон», Coca-Cola и др.),
- ⇒ поддержка образовательных учреждений посредством предоставления доступа к собственным программным разработкам и решениям, консультирование («Северсталь», IBM и др.),
- ⇒ перепрофилирование технологических мощностей под выпуск защитных средств (СИБУР, Unilever);
- ⇒ запуск фандрайзинговых проектов (Сбербанк, Росбанк, Amway и др.).

Данные инициативного исследования ВЦИОМ «Социальная ответственность бизнеса в период пандемии»⁸, проводившегося в декабре 2020 года, позволили оценить, насколько эта деятельность была заметна для населения. Так, 25 % россиян хорошо знают о вкладе крупных компаний в борьбу с пандемией (в виде оказания какой-либо помощи со стороны этих компаний медицинским учреждениям, врачам или больным, мобилизации групп волонтеров и т. п.). Если же говорить в целом о реализуемых в регионах программах и проектах, то в большей степени россияне обращали внимание на выделение адресной помощи отдельным целевым группам, перепрофилирование производства под выпуск актуальной в период борьбы с пандемией продукции.

В рамках дискуссии, посвященной обсуждению результатов данного исследования⁹, представители крупных компаний рассказывали о реализованных стратегиях адаптации к этой ситуации. Посмотрим, как в этот период действовала одна

⁷ Всё о лидерах 2020: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2020». М.: Форум Доноров, 2020. URL: https://www.donorsforum.ru/wp-content/uploads/2020/12/Lider_work-2020-ALL4.pdf.

⁸ Опрос по репрезентативной всероссийской выборке «Спутник». Описание выборки опубликовано на сайте ВЦИОМ. URL: <https://ok.wciom.ru/sputnik/>.

⁹ 17 декабря 2020 года в онлайн-формате состоялся брифинг, посвященный теме «Социальной ответственности бизнеса в период пандемии». Мероприятие организовано ВЦИОМ совместно с Ассоциацией менеджеров (АМР).

из компаний¹⁰. «Кока-Кола» весной 2020 года приняла решение свести «к нулю» инвестиции в рекламу продукции (то есть в прямые маркетинговые коммуникации), и эти суммы были перенаправлены на социальные проекты. На помощь пострадавшим от пандемии было выделено 120 млн рублей. Совместно с «Красным Крестом» было закуплено медицинское оборудование (ИВЛ), совместно с Фондом «Русь» раздавались бесплатно напитки; собственная инфраструктура была переориентирована на розлив санитайзеров; на 3D-принтерах заводов стали выпускаться защитные экраны для волонтеров; за время пандемии было бесплатно роздано 800 000 единиц производимой компанией продукции (в то время как за все предшествующие 10 лет суммарно — только 500 000); хорошо отлаженная ранее логистическая сеть обеспечивала максимальную оперативность поставок. Компания организовала службу психологической помощи для своих сотрудников, их семей, членов семей поставщиков и клиентов (в том числе регулярно проводила вебинары в целях поддержания их эмоционального здоровья).

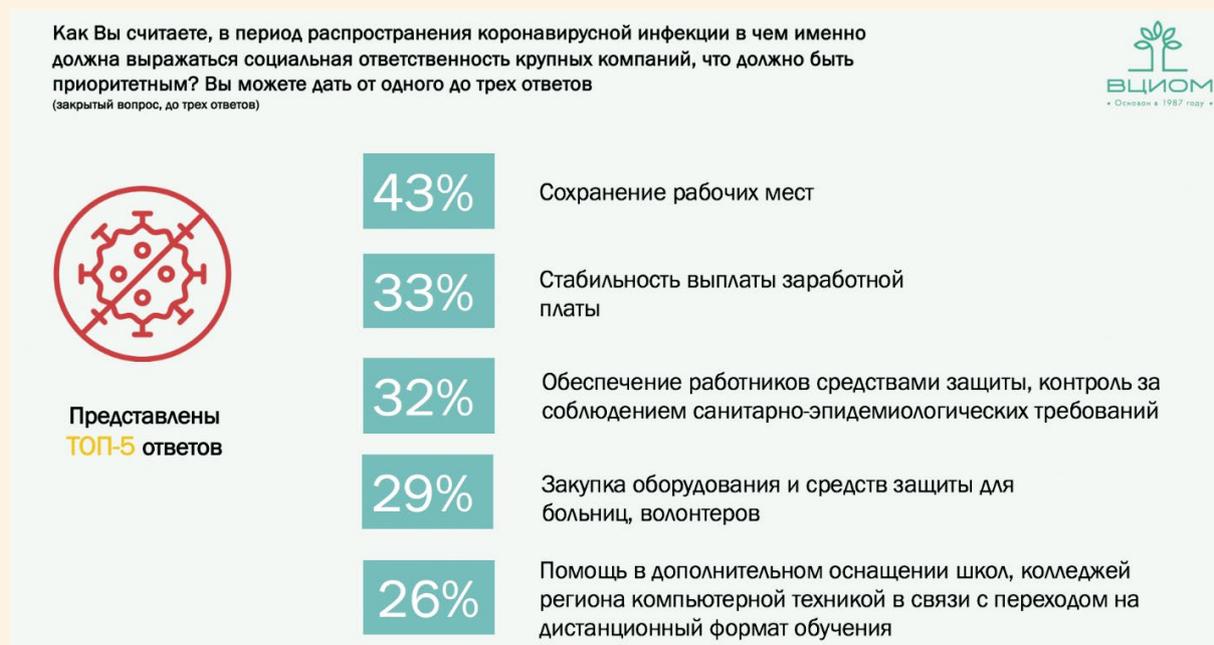
Ситуация, связанная с оказанием адресной помощи НКО крупным бизнесом, четко обозначила и ранее поднимавшуюся проблему — в стране отсутствует единая система координации действий по оказанию такого рода помощи, и, если одни организации одновременно получали ее из разных источников, потенциал других не был использован в связи с отсутствием какой-либо помощи.

Эта деятельность не только показала «гуманитарное» лицо крупных компаний, но и стала залогом укрепления и увеличения их репутационного капитала. Наверняка этот опыт в дальнейшем станет основой для долгосрочного планирования программ КСО, рассмотрения крупными компаниями населения в регионах присутствия в качестве ключевой группы стейкхолдеров. Это соответствует и ключевым трендам, наметившимся на рынке еще в «допандемический» период — для новой когорты молодых потребителей реализация компаниями программ, воспринимаемых в качестве важных и полезных для решения социальных проблем, выступает все более мощным стимулом для приобретения продукции этих компаний (воспринимается в качестве поддержки и косвенного участия в такой деятельности). Ну а сегодня ключевым запросом к бизнесу со стороны населения является сохранение рабочих мест, и именно этот запрос крупный бизнес старается по возможности удовлетворить.

И вновь об особом, новом (с точки зрения формального присутствия в правовом поле) и находящемся на диаметрально противоположном полюсе с точки зрения оборотов и доходов сегменте — самозанятых. Для поддержки в кризис государство вернуло самозанятым налоги за 2019 год и предоставило допол-

¹⁰ Кейс на дискуссии представила Ирина Архипова, директор по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola HBC Россия.

нительный налоговый вычет 12,1 тыс. руб. (минимальный размер оплаты труда). Официально зарегистрированные самозанятые получили право претендовать на пособие по безработице. Фактически выход из тени стал для самозанятых инструментом защиты в случае ухудшения ситуации / снижения объемов заказов в сегменте осуществляемой экономической деятельности (падения спроса на отдельные виды услуг).



Будущее: бизнес в условиях неопределенности

Коронавирус победить пока не удалось, но бизнес (те, кто не попал в категорию «Game Over») пытается вернуться к прежнему и/или обновленному формату работы. Иного выхода нет — даже успешно пережившие режим спячки вынуждены просыпаться: срок действия моратория на банкротство, введенного в России с начала апреля 2020 года для организаций и индивидуальных предпринимателей из наиболее пострадавших от пандемии отраслей, истек 7 января. Уже с 8 января 2021 года кредиторы получили возможность размещения уведомлений о намерении обратиться в суд в отношении компаний-должников, находившихся в «мораторных» списках. Мораторий распространялся на более чем 0,5 млн организаций и 1,6 млн индивидуальных предпринимателей (около 40% от всех ИП).

Конечно, пока жизнь предприятий не станет прежней, но хоть в чем-то она будет легче. Правительство РФ установило запрет на проведение плановых контрольно-надзорных мероприятий в отношении субъектов МСП до конца 2021 года, а контрольно-надзорные мероприятия в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей могут проводиться с использованием средств

дистанционного взаимодействия (в том числе с помощью аудио- и видеосвязи). Но прогнозируемые темпы роста потребления, и до локдауна/ограничений демонстрировавшие отрицательную динамику, вряд ли позволяют строить оптимистичные прогнозы на краткосрочный период. Адаптация бизнеса к текущей экономической ситуации может привести к росту безработицы.

Конечно, неопределенность формирует негативные ожидания и опасения. Но... Еще в 2017 году каждый пятый среди проживающих в городах с численностью от 100 тыс. человек планировал открытие своего бизнеса в перспективе (а около 10% декларировали, что уже имеют собственное дело). При этом в целом ядро восприятия предпринимательства было связано с такой характеристикой, как высокие риски¹¹. Возможно, поэтому динамика показателей, отражающих предпринимательский потенциал в субъектах Российской Федерации, не демонстрирует резкого падения. Например, анализ ситуации в регионах ДФО¹² свидетельствует об устойчивости размеров группы с высоким предпринимательским потенциалом (уже имеющих свой бизнес, планирующих его открыть в краткосрочной перспективе или задумывающихся о его открытии в будущем). В 2019 году доля реальных и потенциальных предпринимателей среди всех жителей округа составляла 28%, в 2020 году — 27% (а в отдельных субъектах существенно превышает среднее значение, как в Якутии — 36%). Возможно, сложный период неопределенности как в экономике, так и на рынке труда придаст многим стимул для реализации своих намерений и станет мощным толчком для развития нового бизнес-сегмента. А те из них, кто предпочтет работать в режиме самозанятых, имеют возможность претендовать на получение мер поддержки, предусмотренных нацпроектом «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»¹³.

¹¹ Согласно данным мониторингового исследования «Уровень информированности населения о предпринимательстве и состоянии предпринимательской активности населения», проведенного ВЦИОМ по заказу Корпорации МСП в 2017 году. Представлены данные четвертой волны опроса, прошедшей в декабре. Респонденты — население в возрасте от 18 до 65 лет, проживающие в населенных пунктах с численностью от 100 тыс. человек. Объем выборки исследования — 1600 респондентов, метод сбора информации — CATI.

¹² Согласно данным ежегодного комплексного мониторингового исследования «Дальний Восток в восприятии россиян», проводившегося ВЦИОМ по заказу АРЧК в период с 2017 по 2020 год и включавшего, в числе прочего, количественный опрос 10 000 жителей Дальнего Востока. Выборка репрезентирует население каждого из регионов ДФО по основным социально-демографическим характеристикам.

¹³ В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 1 октября 2020 года № 1572 «О внесении изменений в приложение № 10 к государственной программе Российской Федерации „Экономическое развитие и инновационная экономика“». URL: <http://static.government.ru/media/files/ONzTAvNhuKfBy2v15NTQJ00ecTqytFCj.pdf>.