

---

**МУССЕЛЬ  
МАКСИМ КОНСТАНТИНОВИЧ**  
управляющий партнер компании ifors



**ЕРМОЛЕНКО  
ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА**  
директор по развитию компании ifors

## БИЗНЕС В ЭПОХУ КОРОНАКРИЗИСА: ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

По оценкам президента РФ, к 2025 году вклад малого и среднего бизнеса в ВВП страны «должен приблизиться к 40%»<sup>1</sup>, количество занятых в МСП граждан должно повыситься с 19 млн до 25 млн человек. В стране создано акционерное общество «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», разрабатываются и реализуются национальные проекты и дорожные карты, развиваются деловые сообщества, законодательно введена категория самозанятых предпринимателей — все это свидетельствует о попытках государства придать импульс развитию малого и среднего бизнеса. Однако приходится признать, что системный стратегический подход к развитию малого бизнеса в стране до сих пор не сложился.

Каковы же реальные тренды развития в российском бизнесе, прежде всего в сегменте МСП, чем обернулся для бизнеса пандемический 2020 год и какие уроки могут извлечь бизнес и государство?<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Послание Владимира Путина Федеральному собранию 2018. Полная версия. URL: <https://www.1tv.ru/shows/vystupleniya-prezidenta-rossii/poslanie-federalnomu-sobraniyu/poslanie-vladimira-putina-federalnomu-sobraniyu-2018-polnaya-versiya>.

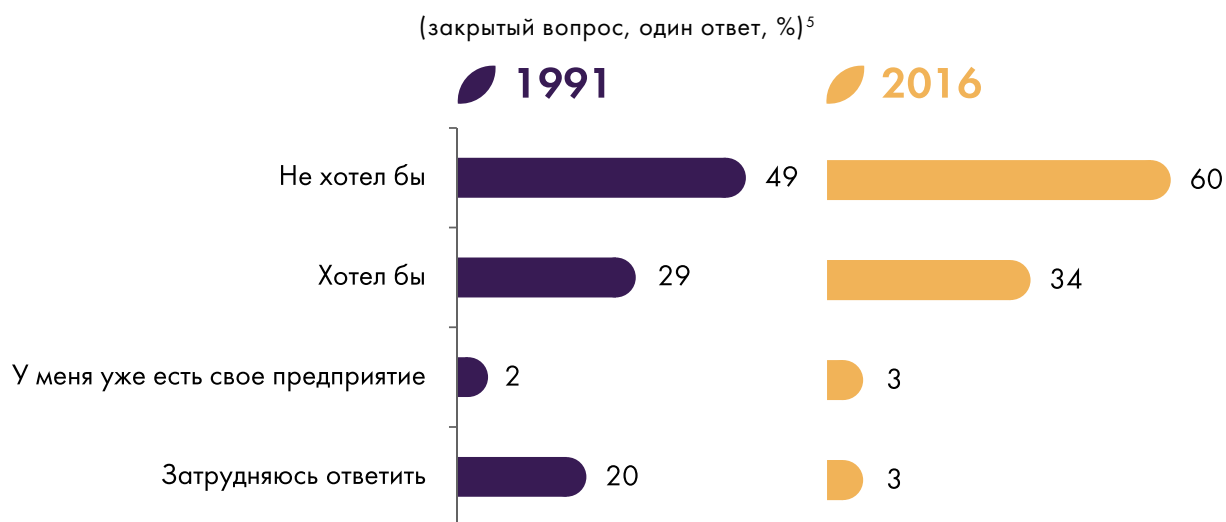
<sup>2</sup> В анализе мы будем опираться на результаты исследований ifors (в том числе мониторингового исследования «Бизнес-климат в России», проводимого совместно с Центром стратегических разработок), данные исследований ВЦИОМ различных лет и результаты проекта ГЕМ (глобальный мониторинг предпринимательства) Высшей школы менеджмента СПбГУ.

## Предпринимательский потенциал в России: рост или падение?

В 1991 г. ВЦИОМ (тогда еще В — Всесоюзный) предпринял попытку оценить отношение россиян к возможности открыть свое дело<sup>3</sup>. Использовалась следующая специфическая формулировка вопроса: «Вы хотели или не хотели бы открыть свое дело, стать владельцем завода, мастерской, кафе, магазина или другого предприятия?». Положительный ответ на него дали 29% граждан нашей страны. Выглядит удивительным, что около трети населения на самой заре пост-социалистического общества хотели бы открыть свой бизнес. Это, безусловно, высокий показатель, если взять во внимание внешний контекст и полнейшую неопределенность того времени. Правда, надо отметить, что из этих 29% только 8% делали какие-то практические шаги для того, чтобы открыть свое дело, то есть пытались зарегистрировать предприятие, получить кредит, искали помещение, сырье, оборудование и т. п. Если пересчитать долю этих активных граждан на всю страну, то окажется, что это всего 2% от общей выборки.

Спустя 25 лет, в 2016 году (по данным ВЦИОМ), уже 34% населения страны заявили, что хотели бы открыть свое дело. Из них 17% предпринимали какие-то конкретные практические шаги, а это уже около 6% от всей выборки<sup>4</sup>.

**РИСУНОК 1. ВЫ ХОТЕЛИ ИЛИ НЕ ХОТЕЛИ БЫ ОТКРЫТЬ СВОЕ ДЕЛО, СТАТЬ ВЛАДЕЛЬЦЕМ ЗАВОДА, МАСТЕРСКОЙ, КАФЕ, МАГАЗИНА ИЛИ ДРУГОГО ПРЕДПРИЯТИЯ?**



<sup>3</sup> Была организована всесоюзная выборка городского и сельского населения от 16 лет, опрошено 3453 респондента. Данные опроса опубликованы в аналитическом обзоре «Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад» 30.05.2016 на сайте ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/svoj-biznes-segodnya-i-25-let-nazad>.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же.

Заметим, что со временем уровень уверенности людей в том, что получится открыть свой бизнес, запустить предприятие, существенно вырос. Среди желающих открыть бизнес или предпринимателей для этого какие-то шаги за 25 лет увеличилась доля тех, кто верит в успех этой затеи: 35 % в 1991 г. и 71 % в 2016 г. Вопрос задавался следующим образом: «Как Вы думаете, Вам удастся или не удастся открыть свое дело, создать собственное предприятие?»<sup>6</sup>.

Накануне пандемии коронавирусной инфекции исследование ВШМ СПбГУ (в рамках проекта GEM) фиксировало «начало активной фазы формирования предпринимательской культуры в России в умеренно неблагоприятной среде»<sup>7</sup>. По данным этого опроса, в 2019 г. уровень предпринимательских намерений населения составил 14 % — такова была доля россиян, готовых открыть свое дело в ближайшие три года. При этом отмечался почти трехкратный рост этого показателя: «В предыдущие годы Россия занимала последнее место с уровнем предпринимательских намерений примерно в 5 %» (это близко к приведенному выше показателю, полученному ВЦИОМ в 2016 г., — 6 % россиян, готовых к практическим шагам и конкретным действиям)<sup>8</sup>.

Наконец, в феврале и в июле 2020 года компания ifors задавала россиянам вопрос «Рассматриваете ли Вы возможность открытия собственного бизнеса в ближайший год?»<sup>9</sup>. В обеих волнах измерения (в феврале и в июле 2020 года, то есть до вынужденной изоляции и после) было зафиксировано одно и то же значение показателя — 14 % россиян рассматривали для себя возможность открытия собственного бизнеса. Таким образом, как это ни странно, намерение граждан открыть свой бизнес не пошатнулось вследствие кризиса, связанного с коронавирусом и девальвацией рубля.

Интересно сопоставить данные о страхах, останавливающих россиян перед открытием своего бизнеса, полученные в разные годы. Согласно данным ВЦИОМ, в 2016 году нежелание открыть свое дело объяснялось преимущественно отсутствием необходимых материальных средств (37 %), плохим здоровьем и возрастом (30 %). По результатам опроса ifors, в 2020 г. открытие бизнеса сдерживала неуверенность россиян в собственных силах, в том числе в финансовых ресурсах (43 %), ощущение риска потерять деньги (30 %). Данные обоих измерений наталкивают на гипотезу, что на первом месте для потенциальных бизнесменов были и остаются материальные страхи, связанные с отсутствием денег или риском их потерять.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Исследование, проведенное Высшей школой менеджмента (ВШМ СПбГУ) в рамках проекта GEM («Глобальный мониторинг предпринимательства»). См.: Глобальный мониторинг предпринимательства / О. Р. Верховская и др.; Высшая школа менеджмента СПбГУ. С. 33. URL: [https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet\\_2020-red-2n-04-06.pdf](https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet_2020-red-2n-04-06.pdf).

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> Опрос проводил ВЦИОМ по заказу ifors по репрезентативной всероссийской выборке «Спутник». Описание выборки опубликовано на сайте ВЦИОМ. URL: <https://ok.wciom.ru/sputnik/>.

## РИСУНОК 2. КАКИЕ ПРИЧИНЫ ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННЫЙ БИЗНЕС ВЫ МОЖЕТЕ ВЫДЕЛИТЬ?



## РИСУНОК 3. КАКИЕ ПРИЧИНЫ МОГУТ ВАМ ПОМЕШАТЬ ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННЫЙ БИЗНЕС?



Если же говорить о мотивах иметь свой бизнес, то здесь, наоборот, на первое место выходят нематериальные факторы — интересное дело, самореализация (37%). Это важный момент, на который стоит обратить внимание. На наш взгляд, для придания импульса развитию малого бизнеса необходимо, с одной стороны,

<sup>10</sup> Данные опубликованы ТАСС, информационным партнером ifors. См.: Опрос: пандемия не изменила число россиян, желающих открыть свой бизнес // ТАСС. 08.07.2020. URL: <https://tass.ru/ekonomika/8910115>.

<sup>11</sup> Там же.

создать условия, минимизирующие материальные риски начинающих предпринимателей, а с другой — отвечать на нематериальные запросы тех, кто готов создавать свое дело.

## Бизнесу нужна поддержка

В 2020 году бизнес оказался в кризисной ситуации: упал спрос, выросли расходы, работа в офисе стала невозможна, появились новые требования к безопасности, колоссально вырос уровень неопределенности.

В условиях пандемии бизнесу была оказана некоторая государственная помощь: составлен список наиболее пострадавших отраслей и разработаны меры поддержки предпринимателей. Они касаются снижения налоговых и страховых платежей, выделения кредитов на зарплату, введения моратория на банкротство и на проверки, снижения административной нагрузки и т. д.

Выделение помощи бизнесу со стороны государства в трудных условиях пандемии — один из приоритетных способов поддержки развития бизнеса. Это отмечают 31 % опрошенных компаний (исследование «Бизнес-климат в России»).

### РИСУНОК 4. СТИМУЛЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА



В декабре 2020 года 84 % компаний говорили, что им все еще нужна поддержка от государства. Чаще о необходимости поддержки упоминают компании сельскохозяйственной отрасли, легкой и пищевой промышленности. В географическом разрезе больше всего поддержка необходима ЮФО, ДФО и ПФО (исследо-

<sup>12</sup> Данные опубликованы ЦСР, партнер по сбору количественных данных в рамках исследования деловой среды России — компания Ifors. Дата проведения опроса: 24 декабря 2020 г. Выборка: 506 руководителей бизнес-сферы по всей России.

вание «Бизнес-климат в России»). При этом среди МСП только треть компаний отмечали свое присутствие в перечне пострадавших отраслей (31%).



Каждый год последние 60 лет Всемирный валютный фонд делает исследование уровня неопределенности и рассчитывает глобальный индекс неопределенности. Он измеряется по шкале от 1 до 900 пунктов. В 1985—1986 годах неопределенность в мире находилась на уровне ниже 10 пунктов, а в 2019 — уже 900 пунктов. Получается, что с 1985 года индекс неопределенности в мире вырос в 100 раз. Глобальная связанность стран и их экономик привела к тому, что, например, политический кризис в Конго, крупнейшем мировом поставщике меди, запускает кризисы по всему миру. Все влияет на все, и если взять в расчет индустриальные, экологические, экономические, политические, технологические кризисы в разрезе разных стран, то в среднем в неделю в мире случается один кризис, который так или иначе влияет на бизнес в каждой стране.

Сократился жизненный цикл бизнес-моделей. В XX веке средний цикл жизни бизнеса был 75 лет, в XXI веке же он уменьшился до шести лет. Если раньше можно было построить завод, который мог работать на неизменных технологиях и моделях управления 70—100 лет, то сегодня от рождения до смерти бизнес-модели проходит всего шесть лет. Чтобы бизнесу или компании выжить, необходимо пересобирать свой бизнес еще на этапе зрелости (расцвета), примерно на середине цикла, то есть каждые три года.

Это значит, что разовые меры поддержки бизнеса бесполезны. Нужно помогать компаниям строить систему изменений в бизнесе, находить инструменты управления в условиях тотальной неопределенности и непрекращающихся кризисов. Ключевые подходы в новом мире — быстро меняться, отпускать старые инструменты и осваивать новые, забывать свои успехи и постоянно искать новые возможности. Уникальность нашего времени такова, что вмиг могут закрыться одни возможности и открыться другие. Открытость и готовность к изменениям — самый важный фактор успеха для бизнеса.



**Климанова Евгения Геннадиевна**

генеральный директор маркетингового агентства «Делфи»



## Банкротству быть?

В декабре 2020 года, по итогам исследования «Бизнес-климат в России», треть представителей российского бизнеса заявили, что они подвержены риску банкротства.

Для бизнеса, пострадавшего от распространения коронавирусной инфекции, был законодательно введен мораторий на банкротство (временное ограничение на подачу заявления о банкротстве). К декабрю 2020 года уже 23 % компаний воспользовались мораторием, а еще 28 % планировали воспользоваться в будущем.

Большая часть компаний (8 из 10), которые воспользовались мораторием на банкротство, отмечают его полезность (77 %): мораторий помогает договориться с кредиторами о реструктуризации долга, дает возможность выигрывать время.

Есть и другая сторона проблемы банкротств — у большинства компаний есть контрагенты-должники, и на них также распространяется введенный мораторий. Доля таких компаний в декабре 2020 года зафиксирована на уровне 46 %. Таким образом, каждая вторая российская компания попадает в пул потенциальных банкротов, так как неплатежеспособный должник — это высокий риск собственного банкротства.

В начале января 2021 года мораторий закончился, пока о его продлении нет новостей. Скорее всего, прямо сейчас мы переживаем волну банкротств, так как, по данным исследования «Бизнес-климат России», в декабре 2020 года каждая четвертая компания планировала подать заявление о банкротстве сразу после окончания моратория (39 %).

## Восстановление бизнеса будет непростым

Согласно данным исследования «Бизнес-климат в России», в декабре 2020 года, несмотря на шоковые события пандемического кризиса, среди части представителей российского бизнеса начали появляться оптимистичные настроения: 65 % компаний отметили улучшение положения дел по сравнению с июлем 2020 года. Но в то же время каждая пятая компания в декабре говорила об ухудшении своих дел.

Не очень благоприятны прогнозы предпринимателей относительно наступившего 2021 года. Порядка 40 % компаний ожидают восстановление только к 2022 году. К концу 2021 года смогут восстановиться 35 % компаний (по оценке самих предпринимателей), а 15 % компаний сообщили, что уже никогда не смогут восстановиться до докризисного уровня (до уровня 2019 года).

## РИСУНОК 5. БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

(закрытый вопрос, не более 4 вариантов ответа, %) <sup>13</sup>



## РИСУНОК 6. СТРАТЕГИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ

(закрытый вопрос, не более 5 вариантов ответа, %) <sup>14</sup>



Среди проблем, с которыми столкнулся бизнес в период пандемии, лидируют повышение закупочных цен и снижение выручки. Такие проблемы не решаются за один-два дня, это новая реальность, и каждому конкретному предприятию приходится адаптироваться к ней, так как цена вопроса — это существование, жизнь компании.

Если внимательнее посмотреть на процесс восстановления, то в рамках своих стратегий бизнес выбирает следующие приоритеты: развитие бизнеса за счет

<sup>13</sup> Данные опубликованы ЦСР, партнер по сбору количественных данных в рамках исследования деловой среды России — компания Ifors. Дата проведения опроса: 24 декабря 2020 г. Выборка: 506 руководителей бизнес-сферы по всей России.

<sup>14</sup> Там же.



естественного роста, выход на новые рынки, увеличение расходов на маркетинг и рекламу, поиск новых поставщиков.

Что касается оценки будущей ситуации с пандемией в нашей стране, то около половины представителей бизнеса (46 %) считают, что эпидемиологическая ситуация быстрее нормализуется в России, чем в мире.

## Главный ресурс — это люди

В связи с пандемией значительные изменения произошли в каждой компании в сфере трудовых отношений. В дни, объявленные выходными, у большинства не было возможности работать в привычном формате. Когда люди ушли на удаленку, окупившись в бесконечный рабоче-домашний день, начали появляться новости о том, что в нашем законодательстве нет такого понятия, как удаленная работа. В СМИ стали публиковать заметки о том, как дальше это понятие будет внедряться, как оно будет формализовываться, какие поправки готовят в Минтруде. Многие работодатели не знали, как правильно перевести сотрудников на удаленку; сотрудники не справлялись с организацией рабочих процессов в домашнем пространстве.

В первом выпуске «СоциоДиггера» Роман Абрамов и Иван Климов подробно рассмотрели дистанционную работу в статье «Работа на удаленке: конец эксклюзивности». Транслируем один из выводов: «...удаленная работа не может стать полноценным элементом бизнеса, если не поддерживается другими системными решениями — пересборкой бизнес-процессов, стратегией развития компании, клиентской работой в онлайне, вниманием к „soft-компетенциям“ сотрудников и руководителей»<sup>15</sup>. Действительно, дистанционная работа — новый формат, а внедрение любого «нового» проходит через барьеры и сопротивление.

Переход на удаленный формат работы произошел преимущественно в апреле. По данным исследования «Бизнес-климат в России», какое-либо изменение трудовых отношений уже в июне 2020 года коснулось 36 % компаний (столкнулись хотя бы с одним изменением). Среди перемен лидировали работа в дистанционном режиме и работа неполный рабочий день (оба варианта предусматривали сохранение заработной платы).

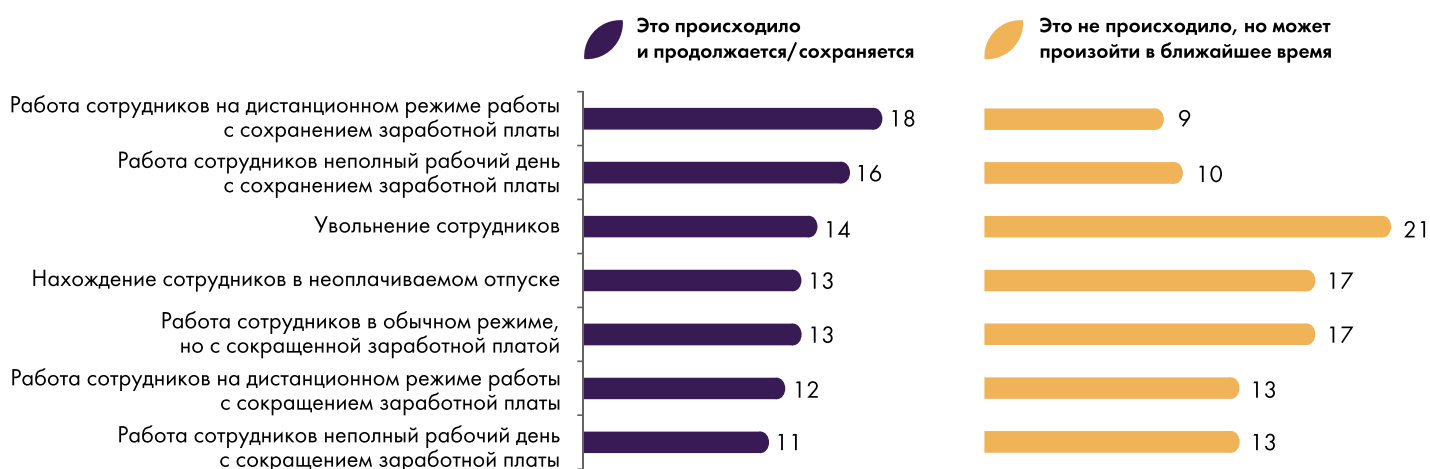


Из открытых источников

<sup>15</sup> Абрамов Р.Н., Климов И.А. Работа на удаленке: конец эксклюзивности // СоциоДиггер. 2020. Т. 1. Вып. 1. С. 25. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom\\_sociodigger.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom_sociodigger.pdf).

**РИСУНОК 7. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СФЕРЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ, СПРОВОЦИРОВАННЫХ ПАНДЕМИЕЙ И КРИЗИСОМ 2020 ГОДА, ИМЕЮТ МЕСТО В ВАШЕЙ КОМПАНИИ — УЖЕ ПРОИЗОШЛИ ИЛИ ПРОИЗОЙДУТ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ?**

(закрытый вопрос, один ответ в каждой строчке, %)<sup>16</sup>

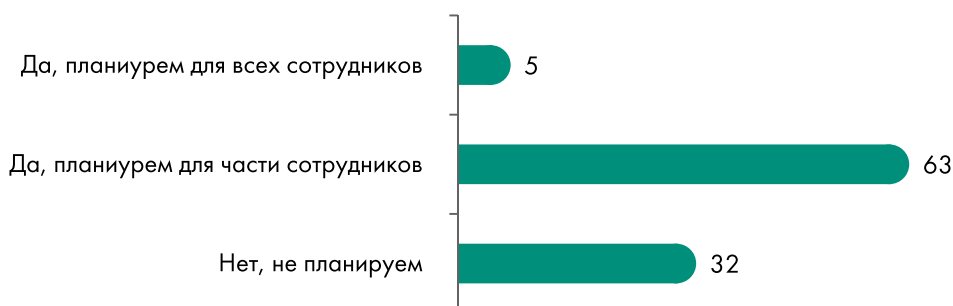


По данным ВЦИОМ, еще в августе удаленно продолжали работать 44 % россиян<sup>17</sup>. И до сих пор данный формат работы сохраняет актуальность.

Суммарно 68 % компаний уже в июне (до второй волны коронавирусной инфекции) планировали сохранить дистанционный режим работы («исследование «Бизнес-климат в России»).

**РИСУНОК 8. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПОСЛЕ СНЯТИЯ ОГРАНИЧЕНИЙ ПЛАНИРУЕТ ЛИ ВАША КОМПАНИЯ ОСТАВЛЯТЬ ДИСТАНЦИОННЫЙ РЕЖИМ РАБОТЫ?**

(закрытый вопрос, один вариант ответа, %)<sup>18</sup>



<sup>16</sup> Данные опубликованы ЦСР, партнер по сбору количественных данных в рамках исследования деловой среды России — компания ifors. Дата проведения опроса: апрель 2020 г. Выборка: 601 руководитель бизнес-сферы по всей России.

<sup>17</sup> Данные опубликованы в аналитическом обзоре «Рынок труда после пандемии будет расти» 25.08.2020 на сайте ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rynok-truda-posle-pandemii-budet-rasti>.

<sup>18</sup> Данные опубликованы ЦСР, партнер по сбору количественных данных в рамках исследования деловой среды России — компания Ifors. Дата проведения опроса: июнь 2020 года. Выборка: 453 руководителя бизнес-сферы по всей России.

По мнению представителей бизнеса, эффективность работы сотрудников на удаленке либо не изменилась, либо снизилась. Основные причины снижения эффективности — множество отвлекающих факторов, нехватка очного общения по рабочим вопросам. Руководители отмечали, что скорость коммуникации тоже снизилась.

**РИСУНОК 9. РАНЕЕ ВЫ ОТМЕТИЛИ, ЧТО В ВАШЕЙ КОМПАНИИ БЫЛ/СОХРАНЯЕТСЯ ДИСТАНЦИОННЫЙ РЕЖИМ РАБОТЫ. УТОЧНИТЕ, КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТАКОЙ РАБОТЫ ПО СРАВНЕНИЮ С ОБЫЧНЫМ РЕЖИМОМ?**

(закрытый вопрос, один вариант ответа, %) <sup>19</sup>

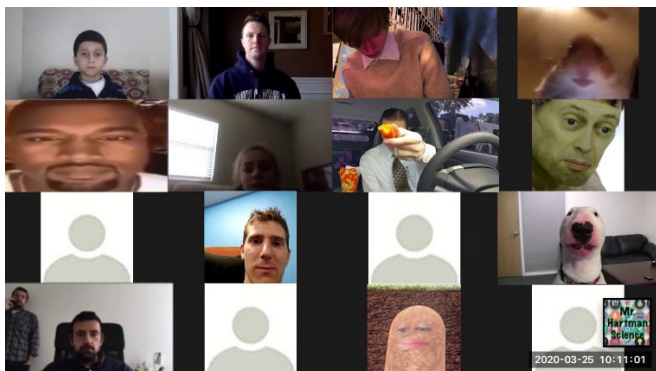


Удаленка поменяла и привычные средства офисной коммуникации. Общение вне офиса по рабочим вопросам чаще всего осуществляется через WhatsApp (86%), 43% опрошенных компаний используют ставший привычным русскоязычной аудитории Skype.

50% текущих пользователей WhatsApp отмечают, что стали впервые пользоваться данной платформой для общения с коллегами именно весной 2020 года. Возможно, это связано с тем, что до пандемии платформа применялась в основном для личных коммуникаций. Аналогичная ситуация наблюдается и со Skype — из инструмента для неформального общения он превратился в один из самых распространенных способов организации онлайн-конференций с коллегами. Платформа Zoom также обрела особую популярность: девять из десяти пользователей Zoom воспользовались ей весной 2020 года впервые.

Вопреки положительным стереотипам об удаленке, компании, столкнувшись с ее недостатками, не готовы окончательно отказаться от офисных пространств. Руководителям и их подчиненным, привыкшим к офисной инфраструктуре,

<sup>19</sup> Инициативный опрос представителей бизнеса проведен 13–20 мая 2020 года. В опросе приняли участие 300 представителей бизнеса столиц России, арендующих офисные помещения (Москва и Санкт-Петербург).



сложно адаптироваться к особенностям «домашнего офиса». Первоначальные ожидания не оправдываются, появляются новые задачи и ответственность, обнаруживается большое количество отвлекающих факторов и сложность разграничения личной жизни и рабочего времени.

Итак, мы рассмотрели несколько важных трендов прошедшего года, одного из самых непростых в истории страны и бизнеса. Главные выводы, которые можно сделать, следующие: сохранение предпринимателями достаточной доли уверенности и оптимизма, а также подтверждение их умения находить возможности для продолжения своего дела даже в самых трудных условиях. Но без серьезной помощи и пристального внимания государства к проблемам бизнеса ему будет очень трудно выжить.



Так уж исторически сложилось, что даже в научной среде у нас часто смешивают две разных сущности (государственных политики):

- политику создания благоприятных условий для предпринимательства в целом (включая сектор малого и среднего предпринимательства);
- политику государственной поддержки предпринимательства (МСП).

Первое включает в себя правоустановление и правоприменение. То есть принятие законодательных и иных правовых норм (собственно регуляторика) и их правильное применение на практике. Сюда входит и ограничение силового и административного давления на бизнес.

Второе — выделение специальных ресурсов для отдельных секторов и сегментов предпринимательства/бизнеса в виде льгот, прямых/косвенных субсидий и т. д.

Благоприятные регуляторные и правоприменительные условия для бизнеса в целом (п. 1), для любых его отраслей, секторов и сегментов нужны всегда.

А вот что касается господдержки (п. 2), то во времена экономических подъемов (фаза экономического цикла от дна до пика — подъем) сектор МСП не нуждается в таковой вообще. Тем более

тридцатилетний опыт реализации политик господдержки показал ее полную несостоятельность в российских условиях.

Такая поддержка для смягчения негативных эффектов может становиться необходимой (со значительными оговорками) в фазе спада (от пика до дна). И совершенно необходима в периоды прилета «черных лебедей» (по Нассиму Талебу), прежде всего в формах:

- снижения уровня налогообложения МСП;
- прямых и косвенных вливаний финансовых ресурсов (дешевые кредиты), включая стимулирование спроса со стороны населения через финансирование зарплат в компаниях.

\* \* \*

Кабинетные и полевые исследования, которые наш Институт проводил много лет, показали, что никакой статистически значимой взаимосвязи между государственной поддержкой и состоянием (развитием) малого и среднего предпринимательства за прошедшие тридцать лет не выявлялось. Особенно хорошо это было заметно в 2008—2010 годах в ходе двух раундов, позволивших проранжировать регионы по уровню развития МСП и по уровню господдержки сектора. Были составлены два индекса. Коэффициент согласованности рангов по ним (коэффициент корреляции рангов Спирмена) был близок к нулю. Регрессионный анализ применительно к числовым значениям индексов тоже продемонстрировал отсутствие зависимости между господдержкой и уровнем состояния МСП.

Этот вывод подтверждается показателем доли МСП в ВВП России. Если объект оставался тождественным самому себе, то она никогда не менялась: всегда составляла примерно столько, сколько и сейчас. В абсолютных показателях объект пульсировал в унисон с большой экономикой: экономика растет в абсолютных значениях — МСП увеличивается (доля в ВВП при этом остается прежней). Большая экономика катится по наклонной вниз — МСП скукоживается (его доля опять же остается неизменной).

Понятно, что когда менялись законодательные критерии отнесения к сектору, то и доля уже нового объекта становилась другой. Так было в 2015 году, когда постановлением правительства к субъектам МСП был «приторочены» новые «экономические сущности» с иными критериями. Годовой оборот (выручка) при отнесении к сектору был удвоен. То есть если до «умножения на два» микро-

предприятием считался бизнес с оборотом (выручкой) в 60 млн рублей, то с 2015 года — уже 120 млн. Малым (без микро-) до этого числился бизнес с 400 млн рублей, а стал — с 800 млн. Средним был бизнес с 1 млрд рублей оборота, а стал — с 2 млрд. Вот и объект изменился, стал другим, и для непосвященного его доля в ВВП тоже якобы «изменилась» — выросла. А между тем это уже два разных объекта: доли и того и другого в ВВП остались примерно одними и теми же.

Господдержка никак не влияет на сектор МСП в целом: ни на рост, ни на падение. На его развитие со стороны населения и компаний воздействует сугубо предъявляемый ими спрос. А со стороны государства — регуляторика (правоустановление) и правоприменение.

Доля МСП в ВВП в последнее время (при нынешних критериях отнесения к сектору) составляет 21 %-22 % и, думается, меняться не будет еще очень долгие годы.



**Був Владимир Викторович**

президент Национального института системных исследований проблем предпринимательства, информационно-консультационного центра «Бизнес-Тезарус» и группы компаний НИСИПП

