



**МАКУШЕВА
МАРИЯ ОЛЕГОВНА**

кандидат социологических наук,
генеральный директор ЦСП «Платформа»

ЭСТАФЕТА НА МИННОМ ПОЛЕ. СТРАТЕГИИ И ГОРИЗОНТ ПЛАНИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Еще до пандемии по данным разных исследований наблюдалось снижение горизонта планирования бизнеса. Большинство участников (средний и малый бизнес) исследования «Платформы» в 2019 году не стремились заглядывать в будущее дальше, чем на три года (при средней длине инвестиционного цикла в пять-семь лет, за исключением IT). И у всех групп бизнеса, кроме стартапов, происходило сокращение сроков перспективного планирования. Ситуация пандемии увела многие предприятия в зону исключительно тактического реагирования.

Причины этого комплексны и не находятся в зоне действия исключительно объективных экономических факторов. В инвестиционном климате важное значение имеет субъективное измерение — восприятие рисков и возможностей, их привычность, ожидания предпринимателей. От этого измерения напрямую зависят стратегии бизнесов, намерения инвестировать или выводить средства, развивать бизнес или закрывать, оставаться в стране или иммигрировать.

Российский бизнес в среднем оценивает условия для развития достаточно критично, фокусируясь на рисках, а не возможностях. В то же время значительное число предпринимателей имеют «прививку 90-х» — пережили столько стресса и риска, что ситуацию до пандемии воспринимали как достаточно ровную. У этого сегмента существует особый, романтизированный, драматизированный образ своего дела — как опасного приключения, бега с препятствиями по минному полю. Это — часть идентичности.

«Заниматься ресторанным бизнесом — как кататься на велосипеде, — вроде все просто, но велосипед горит и все вокруг горит» (средний бизнес).

«Бизнес в России — это быть на войне» (малый бизнес).

«Вести бизнес в России — это приключение» (средний бизнес).

Говоря о том, что грозит бизнесу, предприниматели выделяют две равноуровневые группы — проблемы, источники напряжения, которые задают фон для работы и непредсказуемые риски.

- ⇒ Фоновые трудности, связанные, например, со снижением спроса. Они привычны и являются зоной приспособления и управления.
- ⇒ Регуляторные риски — непредсказуемые изменения законодательства, меняющие правила игры. Это — зона торга с государством и приспособления.
- ⇒ Наиболее интересная группа — это риски-интервенции, принципиально непредсказуемые и неуправляемые.

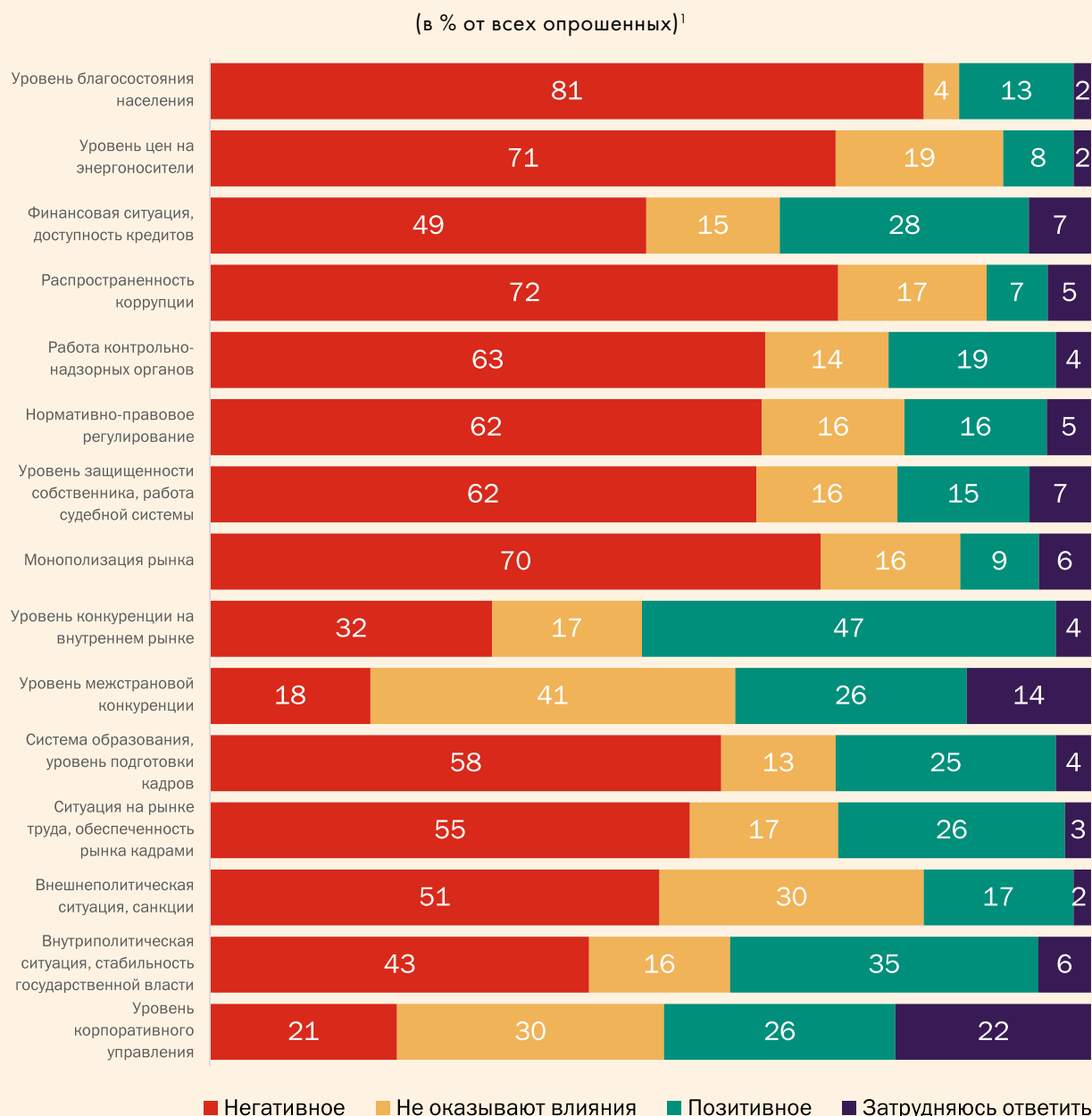
Отдельной строкой в этих рисках должна идти пандемия и введение профилактических мер (нерабочие дни, QR-коды), не всегда предсказуемых и понятных для бизнеса.

Но и до масштабных интервенций, связанных с фактором COVID, была большая зона неопределенности, связанная в первую очередь с правоохранительной системой.

Источником тревожности, в частности, являлся событийный ряд, связанный с делами против бизнесменов. Они говорят бизнесу:

- ⇒ о незащищенности собственности, в том числе в случае использования конкурентами силовых структур в конкурентной борьбе;
- ⇒ о непредсказуемости работы правоохранительной системы;
- ⇒ о наличии в ней собственного интереса, идущего вразрез с декларируемыми целями и принципами;
- ⇒ о том, что из любых столкновений с правоохранительными органами сложно выйти без потерь;
- ⇒ о том, что работа в сегментах с высокой долей госучастия опасна для частного бизнеса. На этом поле он особенно незащищен.

Рисунок 1. Как Вы считаете, что из нижеперечисленного оказывает наибольшее влияние на условия для ведения бизнеса в России? Это влияние положительное или отрицательное?



Наибольшее влияние оказывают такие ситуации, когда на месте пострадавшего предпринимателя мог бы оказаться любой. Однако бизнес существует не в вакууме и на него влияют не только бизнес-события. На деловую повестку накладываются общегражданские резонансные ситуации, связанные с протестами и скандалами. Взаимные проекции этих уровней формируют эффект накопления напряженности.

¹ Телефонный опрос предпринимателей, проведен ВЦИОМ по заказу ЦСП «Платформа». Объем выборки — 500 респондентов. Случайный отбор из базы СПАРК. Выборка квотирована по размеру бизнеса (число сотрудников) и географии. ЦА: владельцы или топ-менеджеры в различных сегментах бизнеса (малый, средний, крупный). Период проведения — июнь 2019 года.

Негативный настрой в целом более характерен для малого бизнеса, который наименее защищен и, как показала пандемия, чаще не имеет финансовой подушки безопасности.

Те, кто уже работает на рынке, не хотят оставлять свое дело, ведь быть предпринимателем — часть судьбы и определяющая основа идентичности человека. По данным исследования «Платформы», большинство предпринимателей снова совершили бы тот же выбор, что и прежде — вести свое дело:

⇒ 76 % выбрали бы иметь свое дело, если бы снова стояли перед выбором;

⇒ 61 % хотели бы, чтобы дети продолжили их дело.

«Когда попробовал мясо с кровью, на диету уже не сядешь. Предпринимательство — это ощущение свободы и самооценности» (эксперт).

К сворачиванию бизнеса, уходу на другие рынки негативный фон может привести бизнесы, наименее укорененные в российской почве, мобильные, например, компании IT-сектора. Они балансируют между признанием позитивных качеств российского рынка (низкая конкуренция) и рисками.

Однако пессимизм, ощущение нестабильности и непрозрачности приводит к ряду негативных следствий для всей бизнес-среды. Основная реакция на неопределенность правил игры — сужение горизонта планирования. Люди не готовы к «игре вдолгую», потому что не знают, как поведет себя государство завтра.

Одно из следствий неопределенности — выжидательность и консервативность инвестиций. Инвестируют те, у кого нет другого варианта вложения. При наличии альтернатив выбираются более консервативные способы. Предприниматели признаются, что из-за большого количества рисков рассматривают бизнес как источник дохода здесь и сейчас, самореализацию, но не как актив, который может быть выставлен на продажу.

Наибольшие риски имеют бизнесы, которые можно продать. Соответственно, у предпринимателей меньше стимула развивать их.

У малого бизнеса меньше проблем, так как он незаметен. У крупного меньше, так как он имеет средства защиты. В зоне риска — средние компании. Следовательно, текущие условия создают наибольшие барьеры для развития малого бизнеса, его роста.

Таблица 1. Какая из перечисленных бизнес-стратегий в наибольшей степени соответствует бизнес-планам вашей компании на ближайшие 3 года?

(в % от всех опрошенных)²

	В среднем	Крупный бизнес	Средний бизнес	Малый бизнес
Поддержание бизнеса на достигнутом уровне	18	18	39	31
Поступательное развитие с ориентацией на отдачу в краткосрочной перспективе	32	32	16	32
Вложение средств в долгосрочное развитие бизнеса	45	45	29	17

Проблемы бизнес-среды существовали и ранее. Специфика момента состоит в том, что на ослабленном санкциями и пандемией поле они обозначились более явно. Внешнее давление на экономику и ослабление спроса усилили запрос и требовательность к внутренним, институциональным факторам. В целом государство для бизнеса не выглядит, как враг. Иногда оно — равнодушный друг. Иногда — партнер, действующий в своей логике, меняющий правила игры на ходу. От него ждут стабильности правил, рациональности, диалога по поводу решений, затрагивающих деятельность бизнеса.

Также в структуре власти выделяют непредсказуемые и обладающие своими интересами элементы, которые могут оказывать на бизнес давление, как руководствуясь личными мотивами («чиновники решают свои бизнес-задачи»), так и подключаясь к конкурентной борьбе между бизнесами. Для них хорошо подходит метафора *loose cannons* — катающиеся по палубе и палящие по своим и чужим пушки. И основная претензия к государству состоит в том, что оно не регулирует ситуацию с использованием силового ресурса бизнесом.

² Телефонный опрос предпринимателей, проведен ВЦИОМ по заказу ЦСП «Платформа». Объем выборки — 500 респондентов. Случайный отбор из базы СПАРК. Выборка квотирована по размеру бизнеса (число сотрудников) и географии. ЦА: владельцы или топ-менеджеры в различных сегментах бизнеса (малый, средний, крупный). Период проведения — июнь 2019 года.