

«Исследование настроений и состояния малого и среднего бизнеса»

Краткий аналитический отчет



Содержание

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	3
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	5
1. Текущее восприятие предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе	5
2. Изменение восприятия предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе	6
3. Сферы, которые могут стать наиболее перспективными для ведения/развития малого и среднего бизнеса в 2022 году.....	7
4. Самые полезные меры поддержки малого и среднего бизнеса, принятые Правительством в 2022 году, по мнению предпринимателей	8
5. Наиболее востребованные меры поддержки малого и среднего бизнеса, принятые Правительством в 2022 году	9
6. Восприятие последствий санкций для малого и среднего бизнеса	10
7. Желание предпринимателей и руководителей компаний, чтобы их дети в будущем занимались предпринимательством	11
8. Восприятие предпринимателями ключевой роли малого и среднего бизнеса для России в ближайшие годы.....	12

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования: изучить настроения и состояние малого и среднего бизнеса.

Задачи исследования:

Выявить мнение предпринимателей и руководителей компаний по следующим вопросам:

- текущее восприятие предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе;
- изменение восприятия предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе;
- оценка перспективности разных сфер для ведения/развития малого и среднего бизнеса в 2022 году;
- какие меры поддержки малого и среднего бизнеса, принятые Правительством в 2022 году, являются самыми полезными;
- какими мерами поддержки малого и среднего бизнеса, принятыми Правительством в 2022 году, пользовались опрошенные предприниматели;
- восприятие последствий санкций для малого и среднего бизнеса;
- хотели бы предприниматели и руководители компаний, чтобы их дети стали предпринимателями
- восприятие ключевой роли малого и среднего бизнеса для России в ближайшие годы.

Целевая аудитория исследования:

Руководящие сотрудники предприятий, принимающие управленческие решения:

- генеральный директор и заместители;
- коммерческий директор и заместители;
- финансовый директор;
- главный бухгалтер.

Метод исследования: онлайн опрос по базе предпринимателей.

Объем и структура выборки: в исследовании приняли участие 571 представитель компаний из сегмента малого и среднего бизнеса. Случайная (вероятностная) выборка. Размер максимальной статистической ошибки выборки не превышает $\pm 4,1\%$ (на уровне значимости 95%).

В исследовании приняли участие предприниматели, работающие на территории различных федеральных округов, а также представляющие компании из разных отраслей деятельности.

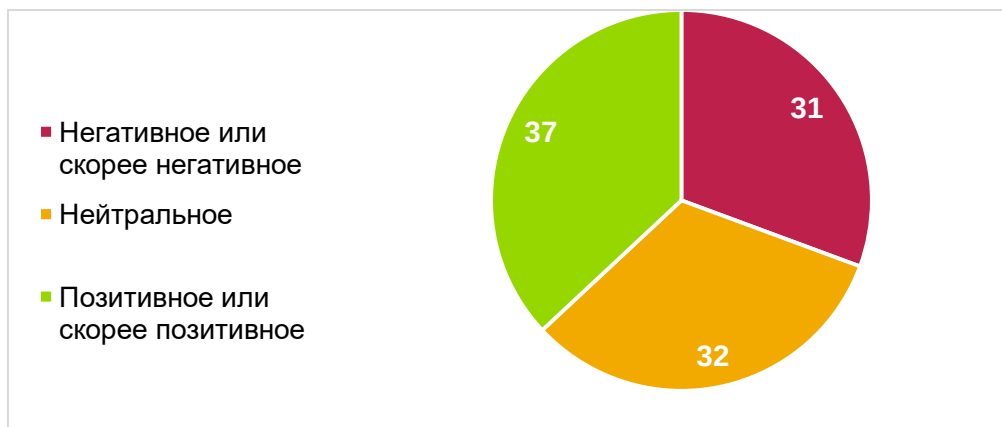
Федеральные округа	% опрошенных
г. Москва	13
Центральный федеральный округ (без Москвы)	18
Северо-Западный федеральный округ	12
Южный федеральный округ	12
Северо-Кавказский федеральный округ	3
Приволжский федеральный округ	18
Уральский федеральный округ	8
Сибирский федеральный округ	11
Дальневосточный федеральный округ	5
ВСЕГО	100

Отрасли	% опрошенных
Торговля	38
Транспортировка и хранение	10
Строительство	9
Обрабатывающие производства	7
Деятельность в области информации и связи	3
Остальные	33
ВСЕГО	100

Размер бизнеса	% опрошенных
Микро	39
Малый	45
Средний	16
ВСЕГО	100

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

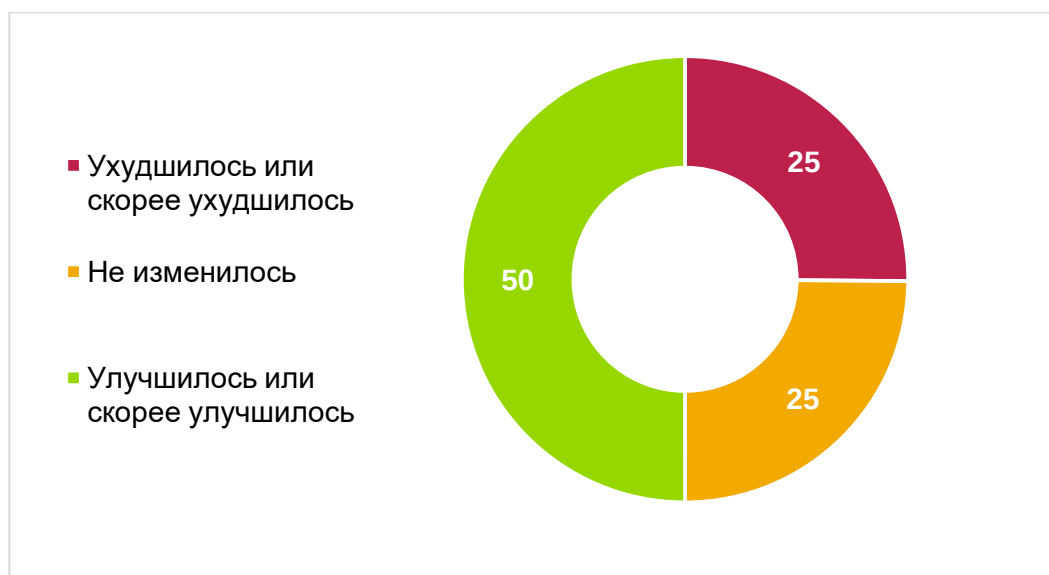
1. Текущее восприятие предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе



Распределение ответов на вопрос «На ваш взгляд, каково текущее восприятие предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

По мнению 37% предпринимателей и руководителей компаний, в настоящее время население воспринимает предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса позитивно или скорее позитивно. 31% предпринимателей считают, что у россиян отношение к предпринимателям негативное или скорее негативное. Про позитивные оценки предпринимателей и владельцев бизнеса чаще говорили предприниматели из сферы торговли (44%), из Южного федерального округа (52%). Негативное отношение к предпринимателям и владельцам малого и среднего бизнеса чаще распространено в Приволжском федеральном округе (41%), также такое мнение встречалось чаще среди предпринимателей из отрасли транспортировки и хранения (65%). Представители микро-бизнеса чаще остальных отмечали негативное восприятие предпринимателей в российском обществе (38%).

2. Изменение восприятия предпринимателей, владельцев малого и среднего бизнеса в российском обществе



Распределение ответов на вопрос «За последние годы восприятие малого и среднего бизнеса в российском обществе...?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

Половина опрошенных представителей компаний считают, что за последние годы восприятие малого и среднего бизнеса в российском обществе улучшилось или скорее улучшилось (50%). По 25% предпринимателей говорят, что восприятие не изменилось или ухудшилось. Улучшение восприятия малого и среднего бизнеса чаще отмечают представители сферы торговли (24% отметили, что восприятие улучшилось) и строительства (49% сказали, что скорее улучшилось). Ухудшение отношения и восприятия бизнеса заметили представители компаний из отрасли транспортировки и хранения (44%). Также об ухудшении в большей степени говорили представители микро-бизнеса (28%).

3. Сферы, которые могут стать наиболее перспективными для ведения/развития малого и среднего бизнеса в 2022 году



Распределение ответов на вопрос «Какие сферы могут стать наиболее перспективными для ведения/развития малого и среднего бизнеса в 2022 году?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

С точки зрения опрошенных представителей компаний, наиболее перспективными для ведения/развития малого и среднего бизнеса в 2022 году станут следующие сферы: сельское хозяйство (44%), производство продуктов питания (43%), сфера IT (38%), торговли (32%), фармацевтики (29%), транспорта и логистики (29%).

В Центральном федеральном округе чаще отмечали сельское хозяйство (55%), фармацевтику, транспорт и логистику (по 38%). IT отрасль значимо чаще называли предприниматели из Приволжского федерального округа (47%).

Представители микро-бизнеса наиболее перспективными видят сферы фармацевтики (36%) и сельского хозяйства (50%), средний бизнес чаще называл перспективной сферу бытовой химии (31%).

4. Самые полезные меры поддержки малого и среднего бизнеса, принятые Правительством в 2022 году, по мнению предпринимателей



Распределение ответов на вопрос «Какие из нижеперечисленных мер поддержки малого и среднего бизнеса, принятых Правительством в 2022 году, являются самыми полезными, по Вашему мнению?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

Наиболее полезными мерами поддержки малого и среднего бизнеса являются: временное снижение налоговой нагрузки (44%), кредитные каникулы (35%), льготное кредитование (32%), гранты молодым предпринимателям и снижение административной нагрузки (по 25%). Московский бизнес считает наиболее полезной мерой поддержки кредитные каникулы (45%), в Уральском федеральном округе такой мерой выступает льготное кредитование (49%). Представители строительной сферы и сферы транспортировки и хранения чаще других отмечали такую меру как временное снижение налоговой нагрузки (58% и 72% соответственно). Микро-бизнес называет самой полезной мерой – временное снижение налоговой нагрузки (52%).

5. Наиболее востребованные меры поддержки малого и среднего бизнеса, принятые Правительством в 2022 году

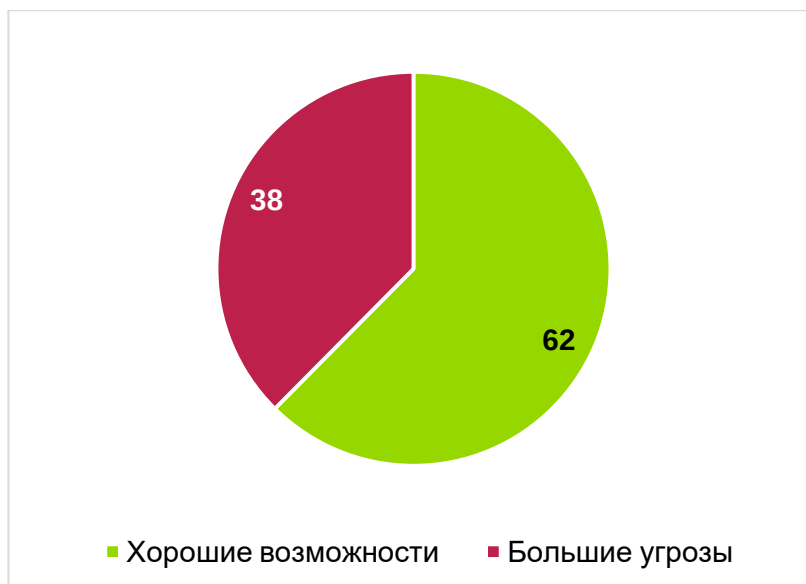


Распределение ответов на вопрос «Какими мерами поддержки малого и среднего бизнеса, принятыми в 2022 году, вы пользовались?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

В 2022 году чаще всего представители малого и среднего бизнеса пользовались следующими мерами поддержки: временным снижением налоговой нагрузки (20%), кредитными каникулами (16%), льготным кредитованием (13%), снижением административной нагрузки (10%).

В сфере транспортировки и хранения чаще всего пользовались временным снижением налоговой нагрузки (42%), а в сфере деятельности в области информации и связи – льготным кредитованием (30%). Среди компаний из отрасли строительства значимо больше доля компаний, которые не пользовались ни одной из мер (56%). Представители микро-бизнеса не пользовались ни одной мерой поддержки (50%). Снижением административной нагрузки пользовались компании из среднего сегмента (16%).

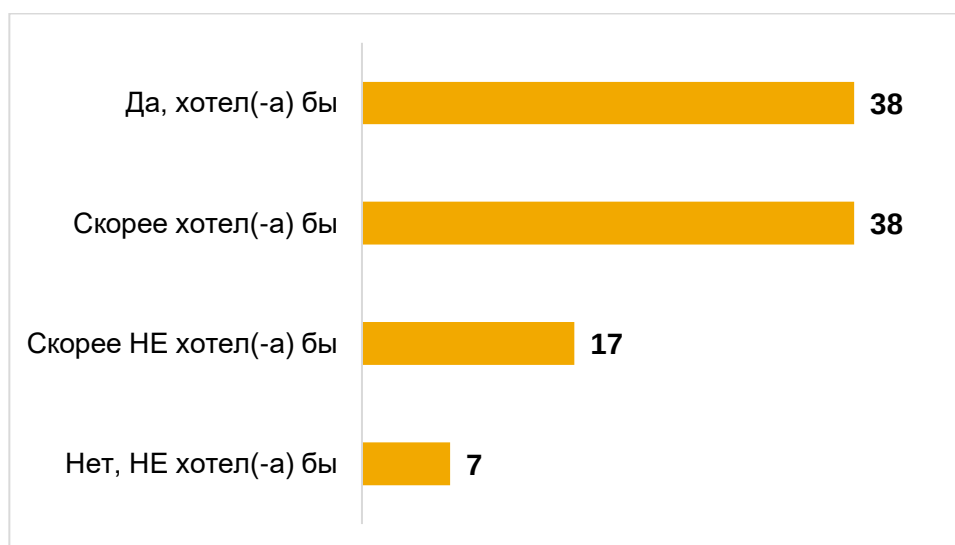
6. Восприятие последствий санкций для малого и среднего бизнеса



Распределение ответов на вопрос «Ситуация с санкциями для малого и среднего бизнеса - это, скорее..?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

Большинство компаний считают, что введенные санкции являются хорошими возможностями для малого и среднего бизнеса (62%). Чаще всего такое мнение встречается среди компаний, находящихся в Уральском федеральном округе (77%). В Москве значимо чаще чем в других регионах встречается мнение, что санкции – это большие угрозы (55%).

7. Желание предпринимателей и руководителей компаний, чтобы их дети в будущем занимались предпринимательством



Распределение ответов на вопрос «Хотели бы Вы или не хотели бы, чтобы Ваши дети стали предпринимателями?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

Подавляющее большинство предпринимателей и руководителей компаний хотели бы или скорее хотели бы, чтобы их дети стали предпринимателями (76%).

Представители строительной сферы и сферы транспортировки и хранения чаще признавались, что не хотели бы, чтобы их дети были предпринимателями (28% и 24% соответственно). Среди представителей малого бизнеса значимо выше доля тех, кто хотел бы предпринимательского будущего для своих детей (82%). Среди представителей среднего бизнеса, напротив, значимо выше доля тех, кто не хотел бы, чтобы их дети были предпринимателями (35%).

8. Восприятие предпринимателями ключевой роли малого и среднего бизнеса для России в ближайшие годы



Распределение ответов на вопрос «В чем Вы видите ключевую роль малого и среднего бизнеса для России в ближайшие годы?», в % от всех опрошенных респондентов, N=571

По мнению представителей бизнеса, ключевая роль малого и среднего бизнеса для России в ближайшие годы будет заключаться в производстве товаров и услуг, повышающих качество жизни людей (59%), в развитии новых идей, технологий, продуктов (49%), в создании новых рабочих мест (47%), в разработке решений по импортозамещению и восстановлению товарных цепочек (33%), а также в создании пространства для самореализации людей (28%).

Компании из сферы строительства чаще других называли ключевой ролью создание новых рабочих мест (70%), а из сферы транспортировки и хранения – выполнение функций поставщика решений по импортозамещению и восстановлению товарных цепочек (58%).



НАФИ

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

Исследование выполнено в соответствии со стандартами качества ISO 20252.

Ваши пожелания и предложения принимаются по адресу: info@nafi.ru.

Все дополнительные методологические детали доступны по запросу.

Москва, ул Юлиуса Фучика, д. 6, стр. 2
+7 (495) 982-50-27
www.nafi.ru

