

— Какие результаты завершенных исследований показали вам наиболее интересными и значимыми?

— В каждом раунде исследования есть очень интересные наблюдения. Например, когда впервые был задан вопрос про уровень цифровизации бизнеса, мы поняли, что сильно недооценивали его масштабы. Нам казалось, что вызовы, связанные с цифровизацией, стоят перед крупными бизнесами, такими как, например, банки, но оказалось, что это все происходит очень активно и в МСБ.

В текущем же обзоре сильно улучшились показатели по доступности кредитования, которые до этого стагнировали несколько кварталов подряд. Для нас это сигнал того, что необходимо повнимательнее посмотреть на нашу политику кредитования МСБ.

— Существует ли дисбаланс по регионам? В каких регионах ситуация с деловой активностью обстоит лучше, а где — хуже всего?

— По регионам показатели очень сильно отличаются. Так, в субъектах, которые ведут активную политику развития предпринимательской среды, снижают барьеры, предприниматели больше говорят о планах по расширению бизнеса. Анализ корреляции настроения предпринимателей с тем, какую позицию регион занимает в рейтинге инвестиционной привлекательности Агентства стратегических инициатив (АСИ), показал, что регионы в топе рейтинга АСИ имеют более позитивную динамику. Важную роль играет и общее экономическое благополучие региона, так как общая ситуация по стране очень неоднородна, у нас есть регионы, которые кратно отличаются друг от друга по динамике роста ВВП.

— В каких отраслях прослеживаются наиболее позитивные тенденции?

— В целом мы наблюдаем сокращение продаж и стагнацию инвестиций в сегменте МСБ. При этом на фоне падения индикаторов в производстве и торговле показала рост сфера услуг. В сервисных предприятиях ситуация с кадрами и доступностью финансирования обстоит лучше, чем в среднем по выборке.

Последние несколько кварталов заметно улучшение в части доступности

ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ПСБ БАНКА



## Индекс позволяет сформулировать ожидания относительно поведения предпринимателей в будущем, на горизонте одного или нескольких кварталов

финансирования для микробизнеса. Так как микробизнес традиционно проявляет низкий интерес к кредитованию и, как говорится, «стартует с низкой базы», это может быть связано с общим ростом привлекательности кредитов на фоне снижения ставок. Для сравнения, в среднем бизнесе за кредитами в банк ежеквартально обращаются около 30% предпринимателей, а в микро — 10–13%.

— В вашей статистике прослеживается сезонность. В чем она выражается?

— Сезонность наиболее характерна для индикатора продаж, остальные ей подвержены в меньшей степени. Если говорить о продажах, то обычно в первом квартале предприниматели ни когда не ждут роста продаж, а пик выручки приходится на второй-третий кварталы. Однако бывают моменты, когда эти закономерности нарушаются. Наиболее ярко это проявилось в 2018 году, когда мы не увидели

какого-то сезонного оптимизма у предпринимателей, что было связано с ожидаемыми изменениями в налоговой политике. В текущем году ситуация не показывает сильных отклонений от исторических значений. Тем не менее исследование свидетельствует, что настроения и ожидания предпринимателей стали ограничивать их собственные амбиции по расширению бизнеса. Это соответствует тому, что мы видим в экономике: она охлаждается. В таких условиях ждать от предпринимателей увеличения инвестиционной активности не приходится.

— ПСБ — активный участник нацпроекта по малому и среднему предпринимательству. Планируется ли использование индекса как одного из инструментов оценки эффективности принятых мер?

— Национальный проект уже содержит целый набор внутренних показателей оценки: бюджетное обеспечение

и верхнеуровневые КРТЭ (численность занятых, доля МСП в ВВП, доля МСП в экспорте). Хотя индекс и не содержит этих показателей в чистом виде, он все же позволяет увидеть определенные тренды в развитии ситуации. Например, когда государство разворачивало программу поддержки, стали спрашивать: «Знаете о ней или нет? Пользуетесь или нет? Почему? Насколько сложно поучаствовать в ней?» И многие другие вопросы. Поскольку такие исследования проводились на протяжении всех четырех лет, то у нас получился такой тематический срез, по которому можно проводить анализ влияния принятых мер и их эффективность. Поэтому, с нашей точки зрения, индекс может выступать дополнительным оценочным параметром реализации Национального проекта.

— Кому еще может быть интересен данный индекс?

— Это индикатор, который находится на стыке экономики и социологии. Он, с одной стороны, показывает настроения определенной группы населения, а значит, может быть интересен экспертам в этой области, а с другой — анализирует макроэкономические тренды: инвестиции, продажи и т. д., поэтому подходит и для анализа со стороны этой группы экспертов. Имеет он и практическое применение для бизнеса, общественных организаций, СМИ, органов исполнительной власти. Мы его и позиционируем на очень широкий спектр потребителей.

— Какие изменения деловой активности вы прогнозируете в наступающем году?

— Исходя из тенденций текущего года, мы можем сказать, что наши ожидания — умеренно пессимистичные, потому что мы видим изменения настроений в сегменте микробизнеса, повторюсь, самом многочисленном в России. Они связаны с рынками сбыта. В 2014–2015 годах волна негатива была связана с резким ростом ставки и разгоном инфляции. Меры монетарного характера в течение двух лет сильно поправляли эту тенденцию. Рост доступности финансирования в 2016–2017 годах ощутимо двигал ожидания предпринимателей вверх. Сейчас этот переход исчерпан. В этом году даже переход к новому циклу снижения ставок несильно повлияет на ожидания предпринимателей и условия ведения бизнеса ●