

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ИСПЫТАНИЕ НА ПРОЧНОСТЬ

Дата: 2017-05-26

Источник данных: онлайн-опрос, выборка из панели VoxRu.Net репрезентативная в отношении активной (месячной) российской аудитории интернета

Digital Research продолжает серию исследований, посвященных малому и среднему бизнесу в России. В очередном онлайн опросе приняли участие 150 экспертов, представляющих российские компании, у которых среднесписочная численность сотрудников не превышает 100 человек, а доход от всех осуществляемых видов деятельности за предшествующий календарный год не превышает 800 млн.рублей, в том числе, 41 - индивидуальные предприниматели или/и учредители, (со)владельцы компаний, 109 - специалисты компаний. Опрошенные эксперты представляли, главным образом, предприятия торговли и общественного питания (15%), занятые строительством и ремонтом (15%), промышленным производством (13%), оказанием услуг в сфере обслуживания, ремонта (9%), образования (8%), культуры и искусства (5%), проектирования и разработок (5%), информации и связи (5%).

По мнению опрошенных экспертов, эффективной текущей деятельности компаний малого и среднего бизнеса в России мешают сокращение основного рынка сбыта (34%) и нерегулярность спроса (32%), потери, связанные с требованиями контролирующих и надзирающих органов (20%), проблемы с поиском и заменой кадров (17%), стоимость аренды объектов недвижимости (16%), потери в связи с неисполнением/нарушением договорных обязательств (15%), высокие транспортные расходы (13%), просрочки с платежами от покупателей (12%), стоимость продукции естественных монополий (11%).

Оценивая текущую динамику рынка сбыта основной продукции компании в настоящее время, 13% опрошенных экспертов отметили рост, 33% - спад, а 42% - стабилизацию рынка. При этом 25% компаний не только знают, что надо предпринять для увеличения или сохранения объема продаж, но и могут реализовать эти меры на практике. Около 15% знают, но не имеют такой возможности. Около 31% просто не знают, что предпринять в сложившейся ситуации.

В нынешних экономических условиях около 12% компаний "часто", а 43% компаний "иногда" несут финансовые потери (ущерб) по причине изменения существенных условий договоренностей со своими контрагентами. Около 6% компаний "постоянно", а 37% компаний "иногда" предпринимают действия не рекламного или/и не конкурентного характера для успешной реализации своей продукции/услуг. Около 9% компаний "постоянно", а 25% компаний "иногда" вынуждены совершать неконкурентные действия, чтобы добиться/сохранить присутствие в тех или иных каналах сбыта.

Существующий механизм, порядок государственного контроля и надзора за деятельностью российских компаний малого и среднего бизнеса в той или иной степени мешает реализации бизнес-планов 52% компаний, а для 6% компаний служит непреодолимым препятствием для развития. Только 22% экспертов сочли возможным строгое исполнение всех предъявляемых

законом, нормативными документами, ведомственными инструкциями требований к их компаниям. Около 24% считают это невозможным в силу противоречивости данных норм, а 10% - по экономическим соображениям.

Основными инструментами, которые российские предприятия малого и среднего бизнеса используют для финансирования своих компаний, являются денежные средства учредителей (применяют 34% компаний, что составляет 20% от объема привлекаемых МСБ средств), банковский кредит (23% и 14% соответственно), заимствования от родственников, друзей (13% и 8%), лизинг (9% и 5%), банковская гарантия (8% и 5%), овердрафт (6% и 4%), поручительство третьих лиц (4% и 2%). Только 2% компаний доступно венчурное финансирование. Около 16% компаний не используют никаких инструментов финансирования, а осуществляют его только за счет выручки от продаж.

Компании, которые привлекают заемные средства третьих лиц, чаще всего используют их для покупки оборудования, транспортных средств, земли, строительство или ремонт зданий и сооружений (29% компаний или 23% от объема привлекаемых МСБ средств), на финансирование оборотного капитала (21% и 16% соответственно), на разработку новых продуктов или услуг, приобретение патентов (10% и 8%), продвижение продукции на рынке, маркетинговые и рекламные мероприятия (7% и 5%).

Около 47% представленных компаний имеют идеи по модернизации своего производства, продукта или созданию нового бизнеса, в том числе, 33% строят планы по их реализации. Однако среди компаний, строящих инвестиционные планы по модернизации производства, продукта или созданию нового бизнеса, только 46% обладают достаточными для реализации этих идей ресурсами. Среди основных препятствий инвестиционной деятельности опрошенные нами эксперты назвали недоступность необходимых финансовых средств (30%), риски, связанные с отношением государства к бизнесу (24%), завышенные и дорогие в реализации требования контролирующих и надзирающих органов (21%), недобросовестную конкуренцию в отрасли (16%), отсутствие перспективной идеи (16%), отсутствие или несовершенство нормативно-правовой базы (10%), проблемы с доступностью необходимых технологий и оборудования (9%).

Лишь 4% представленных экспертами компаний малого и среднего бизнеса знают и участвуют в целевых государственных программах и других способах поддержки малого и среднего предпринимательства, 32% знают, но не участвуют в таких программах, 30% желали бы ознакомиться подробнее с предоставляемыми возможностями, 14% не интересуются такими программами.

Компания Digital Research проводит маркетинговые исследования аудитории интернета с использованием технологии онлайн опросов и веб-панелей,

По вопросам информационного сотрудничества и проведению исследований обращайтесь к Александру Иванову – тел. +7 (911) 920-68-12, info@digitalresearch.ru