

## МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС ТОЧКИ РОСТА В ЭПОХУ КРИЗИСА

Тематическое приложение  
к ежедневной деловой газете РБК  
Четверг, 14 мая, 2015 | №080 (2097)

ПОЧЕМУ В РОССИИ ТРУДНО БЫТЬ «ГАЗЕЛЬЮ» | КРИЗИСНЫЕ КЕЙСЫ РОСТА: ОТ КОЛБАСЫ ДО ГАНТЕЛЕЙ |  
ЧТО ДАЕТ БИЗНЕСУ КОМПЛЕКСНАЯ ГОСПОДДЕРЖКА



ФОТО: Fotolia/PhotoPress

## ШАНСЫ НА ВЫРОСТ

СПАД ЭКОНОМИКИ ЗАСТАВЛЯЕТ ПО-НОВОМУ ОЦЕНИТЬ ПЕРСПЕКТИВЫ  
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА **ЮЛИЯ ГЛУХОВСКАЯ**

**Надежды на стабильность на рынке труда, формирование новых ниш и определение точек экономического роста связывают с мобильностью и гибкостью предпринимателей. Экономисты, представители бизнес-сообщества и финансисты увидели новые возможности для малого и среднего бизнеса в сложной экономической обстановке.**

Активность малого и среднего бизнеса стала резко снижаться в конце 2014 года. Однако опрос руководителей небольших компаний в первом квартале текущего года показал некоторое оживление в бизнес-среде. Согласно очередному исследованию бизнес-настроений в сегменте микро-, малых и средних предприятий, подготовленному совместно агентством Magram Market Research, Промсвязьбанком и «Опорой России», в первом квартале 2015 года зафиксирован спад выручки у максимального числа респондентов. Это дало предпринимателям повод для оптимизма. «Бизнес надеется, что «дно» пройдено, и ожидает более высокие результатов во втором квартале», — отмечают организаторы исследования. О выходе из «инвестиционной паузы» в секторе МСБ речь пока не идет — инвестиционная активность по-прежнему находится на

крайне низком уровне. Однако количество предпринимателей, готовых вкладывать прибыль в расширение бизнеса, увеличилось. От следующих трех месяцев предприниматели ждут улучшения условий ведения бизнеса и снижения ставок по кредитам.

### Размер не имеет значения

Большинство опрошенных РБК+ экспертов сходятся во мнении, что пространство для маневра у бизнеса в кризис невелико. Но при определенных условиях экономический спад может способствовать росту небольших предприятий.

Потенциал роста в кризис появляется у стабильно развивавшихся средних компаний, полагают представители научного сообщества. «Возможности открываются для той части среднего бизнеса, которая называется «газелями», — отмечает вице-президент Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИПП) Владимир Буев. В этих компаниях сосредоточен инновационный потенциал, управленческий опыт и накоплен «жирок», позволяющий опираться на собственные источники финансирования. Для рывка им необходимо менее агрессивное регулирование отрасли, снижение налоговой нагрузки, сокращение

страховых платежей. «Подход «мы тебе создали — ты нам отчитайся» для них непривлекателен», — отмечает исполнительный директор Ассоциации факторинговых компаний Дмитрий Шевченко.

Практики от бизнеса видят возможности для подготовленного старта. Владелец костромской ювелирной фабрики «Золотая традиция» Олег Ефремов утверждает, что именно кризис помог ему и его партнеру начать бизнес в 2008 году. «Во время кризиса покупательский спрос падает. Партнеры ищут новых поставщиков, им нужны лучшие условия», — подчеркивает бизнесмен. По его мнению, начинать с нуля и наращивать объемы не всегда, но зачастую проще, чем развивать уже работающее производство. У молодой компании меньше издержек. Но у нее должно быть готовое уникальное предложение для рынка.

На волне кризиса поднимутся предприятия, которые успели проинвестировать в производство по старым ценам, обновили оборудование, считает главный аналитик Сбербанка России Михаил Матовников.

### Правильные рынки

Получить преференции в конкурентной борьбе с импортными аналогами могут компании, производящие продукцию, не

зависящую существенно от импортного сырья, отмечает руководитель аналитического центра МСП банка Наталья Литянская. Отечественные производители могут усилить позиций на внутреннем рынке, считает она. Правда, эти возможности ограничены временным характером контрсанкций. Кроме того, чтобы серьезно расширить уже действующее производство или выйти на новый рынок, требуются инвестиции. Необходимо расширять предложение долгосрочных и доступных ресурсов. Важно также обеспечить уверенность предпринимателей в том, что их продукция в случае изменения геополитической обстановки и снятия санкций будет продолжать пользоваться спросом, считает Литянская. По ее мнению, сейчас очень невыгодно членство нашей страны в ВТО, которое ограничивает возможности по применению протекционистских мер для отечественного бизнеса.

По прогнозам Михаила Матовникова, восстановление ждет индустрию развлечений и туризма: «Тем, кто не может выехать за пределы родины, тоже нужно как-то развлекаться, и для малого бизнеса здесь есть возможности. На волне окажется традиционный для юга России бизнес — мини-гостиницы и другие сферы услуг отдыхающим». Финансисты в целом уверены: чтобы воспользоваться кризисом, нужно не начинать бизнес, а уже быть в нем.

Наращивать выручку в нынешних условиях способны также компании, связанные с экспортом, в том числе высокотехнологичной продукции. «Государство начало актив-

но поддерживать экспортеров. Это повысило интерес банков к компаниям, ориентированным на внешние рынки», — считает вице-президент — управляющий директор по развитию среднего и регионального корпоративного бизнеса Промсвязьбанка Александр Чернощекин.

Наталья Литянская отмечает, что доля МСБ-экспортеров составляет менее 1% от всех предприятий малого и среднего бизнеса: «Нужно больше внимания уделять «доращиванию» предприятий до того момента, когда их продукция получит экспортный потенциал».

### За чей счет?

И все же воспользоваться открывшимися возможностями без привлечения финансирования со стороны способна редкая компания. Банки будут пересматривать кредитную политику в зависимости от рынка, на котором ведется бизнес, уверен Александр Чернощекин. На внутреннем рынке, по его мнению, приоритет на стороне компаний, занятых в пищевой промышленности, деревопереработке, машиностроении — рынках, где происходит замещение импорта.

Компаниям, которые в числе приоритетных заемщиков не числятся, приходится преодолевать заградительные банковские барьеры. Недостаточное залоговое обеспечение, по мнению Натальи Литянской, можно заменить гарантией и поручительством в рамках программы господдержки МСБ. Такие гарантии дают в региональных фондах, Агентстве кредитных гарантий и МСП банке. Эффект от гарантийной поддержки вырастет, если государство сможет оперативно подстраивать свои программы под нужды бизнеса: критерии отбора проектов, по ее мнению, недостаточно гибкие.

По данным Минэкономразвития, в этом году на выплату прямых субсидий предпринимателям, финансирование гарантийных фондов, микрофинансовых организаций и

другие виды поддержки МСБ из бюджета выделено 16,9 млрд руб. «Агентство кредитных гарантий с капитализацией в 50 млрд руб. позволит расширить лимиты кредитования малого бизнеса региональными фондами», — уверены в ведомстве.

Аналитики полагают, что объем государственной поддержки — лишь «капля в море». Заемные средства привлекать все сложнее. «Длинные деньги становятся малодоступными, сроки кредитования сильно сокращаются», — утверждает управляющий директор «Эксперт РА» (РАЕХ) Павел Самиев. По данным агентства, в 2011–2013 годах доля кредитов, выдаваемых на срок от трех лет, сократилась с 19 до 15%. По итогам первого полугодия 2014 года она составила лишь 11%. Проще найти микрокредит: увеличение портфеля микрокредитования в текущем году прогнозируется на уровне инфляции — 12%.

Из доступных инструментов, по мнению экспертов, у развивающегося бизнеса останется относительно новый для него финансовый инструмент — факторинг.

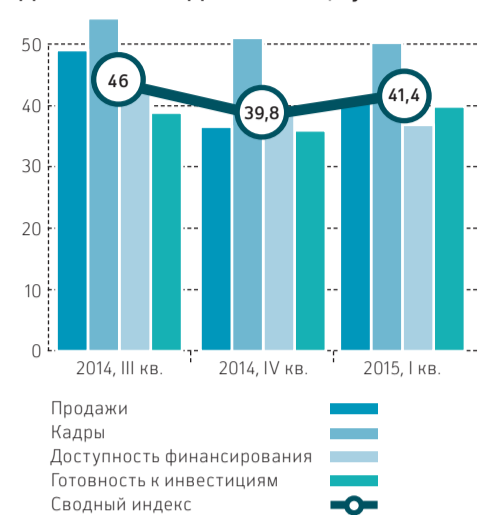
Крупные компании, торговые сети и непрофильные холдинги, госкомпании, как правило, при работе с МСБ требуют

отсрочек. «Нужно иметь определенный запас оборотного капитала, чтобы компания могла позволить себе такую отсрочку. Факторинг позволяет банку разделить риск не с маленьким клиентом, а с дебитором — крупной компанией», — отмечает Александр Чернощекин.

Факторинг сочетает быструю оборачиваемость капитала, отсутствие залогового обеспечения и защиту от неплатежей на новых рынках сбыта, отмечает Дмитрий Шевченко. По данным Ассоциации факторинговых компаний, из 9 тыс. компаний, составляющих совокупную клиентскую базу рынка факторинга в 2014 году, не менее трети могут быть классифицированы как стабильные средние компании.

Однако далеко не все большие компании готовы на переуступку своей дебиторской задолженности банку, отмечают финансисты. Это сокращает поле для маневра. Банкиры предлагают законодательно обязать крупные компании, в том числе госзаказчиков, соглашаться на уступки. «Возможность разделять риски маленьких компаний с крупными заказчиками может произвести эффект больший, чем все программы господдержки», — считает Чернощекин.

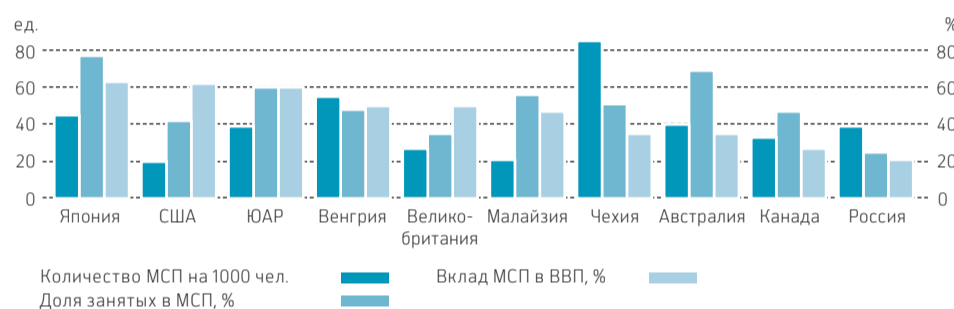
### ДИНАМИКА ИНДЕКСА RSBI\*, пункты



Источник: Magram Market Research, PSB Research

\* Индекс Опоры RSBI — совместное исследование Промсвязьбанка и «Опоры России», ежеквартально фиксирующее бизнес-ожидания малого и среднего предпринимательства по девяти параметрам (компонентам). Значение RSBI выше 50 пунктов интерпретируется как рост деловой активности, ниже 50 пунктов — как снижение деловой активности.

### ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МСП В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ



Источник: доклад «О мерах по развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к заседанию Госсовета 7 апреля 2015 г.; использованы данные экспресс-анализа эффективности программ поддержки МСП (KPMG, 2014) и Росстата

### ОБЪЕМЫ ГОСПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



Источник: Минэкономразвития РФ

## ГДЕ НАЙТИ «ГАЗЕЛЕЙ», ЧТОБЫ ПРОБИТЬ «СТЕКЛЯННЫЙ ПОТОЛОК»

Чтобы небольшие компании совершили качественный скачок роста — пробили «стеклянный потолок», нужны системные преобразования условий ведения бизнеса, считают эксперты.

Открытие феномена небольших компаний с высокой динамикой и устойчивостью роста — «газелей» связывают с именем американского экономиста Дэвида Берча. Изучая траекторию развития компаний на рынке, он выделил 4% фирм, которые создали примерно 70% рабочих мест в США. Попытки изучить подобное явление на российском рынке выявили местную специфику развития бизнеса. В России динамичные средние компании организованы как «группы компаний»: успешные предприятия делятся на несколько формально независимых мелких фирм. «Выделить долю компаний-«газелей» можно только экспертным путем, официальный статистический учет не выделяет данную категорию предприятий», — говорит помощник главы Минэкономразвития, пресс-секретарь Елена Лашкина.

Основные признаки динамично развивающейся, устойчивой компании — низкий уровень бюрократии и волокиты, передача на аутсорсинг максимального количества непрофильных функций, четкое определение своей специализации, рост от 20 до 40% в год, высокоинтеллектуальный коллектив, продукты интеллектуального труда (ноу-хау, марки, технологии). У таких компаний растет не только выручка, но и капитализация. «Такие компании в России несомненно есть, — например, «Яндекс» начинал как малый бизнес. Но они у нас индустриально не сбалансированы», — отмечает доцент кафедры бизнеса

и управленческой стратегии РАНХиГС при президенте РФ Эмиль Мартиросян.

### Болезни роста

Рост предприятия привлекает к нему внимание фискалов и увеличивает административную нагрузку на бизнес. Так объясняют эксперты нежелание бизнеса расти. «Вместо того чтобы масштабировать бизнес, у нас его предпочитают дробить», — утверждает доктор экономических наук, профессор НИУ Высшая школа экономики Александр Чепуренко. Еще одна причина искусственного сдерживания развития бизнеса — недобросовестная конкуренция. Региональные рынки контролируются компаниями, которые встроены в вертикаль местной власти. У них свой административный ресурс. Растить беспрепятственно могут разве что те виды бизнеса, где идея и сам бизнес неотделимы от головы его владельца, считает Чепуренко.

Основным условием роста являются доступные кредитные ресурсы и частные инвестиции. Возможность привлечь инвестиции — едва ли не единственный стимул показать реальный размер компании, считает партнер аудиторско-консалтинговой группы компаний BDO в России Елена Хромова. «В условиях нестабильности финансовых рынков бизнес становится осторожнее, да и процессы акселерации замедляются», — подчеркивает Хромова. По данным Александра Чепуренко, до кризиса 2008 года растущих компаний в стране было даже больше, чем на развивающихся рынках, — до 16% от общего числа средних компаний. «В период между кризисами компании-«газели» найти все сложнее», — отмечает Чепуренко.

### Задать направление

Подтолкнуть компании к росту под силу государству. Оно же — главный бенефициар устойчивого растущего технологического бизнеса. По данным Минэкономразвития РФ, сегодня в сфере промышленного производства формируется только 28,4% оборота средних предприятий. Александр Чепуренко считает, что одним из способов создания среды для стимулирования небольших высокотехнологичных компаний могли бы стать так называемые технологические коридоры. Речь идет о постепенном повышении государством требований к технологиям производства. В России в некоторых отраслях реализовывалась подобная стратегия. «Мы постепенно переходили на бензин стандарта Евро-5 или энергосберегающие осветительные приборы», — говорит Чепуренко. Государство должно предупреждать производителей о необходимости менять технологии, стимулировать бизнес к постепенному переходу на новые стандарты. В Дании, например, такой подход позволил 85% электроэнергии производить из органических отходов, внедрить в технологию строительства жилых здания системы, позволяющие до 40% потребления электроэнергии обеспечивать за счет замкнутых циклов.

«Создание технологических коридоров не требует ничего, кроме умного управления. Оно дает компаниям долгосрочные перспективы, возможность выстраивать свою стратегию в соответствии с приоритетами государства и под эту стратегию привлекать средства у институтов развития», — уверен Чепуренко.

Вслед за спросом на технологические решения появятся и средние компании, готовые расширять технологические ниши. Эмиль Мартиросян уверен, что отечественный биз-

нес созрел для рывка: «В 2008-м бизнес повторил ошибки 1997 года — все повально открывали продуктовые магазины. Сейчас бизнес ищет проекты в сфере интернет-технологий или производства». Россияне проходят определенный этап эволюции бизнеса, переходят от «лавочного» бизнеса к технологичному.

### Обеспечить инструментами

Драйвером роста для малого бизнеса Германии и Японии стали «налоговые дисконты». Этот инструмент опять же из госсинвестария, и наша страна могла бы его также применить, считают эксперты. Растущим малым и средним компаниям важен доступ к федеральным каналам продаж. Чтобы стимулировать сети сбывать продукцию малого и среднего бизнеса, и вводить «налоговые дисконты». Чем больше в обороте крупной торговой сети доля малого и среднего бизнеса, тем меньше налогов она должна платить. Это будет стимулировать крупных ретейлеров искать и продвигать продукцию небольших компаний.

Еще одно условие для роста — доступность проектного финансирования. Эмиль Мартиросян сетует, что в России этот вид работает только с крупным бизнесом, выручка которого гарантирует возврат вложенных средств. В качестве такой гарантии в случае с МСБ, считает эксперт, может служить доля в компании.

Одна из самых широко используемых мер обеспечения доступности финансовых ресурсов для бизнеса за рубежом — гарантийная поддержка. Пожалуй, это основной способ поддержки из международного опыта, который наше государство начинает применять массово, говорит руководитель аналитического центра МСП банка Наталья Литянская. Однако выдачу гарантий сдерживает сложность поиска проектов, подходящих под жесткие критерии, определенные государством. Гибкость в подходе к заемщикам также сыграла бы в пользу малого бизнеса и добавила бы возможностей для его роста.

Юлия Глуховская

## КРИЗИСУ ВОПРЕКИ

АЛЬБЕРТ ЭНШТЕЙН УТВЕРЖДАЛ, ЧТО СРЕДИ ТРУДНОСТЕЙ И ПРОБЛЕМ СКРЫВАЕТСЯ БЛАГОПРИЯТНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ. РБК+ ВЫБРАЛ ТРИ КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ ВОЗМОЖНОСТЯМИ РОСТА В КРИЗИСНОЕ ВРЕМЯ И СЕЙЧАС ВЫВОДЯТ БИЗНЕС НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ. **ИЛЬЯ НОСЫРЕВ**



ИЛЛЮСТРАЦИЯ: Анна Всеволодская

### Колбаса для министров

Владелец мясокомбината «Владимирский стандарт» Павел Антов по образованию врач, выпускник военно-медицинской академии. В конце 90-х годов прошлого века система советской медицины распадалась на глазах, зарплаты не платили, и Павел решил заняться бизнесом. Начиналось предприятие с нескольких помещений в старой советской столовой, где стояло примитивное, малопроизводительное оборудование. Через 15 лет компания выросла до размеров крупного бизнеса: сейчас в ней работают 600 человек, комбинат производит 1600 т продукции ежемесячно, годовой оборот в 2014 году составил 3,5 млрд руб. В текущем году будет больше, уверен Антов: «Нашу колбасу едят все министры правительства России. Всем она нравится, но главное — любовь простого народа, его не обманешь. Сегодня мы кормим 30 регионов, присутствуем в большинстве крупных сетей России — «Магните», «Глобусе» и т.д.». По словам владельца компании, залог качества продукции — жесточайший контроль сырья и грамотные технологи, которые постоянно совершенствуются в Германии, Чехии, Австрии, Израиле и других странах.

Павел Антов признается, что «Владимирскому стандарту» пришлось нелегко, когда были введены санкции. «Было очень трудно, потому что мы работали на отличном иностранном сырье — из Дании, Германии, Нидерландов, Франции, Испании. Перестройка далась непросто: многие убойные предприятия России предлагали нам свое некачественное сырье». Однако в результате импортозамещения удалось: сегодня 80% сырья — из России. «Мы работаем с такими гигантами, как «Мираторг», который закупает сырье у российских мясокомбинатов и животноводческих комплексов», — говорит Антов. — Они уже выделяют нас из своих клиентов, внима-

тельно относятся». Предприятие работает в среднем ценовом сегменте, стараясь сочетать качество и доступность.

Сеть заказчиков «Владимирский стандарт» расширял очень медленно, однако узнаваемость марки наконец привела к кумулятивному эффекту: примерно три года назад произошел взрыв объемов производства, и с тех пор предприятие демонстрирует стремительный рост. «Повлияло то, что мы держали марку и нас стали узнавать и выделять», — считает Павел Антов. — Собираемся развиваться стремительно и дерзко. Сейчас у нас пока один завод, но он расширяется. Администрация города в нас души не чаёт, выделяет нам земли дополнительные». Компания собирается строить индюшину ферму, которая будет производить 11 тыс. т мяса в год для собственных нужд, и большой логистический центр.

### Сила тяжести

Если многие предприятия пищевой промышленности оказались из-за кризиса на грани выживания, то в других сферах экономические проблемы ощущаются не столь остро. Особенно если у компании есть нестандартные технологические решения. Предприниматель Артем Артемьев из Челябинской области перепробовал множество разных бизнес-идей — от торговли шкурами крупного рогатого скота до магазина ритуальных принадлежностей. Однако правильную нишу нашел лишь в 2000 году, когда занялся производством гири. Сам заядлый тяжелоатлет, Артемьев решил, что сделать ставку нужно на соотношение цена-качество: слишком много продается в спортивных магазинах безликих болванок, да и стоят они недешево. «Рынок гири — вовсе не простой: Китай мощно давит, да и российские конкуренты есть», — поясняет Артемьев. — Но у нас выгоднее соотношение цена-качество: наши гири в среднем на 5–10% дешевле при более удобной конструкции, весовых и геометрических характеристиках.

Занимая около 60% гиревого рынка России, компания «Уральская гиря» обладает несколькими патентами на оригинальные технологические решения. Визитной карточкой бренда, которым владеет Артемьев (производством занимаются компании-партнеры), является гиря-матрешка, которая разбирается на три части: две по 8 кг и одна — 16 кг. «Мы единственные в России делаем разборную гирю», — говорит владелец торговой марки. Всего компания выпускает около ста разновидностей гири — ежемесячно весом более 200 т. Основные клиенты — розничные магазины по всей России. Помимо этого «Уральская гиря» выступает генеральным партнером и спонсором Федерации гиревого спорта, а также работает с местными — республиканскими и областными — федерациями.

Два года назад продажи стали расти. Сейчас, несмотря на кризис, они стабильны, и Артемьев считает это важным достижением: «Надо понимать, что рынок нельзя назвать растущим, он скорее стабильный, причем постоянно маячит угроза его насыщения. Срок эксплуатации у гири практически вечный: человек может купить одну, редко две гири (у меня самого дома их четыре, но это потолок). Когда каждый желающий купит себе по гире, новые им вряд ли будут нужны». Вот почему уральская компания стала кастомизировать продукцию и работать с нишами. Сейчас она активно осваивает женские и детские снаряды. На подходе несколько новых технологических решений: например, гиря с двумя ручками, что дает преимущество при тренировках, и гири для жонглирования. Расширяют уральцы и географию присутствия. Их гири поставляются в ближнее зарубежье — Белоруссию и Казахстан, сейчас компания пробует первые поставки в страны Европы.

### Круглосуточная нефть

Владельцу и директору ООО «Универсальные технологии нефтегазоотдачи» (УТНГО) Ринату Назырову посчастливилось

работать по специальности. После учебы в Уфимском нефтяном институте окончил аспирантуру в московском Университете нефти и газа. Долго трудился в «Газпроме», создал дочернюю компанию. Работал в подразделении «Оренбурггазпрома», сначала в научно-исследовательском институте, а затем на производстве. Набравшись опыта, возглавил дочернюю компанию по освоению и интенсификации скважин. В результате реструктуризации фирмы в 2005 году принял решение уйти в свободное плавание. Возглавил собственное предприятие УТНГО.

Начинали с одного кислотного агрегата, который на тот момент был в строю уже 20 лет, офиса в трехкомнатной квартире Рината и шести сотрудников. Сейчас в компании более 60 единиц техники, включая высокотехнологичное специальное оборудование, криогенную технику, она располагает собственной производственной базой площадью 2,3 га. В УТНГО трудятся 90 сотрудников — высококвалифицированных специалистов. Основные клиенты — нефтегазовые компании: «Газпром добыча Оренбург», «Газпром нефть Оренбург», «Уралнефтегазпром», «Газпром подземремонт», «Катойл-Дрилинг», «Эриэлл Нефтегазсервис», Weatherford, Schlumberger.

Кризис больно ударил по бизнесу: штат компании растет, а вот обороты застряли в районе 120–180 млн руб. в год. Однако компания вовремя задействовала козырь, которого не было у конкурентов, — провела техническое перевооружение. «Раньше мы использовали малопроизводительные азотные установки, — говорит исполнительный директор компании Василий Дорофеев. — Развитию бизнеса способствовало получение компаний кредитов Промсвязьбанка: именно на заемные деньги, заключив договор с китайской компанией Jereh, мы приобрели высокопроизводительные кислотные агрегаты,

## Компания вовремя задействовала козырь — провела техническое перевооружение

азотные установки». «Оборотных средств не так уж много, и для нас оказалась очень своевременной помощь банка, предлагавшего кредитные линии по 12–14% годовых», — добавляет Ринат Назыров.

Курс на техническое перевооружение позволил выйти на качественно иной уровень предоставления услуг, расширить производственные возможности. Основная часть оборудования была запущена в эксплуатацию, был обучен персонал для работы на новом оборудовании. Это позволило заключить крупные договоры на 2015 год, победив в конкурентной борьбе с другими компаниями. В регионе высокоскоростные азотные установки есть только у зарубежных компаний, да и то одна-две.

Продолжая курс на техническую модернизацию, УТНГО планирует обновить автопарк — заменить «КрАЗы» на «КамАЗы». Правда, это будет возможным лишь в том случае, если не вырастут процентные ставки по кредитам, говорит предприниматель.

## «ВО ВРЕМЯ ЛЮБОГО КРИЗИСА ЕСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, КОТОРЫЕ УМЕЮТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ВОЗМОЖНОСТЯМИ»

КАКИЕ НИШИ ОСВОБОЖДАЮТСЯ СЕГОДНЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА, ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ МАЛОМУ И СРЕДНЕМУ БИЗНЕСУ ДЛЯ РОСТА, ЧТО БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ УЛУЧШЕНИЮ ДЕЛОВОГО КЛИМАТА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ ПРОМСВЯЗЬБАНКА, ЧЛЕН ПРАВЛЕНИЯ «ОПОРЫ РОССИИ» КОНСТАНТИН БАСМАНОВ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ РБК+ **ЮЛИИ ГЛУХОВСКОЙ**.



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

гласно результатам наших опросов, прямое влияние санкций в той или иной мере испытывают 60% бизнесменов. При этом примерно половина опрошенных увидела открывшиеся рынки, кто-то уже пытается их занять.

Пока мы не видим предпосылок для скорой отмены санкций. И у предпринимателей, которые, например, сейчас пытаются занять нишу поставки овощей из Восточной Европы, есть время это сделать. Они смогут занять эту нишу.

Трудно сказать, какими окажутся нетто-эффект для экономики, рост и развитие предпринимателей, которые займут освободившиеся ниши, или спад тех, кто теряет бизнес из-за введенных санкций. Это будет зависеть в том числе от политики государства, институтов развития в отношении компаний, которые займутся импортозамещением.

Нужно учитывать, что все товары импортировались в Россию из стран с традиционно конкурентоспособными производствами. Если у нас их заменят хозяйства, которые в случае отмены санкций тут же обанкротятся, то это неправильно, это закапывание капитала. Правильно делать акцент на проектах импортозамещения с потенциалом экспорта. Мало заместить один продукт другим, важно использовать это как плацдарм, чтобы создать конкурентоспособное на внешнем рынке производство.

— Что нужно малому бизнесу, чтобы пробить «стеклянный потолок», перейти в ранг устойчивых средних компаний? Какую роль в этом процессе должно (и должно ли) играть государство?

— Во-первых, компанию нужно проинвестировать. Как правило, размер инвестиций должен быть в несколько раз больше текущего размера компании. У инвестиционного проекта огромное количество рисков. Первый и главный риск — компетенции самого предпринимателя. То, что предприниматель с друзьями или семьей запускает успешный проект, еще не означает, что он сумеет справиться с расширением масштаба в управлении бизнесом. Дополнительные риски — точность и качество финансового планирования: можно ошибиться в расчетах по выручке, по сбыту. Если компания выходит на полную мощность с опозданием в полтора года, в графике возврата инвестиций образуется дыра. А это уже неисполнение обязательств по кредиту. Предприятию необходим определенный запас прочности.

Мы просчитали, сколько можно добавить запаса прочности инвестиционному проекту, если собрать вокруг него все существующие меры поддержки: налоговые послабления, поддержку по снижению стоимости финансирования, дополнительные гарантии. По отдельности каждая из этих мер финансовую модель проекта существенно не меняет. Но если их собрать вокруг проекта и подстроить под один график, взяв, например, срок выхода

на окупаемость два года, то предприниматель получит дополнительно 15–20% запаса прочности. И это означает, что у него есть возможность для маневра и набивания шишек внутри проекта.

У нас поддержкой бизнеса занимаются разные ведомства, руководствующиеся в этом различными критериями. Чтобы получить преимущество по налогу на прибыль, нужно соответствовать отраслевым критериям, есть требования к сроку работы предпринимателя, к истории бизнеса и его размеру. Чтобы получить госгарантию на привлечение финансирования, требования могут быть уже другие, для субсидирования процентной ставки — третьи... Если предприниматель в каждом из этих видов поддержки по одному критерию не совпадает с требованиями, это делает невозможным мультипликативный эффект мер господдержки.

Нужно упростить для предпринимателей возможность получения комплексной господдержки. Поддержка одного из институтов развития должна стать для всех остальных зеленым светом, сигналом, чтобы перестать проверять бизнес на соответствие критериям и начать его поддерживать.

— Часто налоговые льготы связывают с риском дробления бизнеса. Насколько такая схема характерна для среднего бизнеса?

— Есть определенные размеры предприятия, когда преимущества дробления в виде меньших налогов несравнимы с рисками и потерями, возникающими из-за усложнения структуры компании. Бизнес, для которого издержки раздробления ниже, чем налоговые выгоды, по сути своей и есть малый бизнес. Даже если выручка компании в 1 млрд руб. выглядит большой, но самой компании выгодно раздробиться и усложнение бизнеса, которое она в результате получает, несущественно для бизнеса, то это компания, которая хочет себя вести и будет себя вести как малый бизнес. Малому бизнесу не нужны преимущества прозрачности и публичности, не нужен красивый баланс, потому что вопросы привлечения большого финансирования он решает своими силами. Такому бизнесу для развития нужны более лояльные налоговые условия.

Можно продолжать собирать с него налогов больше, чем он готов платить. Но есть налоги, по которым сильно снижены ставки, но повлияет на общий размер собираемости. Например, сейчас это налог на прибыль. Малый бизнес в кризисное время не будет показывать прибыли. Объективно растет количество убыточных предприятий. Обнуление ставки по налогу на прибыль для малого бизнеса будет стоить бюджету копейки, а с точки зрения воздействия на людей способно стать сильным стимулом. Да, какая-то часть бизнеса начнет дробиться. Но достаточно добавить интеллекта в процесс администрирования налогов, чтобы сделать издержки предприятия от сокрытия реаль-

ных размеров бизнеса невыгодными. А для компаний определенного уровня — признать, что они и так не платят ради упрощенной системы налогообложения и дробят бизнес.

— Качественный рост невозможен без финансовых ресурсов. Готовы ли вы сейчас поддержать кредитными средствами компании на стадии роста?

— Мы не стали останавливать нашу венчурную программу. Она как раз ориентирована на акселерацию. Там изначально риски выше, чем в обычном кредитовании. Мы продолжаем отбор проектов.

Стандартных кредитов на пополнение оборотных средств стало меньше. Банк теперь внимательнее следит за заемщиками, и если компания уже набрала кредитов, мы стараемся в такие проекты не влезать. Сами предприниматели тоже осторожничают. Сейчас растет спрос на рефинансирование и реструктуризацию текущих кредитов. Тем, кто уже прошел инвестиционный цикл либо находится в состоянии инвестиций, остается только выплачивать кредиты. Они не могут слезть с этой иглы. Именно такие предприниматели жалуются сейчас на отсутствие доступного финансирования.

— Средние компании выгоднее для банка как клиенты. Стало быть, помогая малым компаниям расти, вы работаете на увеличение доходов от обслуживания клиентов в будущем. Но как определить, кому и когда, особенно сегодня, во времена дорогих и ограниченных ресурсов, нужна помощь?

— Банки стараются диверсифицировать свой кредитный портфель. Когда у тебя много разных сделок, это добавляет опыта и информации, легче сравнивать и вовремя заметить, кто имеет реальные шансы. Мы стараемся раскладывать яйца в разные корзины; такие же принципы у любого института развития, который выбирает, кого именно стоит поддерживать.

Мы не выделяем специально клиентов, которые являются производственными компаниями. Для нас важна устойчивость их текущего положения. И производственные, и торговые компании мы одинаково любим и хорошо к ним относимся.

Однако в производственной сфере шансов стать средним или крупным бизнесом объективно больше. Если ты нащупал нишу, легко масштабировать проект дальше — докупаешь еще одну линию, затем еще одну. Историй акселерации в производстве намного больше. Именно поэтому, когда в институтах развития выбирают, кого больше поддерживать, производственные компании получают приоритет. Мы все это учитываем и, если видим интересный проект, интересного предпринимателя, даже если финансовая модель у него полностью не сходится, стараемся подтянуть государственные инструменты поддержки, чтобы увеличить запас прочности и дать ему возможность развиваться дальше.

— Некоторым компаниям удается даже в кризисные времена совершить качественный рывок. Вы наблюдаете такие примеры? Какие возможности вы видите для бизнеса в кризис?

— У нас много клиентов, которые до кризиса находились в активной стадии инвестирования. Если они угадали с направлением развития и могут дальше наращивать продажи в кризисных условиях, то у них, безусловно, есть конкурентное преимущество. Всю полученную сейчас прибыль они могут использовать для нового рывка.

У предпринимателей, которые находятся в режиме накопления наличности, есть интересные возможности осуществить инвестиции по очень выгодной цене: купить залоговое оборудование, которое досталось банку вместо денег, выкупить бизнес или его долю у менее удачливого бизнесмена и расширить свою зону влияния.

Нужно быть в какой-то мере счастливым, чтобы оказаться в это время с деньгами в кармане, а не с кредитами. И такие люди есть. Во время любого кризиса есть предприниматели, которые умеют пользоваться возможностями. Например, бренд «Коркунов» строился во время кризиса 1998 года, когда крупные иностранные конкуренты стали уходить с российского рынка. Конечно, таких «Коркуновых» значительно меньше, чем тех, кто во время кризиса испытывает серьезные трудности.

— Приходилось слышать от представителей бизнеса опасения по поводу отмены санкций. Может ли курс на импортозамещение повлиять на развитие бизнеса, его акселерацию, и при каких условиях?

— Мы с прошлого года совместно с «Опорой России» исследуем настроения и ожидания малого и среднего бизнеса. Со-

РБК+ «МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ТОЧКИ РОСТА В ЭПОХУ КРИЗИСА» (16+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК+» Является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК+» №080 (2097) от 14 мая 2015 г. Распространяется в составе газеты. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+.

Учредитель: ООО «РБК Медиа»  
Издатель: ООО «БизнесПресс»  
Генеральный директор: Екатерина Сон  
Главный редактор РБК+: Наталья Кулакова  
Редактор РБК+ «Малый и средний бизнес: точки роста в эпоху кризиса»: Юлия Панфилова

Выпускающий редактор: Андрей Уткин  
Дизайнер: Анна Сытина  
Фоторедактор: Алена Кондюркина  
Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко  
Главный редактор газеты РБК+: Максим Павлович Соляк

Арт-директор проектов РБК+: Ирина Борисова  
Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342  
Коммерческий директор издательства РБК+: Анна Батыгина  
Руководитель спецприложений: Екатерина Кондратьева  
Директор по производству: Надежда Фомина  
Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1