

# ЧЕТВЕРТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОЖИДАЮТ ПО ИТОГАМ ГОДА РОСТА ОБЪЕМА ПРОДАЖ



РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

май 2022

**Четверть российских предпринимателей (26%)**, несмотря на изменение экономической ситуации, ожидают роста продаж в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Прежде всего, это предприятия обрабатывающей промышленности, средний бизнес и крупные компании. Таковы результаты совместного исследования Национального Рейтингового Агентства (НРА) и Аналитического центра НАФИ.

**Представители половины российских предприятий (51%) прогнозируют сокращение объема продаж** в этом году по сравнению с предыдущим. Большая часть из них считают, что в результате разных факторов, влияющих на производство, каналы сбыта и покупательную способность, объемы продаж снизятся на 10–15% (об этом заявили представители 16% компаний). Сокращения в меньшей степени – до 10% от объема продаж 2021 года – прогнозируют еще 14% предприятий. 13% компаний считают, что снижение составит от 25 до 50% по сравнению с предыдущими годовыми показателями. Наиболее пессимистичные оценки дают 8% респондентов: они предполагают, что в этом году объем продаж их компаний упадет как минимум вдвое (на 50% или более процентов).

Ожидают сокращения объемов продаж, прежде всего, микробизнес (62%) и молодые компании, работающие на рынке от 3 до 5 лет (63%).

**Четверть предпринимателей (26%) считают, что объемы продаж их компаний в этом году будут больше**, чем в предыдущем, несмотря на социально-экономическую обстановку. Позитивные прогнозы строят преимущественно предприятия обрабатывающей промышленности (45%) и компании среднего бизнеса с численностью сотрудников более 250 человек (39%).

Чаще всего предприниматели предполагают, что увеличение объемов продаж будет небольшим – не более 10% от уровня прошлого года (об этом заявили 12% опрошенных). Еще 8% компаний прогнозируют рост на 10–15%. Значительного скачка в продажах ожидают 6% предприятий (от 25% и выше).

**О стабильном положении на рынке заявляют 16% компаний.** Они не строят позитивные или негативные прогнозы и уверены в том, что объем их продаж по сравнению с прошлым годом останется неизменным. Подобная уверенность в первую очередь присуща предприятиям малого и среднего бизнеса (по 20%), а также работающим на рынке более 10 лет (26%).

## Табл.1.

«Каковы Ваши ожидания по объему продаж вашей компании в 2022 году по сравнению с 2021 годом?»,  
% от всех опрошенных

<b>СНИЗЯТСЯ</b>	<b>51%</b>
Более, чем на 50%	8%
На 25–50%	13%
На 10–15%	16%
Менее, чем на 10%	14%
<b>ВЫРАСТУТ</b>	<b>26%</b>
Более, чем на 50%	1%
На 25–50%	5%
На 10–15%	8%
Не более, чем на 10%	12%
<b>НЕ ИЗМЕНЯТСЯ</b>	<b>16%</b>
<b>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</b>	<b>7%</b>

<sup>1</sup> Всероссийский репрезентативный опрос предпринимателей проведен Аналитическим центром НАФИ в мае 2022 г. Опрошены 500 представителей микро, малого и среднего бизнеса всех основных отраслей экономики во всех федеральных округах РФ. В качестве респондентов выступали собственники бизнеса, первые лица компаний и индивидуальные предприниматели.



**ГУЗЕЛИЯ ИМАЕВА**

Генеральный директор Аналитического центра НАФИ:

Для любого бизнеса жизненно необходимо наличие рынков сбыта, спроса на его товары и услуги. В текущих условиях бизнес столкнулся с рисками – спрос со стороны населения сокращается на фоне снижения реальных доходов. Проблемы есть и у компаний, работающих в сегменте B2B: их клиенты активно меняют бизнес-стратегии и оптимизируют издержки, адаптируясь к новой ситуации. Это подтверждается нашими данными, касающимися оценки предпринимателями своего финансового положения и прогнозов дальнейшего развития – каждое второе предприятие ожидает падения продаж.

С другой стороны, на фоне ухода ряда крупных игроков с российского рынка появляются новые ниши и направления, на которые предпринимателям стоит обратить внимание. Здесь важно проявить гибкость и оперативно воспользоваться открывшимися возможностями. В период пандемии для многих спасательным кругом стало использование таких инструментов, как тщательное финансовое планирование, диверсификация бизнеса и каналов сбыта, расширение целевой аудитории, а также цифровизация – в технологическом плане и в контексте повышения уровня цифровой грамотности сотрудников. В текущей ситуации эти направления развития полезно поставить в приоритет.



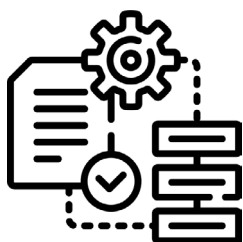
**АЛИНА РОЗЕНЦВЕТ**

Генеральный директор Национального Рейтингового Агентства:

Малые и микропредприятия в целом переживают экономические потрясения более остро, чем средние. За последние 12 месяцев численность работников малых предприятий сократилась на 5%, микропредприятий – на 9%, ИП – на 2%. При этом численность в среднем бизнесе увеличилась на 2%.

Рост продаж компаний в денежном выражении отчасти будет связан с высокой инфляцией в 2022 году. Динамика продаж в натуральном выражении будет неоднородна. В текущих условиях для российского бизнеса освобождаются рыночные ниши и появляются новые возможности, и ряд МСП сможет нарастить реализацию. В случае органического развития бизнеса на выручку в значительной степени будут давить общие экономические факторы, в том числе снижение реальных доходов населения, перебои с зарубежными поставками, сокращение численности покупателей в связи с миграционным оттоком и усилением эмиграционных настроений

## МЕТОДОЛОГИЯ:



Всероссийский репрезентативный опрос предпринимателей проведен Аналитическим центром НАФИ в мае 2022 г. Опрошены 500 представителей микро, малого и среднего бизнеса всех основных отраслей экономики во всех федеральных округах РФ. В качестве респондентов выступали собственники бизнеса, первые лица компаний и индивидуальные предприниматели.

НАФИ — многопрофильный аналитический центр, на рынке уже более 15 лет. Мы проводим исследования рынков и общественного мнения для коммерческих компаний и государственных структур. Данные НАФИ регулярно используются государственными органами, всероссийскими общественными организациями, коммерческими компаниями и федеральными СМИ. На основе наших данных принимаются стратегические решения, направленные на повышение качества продуктов и услуг, оптимизацию издержек, привлечение клиентов и повышение их лояльности. Мы предлагаем конкретные продукты и решения для широкого спектра задач. Наша экспертиза охватывает сферы финансов, высоких технологий, предпринимательства, социальную сферу, здравоохранение, HR и рынок труда, недвижимость, туризм.

НРА — независимое российское рейтинговое агентство. Бренд, известный на российском рынке 20 лет. Включено в реестр кредитных рейтинговых агентств Банка России. Агентство присваивает кредитные рейтинги, не кредитные рейтинги надёжности и качества услуг, ESG-рейтинги, осуществляет верификацию «зелёных» и «социальных» облигаций, проводит аналитические исследования по широкому кругу вопросов.

Рейтинги НРА используются участниками рынка инвестиций как один из важных критериев оценки эффективности ведения бизнеса компаний и анализа рисков; Московской биржей — для включения облигаций эмитента в Сектор Роста; СПБ Биржей — для допуска облигаций эмитента к торгам; компаниями — для получения финансирования проектов устойчивого развития.

#### КОНТАКТЫ ДЛЯ СМИ:

##### **ВАРВАРА ОСИПОВА**

E-mail: [osipova@nafi.ru](mailto:osipova@nafi.ru)

Тел.: +7 (925) 095–7207

##### **СВЕТЛАНА ПОДГОРНАЯ**

E-mail: [podgornaia@ra-national.ru](mailto:podgornaia@ra-national.ru)

Тел.: +7 (916) 876–4797