

Малый и средний бизнес Беларуси: состояние и планы накануне потрясений

1. Введение: опросы накануне потрясений	2
2. Состояние и планы МСП перед двумя кризисами	2
2.1. Характеристика выборочной совокупности	2
2.2. Экономическое положение и показатели деятельности	3
2.3. Планы и стратегии	7
3. Рынки, конкуренция и состояние экономики	9
3.1. Оценки экономической ситуации	9
3.2. Оценки состояния конкуренции	11
4. Барьеры для развития бизнеса	12
4.1. Оценка внешних барьеров и их преодолемости	12
4.2. Изменения бизнес-среды	15
4.3. Доступность финансирования	18
5. Заключение	20

<https://kefbelarus.org/>

<https://beroc.org/>

1. Введение: опросы накануне потрясений

В данном отчете представлен анализ состояния сектора малого и среднего бизнеса, условий ведения бизнеса в Беларуси, актуальных на момент проведения исследования, и проблем, с которыми бизнес сталкивается. Данные были собраны посредством опросов белорусских малых и средних предприятий (МСП), причем последние два опроса проводились накануне крупных потрясений: пандемии коронавируса¹ и войны в Украине². Оба шока в значительной степени снизили ценность собранных данных, однако, хотя полученная информация утрачивала актуальность, она становилась своего рода «докризисным бенчмарком» для будущих исследований.

Уже очевидно, что краткосрочные эффекты пандемии для белорусского бизнеса не идут ни в какое сравнение с разрушительными последствиями войны в Украине. Если в 2020 г. стоявшие перед экономикой и бизнесом Беларуси системные проблемы лишь ненадолго отошли на второй план, то нынешний шок наполняет само понятие «барьеры для развития бизнеса в Беларуси» принципиально иным содержанием. Соответственно, отталкиваясь от данных, собранных в январе-феврале 2022 г., впоследствии можно будет оценить глубину последствий нынешнего шока для белорусского бизнеса.

В марте-апреле 2022 г., спустя примерно месяц с начала военных действий в Украине, был проведен опрос 300 МСП³, в анкету которого было включено несколько вопросов, аналогичных вопросам из анкеты января-февраля 2022 г. Ответы на эти вопросы позволят увидеть мгновенную реакцию МСП на текущий шок. Однако поскольку в задачи данного обзора не входит анализ последствий шока, связанного с войной в Украине, информация об изменении ситуации в марте-апреле 2022 г. по сравнению с январем-февралем 2022 г. приводится в сносках⁴.

Отчет имеет следующую структуру. В следующем разделе анализируется состояние и планы МСП накануне экономических шоков, далее рассматриваются оценки ими экономической ситуации в стране и состояния конкуренции, затем анализируются основные барьеры для развития бизнеса по состоянию на начало 2022 г. (до начала войны в Украине), а также оценка компаниями бизнес-среды и доступности финансирования.

2. Состояние и планы МСП перед двумя кризисами

2.1. Характеристика выборочной совокупности

В данном отчете использовались данные опросов бизнеса, проведенных Исследовательским центром ИПМ⁵, BEROC⁶ и KEF⁷ в разные периоды времени. Основной опрос, результаты которого анализируются в отчете, проводился в январе-феврале 2022 г. (анкетный раздаточный опрос представителей малого и среднего бизнеса)⁸. Целью опроса было изучение изменения восприятия малыми и средними частными предприятиями условий ведения бизнеса в Беларуси.

Объем достигнутой выборочной совокупности составил 401 единицу наблюдения, что соответствует требованиям репрезентативности по стране. Исследовались только малые и средние

¹ Файл с данными опроса был получен 24.02.2020; первый случай заболевания коронавирусной инфекцией COVID-19 в Беларуси был официально подтвержден 28.02.2020.

² Файл с данными опроса был получен 23.02.2022; российское вторжение в Украину началось 24.02.2022.

³ См. BEROC, [Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания \(малый и средний бизнес\)](#), апрель 2022 г.

⁴ Также см. KEF [“Belarusian SMEs on the eve and after the beginning of the war in Ukraine”](#), KEF Economic Update 22/3.

⁵ См. <http://www.research.by/publications/surveys-of-business/>.

⁶ См. <https://beroc.org/monitoring/businesses/>.

⁷ См. KEF [«Оценка малыми и средними предприятиями условий ведения бизнеса в Беларуси в начале 2022 г.»](#).

⁸ Если в качестве источника данных за 2022 г. значится KEF, речь всегда идет о данном опросе.

предприятия, из них 62.1% размером от 16 до 50 человек, 23.2% – от 51 до 100 человек и 14.7% – от 101 до 250 человек. До 1994 г. было основано 18% компаний, с 1995 по 2004 гг. – 26.7%, с 2005 по 2014 гг. – 41.4%, после 2015 г. – 14% (в том числе начиная с 2020 г. – 2.5%). Структура выборочной совокупности пропорциональна генеральной в разрезе укрупненных видов деятельности (секторов) и географического расположения предприятий (рис. 1, 2).

Рис. 1. Основной вид деятельности предприятия, % респондентов

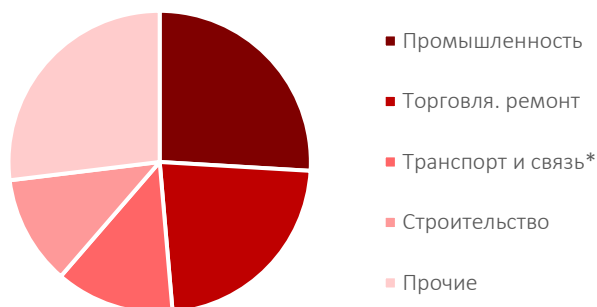


Рис. 2. Где зарегистрировано предприятие, % респондентов



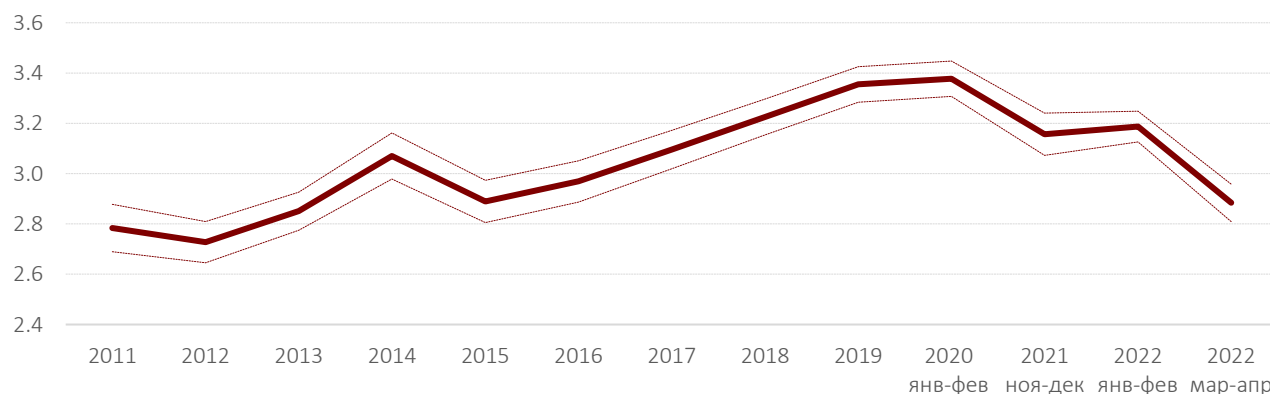
Примечание. Соответствие ОКЭД: промышленность – секции В, С, D и E; строительство – секция F; торговля, ремонт – секция G; транспорт и связь (*здесь и далее включает компьютерные услуги) – секции H и J; другие – виды деятельности, не включенные в указанные секции.

Источник: расчеты на основе данных KEF.

2.2. Экономическое положение и показатели деятельности

Анализ экономического положения предприятий сектора МСП проводится на основании результатов опросов частного малого и среднего бизнеса. Методология опроса, в том числе состав выборки, иногда пересматривались, но в целом они позволяют осуществлять сравнение результатов опросов, проведенных в разные годы. Например, начиная с 2015 г. опрашиваются только предприятия с численностью от 16 до 250 человек, в то время как в предыдущие годы в выборку попадали и микроорганизации (численность персонала – до 15 человек).

Рис. 3. Оценка представителями малого и среднего бизнеса текущего экономического положения своего предприятия, 2011–2022 гг. (средний балл)



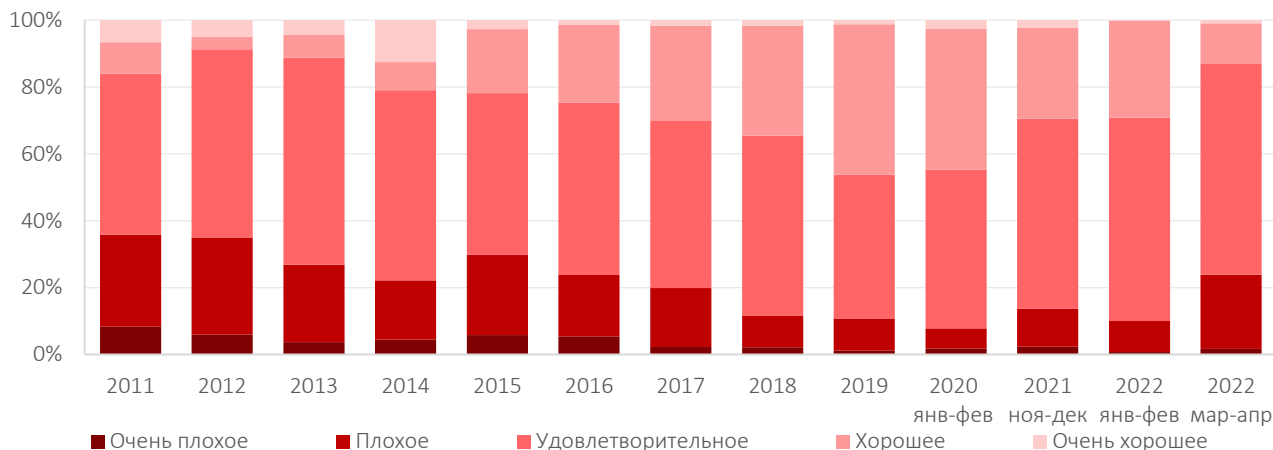
Примечание. Шкала от 1 до 5, где 1 – очень плохое, 2 – плохое, 3 – удовлетворительное, 4 – хорошее, 5 – очень хорошее. Штриховыми линиями здесь и далее обозначен 95% доверительный интервал. Выборка за 2011–2014 гг. включала микро-, малые и средние предприятия, за 2015–2022 гг. – только малые и средние предприятия. Данные за ноябрь-декабрь 2021 и март-апрель 2022 взвешены (квотная выборка из 300 МСП⁹), данные за остальные периоды не взвешивались (репрезентативная выборка в 400 компаний).

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2011–2020), BEROC (2021, март-апрель 2022) и KEF (январь-февраль 2022).

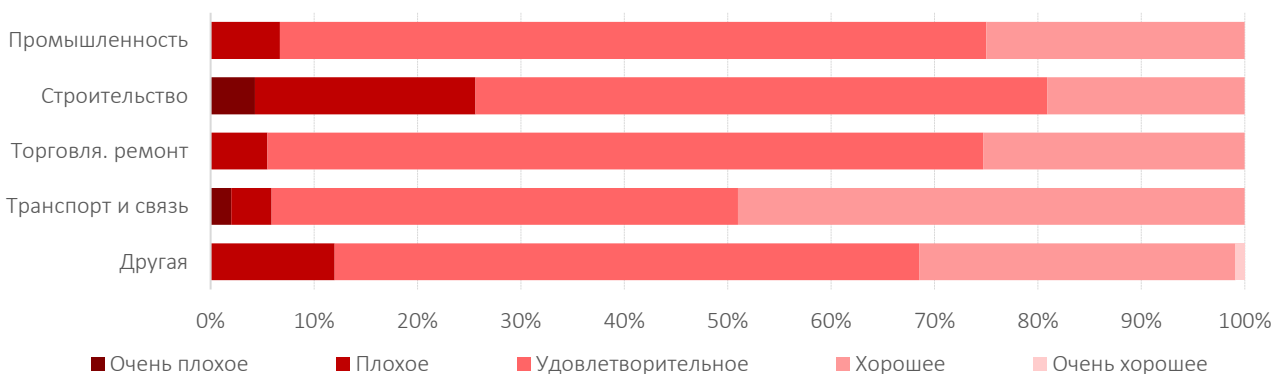
⁹ Веса за ноябрь-декабрь 2021 г. отличаются от приведенных в BEROC (2021): взвешивание осуществлялось только по видам деятельности, размер компании не принимался во внимание.

Респонденты оценивают текущее экономическое положение своего предприятия по пятибалльной шкале, где 1 соответствует очень плохому положению, 5 – очень хорошему. Оценка бизнесом своего экономического положения коррелирует с общей ситуацией в экономике: в периоды кризисов снижается (2015 и 2020 гг.), а в периоды восстановления экономики растет (рис. 3).

Рис. 4. Оценка представителями малого и среднего бизнеса текущего экономического положения своего предприятия



(а) в динамике (2011–2022 гг.), % респондентов



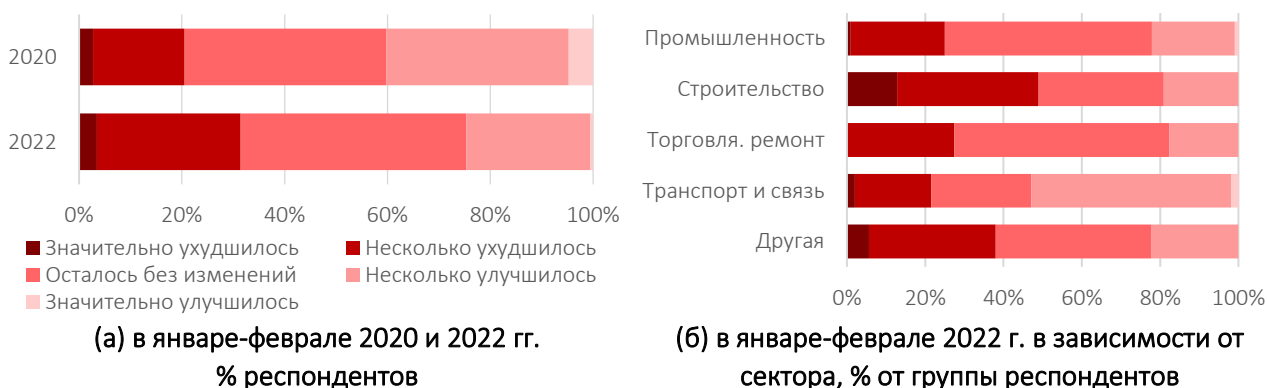
(б) в январе-феврале 2022 г. в зависимости от сектора, % от группы респондентов

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2011–2020), BEROC (2021, мар-апр 2022) и KEF (январь-фев 2022).

После экономического кризиса 2020 г., обусловленного в мировом масштабе пандемией, а в контексте Беларуси также последствиями политического кризиса, в 2021 г. оценка МСП экономического положения опустилась до минимума с 2017 г. Результаты опроса МСП в январе-феврале 2022 г. свидетельствовали об незначительном улучшении ситуации в секторе малого и среднего бизнеса (средняя оценка – 3.19), которая, тем не менее, оказалась значительно хуже, чем в начале 2020 г. (средняя оценка – 3.38)¹⁰. Ухудшение произошло прежде всего за счет существенного уменьшения числа положительных оценок (с 44.8 до 29.8%, рис. 4а). В разрезе сфер деятельности лучше остальных свое положение оценивали МСП, работающие в сфере транспорта и связи (включая компьютерные услуги), а хуже всего – в сфере строительства (рис. 4б), что вполне коррелирует с ситуацией в этих секторах в 2021 г.

¹⁰ В марте-апреле 2022 г. (то есть после начала войны в Украине) самооценка экономического положения снизилась до уровня 2015 г. (рис. 3), причем по сравнению с 2015 г. значительно уменьшился удельный вес компаний, отметивших хорошее/очень хорошее экономическое положение (рис. 4а). По сравнению с довоенным опросом таких компаний стало меньше в 2.3 раза (12.9%), а компаний, указавших на плохое/очень плохое экономическое положение – в 2.4 раза больше (23.9%).

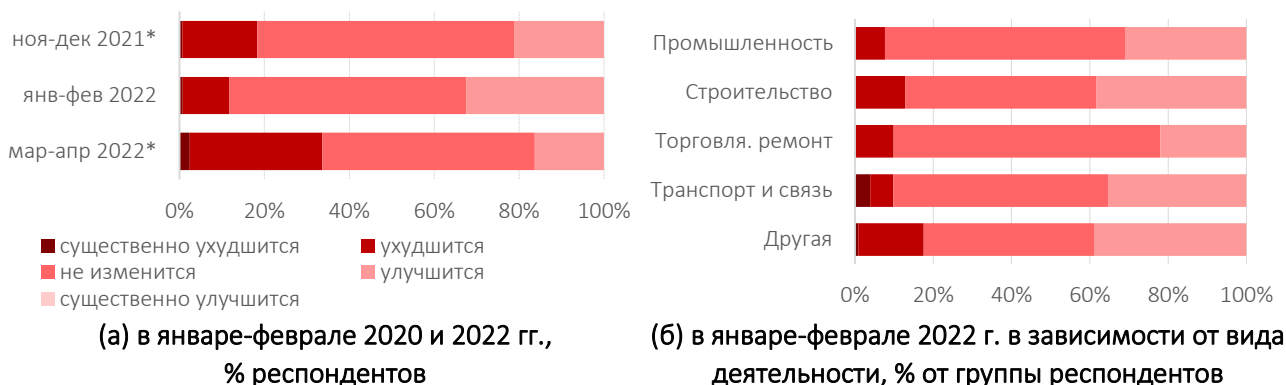
Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Как изменилось экономическое положение вашего предприятия за последний год»



Источник: расчеты на основе данных KEF.

В январе-феврале 2022 г. 31.4% МСП указали, что их положение за последний год ухудшилось (20.6% в 2020 г.), рис. 5а. Среди сфер деятельности доля компаний, отметивших ухудшение, была наибольшей в строительстве (49%), а наименьшей – в транспорте и связи (21.6%), рис. 5б. При этом не выявлено статистически значимой¹¹ разницы в оценках текущего экономического положения, его изменения за последний год, и ожидаемого изменения в ближайший год ни между МСП, расположенными в столице и в регионах, ни между компаниями разного размера (количество сотрудников).

Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Каков ваш прогноз в отношении экономического положения вашего предприятия на ближайший год?»



* Вопрос «По вашим ожиданиям, как изменится экономическое положение вашей компании в ближайшие шесть месяцев (речь идет об изменениях, не связанных с естественными сезонными колебаниями)?»

Источник: расчеты на основе данных BEROC (2021, март-апрель 2022) и KEF (январь-февраль 2022).

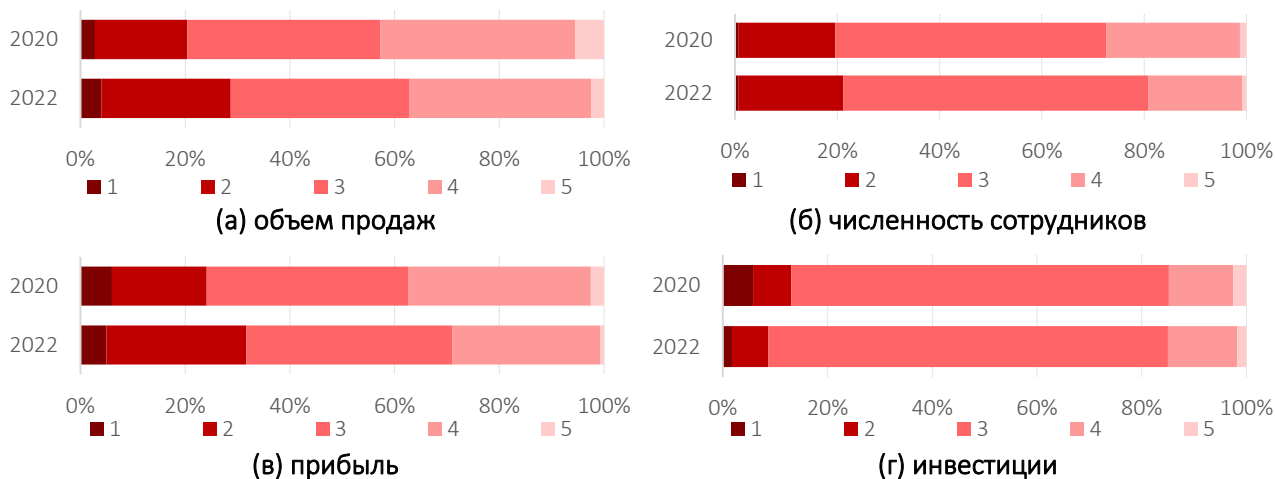
На фоне благоприятного в экономическом отношении 2021 г. у МСП были достаточно оптимистичные ожидания на ближайший год относительно изменения своего экономического положения: 32.4% ожидали улучшения положения и только 11.7% – ухудшения (рис. 6а)¹². Наибольшая доля МСП, ожидающих улучшения экономического положения наблюдалась в строительстве (38.3%) и в сферах, не отнесенных к укрупненным видам деятельности («другая») – 38.9%, см. рис. 6б).

¹¹ Использовался критерий хи-квадрат Пирсона для анализа таблиц сопряженности.

¹² В январе-апреле 2022 г. ожидания по поводу изменения экономического положения компании резко ухудшились: по сравнению с январем-февралем удельный вес респондентов, ожидающих ухудшения/существенного ухудшения экономического положения своей компании, вырос в 2.9 раза (до 33.6%), улучшения/существенного улучшения – уменьшился в 2 раза (16.3%). Обратим внимание на несовпадение формулировок вопроса: в «довоенном» опросе респондентов спрашивали об их ожиданиях на год вперед, в опросе, проведенном после начала войны в Украине – на 6 месяцев вперед.

Изменение экономического положение бизнеса тесно связано с изменениями отдельных показателей его деятельности. В частности, при росте объема продаж весьма вероятным является рост прибыли, улучшение экономического положение и, как следствие, увеличение численности персонала. По данным опроса 2022 г., удельный вес предприятий, объем продаж которых снизился за последний год (28.7%), оказался выше, чем аналогичный показатель в 2020 г. (20.4%). При этом доля предприятий, у которых продажи за последний год увеличились (42.7% в 2020 г. и 37.2% в 2022 г.), осталась больше доли отметивших снижение продаж, см. рис. 7а (напомним, речь идет о «довоенном» опросе). В секторе «транспорт и связь» увеличение продаж отметили 56.9% компаний (сюда входят в том числе компании сектора «компьютерные услуги»), в промышленности – 37.5%. В остальных сферах доля предприятий, у которых продажи за последний год выросли, оказалась ниже средней по всей выборке. Среди компаний с количеством занятых от 16 до 50 человек об увеличении продаж сказали 29.7%, а среди более крупных предприятий (51–100 и 101–250 сотрудников) продажи выросли у значимо большей доли компаний – 49.5 и 49.2% соответственно.

Рис. 7. Оценка изменения экономических показателей своего предприятия, % респондентов



Примечание. Шкала от 1 до 5, где 1 – значительно сократились, 2 – несколько сократились, 3 – не изменились, 4 – несколько увеличились, 5 – значительно увеличились. Формулировка вопроса: «Как изменились показатели экономической деятельности вашего предприятия за последние 12 месяцев?»

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2020) и KEF (2022).

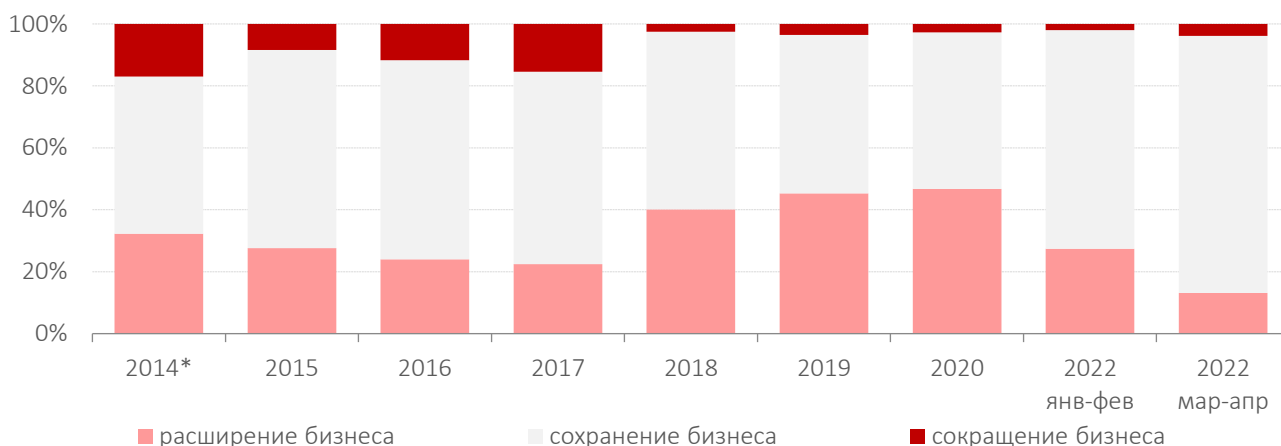
Похожая тенденция наблюдалась в оценке изменения численности персонала и прибыли (рис. 7б, в). При этом в 2022 г. доля МСП, у которых за последний год сократилась прибыль (31.7%) и численность персонала (21.2%), превысила долю тех, кто «отчитался» об увеличении этих показателей (28.9 и 19.2% соответственно). Наибольшая доля предприятий, отметивших снижение численности занятых и прибыли, была в строительстве (27.7 и 34% соответственно) и в торговле (25.3 и 35.2% соответственно). Как и в случае с объемом продаж, предприятия с численностью 16–50 сотрудников чаще сокращали персонал (23.7%), чем более крупные компании.

В 2022 г. (накануне войны) о снижении за прошлый год объема инвестиций сообщили 8.7% опрошенных МСП, в то время как в 2020 г. (накануне пандемии) таких МСП было 13.1% (рис. 7г). Доля компаний, нарастивших инвестиции за последний год, по сравнению с 2020 г. не изменилась (14.9 и 14.8% соответственно). В разрезе сфер деятельности активнее всего инвестировали МСП из сферы строительства (увеличение инвестиций за последний год отметили 21.3% компаний) и транспорта и связи (19.6%).

2.3. Планы и стратегии

Стратегические задачи, которые ставят перед собой МСП, в значительной степени зависят от условий и перспектив отрасли и экономики в целом, а также своего текущего экономического и его ожидаемого изменения. По сравнению с началом 2020 г. значительно меньшая доля субъектов хозяйствования из сектора МСП была сконцентрирована на расширении бизнеса – 27.4%, что является самым низким значением за последние четыре года (Рис. 8)¹³. В то же время доля бизнесов, нацеленных на сокращение бизнеса, на протяжении 4 последних волн исследования находится на стабильно низком уровне в пределах 2-3.5%. При этом наибольшая доля предприятий, нацеленных на расширение, в начале 2022 года наблюдалась в промышленности – 40.4%, а наименьшая – в торговле – 9.9% (Рис. 9).

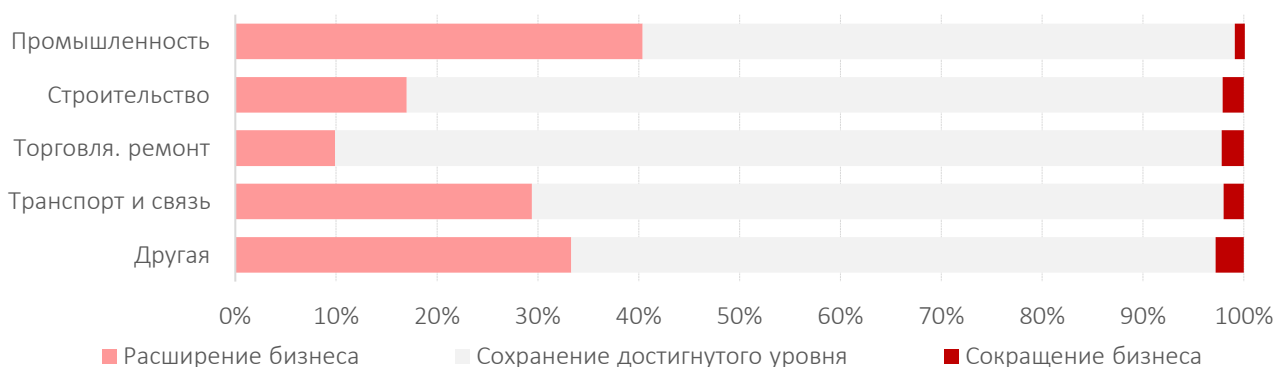
Рис. 8. Распределение стратегий предприятий, 2014–2022 гг., % респондентов



* варианты ответов в опросе за 2014 г. отличались от последующих опросов. Вместо варианта «сокращение бизнеса» в опросе за 2014 г. респондентам предлагался вариант «выживание», который, по сути, является одним из вариантов стратегии сохранения бизнеса. Соответственно, сопоставимыми на протяжении всех четырех опросов являются только оценки стратегии расширения бизнеса. Формулировка вопроса: «На выполнении каких задач вы сконцентрированы в данный момент?»

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2014–2020), KEF (янв-фев 2022) и BEROC (мар-апр 2022).

Рис. 9. Стратегии предприятий в январе-феврале 2022 г. в зависимости от сектора, % респондентов соответствующей группы

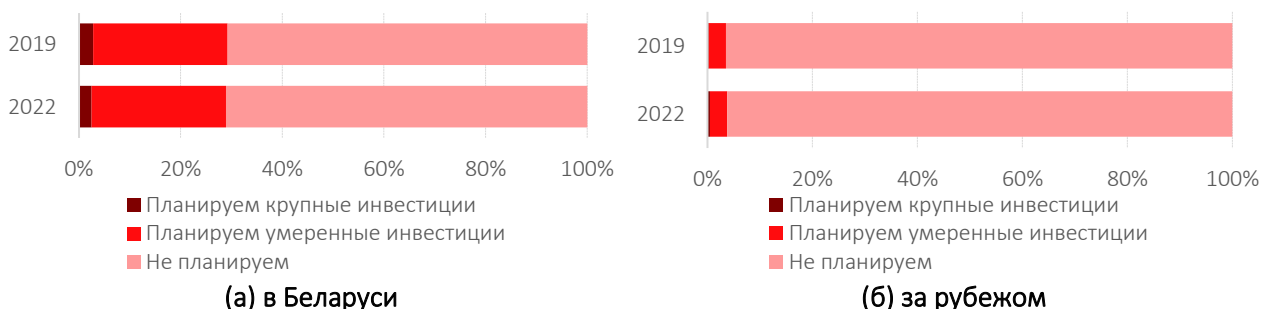


Источник: расчеты на основе данных KEF.

¹³ В январе-апреле 2022 г. удельный вес МСП, нацеленных на расширение бизнеса, упал до исторического минимума (13.1%), а компаний, которые сфокусированы на сохранении бизнеса – вырос до исторического максимума (83.1%). Это первая реакция на шок: в условиях разрыва логистических и производственных цепочек, вызванного войной и введенными санкциями, компании пытаются сохранить бизнес, решая операционные задачи.

Расширение бизнеса, как правило, требует инвестирования собственных или привлеченных средств. Доли МСП, планировавших какие-либо инвестиции в Беларуси (28.9%) и за рубежом (3.7%), не изменились с момента опроса 2019 г., в который был включен такой вопрос (рис. 10).

Рис. 10. Планирование инвестиций в расширение или развитие бизнеса, % респондентов

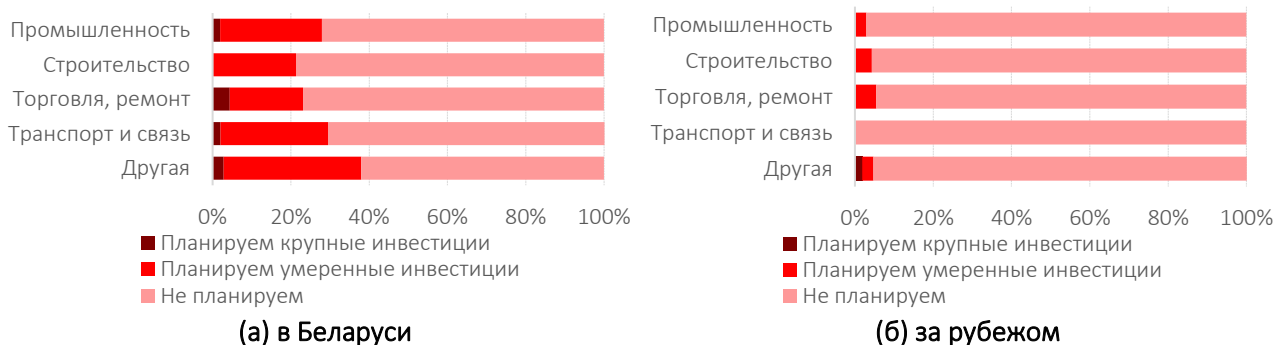


Примечание. Вопрос «Планирует ли ваша компания инвестиции в расширение или развитие бизнеса (включая инвестиции в сторонние проекты, слияния/поглощения и т.п.) в ближайшие год-два?»

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2019) и KEF (2022).

Анализ таблиц сопряженности свидетельствует о том, что нет статистически значимой связи между планами по инвестированию и стратегическими задачами, на которых сконцентрированы компании¹⁴. Не планируют инвестиций компании, ориентированные на сокращение бизнеса¹⁵, но среди тех, кто сконцентрирован на расширение и сохранение бизнеса, доля компаний, планирующих инвестиции в Беларуси или за рубежом, примерно одинакова (около 30%). Также не выявлено статистически значимой связи между планами по инвестированию и сферой деятельности (рис. 11)¹⁶, размером, возрастом и расположением МСП.

Рис. 11. Планирование инвестиций в расширение или развитие бизнеса в зависимости от сектора, % респондентов соответствующей группы



Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2019) и KEF (2022).

¹⁴ Возможно, дело в том, что формулировка вопроса о «стратегиях» касается «текущего момента» (см. примечание к рис. 8), либо поддержание достигнутого уровня само по себе требует инвестиций (как правило, умеренных), а текущие планы по расширению связаны с уже сделанными инвестициями.

¹⁵ Один респондент из восьми отметил, что компания планирует умеренные инвестиции в Беларуси.

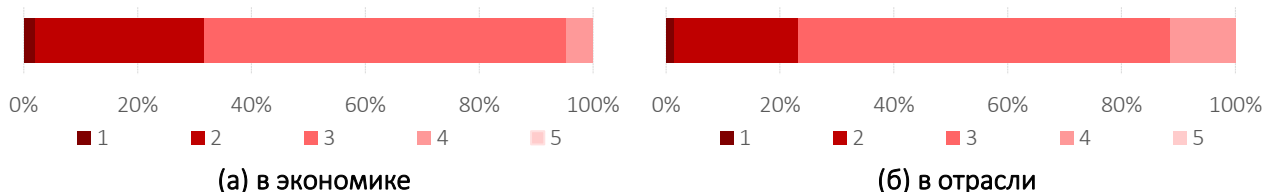
¹⁶ Накануне войны довольно существенная доля компаний сектора «транспорт и связь» планировала инвестиции в Беларуси, и ни один респондент из этого сектора не сказал о том, что его компания планирует инвестировать за рубежом. Уже очевидно, что война поменяла эти планы. Во-первых, компании ИТ сектора активно переносят за границу как минимум часть бизнеса, поскольку их контрагенты отказываются работать с белорусскими офисами и даже с персоналом, находящимся в Беларуси, а также из-за проблем с платежами в Беларусь (в январе-марте 2022 г. инвестиции сектора «информация и связь» снизились на 14.7% г/г после роста на 2% в 2021 г.). Во-вторых, санкции, введенные Европейским союзом против белорусских перевозчиков, вынудили многих из них искать возможности регистрации бизнеса в ЕС (в январе-марте 2022 г. инвестиции сектора «транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность» выросли на 0.2% г/г после роста на 11.7% в 2021 г.).

3. Рынки, конкуренция и состояние экономики

3.1. Оценки экономической ситуации

Оценки текущей экономической ситуации в экономике и в отрасли измерялись по пятибалльной шкале, где 1 соответствует очень плохому положению, а 5 – очень хорошему. Очень плохой или плохой ситуацию в экономике считают 31.7% МСП (рис. 12а), в отрасли – 23.2% (рис. 12б). При этом не выявлено статистически значимой разницы в восприятии текущей ситуации в экономике и отрасли в зависимости от сферы деятельности, размера, возраста и расположения предприятия.

Рис. 12. Оценка МСП текущей ситуации в январе-феврале 2022 г., % респондентов

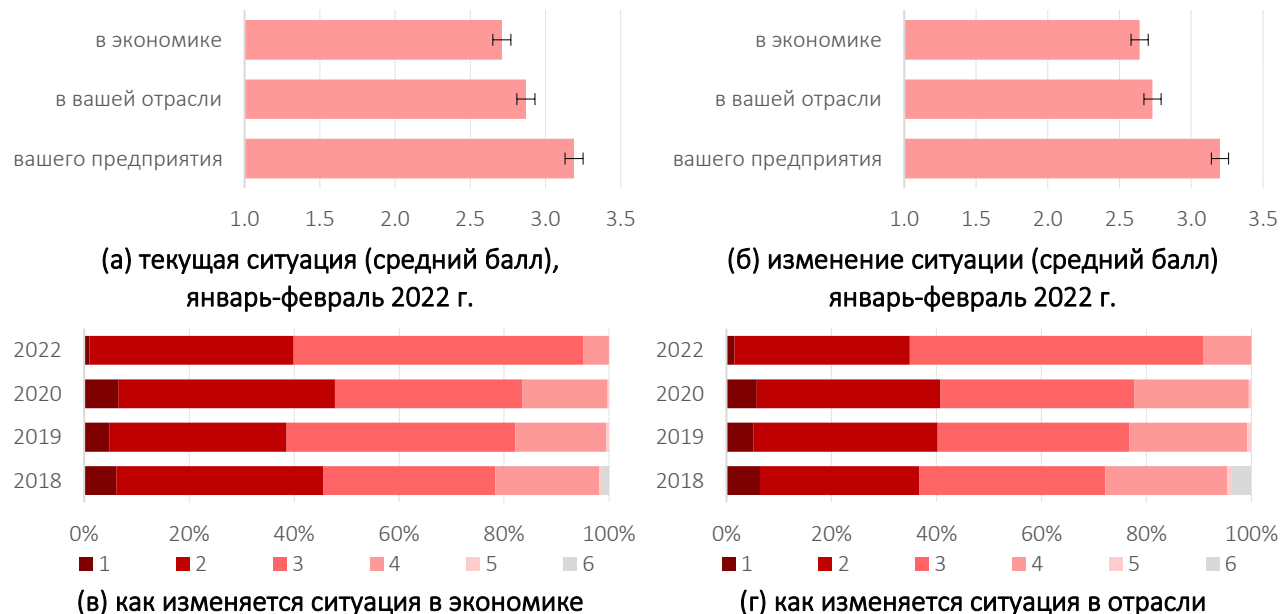


Примечание. Шкала от 1 до 5, где 1 – очень плохая, 2 – плохая, 3 – на плохая, ни хорошая, 4 – хорошая, 5 – очень хорошая.

Источник: расчеты на основе данных KEF.

Как и в предыдущие периоды, оценка предприятиями своего текущего экономического положения (средний балл оценки – 3.19) значительно оптимистичней, чем их оценка ситуации в отрасли (2.87) и в экономике (2.71), см. рис. 13а). Вероятным объяснением разницы в оценках ситуации в экономике и экономического положения предприятия может служить негативное восприятие ситуации в экономике Беларуси из-за новостного фона, а также из-за сравнения с более успешными странами региона.

Рис. 13. Оценка текущей ситуации и ее изменения в экономике, отрасли и компании



Примечание. Шкала от 1 до 5, где 1 – быстро ухудшается, 2 – постепенно ухудшается, 3 – не меняется, 4 – постепенно улучшается, 5 – быстро улучшается, 6 – затрудняюсь ответить.

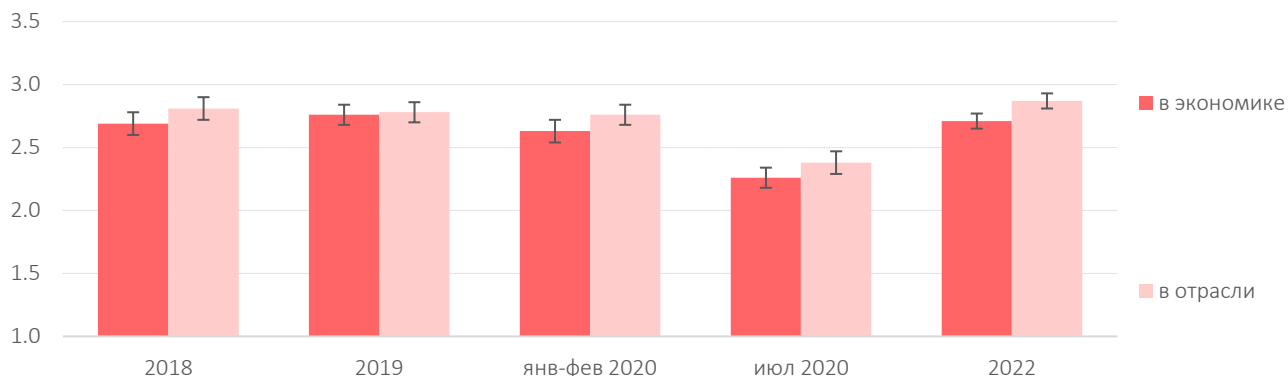
Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2018–2020) и KEF (2022).

Средняя оценка предприятиями изменения своего экономического положения (3.2 балла) также значимо выше, чем их средние оценки изменения ситуации в отрасли (2.73) и в экономике (2.64), которые между собой статистически не различаются (рис. 13б). По сравнению с

началом 2020 г. средние оценки изменения ситуации в отрасли и в экономике не изменились: в 2022 г. большая доля предприятий указала, что ситуация не меняется, а доли полярных оценок уменьшились (рис. 13в, г).

Средние оценки изменения ситуации в отрасли и в экономике значительно не изменяются на протяжении пяти лет за исключением оценок, полученных в июле 2020 г. в условиях пандемии и глобального кризиса (рис. 14). По сравнению с началом 2020 г. средние оценки изменения ситуации в отрасли и в экономике не поменялись: в 2022 г. большая доля предприятий указала, что ситуация не изменяется, а доли полярных оценок уменьшились.

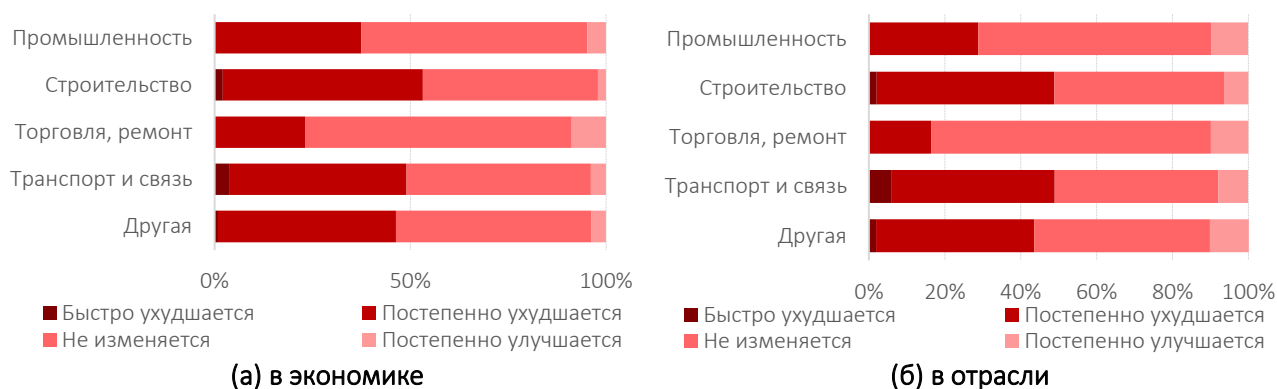
Рис. 14. Изменение ситуации за последний год, средний балл



Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2018–2019, янв-фев 2020), BEROC (июль 2020) и KEF (2022).

В отличие от оценок текущего состояния экономики и отрасли, в оценке изменений наблюдаются различия между МСП, представляющими различные сферы деятельности (рис. 15). Наиболее пессимистичные оценки наблюдались в строительстве и в сфере транспорта и связи, а наиболее оптимистичные – в сфере торговли и ремонта. Кроме этого, оценка МСП изменения ситуации в экономике и в отрасли предсказуемо положительно связана с оценкой изменения на основном рынке компании¹⁷.

Рис. 15. Распределение ответов на вопрос «Как на ваш взгляд изменяется ситуация...» в зависимости от сектора, % от группы респондентов



Примечание. Вариант «быстро улучшается» не назвал ни один из респондентов.

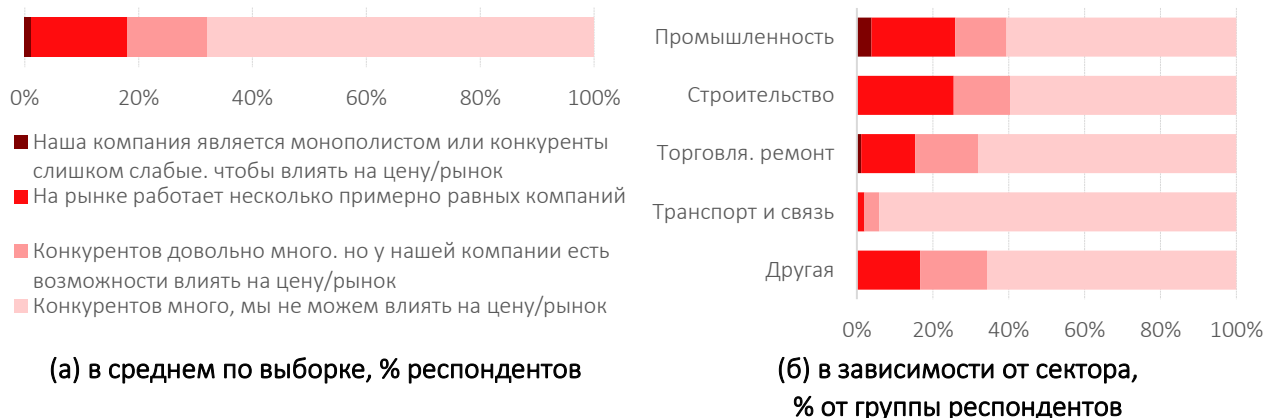
Источник: расчеты на основе данных KEF.

¹⁷ Соответствующие коэффициенты ранговой корреляции Кендалла $\tau = 0.167, p < 0.01$ и $\tau = 0.164, p < 0.01$.

3.2. Оценки состояния конкуренции

Как правило, рынки, на которых работают МСП, отличаются динамичностью и высоким уровнем конкуренции. Более двух третей (67.8%) белорусских МСП в 2022 г. отметили, что на их основном рынке много конкурентов (рис. 16а).

Рис. 16. Оценка уровня конкуренции на основном рынке компании



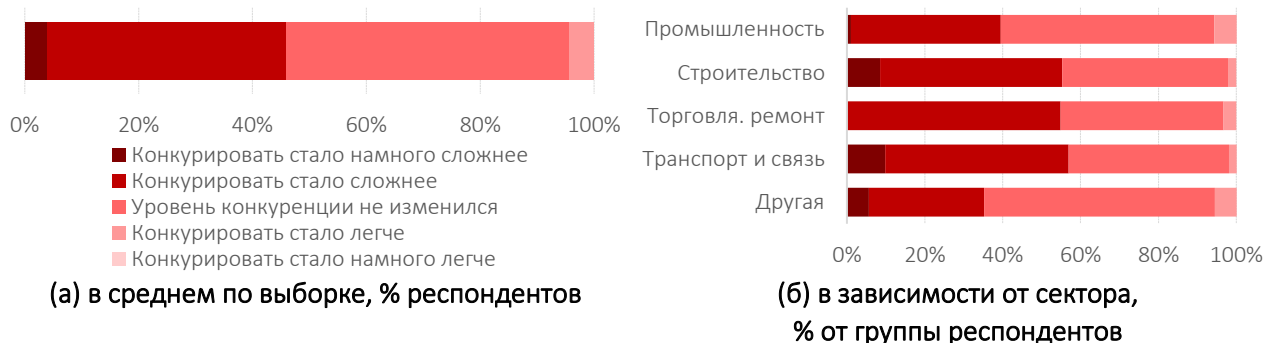
Примечание. Формулировка вопроса: «Оцените уровень конкуренции на основном рынке вашей компании».

Источник: расчеты на основе данных KEF.

Различия в оценках уровня конкуренции прослеживается в зависимости от сферы деятельности предприятия (рис. 16б). Сфера транспорта и связи оказалась наиболее конкурентной: 94.1% компаний из этого сектора считают, что конкурентов много и нет возможности влиять на цену/рынок. Связано это может быть с ориентацией МСП из данной сферы на внешние высококонкурентные рынки. В промышленности и строительстве доля МСП, считающих, что конкурентов много, наименьшая: 60.6% и 59.6% соответственно, при этом 3.8% компаний промышленности назвали себя монополистами.

Конкурировать на основном рынке за последний год стало сложнее или намного сложнее 45.9% респондентов, в то время как для половины респондентов уровень конкуренции не изменился. Ни одному из опрошенных предприятий не стало намного легче конкурировать на основном рынке (рис. 17а). Различия в оценках изменения конкуренции прослеживается в зависимости от сферы деятельности предприятия: большинство компаний из строительства, транспорта и связи, торговли и ремонта отметили ужесточение конкуренции (особенно сильное – в строительстве и транспорте и связи), в то время как в секторе услуг и промышленности доля компаний, отметивших ужесточение конкуренции, оказалась наименьшей (рис. 17б).

Рис. 17. Оценка изменения уровня конкуренции на основном рынке компании за последний год

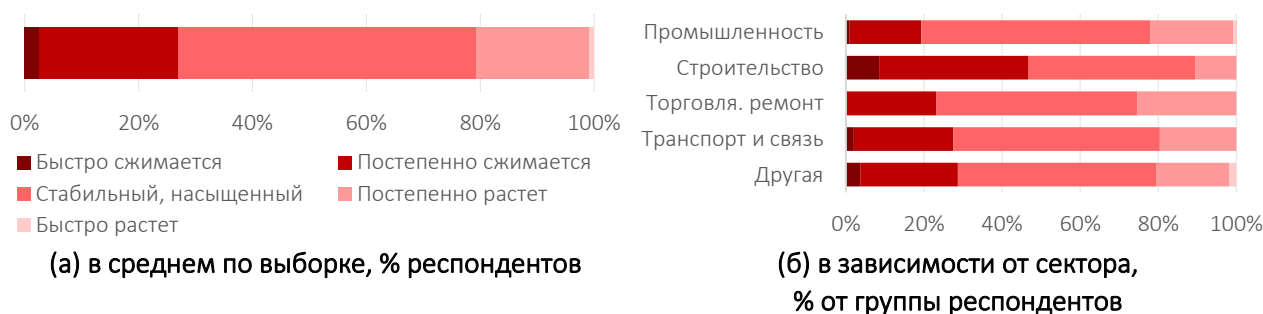


Примечание. Формулировка вопроса: «Как изменился уровень конкуренции на основном рынке вашей компании за последний год?»

Источник: расчеты на основе данных KEF.

Более половины белорусских МСП считают основной рынок, на котором они работают, стабильным и насыщенным (рис. 18а), а доля МСП, отмечающих сжатие рынка (26.9%), превосходит долю МСП, которые ответили, что их основной рынок растет (20.7%). Ожидаемо наблюдаются статистически значимые различия между сферами деятельности МСП (рис. 18б). Если в строительстве 46.8% МСП считают, что рынок сжимается, то в сфере торговли и ремонта таких только 23.1%¹⁸.

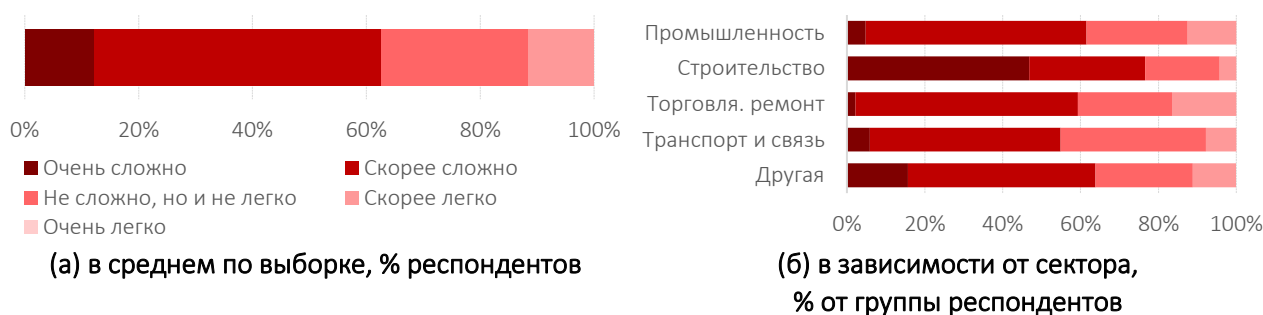
Рис. 18. Динамика основного рынка компании



Примечание. Формулировка вопроса: «Основной рынок, на котором работает ваша компания...»

Источник: расчеты на основе данных KEF.

Рис. 19. Сложность входа на рынок для новых компаний



Примечание. Формулировка вопроса: «Легко ли новым компаниям выйти на основной рынок вашей компании?»

Источник: расчеты на основе данных KEF.

Оценка сложности входа на основной рынок компании в значительной степени отличается в зависимости от сферы деятельности. По результатам опроса, новым компаниям сложнее всего выходить на рынок в сфере строительства, а проще всего – в сфере транспорта и связи (рис. 19б). Статистически значимых различий в оценке уровня конкуренции, состояния основного рынка, сложности входа на рынок между МСП из Минска и МСП регионов, а также в зависимости от размера и года основания компании в начале 2022 г. не выявлено.

4. Барьеры для развития бизнеса

4.1. Оценка внешних барьеров и их преодолимости

Восприятие бизнесом изменений в условиях ведения предпринимательской деятельности, с одной стороны, позволяет дать оценку бизнес-климату в стране, а, с другой стороны, является важным фактором для принятия бизнесом тактических и стратегических решений. Позитивные, по мнению бизнеса, изменения могут способствовать росту деловой активности, инвестированию в расширение бизнеса, найму персонала.

¹⁸ В 2021 г. валовая добавленная стоимость в строительстве упала в реальном выражении на 12.2%, а в торговле – выросла на 3.2%.

Для оценки внешних факторов, сдерживающих развитие бизнеса в Беларуси, респондентам было предложено выбрать шесть наиболее существенных внешних барьеров из двадцати четырех предложенных¹⁹. Самым значительным барьером в начале 2022 г. казалось изменчивое законодательство (в т.ч. налоговое) – данный вариант выбрали 73.8% МСП. За ним следовали высокие ставки налогов (61.8%), высокие процентные ставки (61.1%) и нестабильность национальной валюты (50.6%), см. рис. 20.

Рис. 20. Внешние барьеры для развития бизнеса в Беларуси



Примечание. Формулировка вопроса: «Пожалуйста, укажите шесть наиболее существенных внешних барьеров для развития бизнеса в Беларуси». Полные формулировки вариантов ответа с многоточиями (сверху вниз): нестабильность национальной валюты (высокая инфляция, непредсказуемые изменения валютного курса); экономическая политика других стран (тарифные и нетарифные барьеры, санкции и пр.); неравные условия деятельности по сравнению с другими участниками рынка; обременительные административные процедуры (лицензии, сертификация, проверки и пр.); недобросовестная конкуренция со стороны других участников рынка; низкое качество подготовки специалистов в ВУЗах и других учебных заведениях; неэффективная судебная система (суды не являются независимыми, сложность исполнения контрактов, прав инвесторов и т.п.); невозможность приобретения земли в собственность, сложные правила землепользования; неравные условия деятельности по сравнению с иностранными компаниями; регулирование занятости (процедуры увольнения и найма).

Источник: расчеты на основе данных КЕФ.

Доля бизнесов, включивших эти проблемы в свой личный «топ», значительно выросла по сравнению с результатами 2019 г.²⁰ Серьезными барьерами после 2020–2021 гг. стали санкции (в текущем опросе включены в вариант «экономическая политика других стран») – 45.1%, а также трудовая миграция и «утечка мозгов» (42.9%). В то же время, менее существенными для бизнеса по сравнению с 2019 г. стали такие барьеры как неравные условия деятельности по

¹⁹ В предыдущих опросах предлагалось выбрать не более 5 барьеров из 22 вариантов. Были добавлены варианты «трудовая миграция и «утечка мозгов» и «отсутствие гарантий личной безопасности», а также изменена формулировка варианта «экономическая политика других стран (тарифные и нетарифные барьеры, санкции и пр.)»: в пояснение добавлены санкции, что сразу вывело этот барьер «в топ».

²⁰ Хотя из-за добавления новых вариантов, изменения формулировок и количества вариантов ответа, которые мог выбрать респондент, сопоставление результатов текущего и предыдущих опросов является не вполне корректным.

сравнению госпредприятиями (2019 г. – 44.3%, 2022 г. – 37.4%) и обременительные административные процедуры (46.8 и 34.2% соответственно).

Изменчивое законодательство присутствует среди наиболее значимых барьеров для всех сфер деятельности (табл. 1), занимая первое место для МСП в промышленности (72.1% респондентов из этого сектора включили его в свой личный «топ» барьеров), строительстве (83%), транспорте и связи (68.6%) и в других сферах (66.7%) и второе место в торговле и ремонте (82.4%). В сфере торговли и ремонта самым существенным барьером оказались высокие процентные ставки (85.7%), что связано с необходимостью регулярно привлекать краткосрочное заемное финансирование для приобретения товаров. Трудовая миграция и «утечка мозгов» в качестве барьеров были указаны значительным количеством МСП, представляющих строительство (57.4%), транспорт и связь (64.7%) и «другие сферы» (42.6%). Наконец, в топ-6 для секторов попадали барьеры из «второй шестерки» в среднем по выборке: обременительные административные процедуры для промышленности, строительства и услуг («другие сферы»), неравные условия по сравнению госпредприятиями для строительства и торговли, а также недобросовестная конкуренция и высокая арендная плата для торговли. Только в транспорте и связи топ-6 барьеров совпал со средним по выборке.

Таблица 1. Основные барьеры для бизнеса в зависимости от сектора
(в скобках приведен % респондентов соответствующей группы)

Промышленность	Строительство	Торговля и ремонт	Транспорт и связь	Другие сферы
Изменчивое законодательств (72.1)	Изменчивое законодательство (83.0)	Высокие процентные ставки (85.7)	Изменчивое законодательств (68.6)	Изменчивое законодательств (66.7)
Нестабильность национальной валюты (67.3)	Трудовая миграция и «утечка мозгов» (57.4)	Изменчивое законодательств (82.4)	Трудовая миграция и «утечка мозгов» (64.7)	Нестабильность национальной валюты (56.5)
Высокие ставки налогов (65.4)	<i>Неравные условия по сравнению госпредприятиями (57.4)</i>	Высокие ставки налогов (75.8)	Высокие ставки налогов (64.7)	Высокие процентные ставки (56.5)
Экономическая политика других стран (64.4)	<i>Обременительные административные процедуры (55.3)</i>	<i>Недобросовестная конкуренция (51.6)</i>	Экономическая политика других стран (56.9)	Высокие ставки налогов (50.0)
<i>Обременительные административные процедуры (58.7)</i>	Высокие ставки налогов (51.1)	<i>Неравные условия по сравнению госпредприятиями (45.1)</i>	Высокие процентные ставки (49.0)	Трудовая миграция и «утечка мозгов» (42.6)
Высокие процентные ставки (55.8)	Высокие процентные ставки (48.9)	<i>Высокая арендная плата (38.5)</i>	Нестабильность национальной валюты (43.1)	<i>Обременительные административные процедуры (39.8)</i>

Примечание. Полу жирным выделены барьеры из топ-6 в среднем по выборке, курсивом – из второй шестерки. Полные формулировки вариантов ответа см. на Рис. 20 и в примечании к нему.

Источник: расчеты на основе данных КЕФ.

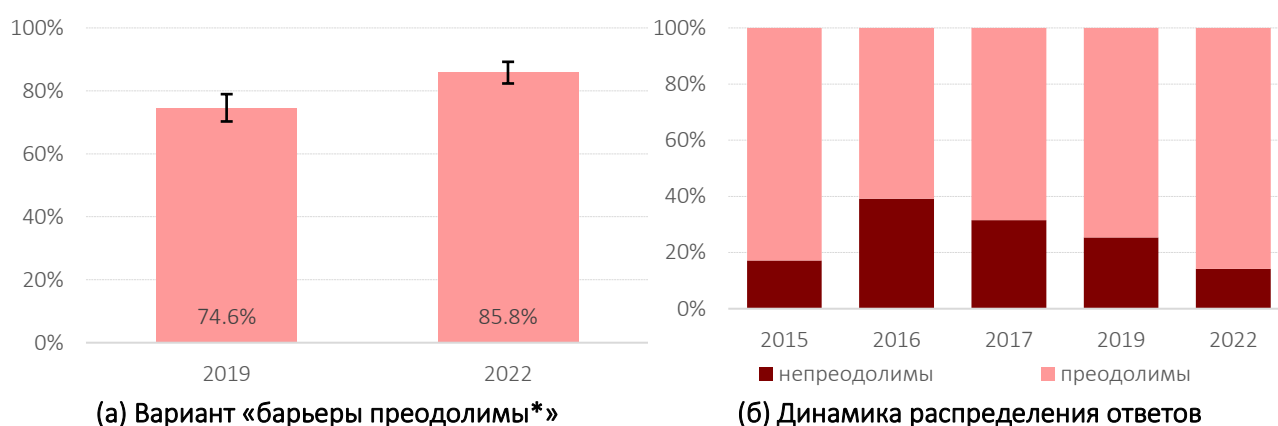
Различий в составе топ-6 барьеров для ведения бизнеса между компаниями в зависимости от размера, года основания, места регистрации и членства в ассоциациях бизнеса²¹ не было выявлено – отличался лишь их порядок.

В начале 2022 г. малые и средние предприятия продемонстрировали высокий уровень оптимизма относительно преодолемости внешних барьеров для бизнеса: 85.8% респондентов

²¹ Статистически значимыми оказались различия между членами бизнес-ассоциаций и остальными МСП в восприятии только четырех барьеров: (1) неравные условия деятельности по сравнению иностранными компаниями, (2) неэффективная судебная система (суды не являются независимыми, сложности с обеспечением исполнения контрактов, прав инвесторов и т.п.), (3) произвольная трактовка законодательства госорганами и (4) регулирование цен. В первых трех случаях барьер является более существенным для членов ассоциаций, в четвертом случае – для МСП, не входящих в бизнес-союзы, см. подробнее КЕФ [«Оценка компаниями МСБ роли и эффективности бизнес-союзов в начале 2022 г.»](#)

полагали, что существующие внешние барьеры скорее преодолимы и они заставляют бизнес искать более эффективные бизнес-модели и перспективные рынки. Это является наивысшим уровнем за весь период наблюдения (рис. 21а). Примечательным такой результат делает и тот факт, что по сравнению с 2019 годом существенно больше бизнесов указали макроэкономические условия (инфляция, нестабильность национальной валюты, высокие процентные ставки) и высокие ставки налогов в качестве барьеров. Вероятным объяснением выглядит то, что преодоление шоков 2020–2021 гг. способствовало пониманию бизнесом своих способностей действовать в кризисной ситуации. Похожая ситуация, однако, была характерна и для 2015 г. (рис. 21б), когда кризис казался кратковременным (в 2016 г. оценки преодолимости барьеров резко ухудшились). В начале 2022 г. (до начала войны в Украине) бизнес уже в значительной степени адаптировался к шокам, связанным с политическим кризисом и санкциями²², и поэтому оценивал существующие барьеры как преодолимые.

Рис. 21. Изменение распределения ответов на вопрос о преодолимости барьеров для развития бизнеса в Беларуси, % респондентов



* Формулировка вопроса: «С каким из приведенных утверждений вы согласны (применительно к вашей компании)?» Варианты ответа: «Существующие внешние барьеры скорее преодолимы, они заставляют бизнес искать более эффективные модели и перспективные рынки», результаты опросов 2019 и 2022 гг. и «Существующие внешние барьеры скорее непреодолимы, они ведут к сворачиванию бизнеса». На рис. (а) предел погрешности показывает границу границы 95%

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2015–2019) и KEF (2022).

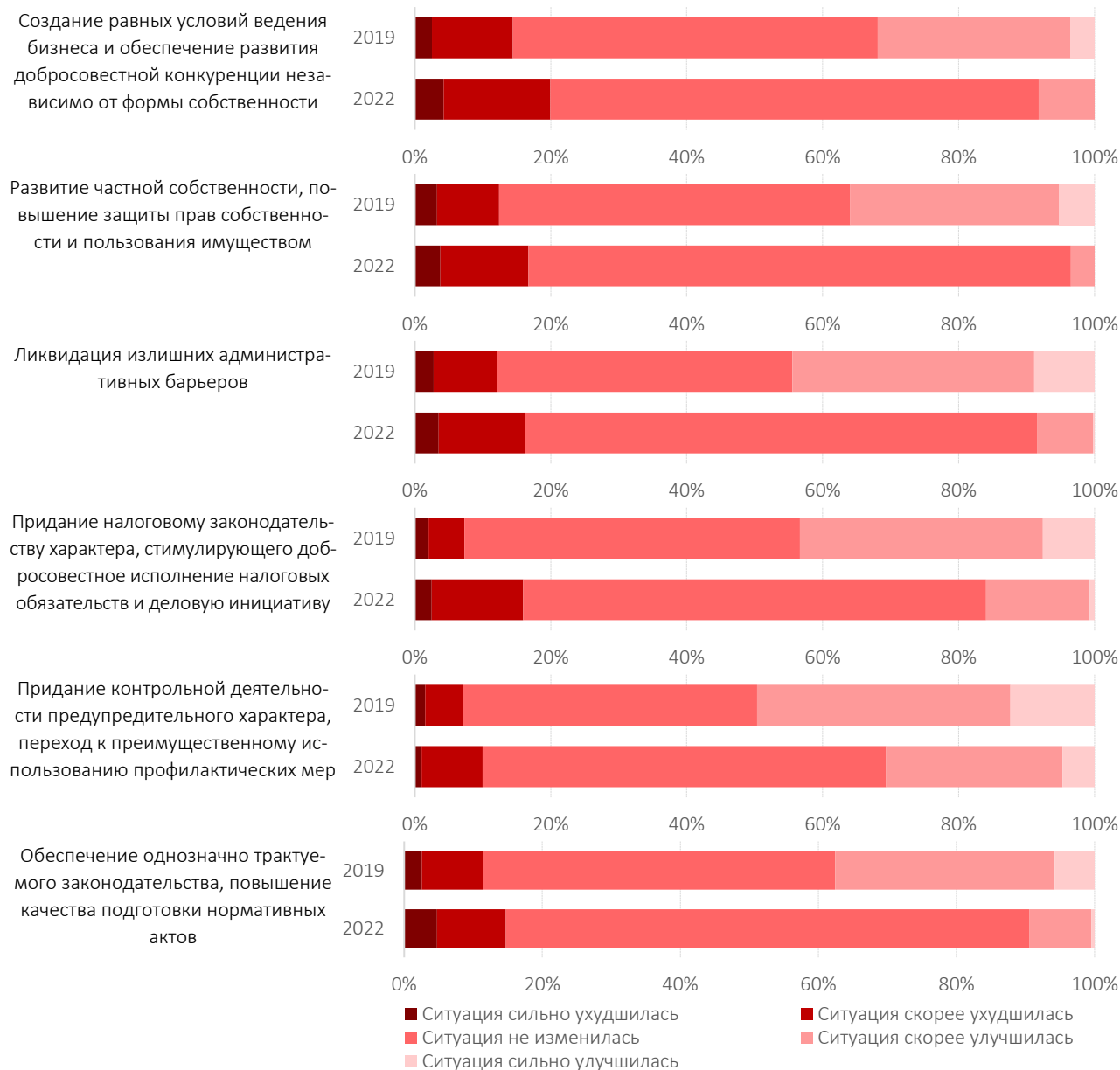
4.2. Изменения бизнес-среды

Белорусским также МСП было предложено оценить значимость изменений по важным направлениям, связанным с условиями ведения бизнеса в стране. Для этого использовалась шкала от 1 до 5, где 1 – ситуация сильно ухудшилась, 2 – ситуация скорее ухудшилась, 3 – ситуация не изменилась, 4 – ситуация скорее улучшилась, 5 – ситуация сильно улучшилась. По результатам опроса 2022 г. видно, что бизнес скорее позитивно оценивает прогресс в придании налоговому законодательству характера, стимулирующего добросовестное исполнение налоговых

²² Безусловно, часть бизнесов (еще больше – собственников компаний) на момент проведения опроса покинули страну, однако достоверные оценки масштабов релокации и эмиграции собственников после выборов 2020 г. сделать довольно сложно (см., например, Беларусь и рынок [«Итоги года: Беларусь потеряла 4500 малых компаний»](#), 3 марта 2022 г., и [«Краткая история «зачистки» бизнеса в Беларуси с 1994 по 2021 год»](#), 28 марта 2021 г.). Как показал анализируемый опрос, оставшиеся в стране МСП либо не видят необходимости в релокации (смене юрисдикции) бизнеса (71.8% респондентов), либо им не позволяет рассматривать этот вариант характер бизнеса (24.4%). Задумывались о релокации (без конкретных действий) на момент проведения опроса 2.5% респондентов, планировали релокацию части бизнеса 1% опрошенных, а в процессе релокации части бизнеса находилась 1 компания из 401 опрошенных, см. KEF [«Оценка малыми и средними предприятиями условий ведения бизнеса в Беларуси в начале 2022 г.»](#).

обязательств и деловую инициативу. Средняя оценка для остальных направлений оказалась меньше 3 (рис. 22), что свидетельствует о в целом негативной оценке изменений по этим направлениям.

Рис. 22. Изменение распределения ответов на вопрос «Как бы вы оценили значимость изменений за последние год-два по следующим направлениям?» в 2022 г. по сравнению с 2019 г., % респондентов



Примечание. В 2019 г. вопрос формулировался иначе – «Как бы Вы оценили действия правительства по следующим направлениям?», а варианты ответа – «отрицательно (очень мешали бизнесу)», «скорее отрицательно», «не повлияли», «скорее положительно», «положительно (очень помогли бизнесу)» и «таких действий не было». Для сопоставимости отрицательные и положительные варианты трактовались как ухудшение и улучшение соответственно, а варианты «не повлияли» и «таких действий не было» – как «ситуация не изменилась».

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2019) и KEF (2022).

По сравнению с последним замером (2019 г.) оценка прогресса в улучшении бизнес-среды ухудшилась по всем параметрам. Например, по направлениям «создание равных условий ведения бизнеса и обеспечение развития добросовестной конкуренции независимо от формы собственности» и «развитие частной собственности, повышение защиты прав собственности и пользования имуществом» ответы «ситуация сильно улучшилась» исчезли полностью, а доля ответов «ситуация скорее улучшилась» уменьшилась в 3.4 раза до 8.2% и 8.8 раза до 3.5%

соответственно. По направлению «ликвидация излишних административных барьеров» доля ответов «ситуация скорее улучшилась» и «ситуация сильно улучшилась» снизилась в 5.2 раза (до 8.5%), «придание налоговому законодательству характера, стимулирующего добросовестное исполнение налоговых обязательств и деловую инициативу» – в 2.7 раза (до 16%), «придание контрольной деятельности предупредительного характера, переход к преимущественному использованию профилактических мер» – в 1.6 раза (до 30.7%), «обеспечение однозначно трактуемого законодательства, повышение качества подготовки нормативных актов» – в 4 раза (до 9.5%), см. рис. 22. Таким образом, деятельность правительства по изменению бизнес-среды как минимум перестала восприниматься как стимулирующая развитие бизнеса.

Снижение внешних барьеров – ключевой фактор, необходимый для расширения деловой активности – на это указали 44.6% респондентов²³ (рис. 23). Для сравнения, государственную поддержку (финансовую, информационную и т.д.) как определяющий фактор для развития деловой активности выбрали лишь 9.5% МСП, то есть государство рассматривается скорее в рамках парадигмы «главное, не мешайте», а не «пожалуйста, помогите». Расхожее мнение о том, что развитие бизнеса сдерживает недостаток финансирования, применимо лишь к 16.7% МСП, принявших участие в опросе: это важный, но далеко не определяющий фактор (а после начала войны в Украине его роль, по всей видимости, снизилась еще больше).

Рис. 23. Распределение ответов на вопрос «Что прежде всего необходимо вашей компании для расширения деловой активности?», % респондентов



Примечание. Варианты ответа «Другое (укажите)»: (а) ничего не нужно – 5 респондентов (в т.ч. «ничего, т.к. не стоит задача расширения бизнеса»); (б) действия самой компании – 2 респондента («борьба с конкурентами», «логистика»); (в) действия государства – 13 респондентов («более низкие процентные ставки» (2 респондента), «регулирование цен», «свободный рынок», «увеличение конкуренции», «улучшение налогового законодательства», «правильные действия правительства по отношению к предпринимателям», «выполнение директивы № 4», «четкие правила игры, разумные действия регулятора и госорганов», «стабильность и предсказуемость в политических действиях», «рабочее законодательство», «снижение налоговой нагрузки»); (г) человеческий капитал – 5 респондентов («наличие квалифицированных кадров» (3 респондента), «человеческий капитал, специалисты», «профессионально трудовое обучение выпускников школ»); (д) повышение спроса – 7 респондентов («рост доходов населения» (4 респондента), «восстановление рынка и спроса», «улучшение общего экономического состояния предприятий Беларуси различных форм собственности», «расширение деловой активности клиентов»); (е) улучшение конъюнктуры – 5 респондентов («улучшение общей ситуации в мире», «преодоление кризиса внутри страны», «благоприятная конъюнктура», «состояние сырьевого рынка», «земельные ресурсы»); (ж) изменения, связанные с ЕАЭС («отмена разрешительной системы с РФ» (промышленная компания), «единая аттестация для рабочих в рамках «союзного государства» (строительная компания). В двух случаях респонденты затруднились с ответом.

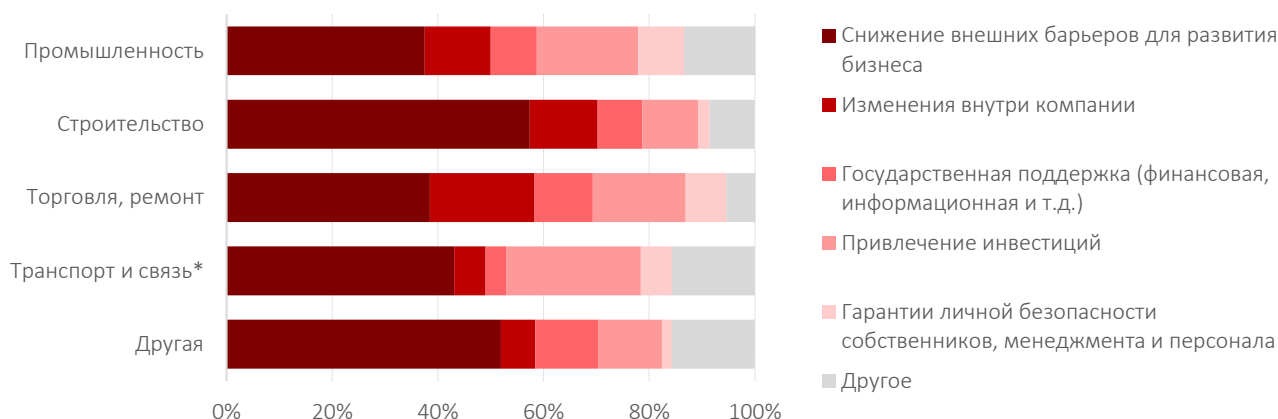
Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2016–2019) и KEF (2022).

Снижение внешних барьеров является ключевым фактором, необходимым для расширения деловой активности, вне зависимости от сектора, в котором работает МСП, однако статистически

²³ Вопрос предполагал выбор единственного варианта ответа, то есть *ключевого* фактора, необходимого для расширения деловой активности.

значимая разница между ответами МСП, представляющих различные сферы деятельности, существует (рис. 24). В частности, привлечение инвестиций оказалось вторым по значимости фактором для промышленности (19.2% респондентов из этого сектора), транспорта и связи (25.5% респондентов), а также (наряду с государственной поддержкой) для сферы услуг²⁴ (вариант «другая»). Для строительства и торговли и ремонта на втором месте по значимости были изменения внутри компании (12.8 и 19.8% респондентов соответствующего сектора).

Рис. 24. Распределение ответов на вопрос «Что прежде всего необходимо вашей компании для расширения деловой активности?» в зависимости от сектора, % респондентов



Источник: расчеты на основе KEF.

4.3. Доступность финансирования

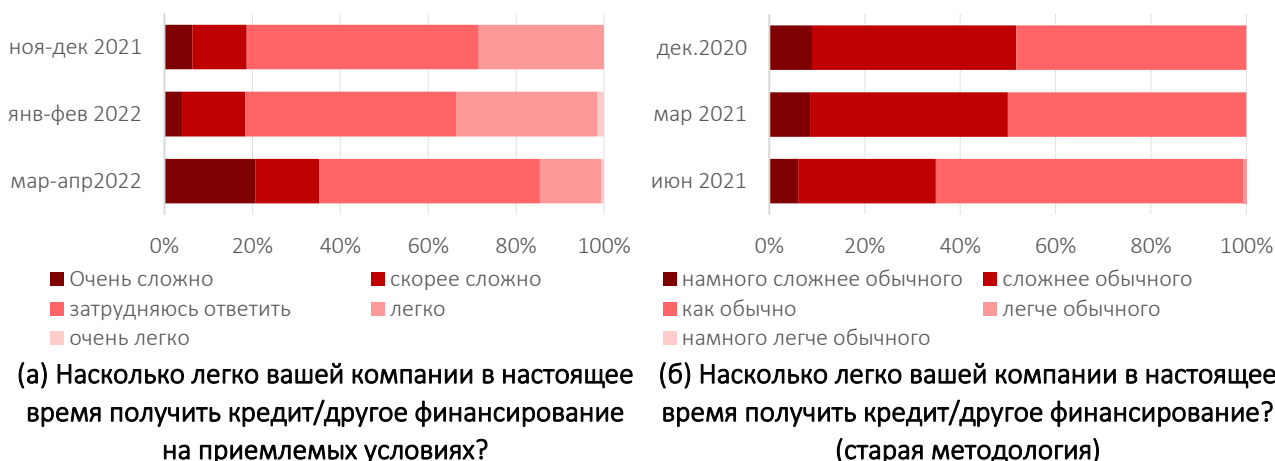
Хотя доступность финансирования не была прямо названа определяющим фактором для расширения бизнеса, на нее влияет ситуация с макроэкономической стабильностью и состояние банковской системы, то есть связанные с ними «внешние барьеры», которые необходимо устранить для расширения деловой активности. Кроме того, доступность финансирования зависит от финансового положения компании и ее перспектив на рынке.

Доступности финансирования был посвящен отдельный блок вопросов анкеты. Респондентам было предложено ответить на вопрос о том, насколько легко их компании получить кредит/другое финансирование на приемлемых условиях. Более трети предприятий (33.7%) ответили, что получить финансирование очень легко или скорее легко, а 18.5% – очень сложно или скорее сложно, что примерно соответствует ситуации конца 2021 г. (рис. 25а). За период с начала пандемии (рис. 25б) доступность финансирования значительно улучшилась (стабилизировался валютный курс и снизились процентные ставки), однако все это справедливо на момент до начала войны в Украине²⁵.

²⁴ Речь идет о заданных вариантах, поскольку в сфере услуг на второе место по значимости вышел вариант «другое», см. примечание к рис. 24.

²⁵ В марте-апреле 2022 г. удельный вес компаний, отметивших, что им очень сложно получить финансирование на приемлемых условиях, вырос в 5.2 раза до 20.7% («сложно» – остался без изменений на уровне 14.5%), а компаний, указавших на то, что им легко/очень легко получить финансирование на приемлемых условиях – снизился в 2.3 раза до 14.5%. Таким образом, доля негативных оценок существенно превысила долю позитивных оценок (баланс ответов составил -20.7 процентного пункта, в то время как накануне войны он равнялся +15.2 процентного пункта, см. рис. 25а).

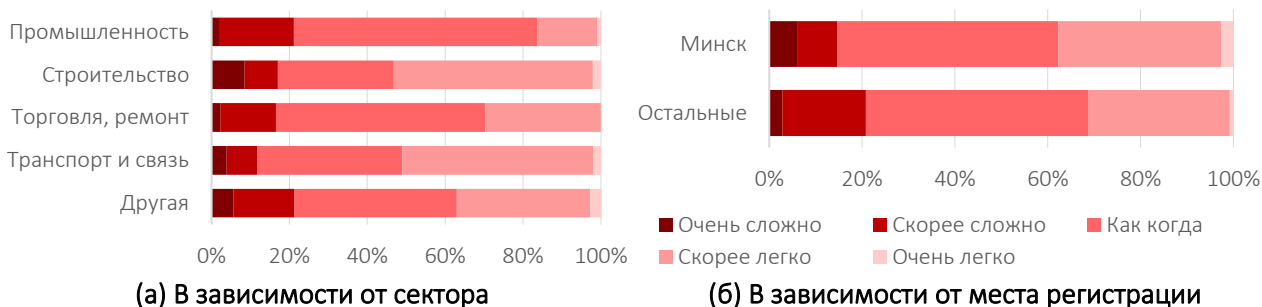
Рис. 25. Оценка МСП доступности финансирования (распределение ответов на вопросы (а) и (б), % респондентов)



Источник: (а) расчеты на основе данных BEROC (ноя-дек 2021 и мар-апр 2022), KEF (январь-февраль 2022); (б) расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ²⁶.

Наилучшим образом ситуация с доступностью финансирования в начале 2022 г. (до начала войны) обстояла в строительстве, а также в транспорте и связи, где более половины МСП отметили, что получить финансирование скорее легко и очень легко (рис. 26а). Среди промышленных компаний доля тех, кому получить кредит или другое финансирование на приемлемых условиях было сложно или очень сложно (21.1%), превышала долю тех, которым это сделать легко или очень легко (16.4%). Также выявлены статистически значимые различия в оценке доступа к внешнему финансированию между предприятиями, находящимися в Минске («очень сложно» или «скорее сложно» – 14.6%) и в регионах (20.8%), см. рис. 26б.

Рис. 26. Распределение ответов на вопрос «Насколько легко вашей компании в настоящее время получить кредит/другое финансирование на приемлемых условиях?», % респондентов

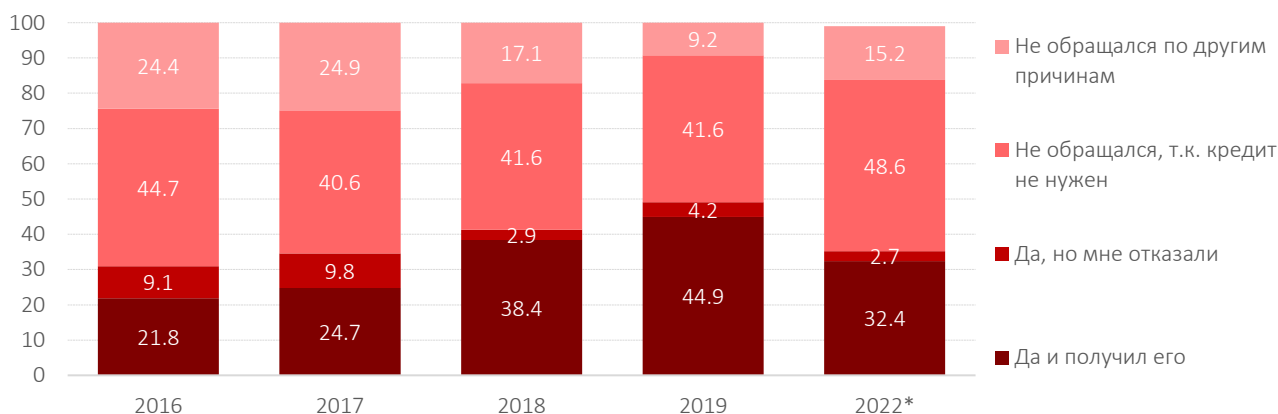


Источник: расчеты на основе данных KEF.

Еще один вопрос из этого блока анкеты касался обращения компаний за кредитом за последний год. Доля МСП, не обращавшихся за последний в банк за кредитом (63.8%), оказалась больше, чем во время предыдущих наблюдений: 50.9% в 2019 г. и 58.7% в 2018 г. (рис. 27). Удельный вес респондентов, указавших в качестве причины, по которой они не обращались за кредитом, вариант «кредит не нужен», был максимальным за всю историю наблюдений (48.6%). Возможно, это связано с благоприятным в финансовом отношении 2021 г., когда компаниям могло хватать текущего потока денежных средств для финансирования своих расходов. Статистически значимые различия между МСП в зависимости от сферы деятельности, размера, возраста, расположения не были выявлены.

²⁶ См. подробнее <http://www.research.by/analytics/index/>.

Рис. 27. Распределение ответов на вопрос «Обращалась ли компания за последний год в банк за кредитом?», % респондентов

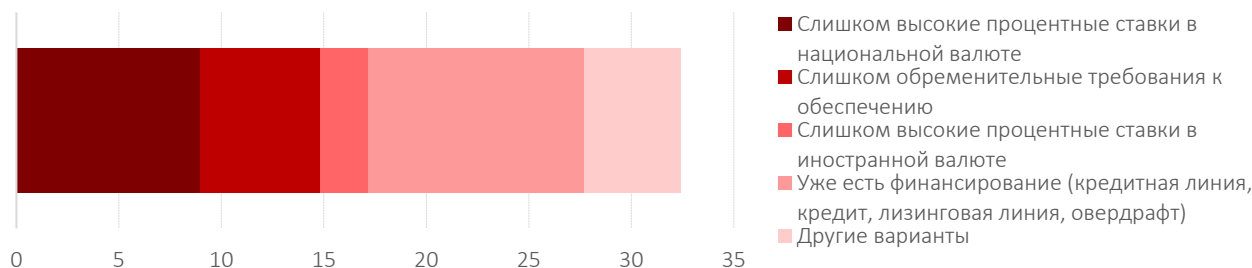


Примечание. В 2022 г. формулировка вопроса несколько изменилась: добавился вариант ответа «Да, ожидаем ответ из банка» (1% респондентов). Вариант ответа «Нет» разделен на тех, кто выбрал опцию «Кредит не нужен» при ответе на вопрос «Почему ваша компания не обращалась в банк за кредитом?», и остальных ответивших «нет» на вопрос «Обращалась ли компания за последний год в банк за кредитом?» респондентов.

Источник: расчеты на основе данных Исследовательского центра ИПМ (2016–2019) и KEF (2022).

Среди МСП, которые не обращались в банк за кредитом, в качестве причины этого 10.5% компаний называли наличие кредитной линии или другого «постоянного» источника финансирования (указывалось напрямую в варианте «другое»), 9.1% отметили слишком высокие процентные ставки в национальной валюте, 6% – обременительные требования к обеспечению, 2.4% – слишком высокие процентные ставки в иностранной валюте (рис. 28). Из этой группы 76.2% респондентов ответили, что не обращались в банк потому, что в кредите не было необходимости.

Рис. 28. Почему компания не обращалась в банк за кредитом, % от компаний, не обращавшихся за кредитом за последние 12 месяцев



Примечание. Можно было выбрать все подходящие варианты ответа. Варианты «уже есть финансирование» и «другие варианты» являются укрупненными группами ответа «Другое (укажите)²⁷». Вариант «кредит не нужен» включен в Рис. 27.

Источник: расчеты на основе данных KEF.

5. Заключение

Белорусский бизнес встретил 2022 г. с определенным оптимизмом, обусловленным восстановительным ростом экономики за счет «экспортного чуда» в 2021 г., повышением реальных располагаемых доходов (и потребительских расходов) населения, относительной стабильностью на валютном рынке при уровне инфляции в пределах 10%. Кроме этого, в какой-то мере можно говорить о том, что произошла адаптация к потрясениям 2020–2021 гг., на фоне которых состояние и перспективы экономики, отрасли и самого бизнеса могли выглядеть довольно оптимистично.

²⁷ До 2022 г. такой вариант ответа отсутствовал.

Тем не менее, по сравнению с ситуацией до начала пандемии экономическое и финансовое положение предприятий ухудшилось: «подушка безопасности» уменьшилась, а неопределенность выросла, поэтому бизнес был сконцентрирован прежде всего на сохранении достигнутого масштаба деятельности. Происходило это на фоне ужесточения конкуренции на основных рынках наряду с усложнением входа на рынок для новых компаний.

Одним из важных результатов функционирования белорусских МСП в условиях пандемии и спровоцированного ей глобального экономического кризиса стало осознание собственной способности справляться с внешними барьерами находить эффективные бизнес-модели и перспективные рынки: в январе-феврале 2022 г. 85.8% респондентов полагали, что существующие внешние барьеры преодолимы – это максимальная доля МСП за весь период наблюдений. При этом нужно иметь в виду «эффект качества предпринимательства», проявляющийся в том, что в периоды кризисов выживают наиболее конкурентоспособные и гибкие бизнесы, способные выявлять и использовать появляющиеся возможности и справляться со сложностями. Поэтому даже с учетом беспрецедентного экономического шока, вызванного войной в Украине, способность белорусского бизнеса адаптироваться и расчитывать на собственные силы, а не государственную поддержку, перспективы сектора МСП в Беларуси могут оказаться как минимум не хуже, чем экономические перспективы страны в целом.

Пандемия и внутривнутриполитический кризис были не единственными источниками трудностей для белорусского бизнеса до войны в Украине. По состоянию на мирное начало 2022 г., ситуация выглядела так, что большая часть МСП констатировала регресс по большинству направлений, характеризующим условия ведения бизнеса в стране. Наиболее значимыми внешними барьерами для развития белорусского в начале 2022 г. оказались изменчивое законодательство, высокие ставки налогов и процентные ставки. Поэтому последовательные действия государства по снижению данных барьеров (следование принципу «главное, не мешайте», то есть не изменять законодательство так часто и не повышайте налоги) позволили бы бизнесу сконцентрироваться на вызовах, возникших в результате военных действий в Украине (разрыв логистических и производственных цепочек, нехватка сырья/материалов/комплектующих, проблемы с платежами вследствие введения санкций²⁸). То, в каком состоянии белорусские МСП (а значит, и экономика в целом) выйдут из нынешнего шока, зависит от способности государства восстановить равноправный диалог с бизнесом и вернуться к формированию бизнес-среды, благоприятствующей развитию предпринимательства.

²⁸ См. подробнее BEROC, [Мониторинг экономики Беларуси: тенденции, настроения и ожидания \(малый и средний бизнес\)](#), апрель 2022 г., и KEF [“Belarusian SMEs on the eve and after the beginning of the war in Ukraine”](#), KEF Economic Update 22/3.