



РАСШИРЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
КОМПЕТЕНЦИЙ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
В КОНТЕКСТЕ АКТУАЛЬНЫХ  
И ВОСТРЕБОВАННЫХ МЕР  
ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

---

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

Департамента развития малого и среднего  
предпринимательства Минэкономразвития РФ  
и

**ExxonMobil**

МОСКВА | 2014

# СОДЕРЖАНИЕ

▶	<b>МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	3
▶	<b>ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОПРОШЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯХ</b>	4
	<b>Раздел I</b> Мотивы начала предпринимательской деятельности и типичные трудности, с которыми сталкивались предприниматели	6
	<b>Раздел II</b> Оценка текущего состояния бизнеса. Стимулы и планы по продолжению предпринимательской деятельности	8
	<b>Раздел III</b> Оценка текущего состояния предпринимательского климата в стране и регионе для ведения бизнеса	12
	<b>Раздел IV</b> Актуальные и востребованные направления поддержки бизнеса. Интерес к участию в профессиональных объединениях и дальнейшему образованию	14
	<b>Раздел V</b> Отношение к женскому предпринимательству	21
▶	<b>РЕЗЮМЕ</b>	24
▶	<b>КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b>	28

# МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Изучение мотивов начала предпринимательской деятельности и типичных трудностей, с которыми сталкивались предприниматели
- Выявление наиболее распространенных стимулов для продолжения бизнеса, его текущих оценок, а также планов по развитию на ближайшую перспективу
- Определение оценок текущего состояния предпринимательского климата в стране и в регионах ведения бизнеса
- Выявление наиболее актуальных и востребованных направлений поддержки бизнеса, в том числе уровня интереса к участию в профессиональных объединениях и сообществах, дальнейшему бизнес-образованию
- Определение отношения к женскому предпринимательству

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Предприниматели, являющиеся собственниками, партнерами или управляющими (топ-менеджерами) организаций сегмента малого и среднего бизнеса, представляющих основные отрасли экономики российских регионов.

## ВЫБОРКА И ГЕОГРАФИЯ

- Всероссийская репрезентативная выборка микро-, малого и среднего бизнеса в объеме не менее 431 респондентов, представляющих 52 субъекта федерации.

## МЕТОД СБОРА ДАННЫХ

- Для решения поставленных задач были использованы два взаимодополняющих метода опроса:
  1. Телефонные интервью с представителями МСБ в формате CATI-опроса
  2. Онлайн анкетирование – самостоятельное заполнение анкеты по ссылке в Интернет

## ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Анкета, состоящая из 18 вопросов

- ▶ Сбор и анализ данных проведен Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ)

# ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОПРОШЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯХ

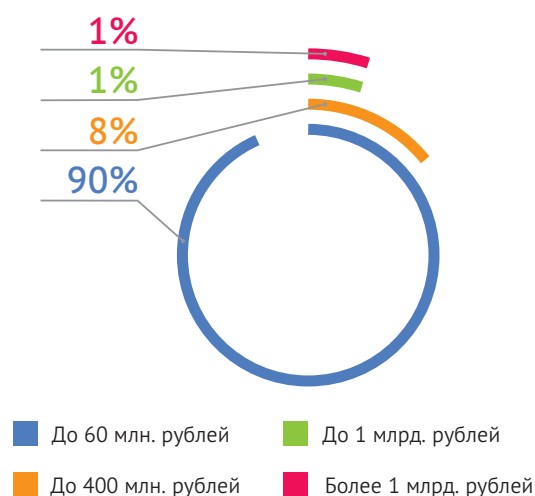
## Сфера деятельности организации, %



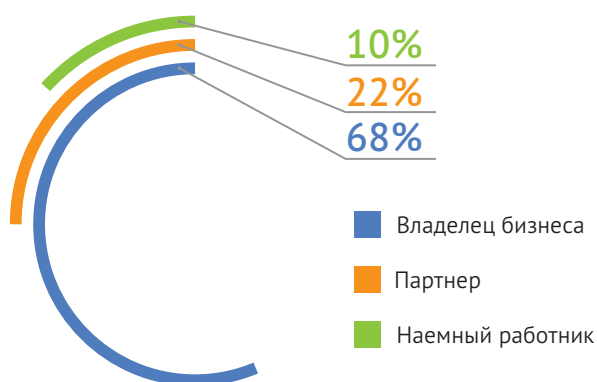
## Число сотрудников в организации, %



## Годовой оборот (выручка) организации, %



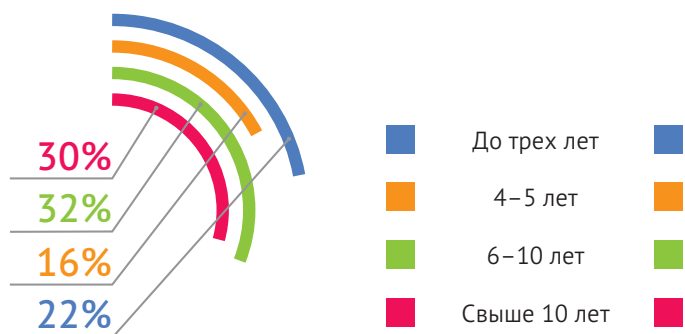
## Профессиональный статус, %



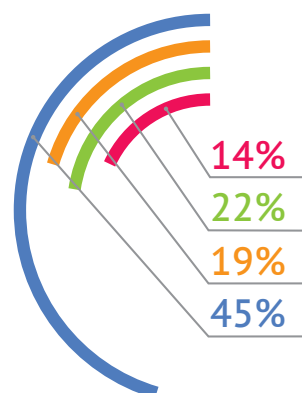
## Пол опрошенных предпринимателей, %



## Опыт руководства бизнесом, %

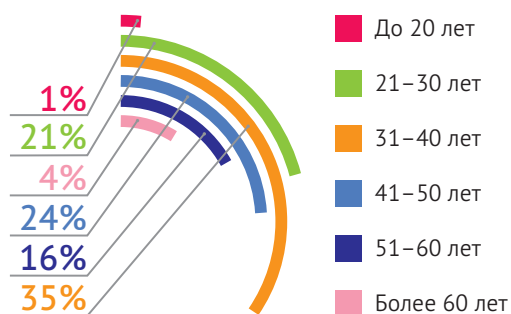


Сколько всего лет Вы работаете на руководящих должностях:

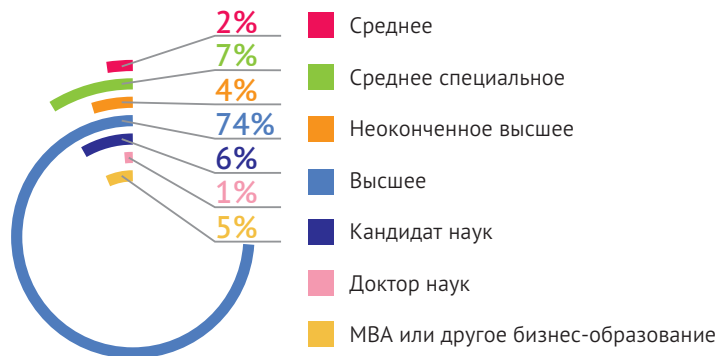


Сколько всего лет Вы работаете на руководящей должности на этом предприятии

## Возраст предпринимателей, %



## Образование предпринимателей, %



# МОТИВЫ НАЧАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Что послужило для Вас основным мотивом/мотивами для начала предпринимательской деятельности?», в % от всех опрошенных\*



\* Сумма ответов превышает 100%, поскольку вопрос предусматривал более одного ответа

Самым распространенным мотивом для открытия своего дела явилось стремление предпринимателей к самореализации и претворению в жизнь своих бизнес-идей.

Второй по популярности мотив – стремление к финансовой независимости.

Третью позицию занимает нежелание работать под чьим-то управлением, при этом для мужчин этот мотив был актуальным существенно чаще (35% против 28% женщин).



«Возраст был главным мотивом. Достигнув 45-летия и приобретя определенный опыт, оказываешься никому не нужным».

«Для меня решающую роль в открытии дела сыграла безработица и проблема трудоустройства в зрелом возрасте. Тотальное отсутствие положительных мотиваций инженерных специализаций в сфере высоких технологий. Чудовищно низкий уровень оплаты труда инженерных специальностей – разработчиков, конструкторов, технологов».

# ТРУДНОСТИ НАЧАЛА БИЗНЕСА

«С какими трудностями Вы столкнулись в начале своей предпринимательской деятельности?», в % от всех опрошенных\*

	Мужчины	Женщины
Недоступность финансирования, сложность привлечения инвестиций	43%	42%
Административные барьеры (коррупция, бюрократия)	35%	26%
Нехватка знаний и опыта ведения бизнеса	32%	40%
Сложности сбыта продукции, недобросовестная конкуренция	32%	30%
Недоступность кадровых ресурсов	27%	25%
Недоступность инфраструктуры (офисов, складов, коммуникаций)	19%	16%
Недоступность информации о рынке и возможных перспективах бизнеса	17%	16%
Сложности с поиском поставщиков	9%	4%
Другое	7%	4%
Затрудняюсь ответить	3%	3%

\* Сумма ответов превышает 100%, поскольку вопрос предусматривал более одного ответа

Трудности, характерные для начала предпринимательской деятельности, носят комплексный характер, как правило, опрошенные называли одновременно несколько проблем в качестве основных.

Пять трудностей, указанных чаще всего: недоступность финансирования, нехватка знаний и опыта, недоступность кадровых ресурсов, административные барьеры и сложности сбыта продукции (указали от 25% до 43%).

Почти каждый пятый на себе ощутил недостатки развития региональной инфраструктуры бизнеса (недоступность офисов, складов, коммуникаций и т.д. — 17%); менее 15% в начале ведения бизнеса испытывали нехватку информации о рынке и возможных перспективах бизнеса.

Для мужчин сложнее оказались административные барьеры (35% против 25% у женщин). В то же время для женщин-предпринимателей более серьезной проблемой стала нехватка знаний и опыта ведения бизнеса (40% против 32% у мужчин).

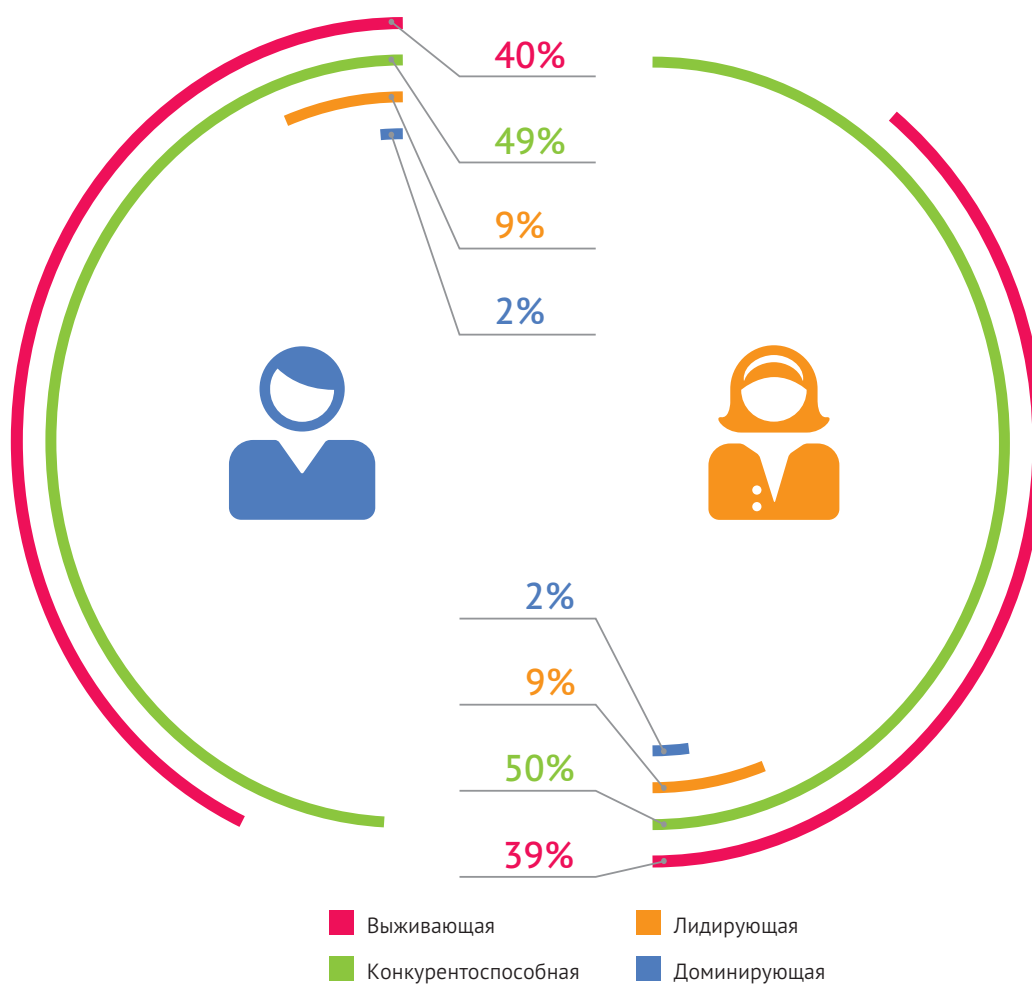


«Некоторое «головокружение от успеха», причиной которого была нехватка опыта в первые 2 года деятельности. Тогда это было трудностью, хотя на тот момент я этого не осознавала».

«Большое количество процедур регистрации. Это не позволяет получить поддержку государства».

# ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ БИЗНЕСА

«Как Вы оцениваете ваш бизнес в настоящий момент? Какое определение лучше всего подходит к описанию вашего бизнеса?», в % от всех опрошенных



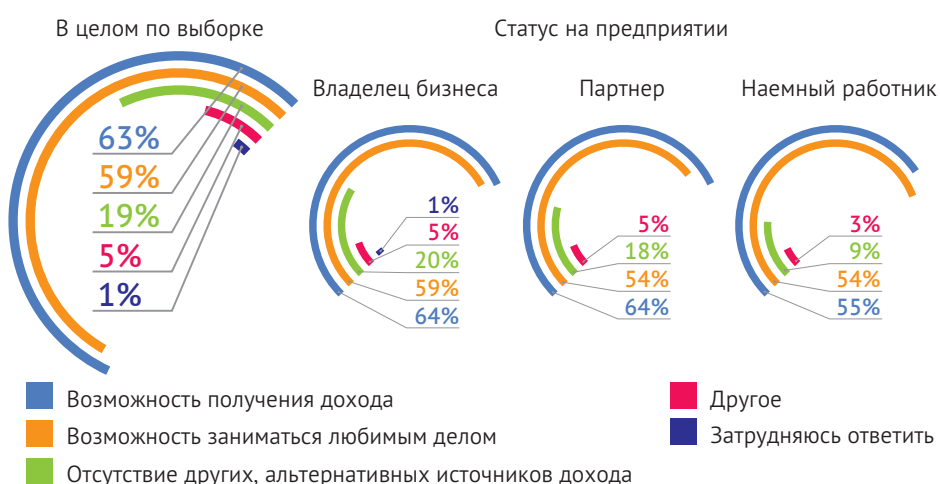
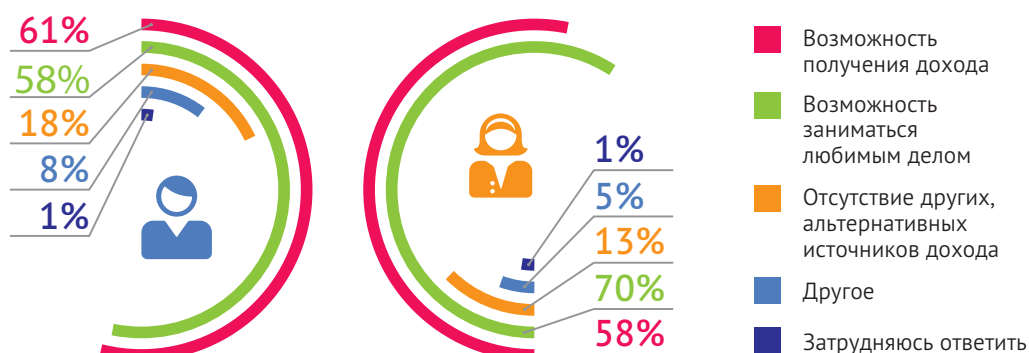
Более половины опрошенных считают свой бизнес конкурентноспособным (55%); почти каждый десятый опрошенный готов отнести свое предприятие к лидерам рынка; доминирующими на рынке себя посчитали не более 2% опрошенных.

Треть предпринимателей ответили, что их бизнес в данный момент находится на грани выживания. Особенно часто так отвечали представители сфер производства (46%), строительства (45%) и розничной торговли (41%).



# СТИМУЛЫ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ БИЗНЕСА

«Какие стимулы для продолжения предпринимательской деятельности являются для Вас главными?», в % от всех опрошенных\*



«Возможность познакомиться с интересными людьми: коллегами, партнёрами. Возможность строить среду, в которой приятно, комфортно, интересно жить, работать, развиваться».

«Когда даю возможности для работы другим людям, чувствую, что они нуждаются во мне».

«Возможность управлять своим временем».

\* Сумма ответов превышает 100%, поскольку вопрос предусматривал более одного ответа

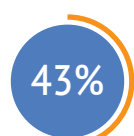
Два главных стимула к продолжению предпринимательской деятельности — это возможность получения дохода и возможность заниматься любимым делом. Оба ответа выбирали более половины респондентов.

Возможность заниматься любимым делом оказалась существенно более важным стимулом для женщин (70% против 58% мужчин).

Примечательно, что для наемных работников, вероятно, чаще получающих постоянный оклад и переменные бонусы, фактор самореализации и посвящения себя любимому делу более важен, нежели получение дохода. Последний фактор существенно важнее для партнеров и владельцев бизнеса.

# ДОСТИЖЕНИЯ В БИЗНЕСЕ

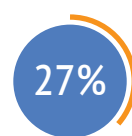
«Назовите несколько своих достижений в бизнесе», в % от всех опрошенных



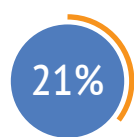
Финансовая независимость, достижение стабильности



Увеличение объема продаж, оборота, производства



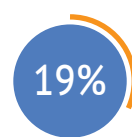
Хорошая известность, узнаваемый бренд



Обеспечение региона новыми рабочими местами



Расширение сети и географии сбыта товаров/услуг



Создание постоянной клиентской базы



Освоение новых направлений деятельности, выдвижение нового продукта на рынок



Другое



Пока особых достижений нет

Наиболее часто называвшимися достижениями в части ведения предпринимательской деятельности были финансовые (43%) и производственные (33%) успехи. Для каждого четвертого респондента (27%) успехом стала хорошая узнаваемость предприятия на рынке.

Несмотря на то, что большая часть предпринимателей оценила свою деятельность как стабильную, значительной является и доля опрошенных, указавших, что им удалось расширить географию сбыта товаров и услуг, создать постоянную клиентскую базу, либо освоить новую деятельность (указали до пятой части опрошенных).



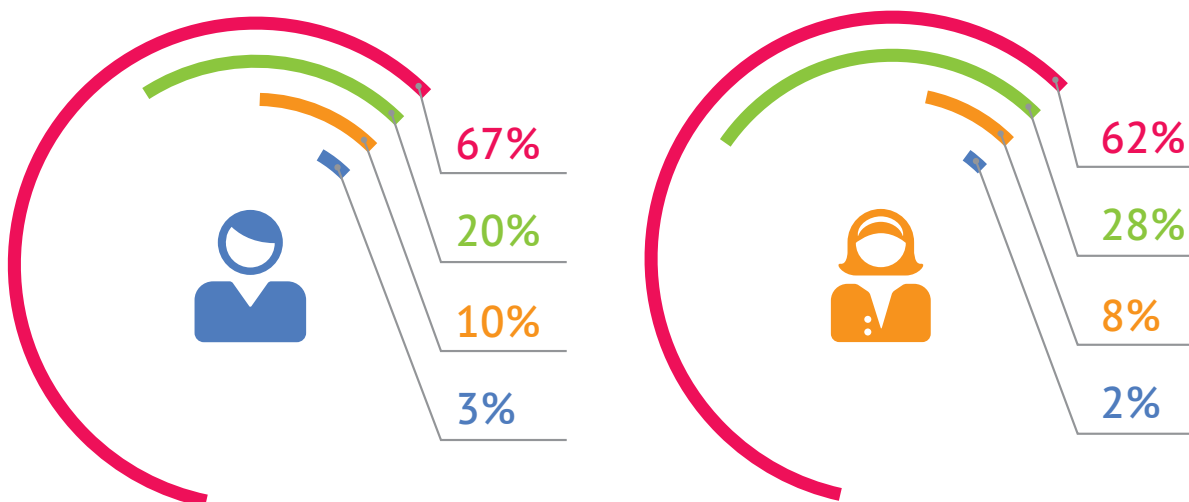
«Получение удовольствия от реализации своей бизнес-идеи, нахождение новых интересных людей, оттачивание навыков, новые яркие проекты».

«Вывела из состояния кризиса частную городскую газету, сделав ее самокупаемой. Основала свою научно-популярную и общественно-политическую газету, сделав ее одной из самых влиятельных в городе. Создала товарищество собственников жилья, сделав его работу прибыльной».

«Вывод компании в лидеры рынка туристических услуг, рост сети филиалов, разработка сетевых стандартов и внедрение механизмов аттестации и сертификации офисов продаж, структурирование документооборота сети, создание общей информационной базы, позволяющей управлять информационными потоками на всех уровнях».

# ПЛАНЫ ПО ПРОДОЛЖЕНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Каковы планы Вашего предприятия на ближайшую перспективу?»,  
в % от всех опрошенных



- Развитие и расширение деятельности
- Без изменений, сохранение оборота компании примерно на том же уровне
- Сворачивание, сокращение бизнеса
- Другое

Две трети опрошенных предпринимателей в ближайшей перспективе планируют развивать и расширять свою деятельность (66%). Особенно часто о таких планах заявляют молодые управленцы с опытом руководства бизнесом до трех лет.

Более скромными оказались оценки предпринимателей «со стажем», руководящих бизнесом более 10 лет.

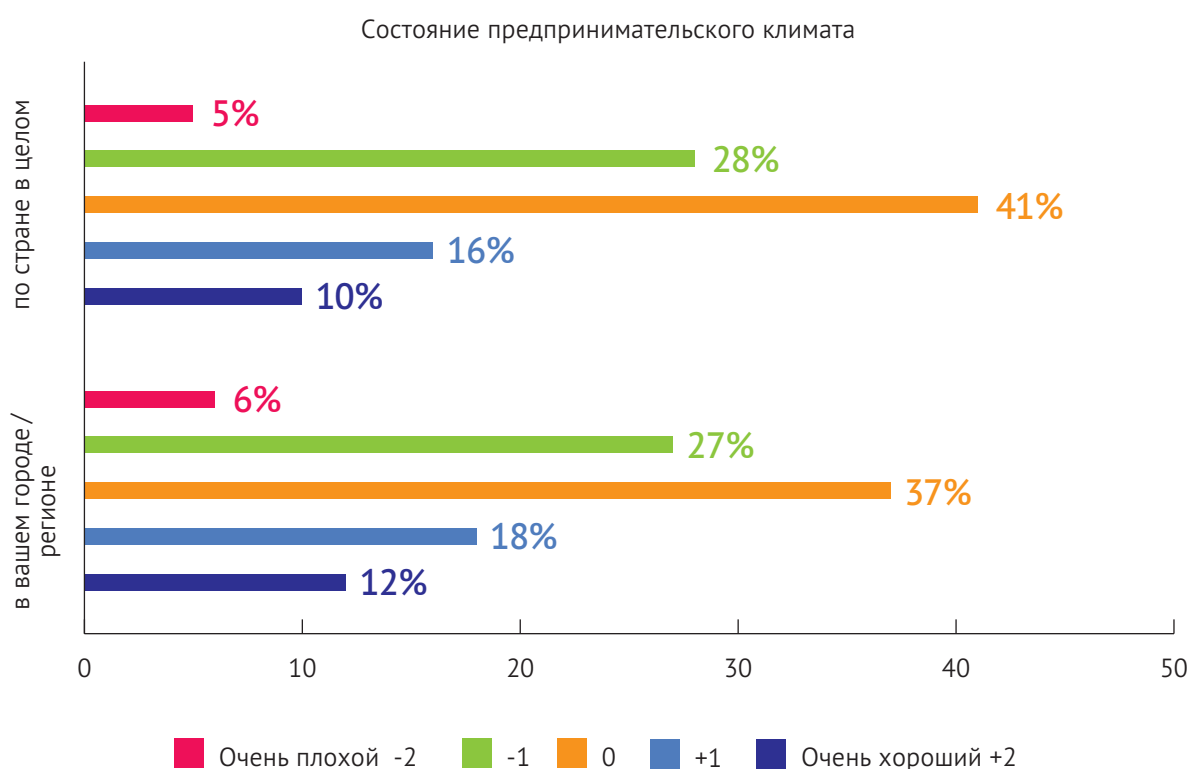
Среди женщин-предпринимателей оказалось больше тех, кто в ближайшей перспективе намерен оставить бизнес без изменений, сохранив оборот на аналогичном текущему уровне (28% против 20% мужчин).



«Мы планируем расширение и масштабирование бизнеса в России с реализацией конечного продукта на зарубежных рынках и внутри страны. Основа – собственные прорывные инновации в деревообработке для домостроения. Конечный продукт – энергосберегающее жилье с высшим уровнем экологичности при цене «эконом-класса». Цель – массовая доступность нового вида жилья».

# ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА

«Каково состояние предпринимательского климата в настоящее время?», в % от всех опрошенных

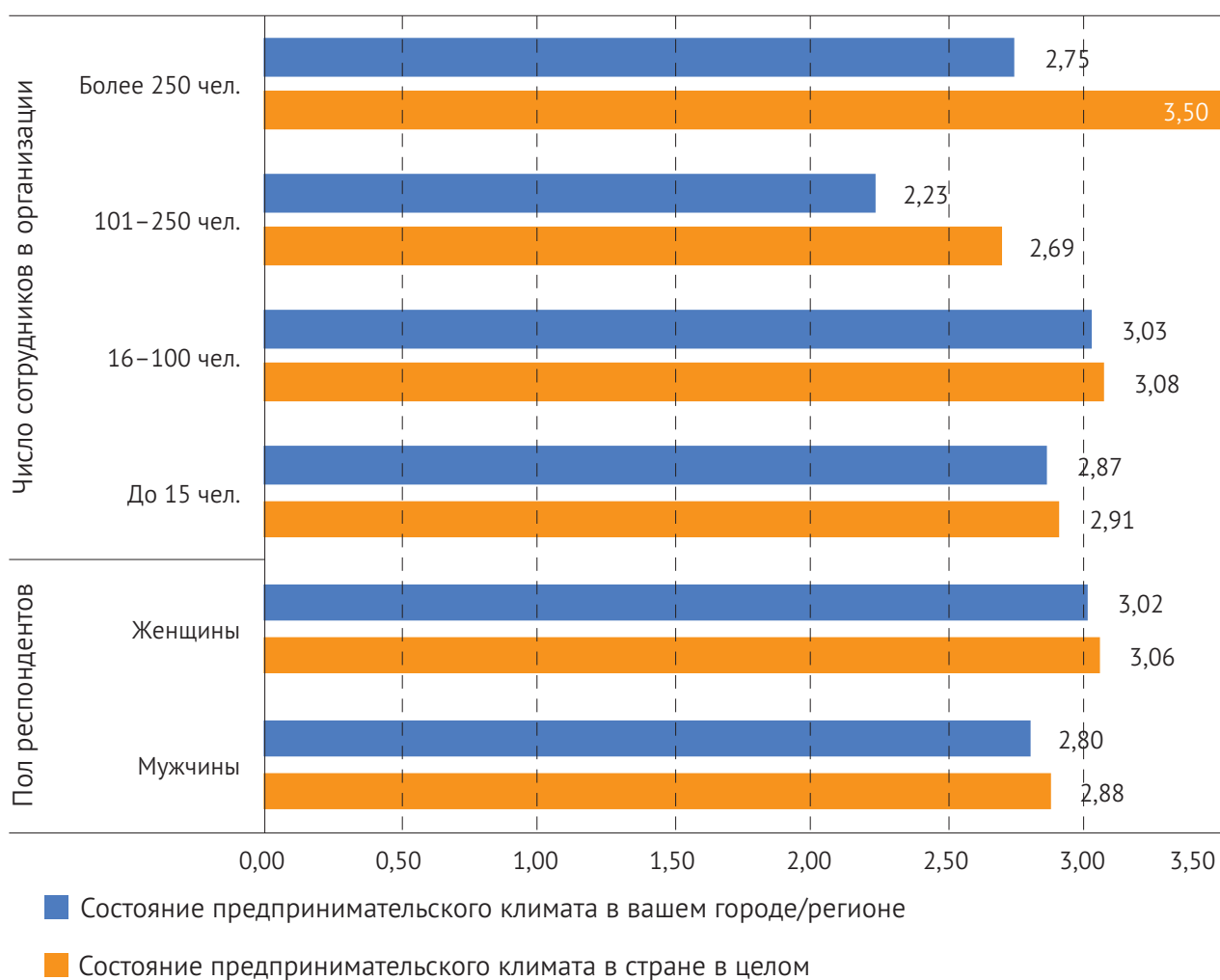


Участникам опроса было предложено оценить состояние предпринимательского климата в целом по России и в регионе ведения бизнеса. Интересно, что оценки большинства опрошенных оказались схожими — в большинстве случаев предприниматели оценивают ситуацию в регионе так же, как и по стране в целом.

Соотношение положительных, нейтральных и отрицательных оценок также оказалось примерно равным: около трети опрошенных охарактеризовали предпринимательский климат как хороший, чуть большее количество опрошенных (около 40%) посчитали его нейтральным, около 30% — плохим.

При этом крайние оценки чаще были характерны для негативных ответов, чем для положительных (10–12% крайне негативных оценок предпринимательского климата против 5–6% крайне положительных оценок).

## «Каково состояние предпринимательского климата в настоящее время?», средний балл по 5-балльной шкале



Оценки предпринимательского климата, высказанные женщинами, существенно выше оценок, данных предпринимателями-мужчинами. Это касается как оценок климата по стране, так и в регионе ведения бизнеса.

Если оценки регионального и федерального предпринимательского климата, данные представителями малых и микропредприятий, схожи, то оценки представителей крупного бизнеса существенно разнятся.

# НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

«Реализация каких направлений поддержки и развития малого и среднего бизнеса необходима вам для успешного развития бизнеса?», в % от предложенных направлений поддержки



«Хорошая мера – это отмена годового баланса, так как стоимость заказа составления баланса в специализированной компании стоит от 10 тысяч рублей. Для малых компаний на УСН – это лишние траты».

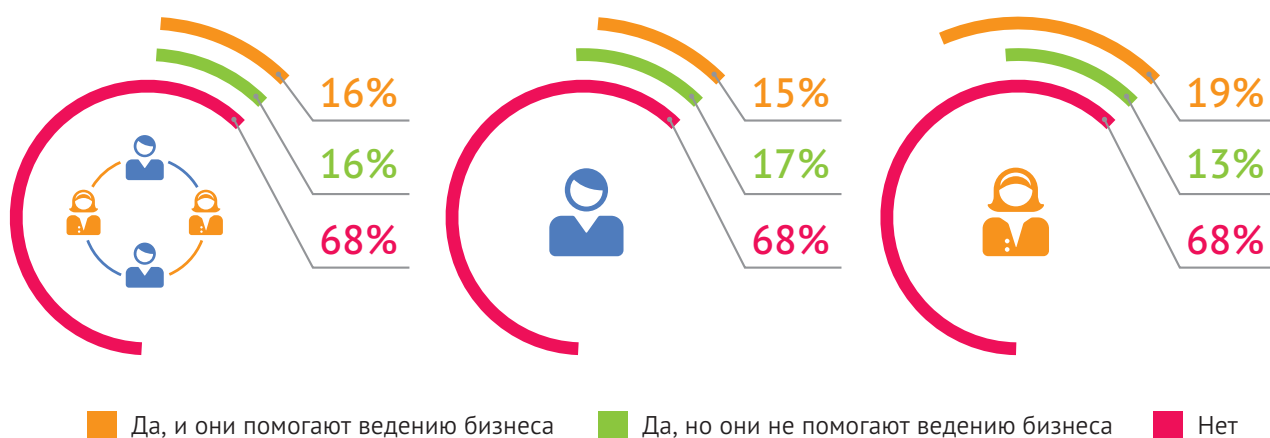
«Отмена квартальной сдачи нулевых отчетов в ПФР и ФСС. Лучше сдавать отчеты с того квартала, с которого нанял работников. Это особенно актуально для ООО без сотрудников. Если нет сотрудников, зачем отчеты сдавать?».

«Помощь в получении госзаказов. Сейчас система госзакупок выглядит какой-то совершенно закрытой».

- ▶ Отвечая на вопрос о направлениях поддержки бизнеса, многие предприниматели обращали внимание на актуальные для них проблемы, связанные с этапом становления бизнеса, когда особенно остро ощущается налоговое и административное давление, препятствующее развитию бизнеса. Около пятой части всех предложенных мер были связаны с необходимостью введения льготного налогообложения и снижения административного давления.
- ▶ Не менее важными для предпринимателей оказались вопросы доступности информации, многие предлагали создавать специальные образовательные программы по организации и ведению бизнеса, обращали внимание на необходимость профессионального консультирования в области юридического и бухгалтерского сопровождения деятельности (19% от числа всех предложений).
- ▶ Около пятой части предложений были связаны с финансовой поддержкой, выражающейся в субсидировании, организации специальных грантов для предпринимателей (9%), а также программах льготного кредитования (9%) и создания специальных банковских продуктов (4%).
- ▶ Предприниматели обращали внимание на важность заинтересованности государства в развитии малого и среднего бизнеса, которое должно выражаться в создании специальных государственных и региональных программ поддержки предпринимателей (4%), а также в упрощении получения государственных заказов (3%).

# ЧЛЕНСТВО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

«Состоите ли Вы или Ваша организация в предпринимательских объединениях, ассоциациях, сообществах?», в % от всех опрошенных



# 68%

Большинство опрошенных предпринимателей не состоят ни в каких предпринимательских объединениях и сообществах (68%).

Среди тех, кто является участником того или иного объединения, ассоциации или сообщества доля тех, кто считает, что это помогает ведению бизнеса, равна доле тех, кто считает иначе.

При этом женщины-предприниматели чаще отвечают, что предпринимательские объединения помогают ведению и бизнеса (19% против 15% опрошенных мужчин, имеющих такое же мнение).

Наибольшая доля участников различных объединений, по данным опроса, приходится на наемных работников, которые чаще положительно оценивали влияние этих объединений на ведение бизнеса.



«Проведение семинаров и круглых столов по проблемам, предоставление методических материалов, проверки с целью нахождения ошибок, которые исправляются в процессе работы».

«Они дают понимание о направлении развития отрасли, дополнительную информацию о новшествах, помогают обмениваться опытом».

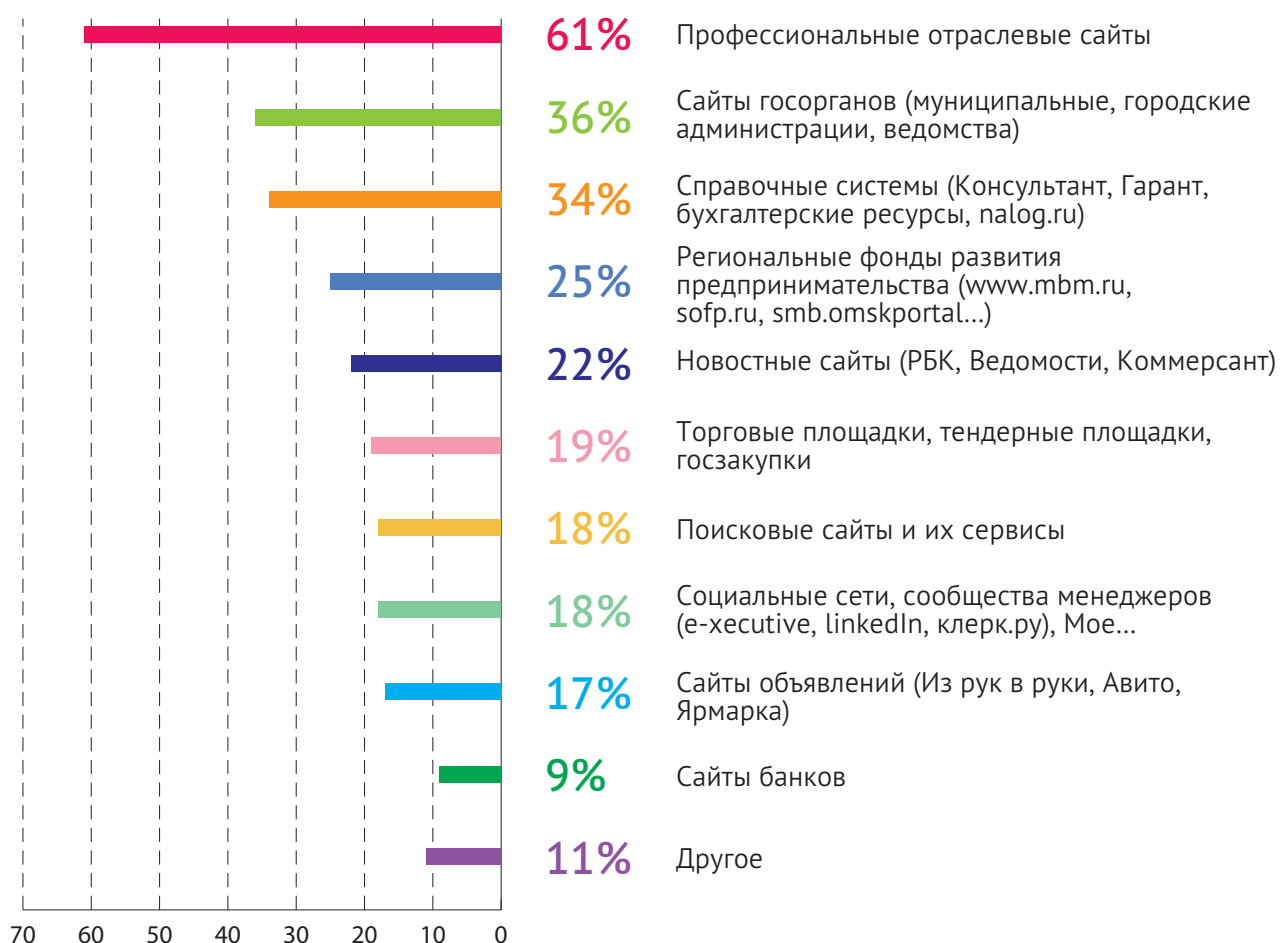
«Мы получаем плюсы от этого: полезные коммуникации с потенциальными клиентами и партнерами, полезные знакомства для решения вопросов бизнеса».

«Да, для нас это хорошая площадка для обсуждения рыночных проблем и возможностей бизнеса».



# ПОЛЕЗНЫЕ САЙТЫ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

«Укажите, пожалуйста, один-два наиболее интересных и полезных сайта для таких предпринимателей как Вы?», в % от всех опрошенных



Среди сайтов, наиболее полезных для предпринимателей и используемых в их деятельности, чаще всего назывались профессиональные отраслевые Интернет-ресурсы (61%).

Вторую и третью позиции делят сайты государственных ведомств и региональных администраций, а также справочные системы (правовые, налоговые, бухгалтерские) – 34–36%.

Примечательно, что региональные фонды развития предпринимательства как официальные средства внутрирегиональной коммуникации предпринимателей занимают четвертую позицию рейтинга.

# ПОТРЕБНОСТЬ В ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗНАНИЯХ

«В каких сферах лично Вам сегодня необходимы дополнительные знания для успешного развития бизнеса?», в % от всех опрошенных\*

	Мужчины	Женщины
В сфере финансирования бизнеса	34%	36%
В сфере продвижения товаров / услуг и PR	32%	38%
В сфере стратегического планирования	29%	33%
В сфере подбора и управления персоналом	24%	26%
В сфере технологий продаж	22%	31%
В другой сфере	15%	10%
Мне вполне достаточно моих знаний	22%	16%
Затрудняюсь ответить	2%	1%

\* Сумма ответов превышает 100%, поскольку вопрос предусматривал более одного ответа

# 89%

89% предпринимателей указали, что испытывают необходимость в получении дополнительных знаний, связанных с предпринимательской деятельностью.

Для женщин, в отличие от предпринимателей-мужчин, более важными оказались такие направления, как:

- финансирование бизнеса (36% против 34% мужчин);
- продвижение товаров и услуг (38% против 32% мужчин);
- технологии продаж (31% против 22% мужчин).

Мужчины чаще женщин отвечали, что им достаточно имеющихся знаний (22% против 16%).



«Меня интересуют фундаментальные и прикладные знания современного зарубежного подхода к маркетингу и управлению сложными системами и проектами».

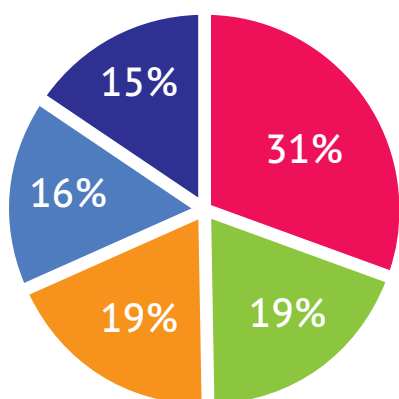
«Хотелось бы узнать больше про умение работать и принимать правильные управленческие решения в условиях большого количества факторов неопределенности. Умение прогнозировать ситуации, а не реагировать на уже случившиеся».

«Технологии маркетинга в интернете, SMM-маркетинг, знания об использовании технологических платформ в бизнесе».

# СЕГМЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

При помощи кластерного анализа (метод Варда) на основе данных вопросов о мотивах начала и стимулах для продолжения предпринимательской деятельности все опрошенные предприниматели были разделены на 5 относительно гомогенных групп (кластеров), каждая из которых характеризуется своим особым отношением к предпринимательской деятельности.

Характерные параметры каждого кластера описываются выделенными ячейками в представленной ниже таблице.



- Стремятся к финансовой независимости и наличию большого объема свободного времени
- Сложные финансовые обстоятельства и возможность получения дохода
- Комплекс финансовых и личностных мотивов ведения бизнеса
- Стремление к самореализации
- Стремление к финансовой независимости и возможность заниматься любимым делом

		Стремятся к финансовой независимости и наличию большого объема свободного времени	Сложные финансовые обстоятельства и возможность получения дохода	Комплекс финансовых и личностных мотивов ведения бизнеса	Стремление к самореализации	Стремление к финансовой независимости и возможность заниматься любимым делом
Доля кластера:		19%	16%	19%	15%	31%
Пол	Мужской		●	●	●	
	Женский	●				●
Возраст	До 20 лет					
	21–30			●	●	
	31–40		●	●		
	41–50				●	
	51–60				●	
	Более 60					
Статус на предприятии	Владелец бизнеса			●		
	Партнер	●				●
	Наемный работник	●				●

# СЕГМЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

		Стремятся к финансовой независимости и наличию большого объема свободного времени	Сложные финансовые обстоятельства и возможность получения дохода	Комплекс финансовых и личностных мотивов ведения бизнеса	Стремление к самореализации	Стремление к финансовой независимости возможность заниматься любимым делом
Число сотрудников	До 15 чел.			●		
	16–100 чел.		●			
	101–250 чел. и более					●
Участие в предпринимательских сообществах	Да, и они помогают ведению бизнеса	●				●
	Да, но они не помогают ведению бизнеса				●	
	Нет		●	●	●	
Интерес к получению дополнительных знаний	В сфере продвижения товаров / услуг и PR			●		
	В сфере финансирования бизнеса		●	●		
	В сфере подбора и управления персоналом			●		
	В сфере стратегического планирования			●		
	В сфере технологий продаж			●		
	В другой сфере		●		●	
	Мне вполне достаточно моих знаний	●				●

# ОТНОШЕНИЕ К ЖЕНСКОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

«Ниже представлено несколько точек зрения о ведении бизнеса женщинами-предпринимателями. С какими из них Вы согласны, а с какими — нет?», в % от всех опрошенных

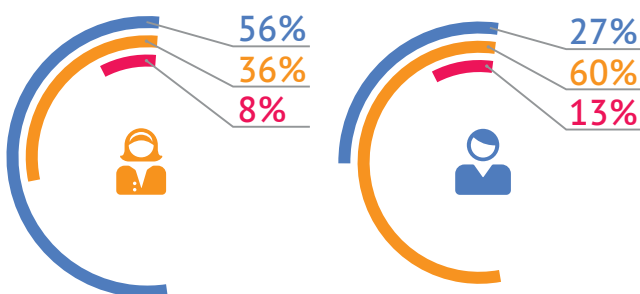
Гендерная проблематика в российском бизнесе значительно сильнее ощущается женщинами, нежели мужчинами.

Опрошенные женщины чаще склонны считать, что:

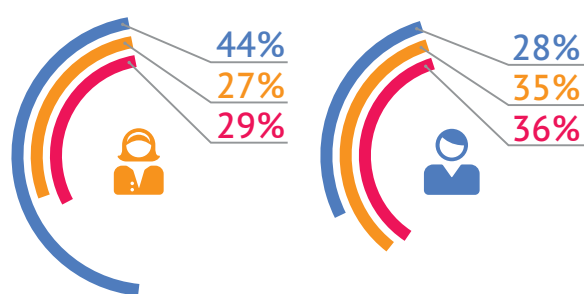
- в России существует дискриминация по гендерному признаку при назначении на высшие управленческие должности (56% против 27%);
- женщинам сложнее вести предпринимательскую деятельность, чем жительницам европейских стран (44% против 28%);
- женщинам в России нужны дополнительные программы или меры по поддержке бизнеса (52% против 28%).

При этом большинство опрошенных (около двух третей) предпринимателей обоих полов не согласилось с утверждением, что женщинам сложнее добиться успеха в бизнесе, чем мужчинам.

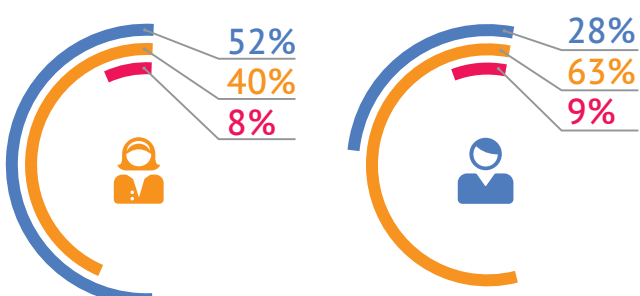
В России существует дискриминация по гендерному признаку при назначении на высшие управленческие должности



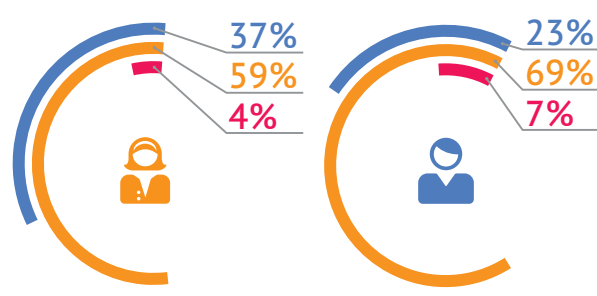
В России женщинам сложнее вести предпринимательскую деятельность, чем жительницам европейских стран



В России для женщин-предпринимателей нужны дополнительные программы / меры по поддержке их бизнеса



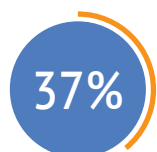
Женщинам обычно сложнее добиться успеха в бизнесе, чем мужчинам



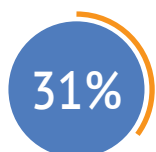
■ Скорее соглашусь    ■ Скорее НЕ соглашусь    ■ Затруднюсь ответить

# ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

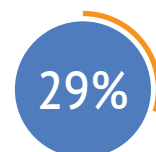
«Какие именно программы поддержки нужны женщинам-предпринимателям?», в % от опрошенных женщин-предпринимателей



Финансирование бизнеса, привлечение финансовых ресурсов



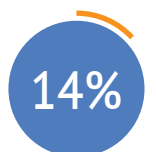
Личностное развитие (тренинги личного роста, психология ведения бизнеса)



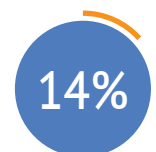
Профессиональное обучение, семинары



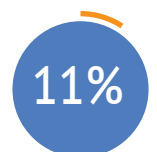
Поддержка во время декретного периода, расширенные социальные гарантии для женщин-предпринимателей



Разработка и продвижение в СМИ идеи женских сообществ, семинаров и возможностей нетворкинга



Другое



Налоговые льготы, налоговые каникулы для женщин



Поддержка в приобретении или аренде недвижимости



Затрудняюсь ответить

Наиболее востребованные женщинами-предпринимателями меры поддержки связаны, прежде всего, с финансированием, на что указали 37% опрошенных.

Примечательно, что на втором и третьем месте данного рейтинга — меры, связанные с обучением: треть предпринимательниц испытывают потребности в личностном развитии (31%) и немногим меньше (29%) хотели бы проходить профессиональное обучение, участвовать в семинарах.

Каждый пятый ответ был связан с поддержкой женщин во время декретного отпуска.

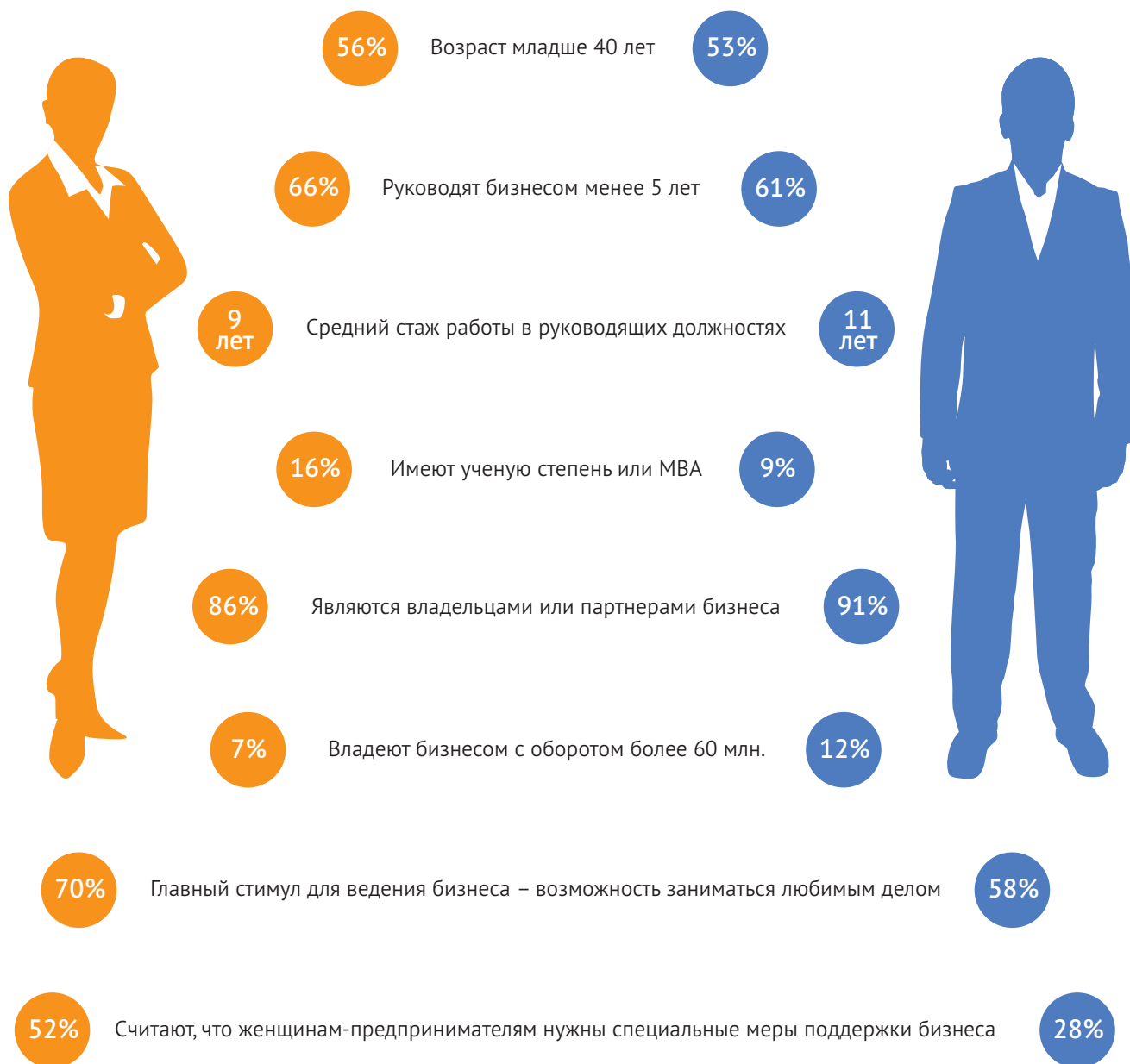


«Женщинам нужны просветительские, информационные программы. Основным барьером в предпринимательской деятельности для женщин является незнание и непонимание существующих возможностей, а также ярких и успешных примеров»

«Нужны программы поддержки для молодых или одиноких мам. Хорошо, когда центр занятости проводит переобучение молодых мам, но это, как правило, помогает выжить, немного приподняться, но не дает толчка начать или развить свой бизнес»

«Очень часто для женщины ведение своего маленького дела является единственно возможным видом деятельности, ведь надо уделять внимание и детям. На примере других стран знаю: есть программы поддержки женского микропредпринимательства, и льготные кредиты на старт, и обучение, и моральная поддержка в виде клубов для женщин-предпринимателей»

# ПОРТРЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ



## I Мотивы начала предпринимательской деятельности и типичные трудности, с которыми сталкивались предприниматели

- Самые распространенные мотивы открытия своего дела – стремление к самореализации, претворению в жизнь своих бизнес-идей и стремление к финансовой независимости. Нежелание работать под чьим-то управлением, занимает третье место, при этом для мужчин данный мотив существенно актуальнее.
- Трудности, характерные для начала предпринимательской деятельности, носят комплексный характер – опрошенные называли одновременно несколько основных проблем. Пять трудностей, указанных чаще всего: недоступность финансирования, нехватка знаний и опыта, недоступность кадровых ресурсов, административные барьеры и сложности сбыта продукции.
- Если для мужчин большей сложностью оказались административные барьеры, то для женщин-предпринимателей более серьезной проблемой выступала нехватка знаний и опыта ведения бизнеса (40% против 32% у мужчин) .
- Почти каждый пятый предприниматель ощутил на себе недостатки в развитии региональной инфраструктуры бизнеса (недоступность офисов, складов, коммуникаций, нехватка информации о рынке и возможных перспективах бизнеса).

## II Оценка текущего состояния бизнеса. Стимулы и планы по продолжению предпринимательской деятельности

- Несмотря на то, что более половины опрошенных считают свой бизнес конкурентоспособным, а почти каждый десятый относит свое предприятие к лидерам рынка, треть предпринимателей ответили, что их бизнес находится на грани выживания. Особенно часто так отвечали представители сфер производства, строительства и розничной торговли.
- Два главных стимула к продолжению предпринимательской деятельности – это получение дохода и возможность заниматься любимым делом. Последний стимул является существенно более важным для женщин.



- Наиболее часто называвшимися личными достижениями были финансовые и производственные успехи. Для каждого четвертого респондента успехом стала хорошая узнаваемость организации на рынке.
- Две трети опрошенных в ближайшей перспективе планируют развивать и расширять свою деятельность, особенно часто такие планы характерны для молодых управленцев с опытом руководства до трех лет.
- Самые оптимистичные планы по развитию деятельности характерны для представителей оптовой торговли, предприятий, занимающихся операциями с недвижимостью, а также для гостиниц и ресторанов, строительных компаний (более 70% указали, что планируют развитие и расширение деятельности).
- Самые пессимистичные планы – у представителей производственных предприятий и розничной торговли.

### III Оценка текущего состояния предпринимательского климата в стране и регионе ведения бизнеса

- В большинстве случаев предприниматели оценивают ситуацию с предпринимательским климатом в регионе так же, как и по стране в целом.
- Соотношение положительных, нейтральных и отрицательных оценок оказалось примерно равным: около трети опрошенных охарактеризовали предпринимательский климат как хороший, чуть большее количество (около 40%) дали нейтральные оценки и еще около трети назвали его плохим.
- Лучше всего предпринимательский климат региона оценили представители сферы услуг. На среднем уровне бизнес-климат оценили предприятия, занимающиеся оптовой торговлей и операциями с недвижимостью.
- Самые негативные оценки получены от представителей бизнеса, связанного с производством, розничной торговлей, строительством и транспортом.

## IV Актуальные и востребованные направления поддержки бизнеса. Интерес к участию в профессиональных объединениях и дальнейшему образованию

- Отвечая на вопрос о направлениях поддержки бизнеса, многие предприниматели обращали внимание на проблемы, связанные с этапом становления бизнеса, когда особенно остро ощущается налоговое и административное давление. Около пятой части всех озвученных мер были связаны с необходимостью введения льготного налогообложения и снижения административного давления. Не менее важными для предпринимателей оказались вопросы доступности информации: многие предлагали создавать специальные образовательные программы по организации и ведению бизнеса, обращали внимание на необходимость профессионального консультирования в области юридического и бухгалтерского сопровождения (19%). Около пятой части предложений связаны с финансовой поддержкой, выражающейся в субсидировании, организации специальных грантов для предпринимателей, а также программах льготного кредитования и создания специальных банковских продуктов.
- Большинство опрошенных предпринимателей не состоят ни в каких предпринимательских объединениях и сообществах. Среди тех, кто является участником того или иного объединения, доля тех, кто считает, что это помогает ведению бизнеса, аналогична доле тех, кто считает иначе.
- Среди сайтов, наиболее полезных для предпринимателей и используемых в их деятельности, чаще всего назывались профессиональные отраслевые Интернет-ресурсы. Вторую и третью позиции делят сайты государственных ведомств и региональных администраций, а также справочные системы (правовые, налоговые, бухгалтерские). Региональные фонды развития предпринимательства как официальные средства внутрирегиональной коммуникации предпринимателей занимают лишь четвертую позицию рейтинга.

- Абсолютное большинство предпринимателей указали, что испытывают необходимость в получении дополнительных знаний, связанных с предпринимательской деятельностью. Для женщин, в отличие от предпринимателей-мужчин, более важными оказались такие направления, как финансирование бизнеса, продвижение товаров и услуг и технологии продаж.

## V Отношение к женскому предпринимательству

- Гендерная проблематика в российском бизнесе значительно сильнее ощущается женщинами, нежели мужчинами.
- Опрошенные женщины значительно чаще соглашались с тем, что в России существует дискриминация по гендерному признаку при назначении на высшие управленческие должности (56% против 27%), с тем, что женщинам сложнее вести предпринимательскую деятельность, чем жительницам европейских стран (44% против 28%) и с тем, что женщинам в России нужны дополнительные программы или меры по поддержке бизнеса (52% против 28%).
- При этом большинство опрошенных (около двух третьих) предпринимателей обоих полов не согласились с утверждением о том, что женщинам сложнее добиться успеха в бизнесе, чем мужчинам.
- Наиболее востребованные женщинами-предпринимателями меры поддержки связаны, прежде всего, с повышением доступности финансирования (указали более трети). На втором и третьем месте – меры, связанные с обучением: треть предпринимательниц испытывают потребности в части личностного развития (31%) и немногим меньше (29%) хотели бы проходить профессиональное обучение, участвовать в семинарах.

# КОНТАКТЫ

## **НП «Комитет 20»**

(Ассоциация женщин – лидеров бизнеса)

121069, Москва, Столовый пер., дом 6, стр. 2

[k20@wbls.ru](mailto:k20@wbls.ru)

[www.kom20.ru](http://www.kom20.ru)