

Россия

**Чего хотят
женщины-
предприниматели...
в России**



EY

Совершенствуя бизнес,
улучшаем мир



Введение



Вопросы гендерного равенства и диверсификации в стратегии управления бизнесом и персоналом, оставаясь актуальными, требуют дальнейшего изучения и выработки новых подходов.

В апреле 2017 года компания EY провела анализ данных по этой теме, собранных в рамках ежеквартального совместного исследования Промсвязьбанка и «ОПОРЫ России» «Индекс Опоры RSBI: компас для анализа микро, малого и среднего бизнеса» и отражающих мнение 2000 российских предпринимателей в целом, а также в разрезе размера бизнеса, отраслей и отдельных регионов. Кроме того, были проанализированы результаты исследования «Индекс предпринимательской активности женщин в России (WBI)», проводимого по инициативе Комитета по развитию женского предпринимательства «ОПОРА России» при поддержке Агентства стратегических инициатив и других партнеров.

Аналитический центр EY обобщил указанные данные, сопоставив их с результатами исследования Naus по вопросам гендерной диверсификации в России и в мире, а также с результатами собственного исследования EY «Женщины в составе советов директоров в США: наши наблюдения».

Проведенный нами анализ касается практики ведения деятельности в сегментах малого, среднего и крупного бизнеса в России и раскрывает самые последние тенденции в сфере женского предпринимательства. Мы надеемся, что выводы, представленные в настоящем обзоре, будут интересны и полезны широкой аудитории.

Ситуация в сегменте малого и среднего бизнеса

59%

респондентов считают, что условия ведения бизнеса не изменились.

80%

не планируют наращивать или сокращать инвестиционную активность.

Прежде чем говорить о россиянках с активной жизненной позицией, необходимо понять ситуацию в сегменте малого и среднего бизнеса (МСБ) в целом. Согласно результатам ежеквартального исследования «Индекс Опоры RSBI» (полученным на основе опроса 2000 компаний в России и отражающим мнение предпринимателей в сегменте МСБ), деловая активность компаний малого и среднего бизнеса растет. В третьем квартале 2016 года Индекс Опоры RSBI достиг максимального значения с конца 2014 года, составив 44,9 пункта¹. Однако в четвертом квартале этот показатель уменьшился. Большинство респондентов настроены скорее пессимистически, поскольку наблюдают продолжение стагнации. На фоне снижающихся оборотов розничной торговли, сокращения выручки и замедления роста инвестиций представители МСБ не планируют активных действий и наращивания инвестиционной составляющей.

Подобные цифры говорят о том, что малый и средний бизнес пытается приспособиться к текущим условиям, стремясь оптимизировать издержки и не делая при этом резких шагов. На первый план выходят разумная экономия и органический рост. 75% опрошенных утверждают, что им не нужно дополнительное финансирование. Будучи неуверенным в позитивной динамике или увеличении выручки, малый бизнес старается не использовать кредитные ресурсы².

¹ <https://www.psbank.ru/Bank/Press/News/2016/10/24-02>

² Индекс Опоры RSBI: компас для анализа микро, малого и среднего бизнеса, IV квартал 2016 года http://rsbindex.com/files/rsbi-results/pdf/psb_17_02_pres_4q16_170207a.pdf



Женское предпринимательство



Если разделить ответы респондентов в рамках исследования «Индекс Опоры RSBI» по гендерному признаку, то традиционно женщины более сдержанны в прогнозах. Однако в третьем квартале 2016 года они проявили больше оптимизма, чем мужчины, при оценке доступности финансирования и динамики развития в целом. Все опрошенные руководители, вне зависимости от пола, не готовы вкладывать ни собственные, ни заемные средства в развитие своего бизнеса. Их останавливает прежде всего нестабильная экономическая ситуация, падение спроса и отсутствие приемлемых финансовых ресурсов. Женщины-предприниматели больше мужчин беспокоятся по поводу эффективности вложенных средств.

38% опрошенных предпринимательниц высказываются в пользу разумной экономии и оптимизации затрат, а их коллеги-мужчины (35%) делают ставку на стабильную работу компании. Но оптимизация, с точки зрения женщин-предпринимателей, предполагает не снижение расходов на материалы или комплектующие и тем более не сокращение штата, а скорее пересмотр ассортимента продуктов и услуг.

Кроме того, женщины-предприниматели меньше зависят от импорта. Они более активно ищут отечественные аналоги для производства / продажи товаров и услуг. Это может быть связано со спецификой сфер деятельности, которые традиционно выбирают женщины (например, детские товары), а также с небольшим размером управляемых ими компаний, которые удовлетворяют локальный спрос.

По данным исследования «Индекс Опоры RSBI» 92% женщин и 93% мужчин, возглавляющих компании малого и среднего бизнеса, не получали государственную поддержку, а треть всех респондентов ничего не знают о мерах государственной поддержки. Более того, только 7% женщин получали субсидии и гранты для начинающих предпринимателей в течение последних пяти лет. Также мала доля предпринимательниц, участвующих в процедурах государственных закупок. Поскольку семья для женщины всегда находится на первом месте, они полагаются прежде всего на поддержку близких, открывая свое дело.

38%

женщин-предпринимателей называют своей текущей бизнес-стратегией разумную экономию, основанную на оптимизации затрат.

35%

мужчин-предпринимателей основывают бизнес-стратегию на стабильно работающем предприятии.

28%

мужчин-предпринимателей используют только отечественные компоненты при осуществлении деятельности.

35%

женщин-предпринимателей утверждают, что используют только отечественные компоненты.

69%

женщин-предпринимателей, получивших дополнительное образование, отмечают его эффективность.

Женщина-руководитель в России почти всегда имеет высшее образование, но это не означает, что у нее достаточно знаний и навыков в финансовой и управленческой сферах. Данный вывод подтверждают результаты исследования «Индекс Опоры RSBI» – 58% женщин-респондентов не получали дополнительного образования в области управления. Однако те, кто обучался, отмечают ценность знаний, которые помогают им как в повседневной работе, так и в решении сложных бизнес-проблем. И мужчины, и женщины считают прежде всего нехватку времени основным препятствием на пути к получению дополнительного образования. Женщины также указывают, что стоимость обучения для

них слишком высока. Это связано с тем, что они в основном сосредоточены в сегменте микробизнеса, для которого характерны небольшие объемы инвестиций и разумная экономия. В то же время, согласно результатам исследования, у бизнес-образования есть значительный потенциал, который можно реализовать путем снижения стоимости обучения и его адаптации с учетом применения полученных знаний в традиционно женских отраслях. Вкладывая собственные средства в обучение при небольшом заработке, женщины хотят убедиться в том, что их инвестиции окупятся и помогут им в решении вопросов развития бизнеса.



Тенденции и перспективы



Мы можем наблюдать и позитивные тенденции. По результатам исследования «Индекс предпринимательской активности женщин в России (WBI)»³, проведенного в первом квартале 2017 года, сами женщины-предприниматели (42%) отмечают значительное улучшение общественного мнения по отношению к ним. Подобные положительные изменения основаны на активной работе СМИ, моде и тиражируемых примерах успеха. Более трети опрошенных женщин ожидают дальнейшего улучшения отношения. Позитивная динамика наблюдается и в совершенствовании инфраструктуры в помощь молодым мамам, открывшим свое дело. Ожидается, что подобная тенденция сохранится в ближайшем будущем. Для этого необходимо продолжать развитие инфраструктуры и расширять доступность дошкольных заведений.

Большинство респондентов не ждут положительных изменений экономических условий, которые могли бы облегчить процесс создания собственного бизнеса, – 69% опрошенных предпринимательниц считают, что ситуация останется прежней. Среди основных негативных факторов респонденты отмечают высокую налоговую нагрузку, нестабильную экономическую ситуацию, снижение покупательной способности и административные барьеры, а также очень низкий уровень доступности финансовых ресурсов. Традиционно практически половина женщин-предпринимателей занимают средства у родных и знакомых. При этом возможностью кредитования предприятий МСБ смогли воспользоваться меньше одной пятой респондентов. В процессе привлечения финансовых ресурсов для развития

бизнеса женщины сталкиваются с такими сложностями, как требования по предоставлению залога, высокие процентные ставки, необходимость сбора большого объема документов и в итоге одобрение неполной суммы кредита. С этими трудностями связаны пессимистичные ожидания респондентов: 35% полагают, что доступность финансовых ресурсов снизится.

³ Индекс предпринимательской активности женщин в России, НАФИ,
http://www.oprf.ru/files/1_2017dok/otchet_zhenskoe_predprinimatelstvo06032017.pdf

Потенциал есть!



Проведение социальных программ, улучшение инфраструктуры и усиление финансовой поддержки повышают потенциал успешного развития женского предпринимательства. Как показывает исследование «Индекс WBI», 73% россиянок положительно относятся к женскому предпринимательству. 38% хотят и потенциально готовы начать свое дело, а 14% планируют это в ближайшее время или уже развивают бизнес. Исторически наиболее популярны сфера услуг и торговля, а также производство товаров повседневного спроса, косметики и пищевых продуктов. Основными стимулами для женщин сейчас являются не только материальное благополучие и самореализация, но и повышение социальной значимости. При этом растет число тех, кто выбирает социальные проекты – возможно, менее прибыльные, но приносящие больше пользы обществу.

В связи с тем что количество сложностей с получением финансирования и поиском нефинансовых ресурсов увеличивается, женщины-предприниматели чаще полагаются на поддержку родных и друзей, на создание команды единомышленников, выверенный бизнес-план и свои собственные силы.

В текущей ситуации женское предпринимательство находится в состоянии «выжидательной готовности». Предпринимательницы готовы расширять и развивать свой бизнес, как только увидят восходящие тренды. Особенно оптимистична и активна возрастная группа от 18 до 24 лет. Это подтверждает и тот факт, что женщины-руководители при оптимизации затрат меньше своих коллег-мужчин сокращают численность сотрудников. Для них важен не столько размер дохода или экспансия, сколько стабильный законный заработок, а также уверенность в завтрашнем дне.

Женщины-руководители крупного бизнеса



Женщины не только вовлечены в решение локальных задач и создание микро-предприятий, но и способны успешно продвигаться вверх по служебной лестнице в больших корпорациях, будь то предприятия тяжелой промышленности или высокотехнологичные компании. В современном мире финансовые и бухгалтерские должности часто занимают женщины, что отражается на гендерном составе руководства, в том числе в крупнейших российских предприятиях. Сравнительный анализ подтверждает, что наши соотечественницы, входящие в состав советов директоров и правлений, не отстают от женщин, занимающих аналогичные позиции в США. Компания EY провела в США исследование «Женщины в составе советов директоров в США: наши наблюдения» (Women on US boards: what we are seeing), в рамках которого были рассмотрены данные за 2014 год по предприятиям среднего и крупного бизнеса, входящим в S&P1500. Согласно полученным результатам только 15% компаний увеличили количество женщин в советах директоров по сравнению с 2013 годом. Женщины составляют всего 16% от общего числа их членов, а ежегодный прирост не превышает 1%. Однако при этом именно крупный бизнес увеличивает количество женщин-руководителей, причем в 60% случаев за счет добавления одного места в совете директоров.

Почти в половине (44%) крупных российских компаний женщины есть и в совете директоров, и в правлении. Если добавить к сравнению российские компании из списка РТС50, то 88% крупнейших и динамично развивающихся российских эмитентов имеют в составе руководства женщин.

По данным исследований, проведенных нашими американскими специалистами, женщины-члены советов директоров моложе своих коллег-мужчин и у них меньше опыта. Зато те, кто достигли высокого положения, могут занимать места в советах директоров сразу нескольких компаний. Женщины на обоих континентах редко назначаются на самые высокие посты, зато им ближе должности руководителей среднего звена. Это подтверждают результаты «Исследования гендерной диверсификации в России и в мире»⁴, проведенного компанией Hays зимой 2017 года, – среди 1614 респондентов 32% женщин занимают позицию руководителя подразделения, 30% из них работают менеджерами и только 4% опрошенных являются владельцами бизнеса и генеральными директорами. Подобной дифференциации способствуют барьеры, препятствующие карьерному росту женщин в России. Больше всего им мешают, по мнению 59% участников опроса, стереотипы и неформальные договоренности. 57% уверены, что препятствием служат вынужденные перерывы в карьере, а 52% считают, что женщине сложно совмещать успешную карьеру и семейную жизнь.

84%

из списка топ-100 российских компаний, входящих в рейтинг Эксперт 400, имеют в составе совета директоров или правления хотя бы одну женщину.

81%

американских компаний из списка S&P1500 имеют в руководящем составе хотя бы одну женщину.

⁴ Hays, март 2017 года – https://www.hays.ru/cs/groups/hays_common/@ru/@content/documents/digitalasset/hays_1890146.pdf

Заключение



Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, сложности с финансированием, психологические и административные барьеры, мы видим небольшой, но уверенный рост женского предпринимательства и доли женщин в составе руководства компаний. По данным исследования Naus, 53% женщин стремятся подняться на самую высокую позицию в компании либо достичь высот в профессии в целом. При этом 47% указали, что текущая должность позволяет им реализовать свои карьерные амбиции.

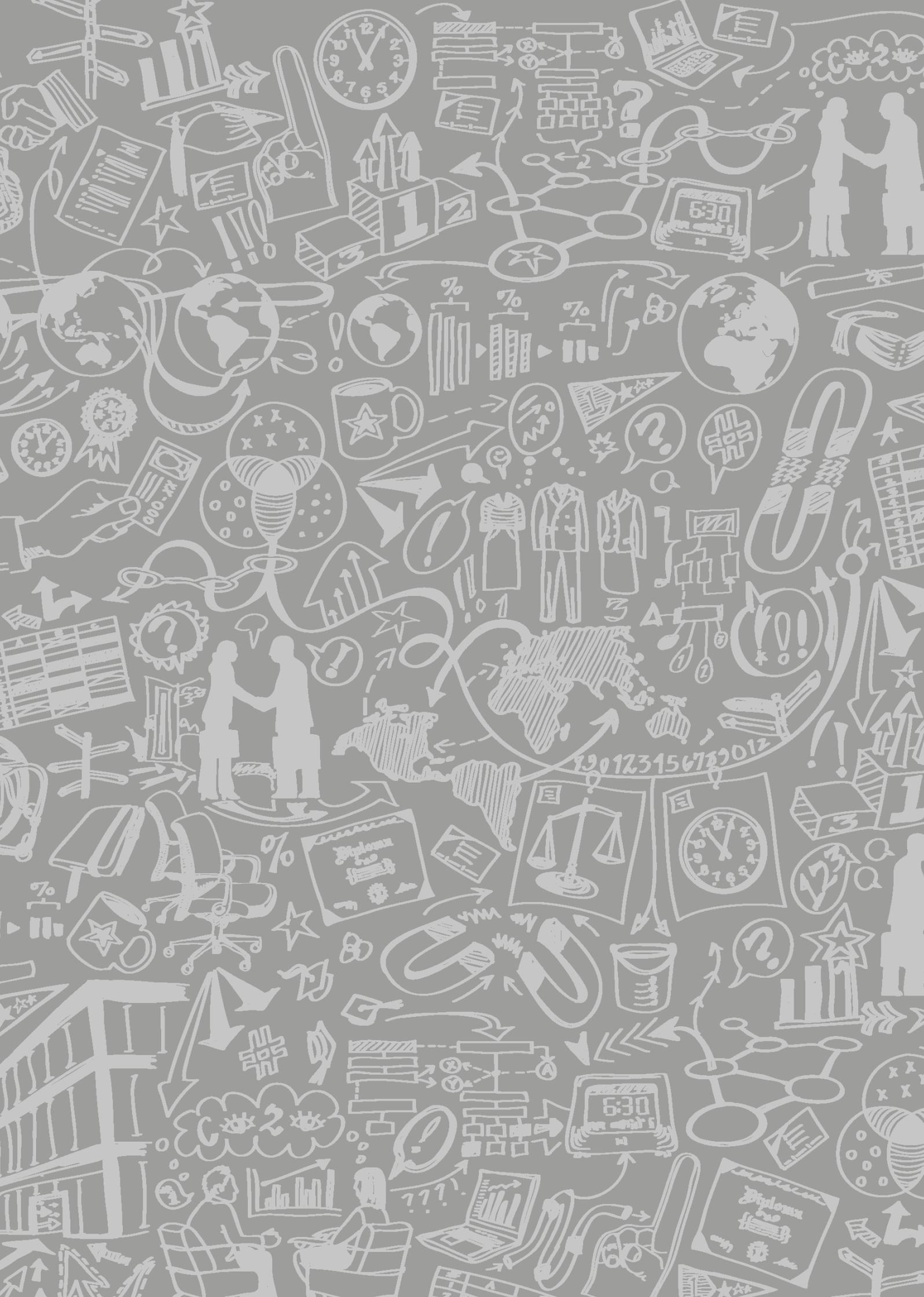
В отношении женского предпринимательства наблюдается рост позитивных настроений в обществе. Более трети (37%) женщин, опрошенных в рамках исследования «Индекс предпринимательской активности женщин в России (WBI)», ожидают дальнейшего улучшения ситуации в будущем. Женское предпринимательство молодеет – растет доля тех, кто относится к возрастной категории до 35 лет. Существующие программы поддержки женского предпринимательства в России способствовали тому, что 53% участниц исследования «Индекс WBI» смогли открыть свой бизнес после рождения детей. Все больше молодых мам пытаются совместить развитие бизнеса с заботами о семье. 69% опрошенных компаний Naus женщин стремятся найти баланс

между семьей и работой, а 38% считают, что гибкие условия труда являются одной из ключевых мер, способных минимизировать различия между мужчинами и женщинами в мире бизнеса.

При недостаточности финансирования очень важны как государственная поддержка, так и программы на местах и в сообществах, в том числе психологическая помощь. СМИ продолжают оказывать большое влияние на выработку системы ценностей, демонстрируя успешные примеры, что стимулирует обмен опытом и взаимодействие в различных сферах.

Поскольку женщины готовы взяться за проекты, приносящие мало прибыли, но важные для общества, им необходимы базовые знания в области организации предприятий и управления капиталом. Россиянки, выбравшие путь предпринимательства, больше других групп населения готовы учиться сами, а также стажировать и обучать свой персонал. Однако 50% респондентов отмечают ограничения, связанные со стоимостью обучения. Для того чтобы развивать бизнес-образование, нужно разработать бесплатные онлайн-программы либо малозатратные формы обучения с учетом традиционно женских сфер деятельности.

В целях стимулирования женского предпринимательства надо также выявить запросы различных категорий женщин, открывающих свое дело. Например, молодым мамам прежде всего необходимо высвободить время для бизнеса – следовательно, самыми важными факторами для них будут развитие инфраструктуры и расширение услуг дошкольных учреждений. Понимание потребностей разных категорий предпринимателей поможет разработать адресные и наиболее эффективные меры и форматы поддержки, которые усилят позитивные тенденции. По мнению участников опроса Naus, любому руководителю требуются такие важные качества, как стратегическое мышление, способность быть лидером, создать свою команду и принимать решения. Все эти качества также присущи успешной женщине-предпринимателю.



Краткая информация о компании EY

EY является международным лидером в области аудита, налогообложения, сопровождения сделок и консультирования. Наши знания и качество услуг помогают укреплять доверие общественности к рынкам капитала и экономике в разных странах мира. Мы формируем выдающихся лидеров, под руководством которых наш коллектив всегда выполняет взятые на себя обязательства. Тем самым мы вносим значимый вклад в улучшение деловой среды на благо наших сотрудников, клиентов и общества в целом.

Мы взаимодействуем с компаниями из стран СНГ, помогая им в достижении бизнес-целей. В 20 офисах нашей фирмы (в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Владивостоке, Южно-Сахалинске, Тольятти, Алматы, Астане, Атырау, Бишкеке, Баку, Киеве, Ташкенте, Тбилиси, Ереване и Минске) работают 4500 специалистов.

Название EY относится к глобальной организации и может относиться к одной или нескольким компаниям, входящим в состав Ernst & Young Global Limited, каждая из которых является отдельным юридическим лицом. Ernst & Young Global Limited – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Великобритании, – является компанией, ограниченной гарантиями ее участников, и не оказывает услуг клиентам. Более подробная информация представлена на нашем сайте: ey.com.

© 2017 ООО «Эрнст энд Янг – оценка и консультационные услуги». Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения.

Компания EY не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

ey.com/ccb

Контактная информация

Для обсуждения вашей стратегии управления капиталом вы можете обращаться к нашим специалистам:



София Азизян
Партнер компании EY,
руководитель направления
по вопросам кадровой стратегии в СНГ,
руководитель программы
«Деловые женщины»
Тел.: + 7 495 755 9700
sophia.azizian@ru.ey.com