

**Европейская экономическая комиссия ООН
КОНФЕРЕНЦИЯ ЕВРОПЕЙСКИХ СТАТИСТИКОВ**

**Рабочая сессия ЕЭК ООН по гендерной статистике
(Женева, Швейцария, 26-28 апреля 2010 г.)**

Рабочий документ 11
25 марта 2010 г.

Вопрос 1b предварительной повестки сессии

**АНАЛИЗ УСЛОВИЙ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ:
ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ**

Пояснительная записка Национального бюро статистики Республики Молдова¹

Вспомогательный доклад

(Весь комплекс работ по подготовке концепции проекта, организации и проведению опроса, обработке полученных результатов и др. проводился Национальным бюро статистики. Ответственный исполнитель проекта от НБС - Нина Чеснокова, контактное лицо по вопросам гендерной статистики (Gender Focal Point). Анализ полученных результатов и представление материалов для публикации выполнила консультант проекта, доктор экономики Елена Акулай. Проект реализован при поддержке UNDP и UNIFEM и Sida).

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Национальное бюро статистики Республики Молдова в последние годы принимает усилия для ликвидации пробелов в данных, дезагрегированных по признаку пола и публикует материалы, в которых акцент сделан на гендерном факторе: статистические сборники "Женщины и мужчины Республики Молдова"; "Женщины и мужчины на рынке труда в Республике Молдова", "Гид пользователя гендерной статистики" и др. Однако статистическая база до сих пор не позволяла серьезно исследовать гендерный аспект в развитии предпринимательства, поскольку целью сбора данных о бизнесе была характеристика предприятий, а не лиц, которые ими управляют.

2. С целью выявления особенностей предпринимателей женщин и мужчин, анализа проблем инициирования и развития бизнеса через призму гендерных различий НБС в рамках структурного обследования предприятий реализовало дополнительный модуль – «Условия создания и развития предприятий» с акцентом на гендерном факторе. Была разработана специальная анкета, на основе которой проведен опрос предпринимателей.

¹ Подготовлен Ниной Чесноковой, Национальное бюро статистики Республики Молдова

II. МЕТОДОЛОГИЯ ОБСЛЕДОВАНИЯ

3. В качестве объектов наблюдения выступали активные (с оборотом больше нуля) предприятия, за исключением предприятий секторов финансового посредничества и государственного управления, представившие финансовые отчеты; индивидуальные предприятия, представившие декларации о подоходном налоге государственной налоговой инспекции; вновь созданные предприятия. Не включены в обследование крестьянские (фермерские) хозяйства.

4. В целях проведения качественного обследования, база выборки была сформирована на основе трех источников информации

- База данных RENIM (Национальный межадминистративный регистр) по состоянию на 1 января 2009г. и RENUС (Национальный регистр статистических единиц);
- База данных активных предприятий, представивших финансовые отчеты за 2008 г. База данных по активным индивидуальным предприятиям, представившим декларации о подоходном налоге Государственной налоговой инспекции.

5. При формировании выборки учитывались следующие критерии стратификации:

- Основной вид экономической деятельности (согласно САЕМ - Классификатору видов экономической деятельности Молдовы)
- Размер предприятий - по критерию численности наемного персонала (группы: 0-4, 5-9, 10-19 и свыше 20)
- Территориальный признак - тип местности нахождения предприятия (городская, сельская) и экономический регион (мун.Кишинэу, Север, Центр, Юг, АТО Гагаузия)

6. Генеральная совокупность для структурного обследования составила 27,9 тыс. предприятий. Выборка включала 15537 предприятий, что составило 55,7% от базы выборки. В качестве респондентов выступали предприниматели, к числу которых относятся руководители/ ведущие менеджеры предприятий, как работающие по найму, так и являющиеся собственниками бизнеса (владеющие им полностью или частично).

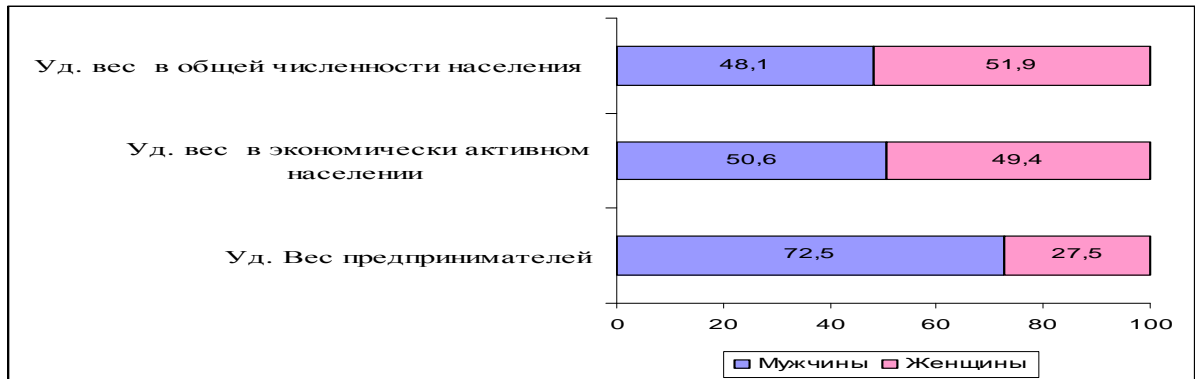
7. Основное содержание материала представлено в 2-х разделах. В первом – дана характеристика предпринимателей, представлено их распределение по полу, возрастным группам, уровню образования, типу местности нахождения предприятия, регионам развития, другим признакам. Второй раздел посвящен анализу профиля и условий развития предприятий. Представлено их распределение по видам экономической деятельности, возрасту предприятий, размеру бизнеса. Исследованы условия становления предприятий - способы их создания и источники стартового капитала; выявлена ситуация и проблемы бизнеса в 2008г., ожидания предпринимателей на 2009г.

III. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

8. Удельный вес женщин предпринимателей (наемных менеджеров и совладельцев бизнеса) в общем количестве предпринимателей Молдовы составляет 27,5%, т.е.

количество мужчин предпринимателей в 2,6 раза выше, чем количество женщин. Указанные пропорции не соответствуют распределению населения Молдовы по полу: удельный вес женщин, занятых предпринимательством, значительно ниже, чем удельный вес женщин в экономически активном населении (49,5%) и в общей численности населения Молдовы (51,9%). Тем не менее, удельный вес предпринимателей женщин в Молдове сопоставим с подобными показателями в других странах.

Диаграмма 1. Распределение населения, экономически активного населения и предпринимателей по полу, %



9. Удельный вес женщин предпринимателей в сельской местности ниже соответствующего показателя у мужчин: доля женщин предпринимателей в сельской местности составляет 14,9% (у мужчин – 17,6%). Соответственно, в городской местности доля женщин предпринимателей составляет 85,1%, т.е. превышает долю мужчин (82,5%).

10. Большинство предпринимателей (58,7%) проживает/работает в мун. Кишинэу. Среди остальных регионов развития относительно больший удельный вес опрошенных работают в Северном (17,1%) и Центральном (14,0%) регионах. На юге Молдовы доля предпринимателей составляет порядка 10%, в том числе - 6,9% в Южном регионе; 3,3% - в АТО Гагаузия. Существенных гендерных различий по регионам развития не выявлено.

11. Доля женщин предпринимателей, являющихся (со)владельцами бизнеса, на 1,2 процентных пункта ниже доли мужчин предпринимателей: у женщин этот показатель составил 66,2%; у мужчин - 67,4%.

12. Анализ распределения предпринимателей по возрасту показал, что основной удельный вес составляют предприниматели 2-х возрастных групп: 45-54 лет (30,7%) и 35-44 лет (29,5%). Две указанные возрастные группы объединяют 60,2% всех опрошенных. Потенциально наиболее активная группа молодых граждан – от 15 до 34 лет - среди предпринимателей составляет только 22,7%, из них лишь 2,4% - юноши и девушки до 24 лет. К группе наиболее старших по возрасту (55 и более лет) относится 17,1% респондентов. Существенных различий по возрасту между предпринимателями разных полов не наблюдается. Средний возраст предпринимателей у женщин немного ниже, чем у мужчин, и равен 43 годам (у мужчин – 45 годам).

13. Основными характеристиками женщин-предпринимательниц, указывающими на их отличия от предпринимателей мужчин, являются следующие:

- Уровень образования женщин-предпринимательниц несколько ниже, чем у мужчин. Доля женщин предпринимателей с высшим образованием составляет 64,3%, мужчин – 69,3%. В условиях недостатка внешней поддержки (неразвитости институтов инфраструктуры, ограниченного доступа к финансовым ресурсам, др.) образование не только характеризует определенный уровень квалификации, расширяет возможность контактов, но и является одним из важных ресурсов, способствующих развитию бизнеса. Этот тезис подтверждается тем, что сложности в бизнесе относительно чаще встречаются у предпринимателей с более низким уровнем образования.
- Предыдущая деятельность женщин до прихода в бизнес относительно реже была связана с предпринимательством. Предыдущий опыт в качестве работодателя имели 10,5% женщин и 13,4% мужчин; в качестве фермера – 1,3% женщин и 2,1% мужчин. Женщины до начала предпринимательской деятельности чаще занимались домашним хозяйством – 5,0% (мужчины – 0,2%).

14. Анализ деятельности предприятий, которыми владеют и/или управляют женщины, продемонстрировал, что они испытывают более существенные ограничения по следующим позициям:

- Женщины-предпринимательницы относительно чаще управляют/владеют микро-предприятиями, которые, как известно, характеризуются более ограниченными ресурсами и возможностями роста. Доля женщин в этой группе предприятий составляет 79,4%, в то время как удельный вес мужчин - 67,8%. На предприятиях других размеров относительно чаще предпринимателями являются мужчины. Причем, чем больше размер бизнеса, тем больше удельный вес предпринимателей мужчин: на малых предприятиях доля предпринимателей мужчин в 1,4 раза выше аналогичного показателя для женщин; на средних предприятиях указанное соотношение составляет 2,3 раза; на крупных предприятиях доля мужчин предпринимателей в 3 раза превышает долю женщин.
- Женщины реже, чем мужчины, имели возможность создавать предприятие путем приватизации (особенно в Южном и Центральном регионах страны). Во всех регионах доля женщин, создавших бизнес путем слияния нескольких предприятий или выделения из другого бизнеса, относительно ниже, чем доля мужчин. Соответственно, во всех регионах, кроме мун. Кишинэу, женщинам чаще приходилось создавать предприятия наиболее сложным способом – путем учреждения нового бизнеса.
- Женщины-предпринимательницы относительно чаще, чем мужчины, предпочитают заниматься бизнесом в таких секторах как торговля, гостиницы и рестораны, (55,9%, по сравнению с 43,4% у мужчин); операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям (16,8%; 14,1% - у мужчин). Мужчины, соответственно, чаще создают и развивают бизнес в секторах промышленности (15,9% - мужчины, 10,1% - женщины); транспорта и связи (соответственно, 8,1% и 6,4%); строительства (8,0% и 2,4%); сельского хозяйства, лесоводства, охоты и рыболовства (7,0% и 2,9%).

- Женщины-предпринимательницы относительно чаще работают на молодых (до 2-х лет) и стартовых (до 1 года) предприятиях. Доля молодых предприятий, находящихся в управлении/собственности женщин, составляет 25,8% (у мужчин - 20,7%); доля стартовых у женщин предпринимателей – 2,4% (у мужчин 2,2%).
- Как на этапе создания предприятий, так и на этапе развития бизнеса, женщины испытывают несколько большие ограничения в доступе к источникам финансирования. В структуре стартового капитала у женщин предпринимателей несколько ниже удельный вес собственных сбережений – 72,8% (у мужчин – 74,8%), иностранных инвестиций – 5,0% (у мужчин – 5,5%), государственных субсидий – 0,4% (у мужчин – 1,0%). Одновременно, у женщин несколько выше доля средств, взятых в долг у родственников или друзей – 13,8% (у мужчин – 11,4%), а также банковских кредитов – 5,5% (у мужчин – 5,1%). В 2008г. для женщин относительно более значимой проблемой являлось отсутствие финансовых средств – 76,5%, у мужчин - 73,2%.
- Незначительный процент лиц (1,8%) начали заниматься предпринимательством после возвращения из-за границы. Среди опрошенных мужчин и женщин – будущих предпринимателей предпочтительные страны для работы за рубежом различаются. Относительно большая доля женщин, по сравнению с мужчинами, работала в Италии (16,7%), Турции (11,1%), Румынии (8,3%), Украине (5,6%) и Португалии (5,6%). Мужчины до начала предпринимательской деятельности предпочитали ездить на заработки в Россию (33,1%) и Германию (8,3%).
- Женщины относительно реже, чем мужчины, участвуют в экспортной деятельности: доля экспортирующих предприятий среди всех предприятий, которыми владеют/управляют женщины, составляет 9,1%, в то время как у мужчин - 14,1%.
- Женщины несколько более оптимистично воспринимают грядущие изменения. Ожидаемое ухудшение ситуации отметили 19,7% женщин и 23,2% мужчин. На улучшение ситуации надеются 27,2% женщин, доля мужчин чуть ниже – 26,5%.

VI. ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

15. Указанные результаты позволяют сделать вывод, что предприятия, находящиеся в собственности и управлении женщин, в целом обладают более ограниченными ресурсами и возможностями роста, и на этой основе сформулировать ряд предложений, касающихся выравнивания условий для мужчин и женщин в бизнесе.

16. Одним из главных методов развития предпринимательства является принятие и реализация целевых государственных программ. Поддержка женщин-предпринимательниц возможна как в рамках программ, специально направленных на поддержку женщин, так и в рамках программ, предназначенных для микро предприятий или для начинающих бизнесов, поскольку женщины относительно чаще владеют/управляют именно такими группами предприятий.

17. Необходимо дальнейшее развитие институтов рыночной инфраструктуры, ориентированных на учет специфических потребностей женщин предпринимателей –

повышение их доступа к информации, консультационным услугам, банковским и небанковским источникам финансирования. Обучение предпринимателей основам рыночной экономики, работе в конкурентной среде предоставит им дополнительные шансы для продвижения предприятий на внутреннем рынке, сохранения их в условиях кризиса, развития экспортной деятельности, повышения конкурентоспособности бизнеса.

18. До сих пор поддержка предпринимательства осуществляется в основном на национальном уровне. Местные органы управления в своих регионах могут предлагать предпринимателям отдельных групп, включая женщин, более привлекательные условия для развития бизнеса. Для этого они могут разрабатывать и внедрять собственные региональные программы развития бизнеса с учетом особенностей развития территорий.

19. Результаты исследования могут служить обоснованием не только для политики, направленной на обеспечение гендерного равенства, но и для принятия мер, в целом направленных на развитие бизнеса. Например, одним из важных признаков для группировки предприятий является распределение предпринимателей по возрастным группам. Анализ показал, что для молодых людей бизнес сегодня либо не является достаточно привлекательной сферой, либо барьеры вхождения в бизнес и другие ограничения препятствуют их вовлечению в сферу предпринимательства. Инициирование и разработка целевых программ и специальных проектов и продолжение реализации ранее принятых мер, направленных на вовлечение в бизнес молодых людей, могли бы сыграть положительную роль, как для этой группы граждан, так и для страны в целом.

20. Достаточно солидный средний возраст предпринимателей (45 лет) позволяет сделать вывод, что значительная часть предпринимателей получили образование еще в советский период, или в первой половине 90-х гг. Таким образом, они едва ли владеют серьезными теоретическими знаниями о бизнесе, менеджменте, маркетинге, другими навыками, необходимыми для успешной работы в рыночной экономике. Кроме того, часть лиц (особенно старшего поколения), в свое время были «вытолкнуты» в бизнес в результате массового закрытия предприятий и в поисках любого заработка. И сегодня многие вынуждены заниматься предпринимательством, не имея других источников дохода. Государство, упрощая условия, прежде всего, для самых мелких предприятий – самозанятых, индивидуальных предприятий, семейных фирм и т.п., не только способствует развитию бизнеса, но и решает важные социальные задачи - сокращение безработицы, повышение дохода граждан.

21. Совершенствование системы государственного регулирования во всех случаях должно основываться на результатах специальных исследований, позволяющих выявить и оценить реальные проблемы предпринимателей, их потребности в поддержке, отношении предпринимателей к предлагаемым государством мерам, а также ожидаемый эффект от их выполнения.

22. Полученные результаты дали возможность выявить некоторые проблемы в существующей статистике, дезагрегированной по полу. В настоящее время отсутствуют статистические данные, позволяющие в динамике рассмотреть гендерные различия в сфере предпринимательства. Целесообразным представляется проведение подобных исследований на постоянной основе - ежегодно или 1 раз в 2 года, либо включение признака «пола» в качестве одного из главных классификационных признаков в ежегодное структурное обследование предприятий, с последующим его использованием в процессе обработки и анализа анкет. Внимание к указанным проблемам позволило бы

улучшить статистическую базу для анализа гендерных аспектов в предпринимательской деятельности.

23. Для объективной оценки ситуации в сфере предпринимательства необходимо ежегодное издание статистического сборника по предпринимательству в Молдове, содержащего результаты многофакторного анализа его развития, а также сопоставимые показатели развития предпринимательства в соседних странах, а также государствах-членах ЕС и СНГ. Статистическая информация является необходимым инструментом не только для служащих государственных органов управления и исследователей, но и для самих предпринимателей.
