



**УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ
И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ:
гендерный анализ**



УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: гендерный анализ



Кишинэу, 2009

«Условия создания и развития предприятий: гендерный анализ»

I-й Выпуск

Автор: Акулай Елена, Доктор экономических наук

Редакционная коллегия:

Олег Кара, председатель коллегии

Нина Чеснокова

Жанна Мазур

Юрий Мокану

Людмила Петраш

Александр Соколов

Обложка и верстка: Аксенти Ион

Акулай Елена

«Условия создания и развития предприятий: гендерный анализ» / Elena Aculai;
col. red.: Oleg Cara, Nina Cesnocova, Jana Mazur [et al.]. – Ch. : “Nova Imprim” SRL, 2009. – 93 p.

Тираж: 300 ex.

ISBN 978-9975-9792-9-0.

334.012

A 16

Данный анализ был разработан при поддержке Фонда Организации Объединенных Наций для Развития в Интерессах Женщин (ЮНИФЕМ) и Программой Развития ООН и опубликован в рамках Совместного Проекта ПРООН, ЮНИФЕМ, ФОООН, ЮНИСЕФ «Укрепление Национальной Статистической Системы Республики Молдова» и финансовой поддержки Шведского Агентства международного сотрудничества и развития (Sida).

Данная публикация не обладает авторскими правами, и может воспроизводиться полностью или частично без предварительного согласия Фонда Организации Объединенных Наций для Развития в Интерессах Женщин (ЮНИФЕМ) и Программы Развития ООН. Тем не менее, при воспроизведении ссылка на источник обязательна.

При использовании статистических данных необходимо ссылаться на Национальное Бюро Статистики как источник этих данных.

Взгляды, изложенные в данной публикации, выражают мнение автора, и могут не совпадать с позицией агентств системы ООН.

Данная публикация имеется на румынском, русском и английском языках, а также доступно на странице в Интернет: www.statistica.md и www.un.md/UNIFEM.



Фонд Организации Объединенных Наций по развитию в интерессах женщин (ЮНИФЕМ) оказывает финансовую и техническую поддержку реализации инновационных программ и стратегий по расширению прав и возможностей женщин и достижению гендерного равенства.



Moldova

ПРООН является глобальной сетью ООН в области развития, выступающая за перемены и предоставляет странам доступ к знаниям, опыту и ресурсам с целью помочь людям построить лучшую жизнь.



**Национальное Бюро
Статистики**

ул. Гренобля 106

MD-2019 Кишинев

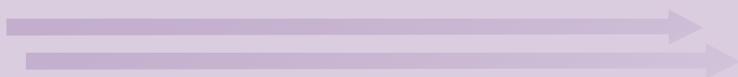
Тел.: (+373 22) 40 30 00

Факс: (+373 22) 22 61 46

E-mail: moldstat@statistica.md

СОДЕРЖАНИЕ

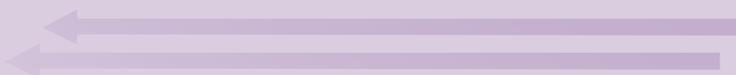
| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 9 |
| МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ..... | 11 |
| ①. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ..... | 13 |
| ②. ПРОФИЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА | 30 |
| 2.1. Профиль предприятий..... | 30 |
| 2.2. Этап инициирования бизнеса..... | 43 |
| 2.3. Ситуация и проблемы в 2008г..... | 51 |
| 2.4. Ожидания предпринимателей на 2009г..... | 80 |
| ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.... | 87 |
| ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ МАТЕРИАЛЫ | 91 |



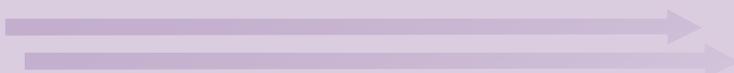
СПИСОК ТАБЛИЦ

| | | |
|-------------|--|----|
| Таблица 1. | Распределение предпринимателей по полу, %..... | 13 |
| Таблица 2. | Распределение населения и экономически активного населения РМ по полу, на 01.01.2009г., % | 13 |
| Таблица 3. | Распределение предпринимателей по уровню образования и полу, % .. | 15 |
| Таблица 4. | Распределение предпринимателей по уровню образования и типу местности, % | 16 |
| Таблица 5. | Распределение предпринимателей по возрастным группам и полу, % .. | 17 |
| Таблица 6. | Распределение населения РМ по возрастным группам и полу, % | 18 |
| Таблица 7. | Распределение предпринимателей по возрастным группам и типу местности, %..... | 18 |
| Таблица 8. | Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и пола, %..... | 20 |
| Таблица 9. | Деятельность предпринимателей, предшествующая началу бизнеса на данном предприятии: работа за границей по странам и полу, % | 21 |
| Таблица 10. | Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и типа местности, % | 22 |
| Таблица 11. | Распределение предпринимателей по типу местности и полу, %..... | 23 |
| Таблица 12. | Распределение жителей Молдовы по типу местности и полу, % | 24 |
| Таблица 13. | Распределение предпринимателей по регионам развития и полу, % | 25 |
| Таблица 14. | Распределение предпринимателей по регионам развития, возрасту и полу, %..... | 26 |
| Таблица 15. | Распределение предпринимателей по статусу на предприятиях и полу, %..... | 27 |
| Таблица 16. | Распределение собственников предприятий по типу местности, % | 27 |
| Таблица 17. | Распределение собственников предприятий по регионам развития и полу, % | 28 |
| Таблица 18. | Распределение собственников предприятий по регионам развития, полу и возрасту, %..... | 29 |
| Таблица 19. | Распределение предприятий по размерам бизнеса и полу предпринимателей, %..... | 31 |
| Таблица 20. | Распределение предприятий по размерам бизнеса (численности занятых) и типу местности, % | 32 |
| Таблица 21. | Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и полу предпринимателей, % | 33 |
| Таблица 22. | Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и типу местности, %..... | 33 |

| | | |
|-------------|--|----|
| Таблица 23. | Распределение предприятий по основному виду деятельности и полу предпринимателей, % | 34 |
| Таблица 24. | Распределение предприятий по основному виду деятельности и типу местности, % | 36 |
| Таблица 25. | Распределение предприятий по регионам развития, видам экономической деятельности и полу предпринимателей, % | 37 |
| Таблица 26. | Распределение предприятий по видам экономической деятельности, регионам развития и полу предпринимателей, % | 40 |
| Таблица 27. | Распределение предприятий по способу создания и полу предпринимателей, %..... | 43 |
| Таблица 28. | Распределение предприятий по способу создания и типу местности, % | 44 |
| Таблица 29. | Распределение предприятий по способу создания, регионам развития и полу предпринимателей, % | 44 |
| Таблица 30. | Распределение предприятий по источникам стартового капитала, полу и возрасту предпринимателей, % | 47 |
| Таблица 31 | Распределение предприятий по источникам и размеру ресурсов, используемых для создания предприятий и полу предпринимателей, % | 48 |
| Таблица 32. | Распределение предприятий по источникам стартового капитала, регионам развития и полу предпринимателей, %..... | 50 |
| Таблица 33. | Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по полу предпринимателей, % | 52 |
| Таблица 34. | Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по типу местности, % | 52 |
| Таблица 35. | Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % .. | 53 |
| Таблица 36. | Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %..... | 54 |
| Таблица 37. | Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %..... | 54 |
| Таблица 38. | Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % | 57 |
| Таблица 39. | Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по типу местности, % | 58 |
| Таблица 40. | Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 59 |
| Таблица 41. | Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 62 |



| | | |
|-------------|---|----|
| Таблица 42. | Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по регионам развитию и полу предпринимателей, % | 63 |
| Таблица 43. | Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % | 66 |
| Таблица 44. | Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, % | 66 |
| Таблица 45. | Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 67 |
| Таблица 46. | Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 67 |
| Таблица 47. | Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 68 |
| Таблица 48. | Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % | 69 |
| Таблица 49. | Причины сложностей предприятий при продаже продукции/оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, % | 70 |
| Таблица 50. | Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 71 |
| Таблица 51. | Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 73 |
| Таблица 52. | Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 76 |
| Таблица 53. | Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по полу предпринимателей, % | 78 |
| Таблица 54. | Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по типу местности, % | 78 |
| Таблица 55. | Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 78 |
| Таблица 56. | Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 79 |
| Таблица 57. | Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по полу предпринимателей, % | 81 |
| Таблица 58. | Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по типу местности, % | 82 |



- Таблица 59. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %..83
- Таблица 60. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %..84
- Таблица 61. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %.....85

СПИСОК ДИАГРАММ

| | |
|--|----|
| Диаграмма 1. Распределение населения, экономически активного населения и предпринимателей по полу, % | 14 |
| Диаграмма 2. Распределение предпринимателей по уровню образования и типу местности, %..... | 16 |
| Диаграмма 3. Распределение предпринимателей по возрастным группам и типу местности, %..... | 19 |
| Диаграмма 4. Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, % | 20 |
| Диаграмма 5. Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и типа местности, %..... | 22 |
| Диаграмма 6. Распределение предпринимателей по типу местности и полу, % | 23 |
| Диаграмма 7. Распределение предпринимателей по полу и типу местности, % | 23 |
| Диаграмма 8. Распределение предпринимателей по регионам развития и полу, %..... | 25 |
| Диаграмма 9. Распределение собственников предприятий по регионам развития и полу, %□. | 28 |
| Диаграмма 10. Распределение предприятий по размерам бизнеса и полу предпринимателей, %..... | 31 |
| Диаграмма 11. Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и полу предпринимателей, % | 33 |
| Диаграмма 12. Распределение предприятий по основному виду деятельности и полу предпринимателей, % | 35 |
| Диаграмма 13. Распределение предприятий по основному виду деятельности и типу местности, %..... | 36 |
| Диаграмма 14. Распределение предприятий по регионам развития, видам экономической деятельности и полу предпринимателей, % | 39 |
| Диаграмма 15. Распределение предприятий по видам экономической деятельности, регионам развития и полу предпринимателей, % | 42 |
| Диаграмма 16. Распределение предприятий по источникам стартового капитала и полу предпринимателей, % | 48 |
| Диаграмма 17. Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %..... | 55 |
| Диаграмма 18. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % | 57 |

| | |
|---|----|
| Диаграмма 19. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по типу местности, % | 58 |
| Диаграмма 20. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 60 |
| Диаграмма 21. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 65 |
| Диаграмма 22. Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 68 |
| Диаграмма 23. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % | 69 |
| Диаграмма 24. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, % | 70 |
| Диаграмма 25. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 72 |
| Диаграмма 26. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 75 |
| Диаграмма 27. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г. , распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 77 |
| Диаграмма 28. Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 79 |
| Диаграмма 29. Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 80 |
| Диаграмма 30. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по полу предпринимателей, % | 81 |
| Диаграмма 31. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по типу местности, % | 82 |
| Диаграмма 32. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % | 83 |
| Диаграмма 33. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % | 85 |
| Диаграмма 34. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % | 86 |

СПИСОК ВСТАВОК

| | |
|--|----|
| Вставка 1. Предпринимательский потенциал женщин в ЕС | 14 |
| Вставка 2. Влияние образования на деловой успех | 15 |
| Вставка 3. Проблемы женщин в бизнесе | 24 |
| Вставка 4. Основные проблемы предпринимателей | 56 |

Введение

Особенности женщин и мужчин, как специфических социально - демографических групп, учитываются гендерной статистикой и используются для обоснования социальной, демографической и экономической политики.

Национальное Бюро Статистики Республики Молдова в последние годы многие данные дезагрегирует по полу и публикует материалы, в которых акцент сделан на гендерном факторе: Статистические справочники “Женщины и мужчины Республики Молдова”; “Женщины и мужчины на рынке труда в Республике Молдова”, “Гид пользователя гендерной статистики”. 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.

Цель настоящей работы – выявить особенности женщин и мужчин предпринимателей, проанализировать проблемы инициирования и развития бизнеса через призму гендерных различий. Это позволит создать условия для выравнивания возможностей участия женщин и мужчин в предпринимательской деятельности.

Работа выполнена на базе результатов структурного обследования предприятий, которое ежегодно реализуется Национальным бюро статистики и представляет многоаспектную картину развития предпринимательства в стране. В 2009г. в рамках структурного обследования предприятий предусмотрен и реализован дополнительный модуль – «Условия развития предприятия» со специальным акцентом на гендерном факторе.

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; выявлены ситуация и проблемы бизнеса в 2008г., ожидания предпринимателей на 2009 г. Большинство данных проанализировано через призму гендерного фактора.

Результаты предназначены для научных целей и практических действий, направленных на реализацию принципа равных прав и возможностей женщин и мужчин в сфере предпринимательства. Результаты могут служить обоснованием для государственной и региональной политики, прежде всего, политики регулирования бизнеса, социальной и демографической политик. Они могут быть использованы в деятельности общественных, в частности, женских организаций.

Весь комплекс работ по подготовке концепции проекта, организации и проведению опроса, обработке полученных результатов и др. проводился Национальным бюро статистики. Ответственный исполнитель проекта от Национального бюро статистики - 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 Фонда Организации Объединенных Наций для Развития в Интересах Женщин (ЮНИФЕМ) и Программой Развития ООН и опубликован в рамках Совместного Проекта ПРООН, ЮНИФЕМ, ФОООН, ЮНИСЕФ «Укрепление Национальной Статистической Системы Республики Молдова» и финансовой поддержки Шведского Агентства международного сотрудничества и развития (Sida).

Методология исследования

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

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.

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 RENU (Национальный регистр статистических единиц);*
- *База данных активных предприятий, представивших финансовые отчеты за 2008 г. с оборотом больше нуля;*
- *База данных по активным индивидуальным предприятиям, представившим декларации о подоходном налоге Государственной налоговой инспекции.*

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)*

Опрос проводился в мае - июне 2009г. 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).

При опросе использовался метод анкетирования.

При описании результатов опроса в таблицах возможны незначительные расхождения между итоговой строкой и суммой строк (слагаемых), что объясняется округлением данных.

Основным источником информации для представленного исследования служили результаты обработки анкеты «Условия развития предприятия». Анкета охватывала следующие данные:

1. О предпринимателе:

- *Пол*
- *Возраст*
- *Уровень образования*
- *Род деятельности до вступления в нынешнюю должность*
- *Статус на предприятии (наемный менеджер или собственник)*

2. О предприятии и ситуации в бизнесе:

- *Возраст предприятия*
- *Способы создания предприятия*
- *Источники стартового капитала*
- *Условия бизнеса в 2008г.*
- *Ожидания деятельности предприятия в 2009г.*

Наряду с результатами указанной анкеты для дополнительной характеристики предприятий выборки использовалась также информация из базы данных структурного обследования предприятий, включающая:

- *Вид экономической деятельности предприятия*
- *Размер бизнеса (численность работников)*
- *Тип местности нахождения предприятия (городская, сельская)*
- *Регион развития (мун.Кишинэу, Север, Центр, Юг, АТО Гагаузия).*

При подготовке отчета были использованы другие приемлемые материалы - иные статистические данные, результаты исследовательских проектов и публикации, относящиеся к анализу гендерных проблем в сфере предпринимательства Республики Молдова.

1. Характеристика предпринимателей

В данном разделе проанализированы основные характеристики предпринимателей – их пол, уровень образования, возрастные группы, род занятий до начала предпринимательской деятельности. Выявлено распределение предпринимателей по типу местности нахождения предприятия (городская, сельская) и регионам развития (мун. Кишинэу, Север, Центр, Юг, АТО Гагаузия). Показан нынешний статус предпринимателей, являющихся наемными менеджерами или собственниками (владеющими бизнесом полностью или частично). Все они являются руководителями/ ведущими менеджерами предприятий, хорошо владеющими ситуацией в своем бизнесе.

Большинство указанных данных проанализировано в разрезе пола.

■ Распределение предпринимателей по полу

Распределение предпринимателей по полу свидетельствует о том, что преобладающий удельный вес составляют мужчины (72,5%). Доля женщин предпринимателей - 27,5%.

Таблица 1. Распределение предпринимателей по полу, %

| | Удельный вес |
|-----------------------|--------------|
| Всего в том числе: | 100 |
| Мужчины | 72,5 |
| Женщины | 27,5 |

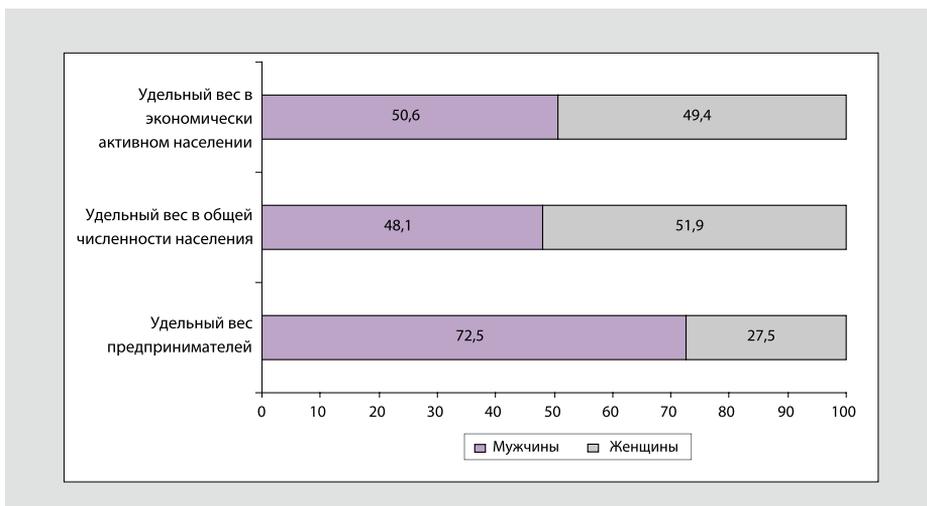
Количество мужчин предпринимателей в 2,6 раза выше, чем количество женщин предпринимателей. Указанные пропорции не соответствуют распределению населения Молдовы по полу: удельный вес женщин, занятых предпринимательством, значительно ниже, чем удельный вес женщин в экономически активном населении (49,4%) и в общей численности населения Молдовы (51,9%).

Таблица 2. Распределение населения и экономически активного населения РМ по полу, на 01.01.2009г., %

| | Уд. вес в экономически активном населении | Уд. вес в общей численности населения |
|-----------------------|---|---------------------------------------|
| Всего в том числе: | 100 | 100 |
| Мужчины | 50,6 | 48,1 |
| Женщины | 49,4 | 51,9 |

Источник: Данные Национального бюро статистики РМ.

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



Однако удельный вес предпринимателей женщин в Молдове сопоставим с подобными показателями в других странах [Вставка 1].

Вставка 1. Предпринимательский потенциал женщин в ЕС

Поданным Европейской Комиссии, предпринимательский потенциал женщин представляет собой «не до конца развитый источник экономического роста и новых рабочих мест». В настоящее время в ЕС женщины составляют в среднем 30% предпринимателей, но «часто сталкиваются с большими трудностями, чем мужчины, на этапе становления бизнеса, а также в процессе доступа к финансам и обучению».

В качестве составной части действующей в настоящее время стратегии роста числа женщин предпринимателей в ЕС, Комиссия в этом месяце (октябре 2009г.) досрочно развернула «Европейскую сеть послов женского предпринимательства». Они будут делиться опытом, обмениваться мнениями и служить образцами, вдохновляющими женщин из 27-ми стран ЕС стать предпринимателями.

Источник: <http://www.euractiv.com/en/>

Распределение предпринимателей по уровню образования

Среди молдавских предпринимателей абсолютно преобладают образованные люди-свысшим/незаконченнымвысшим(67,9%),илисреднимспециальнымобразованием (20,2%). Уровень образования предпринимателей превышает указанные показатели среди занятого населения, где доля лиц с высшим образованием составляет 20,4%, со средним специальным – 16,5%.

Доля женщин предпринимателей, имеющих высшее/ незаконченное высшее образование несколько ниже, чем у мужчин, и составляет 64,3% (мужчин – 69,3%).

Среди занятого населения доля женщин, имеющих высшее образование, составляет 22,4%; доля мужчин - 18,5%. В среднем по Молдове уровень женщин с высшим образованием - 11,9 % (в соответствии с данными переписи 2004г.).

Таблица 3. **Распределение предпринимателей по уровню образования и полу, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|---|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Высшее или незаконченное высшее | 67,9 | 69,3 | 64,3 |
| Среднее специальное | 20,2 | 18,8 | 23,9 |
| Общее среднее или общее обязательное | 3,3 | 3,1 | 3,8 |
| Начальное | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Не ответили | 8,4 | 8,6 | 7,9 |

Высокий уровень образования предпринимателей отмечен в Молдове в течение многих лет. Это свидетельствует о значительном потенциале, характеризующем бизнес, как с точки зрения его количественного роста, так и качественных изменений – разработки и внедрения инноваций, расширения сферы интеллектуальных услуг и т.п. Одновременно значительный удельный вес образованных людей, особенно в малом частном бизнесе означает, что на пути предпринимателя имеется много барьеров: чем хуже условия внешней среды для бизнеса, тем большее значение приобретает внутренний потенциал человека. [Вставка 2]

Вставка 2. Влияние образования на деловой успех

Одна из молдавских женщин предпринимателей, 40 лет, довольно успешно управляющая собственным бизнесом, в интервью отметила, что высшее образование повлияло на ее деловой успех. После получения высшего образования у нее не было возможности пройти дополнительное обучение или курсы повышения квалификации. Но учеба в университете помогла развить аналитические навыки и установить контакты, что позволило ей на протяжении многих лет решать сложные проблемы управления предприятием, относящиеся к разным сферам управленческой деятельности.

Источник: Aculai E. Vinogradova N., Welter F. How to be successful in an adverse business environment: Knitwear Factory in Moldova. In: Innovation and Entrepreneurship: Successful Start-ups and Businesses in Emerging Economies.

Уровень образования предпринимателей различается в зависимости от типа местности нахождения бизнеса.

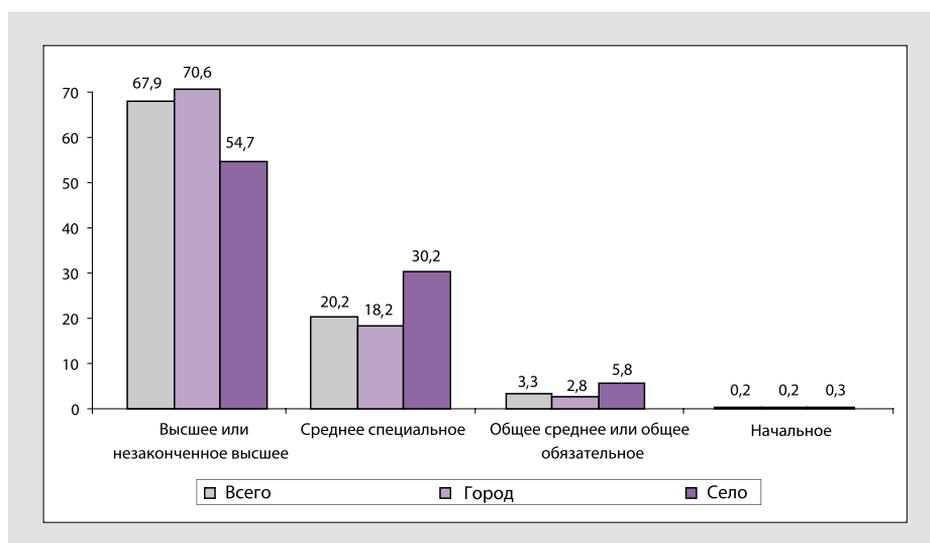
В городской местности доля предпринимателей с высшим/ незаконченным высшим образованием существенно больше и составляет 70,6%, по сравнению с 54,7% - в сельской местности.

Среди занятого населения Республики Молдова доля лиц, имеющих высшее образование, составляет в городской местности – 34,3%; в сельской – 9,3% (Femei și bărbați în Republica Moldova, 2008).

Таблица 4. Распределение предпринимателей по уровню образования и типу местности, %

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Высшее или незаконченное высшее | 67,9 | 70,6 | 54,7 |
| Среднее специальное | 20,2 | 18,2 | 30,2 |
| Обще среднее или общее обязательное | 3,3 | 2,8 | 5,8 |
| Начальное | 0,2 | 0,2 | 0,3 |
| Не ответили | 8,4 | 8,3 | 9,0 |

Диаграмма 2. Распределение предпринимателей по уровню образования и типу местности, %



■ Распределение предпринимателей по возрастным группам

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%). Указанные 2 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.

Средний возраст предпринимателей достаточно высок и составляет 45 лет.

Существенных различий по возрасту между предпринимателями разных полов не выявлено. Максимальные различия составляют 2,2 процентных пункта. Несколько выше удельный вес женщин предпринимателей во всех возрастных группах до 55 лет. Только в возрасте старше 55 лет доля мужчин превышает долю женщин (у мужчин – 18,1%, у женщин – 14,5%). Средний возраст предпринимателей у женщин немного ниже, чем у мужчин, составляя 43 года (у мужчин – 45 лет).

Таблица 5. Распределение предпринимателей по возрастным группам и полу, %

| | Всего | В т.ч. | |
|---|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в возрасте 15 лет и старше в том числе, лет: | 100 | 100 | 100 |
| 15-24 | 2,4 | 2,2 | 2,9 |
| 25-34 | 20,3 | 20,0 | 21,2 |
| 35-44 | 29,5 | 29,3 | 29,9 |
| 45-54 | 30,7 | 30,4 | 31,6 |
| 55-64 | 15,0 | 15,6 | 13,4 |
| 65 и более | 2,1 | 2,5 | 1,1 |
| Средний возраст | 45 | 45 | 43 |

Сопоставление данных о возрасте предпринимателей, полученных в ходе опроса, с распределением населения Молдовы по возрастным группам, продемонстрировало следующее:

- Удельный вес предпринимателей в возрасте 35-54 лет составляет 60,2%. Этот показатель значительно превышает долю лиц этого возраста в численности населения Молдовы (34,1%).
- Гендерные различия существенно не просматриваются. В общей численности населения Молдовы доля женщин превышает долю мужчин в более старших возрастных группах (после 45 лет). Среди предпринимателей выявлена обратная картина. Доля женщин

незначительно выше в более молодых возрастных группах, а после 55 лет она ниже, чем доля мужчин.

Таблица 6. **Распределение населения РМ по возрастным группам и полу, %**

| | Всего | В т.ч. по полу | |
|--|-------|----------------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего население в возрасте 15 лет и старше в том числе, лет: | 100 | 100 | 100 |
| 15-24 | 22,9 | 24,5 | 21,4 |
| 25-34 | 19,0 | 20,2 | 18,0 |
| 35-44 | 15,9 | 16,3 | 15,5 |
| 45-54 | 18,2 | 18,1 | 18,3 |
| 55-64 | 11,5 | 10,9 | 12,1 |
| 65 и более | 12,4 | 9,9 | 14,7 |

Источник: Данные Национального бюро статистики РМ.

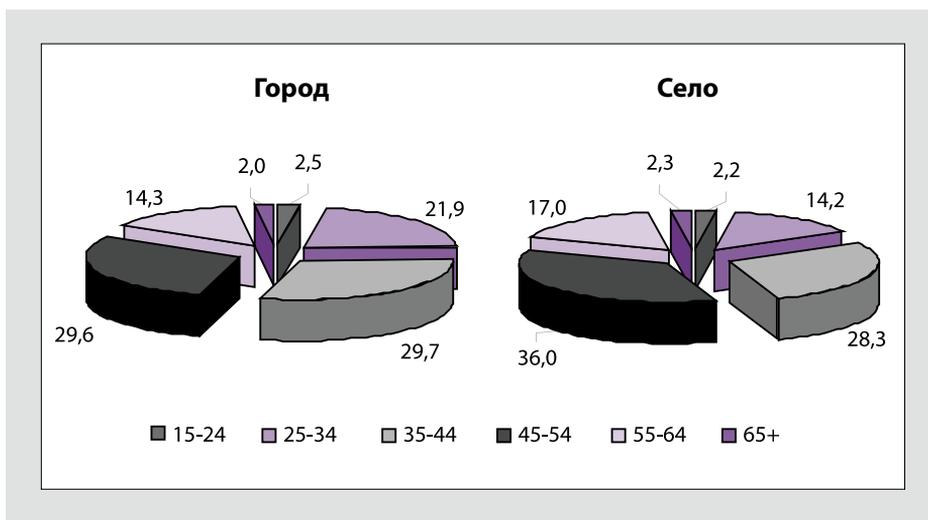
Возраст предпринимателей различается в зависимости от типа местности нахождения бизнеса. В городской местности относительно выше удельный вес более молодых предпринимателей - во всех возрастных группах от 15 до 44 лет. Наиболее значительные различия в группе 25-34 лет. В городской местности удельный вес предпринимателей такого возраста 21,9%, в сельской - 14,2%.

В сельской местности относительно больше предпринимателей старшего возраста: среди лиц старше 45 лет их доля составляет 55,3% (в городской местности – 45,9%). Наибольшее превышение доли предпринимателей в сельской местности отмечено в возрастной группе 45-54 лет: различия составляют 6,4 процентных пункта. Соответственно, средний возраст предпринимателей в сельской местности на 2 года выше и составляет 46 лет.

Таблица 7. **Распределение предпринимателей по возрастным группам и типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в возрасте 15 лет и старше в том числе, лет: | 100 | 100 | 100 |
| 15-24 | 2,4 | 2,5 | 2,2 |
| 25-34 | 20,3 | 21,9 | 14,2 |
| 35-44 | 29,5 | 29,7 | 28,3 |
| 45-54 | 30,7 | 29,6 | 36,0 |
| 55-64 | 15,0 | 14,3 | 17,0 |
| 65 и более | 2,1 | 2,0 | 2,3 |
| Средний возраст | 45 | 44 | 46 |

Диаграмма 3. **Распределение предпринимателей по возрастным группам и типу местности, %**



■ **Распределение предпринимателей в зависимости от предыдущей деятельности**

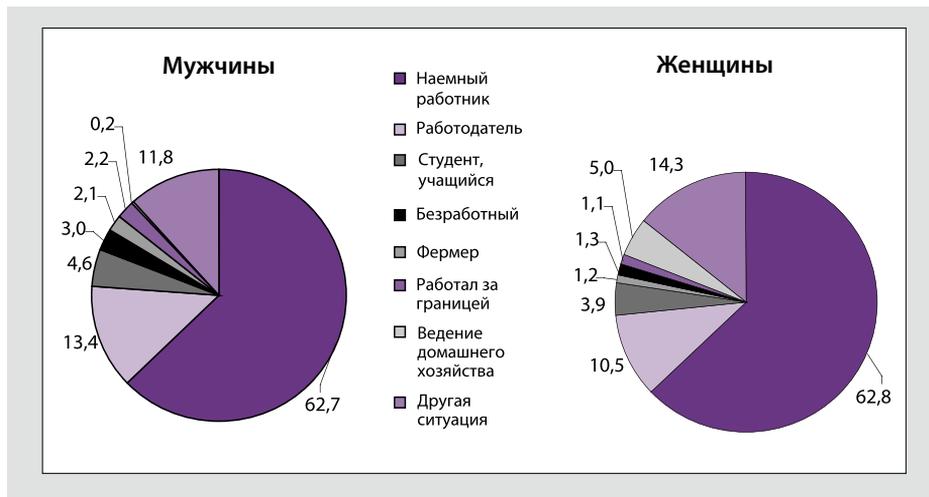
До начала предпринимательской деятельности на данном предприятии большинство опрошенных (62,8%) работали в качестве оплачиваемых (наемных) лиц. Опыт в бизнесе имели 12,6% респондентов, выступавших ранее в качестве работодателей, и 1,8% - из числа фермеров. Около 8% лиц инициировали или пришли в бизнес, которым сейчас управляют, не будучи занятыми в последний период в сфере общественной трудовой деятельности. Это – бывшие студенты/ учащиеся (4,4%), безработные (2,4%) или занимавшиеся домашним хозяйством.

Мужчины несколько чаще отмечали, что ранее они уже имели опыт в бизнесе. До начала деятельности на данном предприятии в качестве работодателя выступали 13,4% мужчин; среди женщин таковых было 10,5%. Среди иных различий по полу следует отметить, что относительно выше доля женщин, до прихода в бизнес занимавшихся домашним хозяйством. У женщин предпринимателей этот показатель составил 5,0%; у мужчин - 0,2%.

Таблица 8. **Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и пола, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего из них: | 100 | 100 | 100 |
| Оплачиваемый работник предприятия, организации | 62,8 | 62,7 | 62,8 |
| Работодатель | 12,6 | 13,4 | 10,5 |
| Студент, учащийся | 4,4 | 4,6 | 3,9 |
| Безработный | 2,4 | 3,0 | 1,2 |
| Фермер | 1,8 | 2,1 | 1,3 |
| Работал за границей | 1,8 | 2,2 | 1,1 |
| Ведение домашнего хозяйства | 1,5 | 0,2 | 5,0 |
| Другая ситуация | 12,8 | 11,8 | 14,3 |

Диаграмма 4. **Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, %**



Незначительный процент лиц (1,8%) начали заниматься предпринимательством после возвращения из-за границы. Основные страны, в которых они работали – это Россия (31,2%), Италия (13,2%), Израиль (7,8%), Германия (7,3%), Турция (6,8%), Румыния (4,4%).

Среди опрошенных мужчин и женщин – будущих предпринимателей – предпочтительные страны для работы за рубежом различаются.

Относительно больший удельный вес женщин, по сравнению с мужчинами, работали в Италии (16,7%), Турции (11,1%), Румынии (8,3%), Украине (5,6%) и Португалии (5,6%).

Мужчины до начала предпринимательской деятельности относительно чаще предпочитали ездить на заработки в Россию (33,1%) и Германию (8,3%).

Таблица 9. Деятельность предпринимателей, предшествующая началу бизнеса на данном предприятии: работа за границей по странам и полу, %

| | Всего | В т.ч. | |
|----------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего | 100 | 100 | 100 |
| Из них | | | |
| Россия | 31,2 | 33,1 | 22,2 |
| Италия | 13,2 | 12,4 | 16,7 |
| Израиль | 7,8 | 7,7 | 8,3 |
| Германия | 7,3 | 8,3 | 2,8 |
| Турция | 6,8 | 5,9 | 11,1 |
| Румыния | 4,4 | 3,6 | 8,3 |
| Украина | 2,9 | 2,4 | 5,6 |
| Франция | 2,4 | 2,4 | 2,8 |
| Греция | 2,0 | 1,8 | 2,8 |
| Португалия | 2,0 | 1,2 | 5,6 |
| Другие страны* | 20,0 | 21,2 | 13,8 |

* включает лиц, указавших, что они работали в нескольких странах.

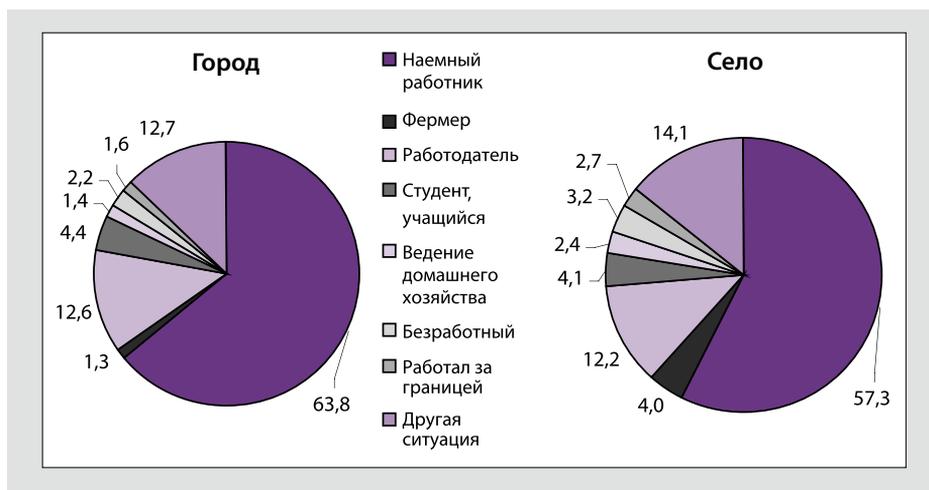
Характер предыдущей деятельности предпринимателей различается в зависимости от типа местности нахождения бизнеса. В городской местности относительно выше удельный вес предпринимателей, ранее работавших в качестве наемного персонала - 63,8% (в сельской - 57,3%); пришедших в бизнес из числа работодателей - 12,6% (в сельской - 12,2%) и студентов - 4,4% (в сельской - 4,1%).

В сельской местности среди видов деятельности, предшествующей предпринимательству на данном предприятии, относительно чаще указывалась работа в качестве фермеров - 4,0% (в городской - 1,3%); деятельность лиц, вернувшихся из-за границы - 2,7% (в городской 1,6%), или занимавшихся домашним хозяйством - 2,4% (в городской - 1,4%). 3,2% респондентов в сельской местности пришли в бизнес из числа безработных (в городской - 2,2%).

Таблица 10. **Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и типа местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Оплачиваемый работник предприятия, организации | 62,8 | 63,8 | 57,3 |
| Работодатель | 12,6 | 12,6 | 12,2 |
| Студент, учащийся | 4,4 | 4,4 | 4,1 |
| Безработный | 2,4 | 2,2 | 3,2 |
| Фермер | 1,8 | 1,3 | 4,0 |
| Работал за границей | 1,8 | 1,6 | 2,7 |
| Ведение домашнего хозяйства | 1,5 | 1,4 | 2,4 |
| Другая ситуация | 12,8 | 12,7 | 14,1 |

Диаграмма 5. **Распределение предпринимателей в зависимости от деятельности, предшествующей началу бизнеса на данном предприятии, и типа местности, %**



■ Распределение предпринимателей по типу местности нахождения бизнеса

Распределение предпринимателей по типу местности нахождения бизнеса выявило, что в городской местности доля предпринимателей существенно выше, и составляет 83,2%; в сельской местности работает лишь 16,8% всех предпринимателей.

Удельный вес женщин предпринимателей в сельской местности относительно 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%).

Таблица 11. Распределение предпринимателей по типу местности и полу, %

| | Total | В т.ч. | |
|-----------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Городская местность | 83,2 | 82,5 | 85,1 |
| Сельская местность | 16,8 | 17,6 | 14,9 |

Диаграмма 6. Распределение предпринимателей по типу местности и полу, %

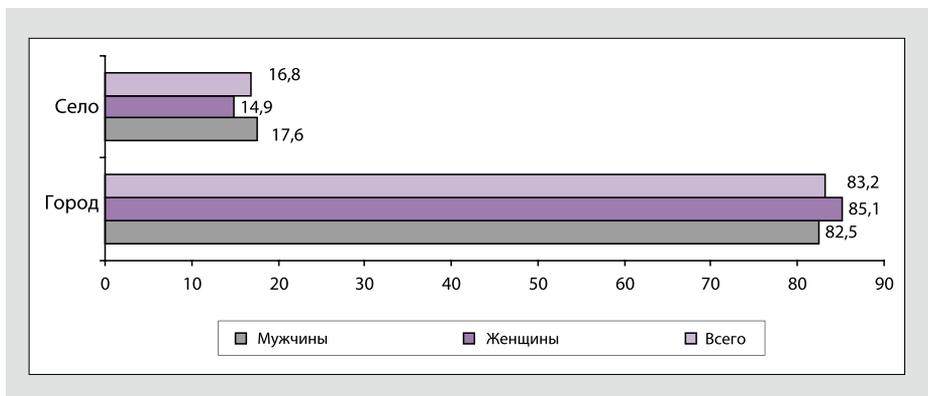
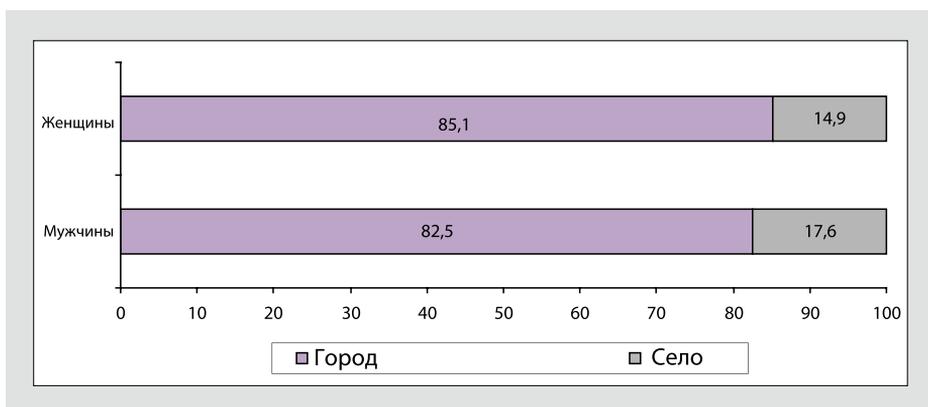


Диаграмма 7. Распределение предпринимателей по полу и типу местности, %



В структуре населения Молдовы по типу местности доля сельского населения составляет 58,7%. Этот показатель намного выше, чем доля предпринимателей в сельской местности по результатам данного обследования.

Таблица 12. **Распределение жителей Молдовы по типу местности и полу, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|---------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего | 100 | 100 | 100 |
| в том числе: | | | |
| Городская местность | 41,3 | 40,4 | 42,2 |
| Сельская местность | 58,7 | 59,6 | 57,8 |

Источник: Данные Национального бюро статистики РМ.

В сельской местности многие проблемы, препятствующие созданию и развитию бизнеса женщинами, проявляются более остро [Вставка 3].

Вставка 3. Проблемы женщин в бизнесе

По результатам интервью, проведенных с женщинами предпринимателями Молдовы, проблемы женщин в бизнесе во многом объясняются воспитанием и сложившимися в обществе традициями. Одна из молодых успешных женщин предпринимателей в интервью отметила, что на этапе становления бизнеса ей «очень мешала собственная стеснительность и неуверенность, специально воспитанные в семье, и ранее считавшиеся достоинством для женщины»*. Другая женщина, работающая финансовым директором, указала, что в нашей культуре «женщина всегда стоит перед дилеммой: дело или семья. И если мужчина легко выбирает первое, то женщина с трудом может сделать такой выбор»**.

Источники:

*Welter F, Smallbone D., Aculai E., Rodionova N., Vinogradova N. «Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Example of Ukraine, Moldova and Uzbekistan» (2001-2003). National Report on Survey Data for Moldova (INTAS - 2000-00843), RWI, Essen, 2003.

**Fundamentarea mecanismului de susținere a întreprinderilor mici și mijlocii exportatoare de mărfuri și servicii de producție proprie/ Proiectul pentru tineri savanți. Raport științific. Institutul de Economie, Finanțe și Statistică AȘM (IEFS), Chișinău, 2009.

Распределение предпринимателей по регионам развития

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.

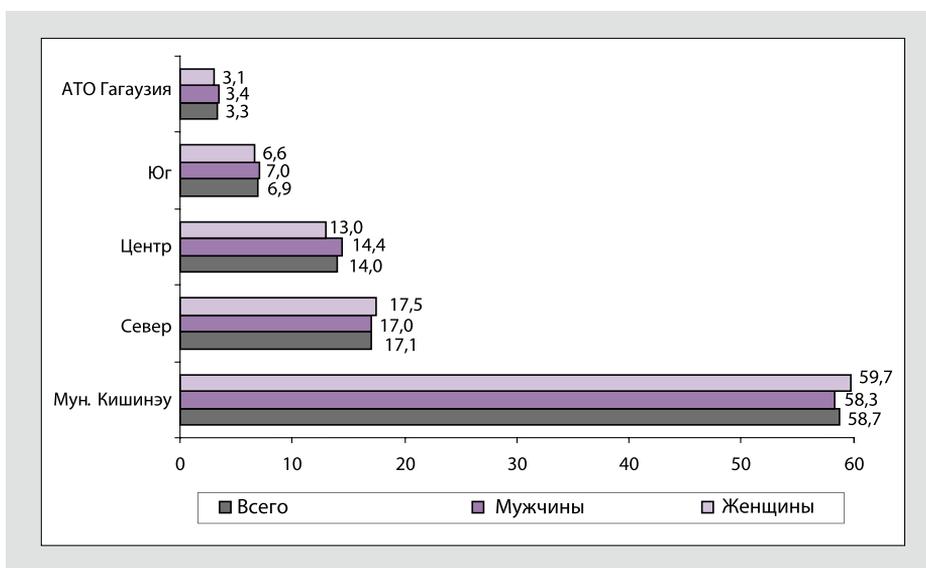
Существенных гендерных различий по регионам развития не выявлено. В мун. Кишинэу доля женщин превышает долю мужчин на 1,4 процентных пункта. В Центральном регионе, наоборот, доля женщин в предпринимательстве относительно ниже, чем у мужчин - на 1,4 процентных пункта.

Таблица 13. Распределение предпринимателей по регионам развития и полу, %

| | Всего | В т.ч. | |
|-----------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в т.ч. | 100 | 100 | 100 |
| Мун. Кишинэу | 58,7 | 58,3 | 59,7 |
| Север | 17,1 | 17,0 | 17,5 |
| Центр | 14,0 | 14,4 | 13,0 |
| Юг | 6,9 | 7,0 | 6,6 |
| АТО Гагаузия | 3,3 | 3,4 | 3,1 |

Распределение предпринимателей по регионам развития не соответствует распределению всего населения Молдовы, которое характеризуется следующими показателями: Мун. Кишинэу - 22,0%; Север - 28,4%; Центр - 29,9%; Юг- 15,2%; АТО Гагаузия - 4,5%.

Диаграмма 8. Распределение предпринимателей по регионам развития и полу, %



Анализ возрастных групп предпринимателей по регионам развития показал, что в мун. Кишинэу средний возраст предпринимателей несколько ниже, чем в других регионах. Он составляет 43 года, в то время как в Южном регионе – 47 лет (наибольшее значение среднего возраста по регионам). Указанные различия относятся как к мужчинам, так и женщинам предпринимателям.

Таблица 14. **Распределение предпринимателей по регионам развития, возрасту и полу, %**

| | Группы по возрасту, лет | | | | | | Средний возраст, лет |
|----------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|----------------------|
| | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65 и более | |
| Всего | 2,4 | 20,3 | 29,5 | 30,7 | 15,0 | 2,1 | 45 |
| мун. Кишинэу | 2,7 | 24,2 | 31,8 | 26,7 | 12,7 | 1,9 | 43 |
| Север | 1,9 | 13,8 | 26,7 | 37,2 | 17,2 | 3,2 | 46 |
| Центр | 2,4 | 16,7 | 25,9 | 35,2 | 18,0 | 1,8 | 45 |
| Юг | 1,9 | 13,2 | 25,4 | 36,8 | 20,6 | 2,1 | 47 |
| АТО Гагаузия | 1,5 | 15,2 | 26,5 | 36,7 | 18,8 | 1,3 | 46 |
| Мужчины | 2,2 | 20,0 | 29,3 | 30,4 | 15,6 | 2,5 | 45 |
| мун. Кишинэу | 2,4 | 23,6 | 32,5 | 26,4 | 12,8 | 2,2 | 44 |
| Север | 2,1 | 14,0 | 26,6 | 35,0 | 18,3 | 3,9 | 47 |
| Центр | 2,1 | 16,6 | 23,9 | 35,6 | 19,6 | 2,3 | 46 |
| Юг | 1,4 | 14,0 | 22,9 | 37,5 | 21,9 | 2,4 | 47 |
| АТО Гагаузия | 1,3 | 14,2 | 23,8 | 38,8 | 20,1 | 1,8 | 46 |
| Женщины | 2,9 | 21,2 | 29,9 | 31,6 | 13,4 | 1,1 | 43 |
| мун. Кишинэу | 3,2 | 25,8 | 29,9 | 27,3 | 12,6 | 1,2 | 42 |
| Север | 1,4 | 13,2 | 26,9 | 43,0 | 14,2 | 1,5 | 45 |
| Центр | 3,5 | 17,0 | 31,6 | 34,2 | 13,6 | 0,2 | 43 |
| Юг | 3,2 | 11,2 | 32,5 | 34,7 | 17,0 | 1,5 | 45 |
| АТО Гагаузия | 2,1 | 18,1 | 34,2 | 30,6 | 15,0 | 0,0 | 43 |

■ Распределение предпринимателей по статусу на предприятиях: наемные менеджеры и собственники

Часть предпринимателей, участвующих в опросе, являются наемными менеджерами, другие – собственниками предприятий, владея бизнесом единолично, либо в качестве совладельцев. В выборке доля собственников в общем количестве предпринимателей составила 67,0%.

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%.

Таблица 15. **Распределение предпринимателей по статусу на предприятиях и полу, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Предприниматели (наемные менеджеры и собственники) - всего из них: | 100 | 100 | 100 |
| Доля собственников в общем количестве предпринимателей | 67,0 | 67,4 | 66,2 |

■ **Распределение собственников предприятий по типу местности нахождения бизнеса**

Существуют небольшие различия по показателю доли собственников в зависимости от типа местности нахождения бизнеса. В городской местности доля собственников в общем количестве предпринимателей несколько ниже и составляет 66,5%; в сельской местности этот показатель на 3,5 процентных пункта выше (70,0%).

Таблица 16. **Распределение собственников предприятий по типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Предприниматели (наемные менеджеры и собственники) - всего из них: | 100 | 100 | 100 |
| Доля собственников в общем кол-ве предпринимателей | 67,0 | 66,5 | 70,0 |

Таким образом, в сельской местности удельный вес предпринимателей ниже, но доля собственников среди них несколько выше.

■ **Распределение собственников по регионам развития**

Большинство собственников предприятий - 57,7% проживает/ работает в мун. Кишинэу. Относительно большой удельный вес опрошенных собственников заняты в Северном (17,3%) и Центральном (14,9%) регионах развития. На юге Молдовы доля предпринимателей собственников составляет порядка 10%, в том числе 6,8% в Южном регионе, 3,3% - в АТО Гагаузия.

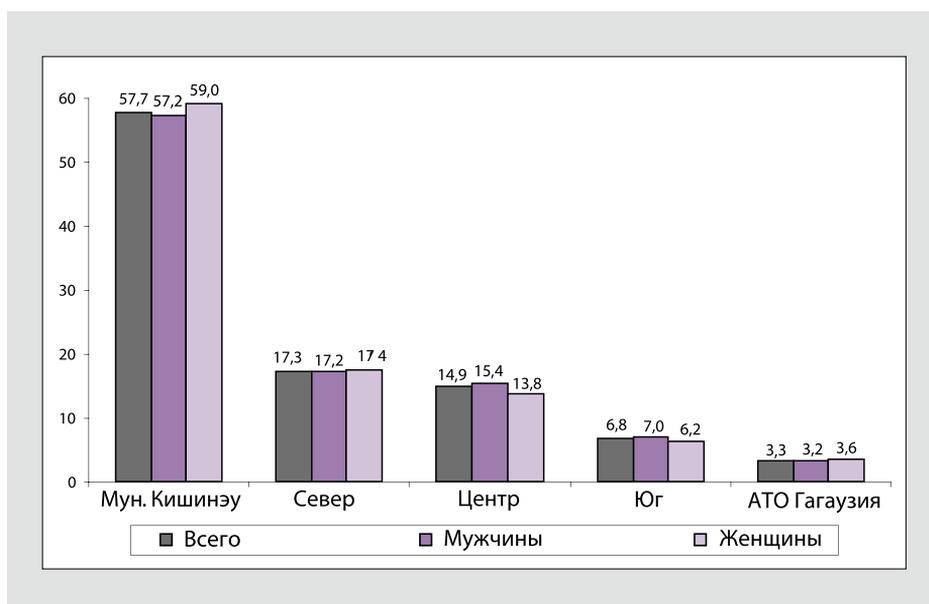
Распределение собственников практически соответствует распределению предпринимателей по всем регионам развития.

Существенных гендерных различий по регионам развития не выявлено. Относительное превышение доли женщин собственников имеет место в мун. Кишинэу, где указанный показатель составляет 59,0% (мужчин – 57,2%); в Центральном регионе ситуация обратная: доля женщин собственников относительно ниже – 13,8% (мужчин – 15,4%).

Таблица 17. **Распределение собственников предприятий по регионам развития и полу, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|--------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в т.ч. | 100 | 100 | 100 |
| Мун. Кишинэу | 57,7 | 57,2 | 59,0 |
| Север | 17,3 | 17,2 | 17,4 |
| Центр | 14,9 | 15,4 | 13,8 |
| Юг | 6,8 | 7,0 | 6,2 |
| АТО Гагаузия | 3,3 | 3,2 | 3,6 |

Диаграмма 9. **Распределение собственников предприятий по регионам развития и полу, %**



Анализ возрастных групп собственников, как и предпринимателей, по регионам развития продемонстрировал, что в мун. Кишинэу средний возраст собственников несколько ниже, чем в других регионах. Причем, это относится как к мужчинам, так и женщинам.

Таблица 18. **Распределение собственников предприятий по регионам развития, полу и возрасту, %**

| | <i>Группы по возрасту, лет</i> | | | | | | |
|----------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-----------------------------|
| | <i>15-24</i> | <i>25-34</i> | <i>35-44</i> | <i>45-54</i> | <i>55-64</i> | <i>65 и более</i> | <i>Средний возраст, лет</i> |
| Всего | 2,6 | 19,6 | 31,1 | 31,5 | 13,4 | 1,8 | 44 |
| мун. Кишинэу | 3,0 | 22,8 | 33,9 | 27,8 | 11,0 | 1,4 | 43 |
| Север | 2,0 | 14,0 | 27,7 | 37,5 | 15,5 | 3,3 | 46 |
| Центр | 2,4 | 17,4 | 26,5 | 34,8 | 17,4 | 1,5 | 45 |
| Юг | 1,4 | 13,5 | 26,9 | 38,2 | 17,9 | 2,0 | 46 |
| АТО Гагаузия | 1,6 | 15,6 | 28,9 | 35,5 | 17,2 | 1,2 | 45 |
| Мужчины | 2,5 | 19,1 | 30,8 | 31,3 | 14,1 | 2,1 | 45 |
| мун. Кишинэу | 2,9 | 21,9 | 34,6 | 27,6 | 11,5 | 1,6 | 43 |
| Север | 2,2 | 14,3 | 27,6 | 35,7 | 16,5 | 3,8 | 46 |
| Центр | 2,0 | 17,5 | 24,6 | 35,4 | 18,4 | 2,1 | 45 |
| Юг | 0,8 | 15,0 | 23,9 | 38,9 | 19,0 | 2,3 | 47 |
| АТО Гагаузия | 1,4 | 13,6 | 26,0 | 39,5 | 17,8 | 1,7 | 46 |
| Женщины | 3,0 | 20,9 | 31,7 | 32,0 | 11,5 | 0,9 | 43 |
| мун. Кишинэу | 3,2 | 25,3 | 32,0 | 28,6 | 9,9 | 0,9 | 42 |
| Север | 1,7 | 13,3 | 27,8 | 42,4 | 13,1 | 1,8 | 45 |
| Центр | 3,5 | 17,0 | 32,2 | 32,9 | 14,4 | 0,0 | 43 |
| Юг | 3,1 | 9,0 | 36,1 | 36,1 | 14,5 | 1,2 | 45 |
| АТО Гагаузия | 2,0 | 20,4 | 36,1 | 25,9 | 15,6 | 0,0 | 43 |

2. Профиль предприятий и условия развития бизнеса

В данном разделе представлена характеристика предприятий. Их группировка проводилась по следующим основным признакам:

- *Размер бизнеса (0-9 работников; 10-49; 50-249; 250 и более)*
- *Возраст предприятий (менее года; 1-2 года; 3-5 лет; более 5 лет)*
- *Основной вид экономической деятельности (сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство; промышленность; строительство; оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны; транспорт и связь; операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям; др. виды деятельности)*
- *Тип местности нахождения предприятия (городская, сельская)*
- *Регион развития (мун. Кишинэу, Север, Центр, Юг, АТО Гагаузия)*

Рассмотрены условия деятельности предприятий на этапе их создания и в 2008г. В частности, представлено мнение предпринимателей, относительно:

- *Трудностей в деятельности предприятий в 2008 г.*
- *Сложностей при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г.*
- *Экспортной деятельности предприятий*

Выявлены ожидания предпринимателей, касающиеся изменения в их бизнесе в 2009г.

Большинство указанных групп предприятий проанализировано также в разрезе пола предпринимателя.

2.1. Профиль предприятий

■ Распределение предприятий по размеру

Преобладающий удельный вес в выборке - 71,5% составляют микропредприятия с численностью наемных работников до 9 человек. Доля малых предприятий (10-49 чел.) – 22,1%; доля средних (50-249 работников) – 5,4%. В целом, сектор малых и средних предприятий составляет 99,0% .

Женщины предприниматели относительно чаще управляют/ владеют микропредприятиями: доля женщин предпринимателей, относящихся к этой группе

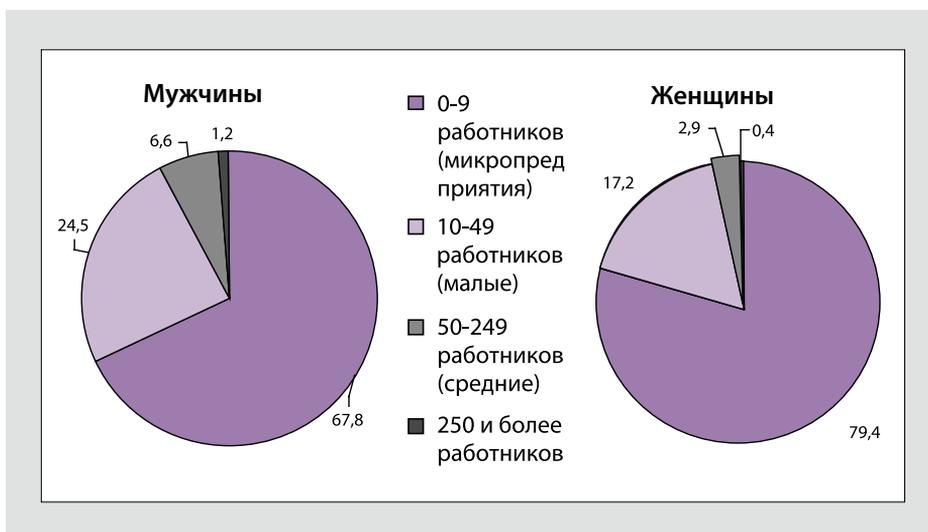
предприятий, составляет 79,4%, в то время как удельный вес мужчин - 67,8%. На предприятиях других размеров относительно чаще предпринимателями являются мужчины. Причем, чем больше размер бизнеса, тем больше удельный вес предпринимателей мужчин:

- на малых предприятиях доля предпринимателей мужчин в 1,4 раза выше аналогичного показателя для женщин (удельный вес мужчин - 24,5%; женщин - 17,2%);
- на средних предприятиях указанное соотношение составляет 2,3 раза (соответственно, 6,6% и 2,9%);
- на крупных предприятиях – доля мужчин предпринимателей в 3 раза превышает долю женщин (соответственно, 1,2% и 0,4%).

Таблица 19. **Распределение предприятий по размерам бизнеса и полу предпринимателей, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|---|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе с численностью занятых: | 100 | 100 | 100 |
| 0-9 работников (микропредприятия) | 71,5 | 67,8 | 79,4 |
| 10-49 работников (малые) | 22,1 | 24,5 | 17,2 |
| 50-249 работников (средние) | 5,4 | 6,6 | 2,9 |
| 250 и более работников | 1,0 | 1,2 | 0,4 |

Диаграмма 10. **Распределение предприятий по размерам бизнеса и полу предпринимателей, %**



Микропредприятия относительно чаще работают в городской местности, где их доля составляет 72,6% (в сельской - 66,3%). Предприятия более крупных размеров чаще находятся в сельской местности. Различия в распределении предприятий городской и сельской местности особенно проявляются для группы среднего и крупного бизнеса. Доля средних предприятий в сельской местности в 1,9 раза выше, чем в городской, а доля крупных предприятий – в 1,4 раза выше.

Таблица 20. **Распределение предприятий по размерам бизнеса (численности занятых) и типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе с численностью занятых: | 100 | 100 | 100 |
| 0-9 работников (микропредприятия) | 71,5 | 72,6 | 66,3 |
| 10-49 работников (малые) | 22,1 | 21,8 | 23,5 |
| 50-249 работников (средние) | 5,4 | 4,8 | 8,9 |
| 250 и более работников | 1,0 | 0,9 | 1,3 |

■ Распределение предприятий по возрасту

Группировка предприятий в зависимости от периода деятельности (возраста) предприятия показала, что основной удельный вес занимают предприятия, работающие более 5 лет (50,5%). Существенную долю составляют предприятия возраста 3-5 лет (25,1%) и молодые предприятия от 1 до 2 лет. (22,1%). Незначительный удельный вес (2,3%) занимают стартующие предприятия, работающие менее 1 года.

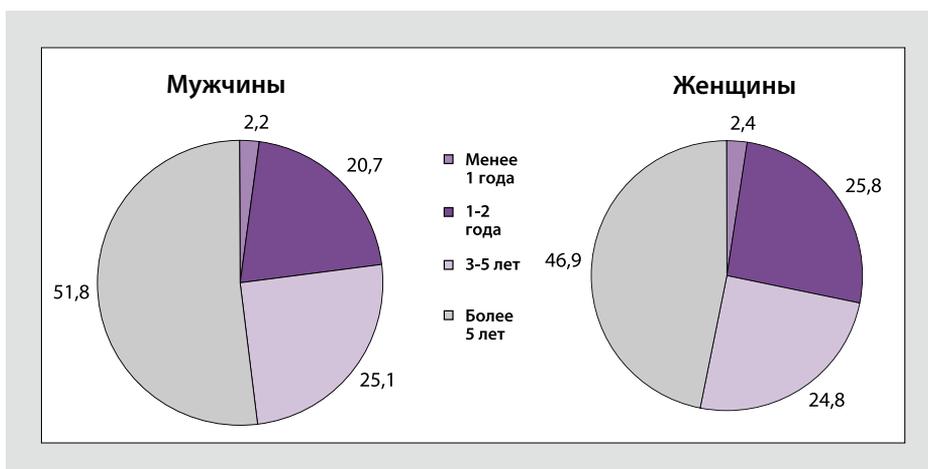
Таким образом, чем больше возраст предприятий, тем выше их удельный вес в выборке. Приведенные данные свидетельствуют о необходимости повышения внимания к бизнес-среде, особенно для стартующих и молодых предприятий, работающих до 2-х лет.

Женщины предприниматели относительно чаще работают на молодых (до 2-х лет) и стартующих (до 1 года) предприятиях. Так, доля предприятий, работающих менее 2-х лет, находящихся в управлении/ собственности женщин, составляет 25,8% (у мужчин - 20,7%). Удельные веса предприятий, работающих менее года, управляемых женщинами и мужчинами, различаются незначительно в пользу женщин (2,4% у женщин, 2,2% - у мужчин).

Таблица 21. **Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и полу предпринимателей, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего предприятий в том числе работающих: | 100 | 100 | 100 |
| Менее 1 года | 2,3 | 2,2 | 2,4 |
| 1-2 года | 22,1 | 20,7 | 25,8 |
| 3-5 лет | 25,1 | 25,1 | 24,8 |
| Более 5 лет | 50,5 | 51,8 | 46,9 |

Диаграмма 11. **Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и полу предпринимателей, %**



В сельской местности относительно выше удельный вес предприятий, работающих от 3 до 5 лет (28,7%). В городской местности доля предприятий этой группы составляет 24,3%.

Таблица 22. **Распределение предприятий по возрасту (длительности работы) и типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего предприятий в том числе работающих: | 100 | 100 | 100 |
| Менее 1 года | 2,3 | 2,4 | 2,2 |
| 1-2 года | 22,1 | 22,1 | 21,7 |
| 3-5 лет | 25,1 | 24,3 | 28,7 |
| Более 5 лет | 50,5 | 51,2 | 47,4 |

■ Распределение предприятий по основному виду деятельности

Наибольший удельный вес в выборке составляют предприятия, основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны (46,8%). Удельный вес торговли сохраняется значительным на протяжении многих лет. Высокий удельный вес занимают также операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям (14,8%). Перечень остальных видов деятельности предприятий в порядке снижения их удельного веса включает: промышленность (14,3%); транспорт и связь (7,6%); строительство (6,5%); сельское хозяйство, лесоводство, охоту и рыболовство (5,9%).

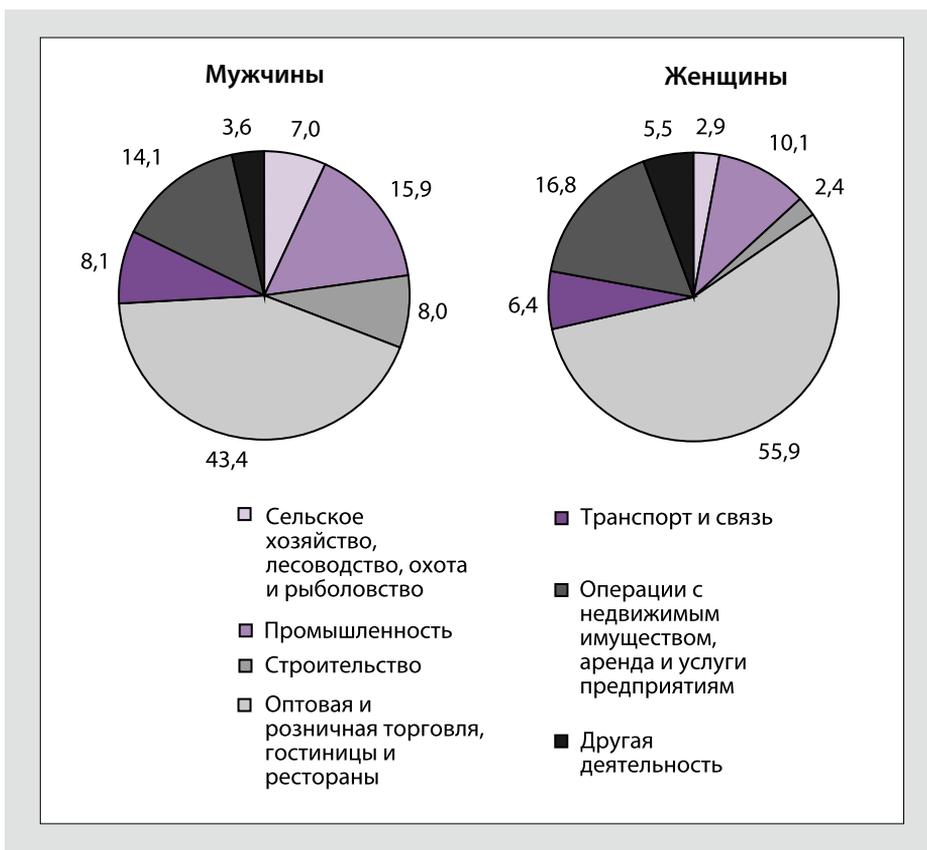
Женщины предприниматели относительно чаще, чем мужчины, предпочитают заниматься бизнесом в таких секторах как торговля, гостиницы и рестораны, (55,9%, по сравнению с 43,4% у мужчин); операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям (16,8%; 14,1% - у мужчин).

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%).

Таблица 23. Распределение предприятий по основному виду деятельности и полу предпринимателей, %

| | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 5,9 | 7,0 | 2,9 |
| Промышленность | 14,3 | 15,9 | 10,1 |
| Строительство | 6,5 | 8,0 | 2,4 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 46,8 | 43,4 | 55,9 |
| Транспорт и связь | 7,6 | 8,1 | 6,4 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 14,8 | 14,1 | 16,8 |
| Другая деятельность | 4,1 | 3,6 | 5,5 |

Диаграмма 12. **Распределение предприятий по основному виду деятельности и полу предпринимателей, %**



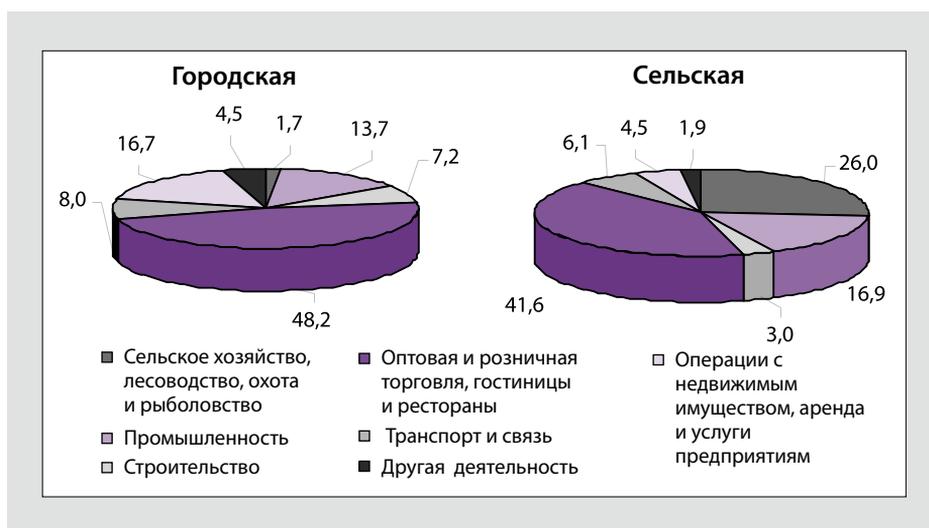
Распределение предприятий разных видов деятельности по типу местности продемонстрировало, что в сельской местности, естественно, значительно преобладают предприятия, занимающиеся сельским хозяйством, лесоводством, охотой и рыболовством: их 26,0%, по сравнению с 1,7% в городской местности. В сельской местности также несколько выше удельный вес предприятий промышленности – 16,9%; в городской местности таким видом деятельности занимаются 13,7% предприятий. Другие виды деятельности - строительство, оптовая и розничная торговля, транспорт и связь - получают преимущественное развитие в городской местности.

Наибольшие различия между городской и сельской местностью проявляются в отношении такого вида деятельности, как операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям. В городской местности указанный вид деятельности является основным для 16,7% предприятий; в сельской – для 4,5%.

Таблица 24. **Распределение предприятий по основному виду деятельности и типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 5,9 | 1,7 | 26,0 |
| Промышленность | 14,3 | 13,7 | 16,9 |
| Строительство | 6,5 | 7,2 | 3,0 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 46,8 | 48,2 | 41,6 |
| Транспорт и связь | 7,6 | 8,0 | 6,1 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 14,8 | 16,7 | 4,5 |
| Другая деятельность | 4,1 | 4,5 | 1,9 |

Диаграмма 13. **Распределение предприятий по основному виду деятельности и типу местности, %**



Распределение бизнеса по регионам развития показало следующее:

- *В мун. Кишинэу относительно больший удельный вес, существенно превышающий средний по выборке показатель, занимают операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги*

предприятиям (20,0%, средний – 14,8%). Относительно более высокая доля предприятий занята в строительстве (7,3%; средний по регионам показатель - 6,5%).

- В Северном регионе отмечена более высокая доля сектора оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны (51,4%; средний по регионам показатель составляет 46,8%)
- В Центральном регионе относительно более высокий удельный вес занимают предприятия промышленности (18,7%; средний показатель - 14,3%), а также незначительно выше доля предприятий транспорта и связи (8,6%; средний показатель составляет 7,6%).
- В Южном регионе наиболее высокий удельный вес предприятий сельского хозяйства, лесоводства, охоты и рыболовства (17,7%, по сравнению с 5,9% в среднем по регионам).
- В АТО Гагаузия относительно более высокий удельный вес занимает промышленность (18,6%; средний показатель - 14,3%) и оптовая/розничная торговля, гостиницы и рестораны (51,3%; средний показатель составляет 46,8%).

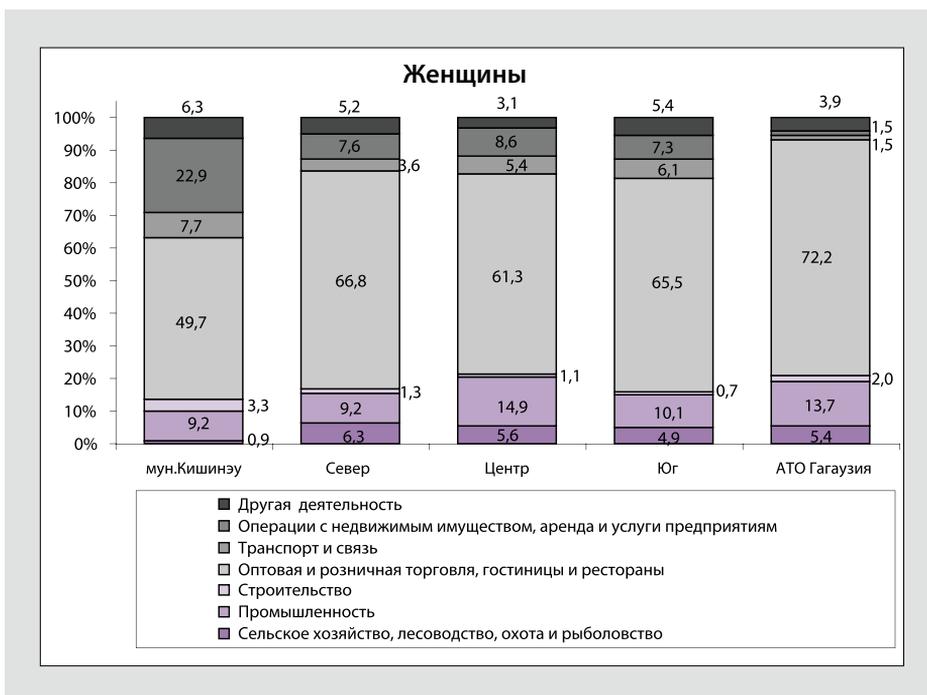
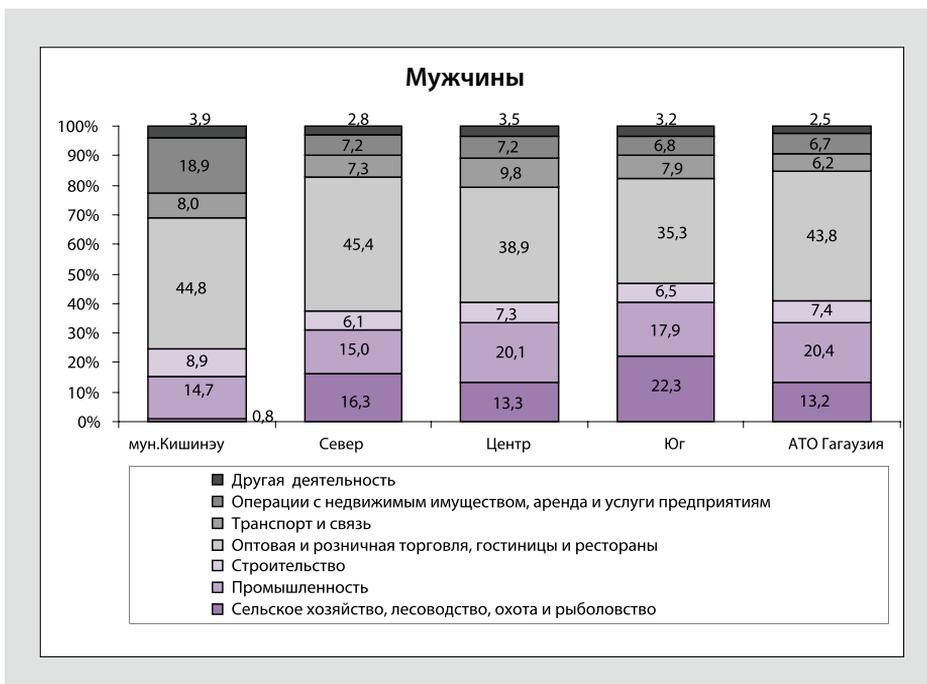
Во всех регионах доля женщин предпринимателей существенно превышает долю мужчин в секторе торговли, гостиниц и ресторанов. Среди других отличий по регионам можно отметить: превышение доли женских предприятий в мун. Кишинэу в секторе операций с недвижимым имуществом, аренды и услуг предприятиям; преобладание доли предпринимателей мужчин в других видах деятельности во всех регионах.

Таблица 25. **Распределение предприятий по регионам развития, видам экономической деятельности и полу предпринимателей, %**

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 5,9 | 0,9 | 13,5 | 11,3 | 17,7 | 11,1 |
| Промышленность | 14,3 | 13,2 | 13,3 | 18,7 | 15,8 | 18,6 |
| Строительство | 6,5 | 7,3 | 4,7 | 5,7 | 4,9 | 5,9 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 46,8 | 46,2 | 51,4 | 44,6 | 43,4 | 51,3 |

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|------------|------------------|------------|------------|------------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Транспорт и связь | 7,6 | 7,9 | 6,3 | 8,6 | 7,4 | 4,9 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 14,8 | 20,0 | 7,3 | 7,6 | 6,9 | 5,3 |
| Другая деятельность | 4,1 | 4,6 | 3,4 | 3,4 | 3,8 | 2,8 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 7,0 | 0,8 | 16,3 | 13,3 | 22,3 | 13,2 |
| Промышленность | 15,9 | 14,7 | 15,0 | 20,1 | 17,9 | 20,4 |
| Строительство | 8,0 | 8,9 | 6,1 | 7,3 | 6,5 | 7,4 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 43,4 | 44,8 | 45,4 | 38,9 | 35,3 | 43,8 |
| Транспорт и связь | 8,1 | 8,0 | 7,3 | 9,8 | 7,9 | 6,2 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 14,0 | 18,9 | 7,2 | 7,2 | 6,8 | 6,7 |
| Другая деятельность | 3,6 | 3,9 | 2,8 | 3,5 | 3,2 | 2,5 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 2,9 | 0,9 | 6,3 | 5,6 | 4,9 | 5,4 |
| Промышленность | 10,1 | 9,2 | 9,2 | 14,9 | 10,1 | 13,7 |
| Строительство | 2,4 | 3,3 | 1,3 | 1,1 | 0,7 | 2,0 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 55,9 | 49,7 | 66,8 | 61,3 | 65,5 | 72,2 |
| Транспорт и связь | 6,4 | 7,7 | 3,6 | 5,4 | 6,1 | 1,5 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 16,8 | 22,9 | 7,6 | 8,6 | 7,3 | 1,5 |
| Другая деятельность | 5,5 | 6,3 | 5,2 | 3,1 | 5,4 | 3,9 |

Диаграмма 14. Распределение предприятий по регионам развития, видам экономической деятельности и полу предпринимателей, %



Анализ распределения предприятий по видам деятельности показал, что в секторе сельского хозяйства наибольший удельный вес составляют предприятия Северного региона (38,6%), также значима доля предприятий сельского хозяйства в Центральном (26,4%) и Южном (20,2%) регионах.

Все остальные виды деятельности (строительство; транспорт и связь; торговля, гостиницы и рестораны; промышленность) развиваются относительно в большей степени на предприятиях, расположенных в мун. Кишинэу. Особенно значительные диспропорции в пользу мун. Кишинэу наблюдаются в секторе операций с недвижимым имуществом, аренды и услуг предприятиям, 80,3% которого развивается в столице.

По большинству видов деятельности (кроме торговли, гостиниц и ресторанов) доля женских предприятий, работающих в мун. Кишинэу, относительно превышает или соответствует доле предприятий, управляемых мужчинами в мун. Кишинэу.

В секторе оптовой и розничной торговли, гостиниц и ресторанов в столице доля мужчин относительно выше доли женщин предпринимателей (соответственно, 61,0% и 53,5%). В остальных регионах в указанном секторе доля женщин относительно превышает долю мужчин.

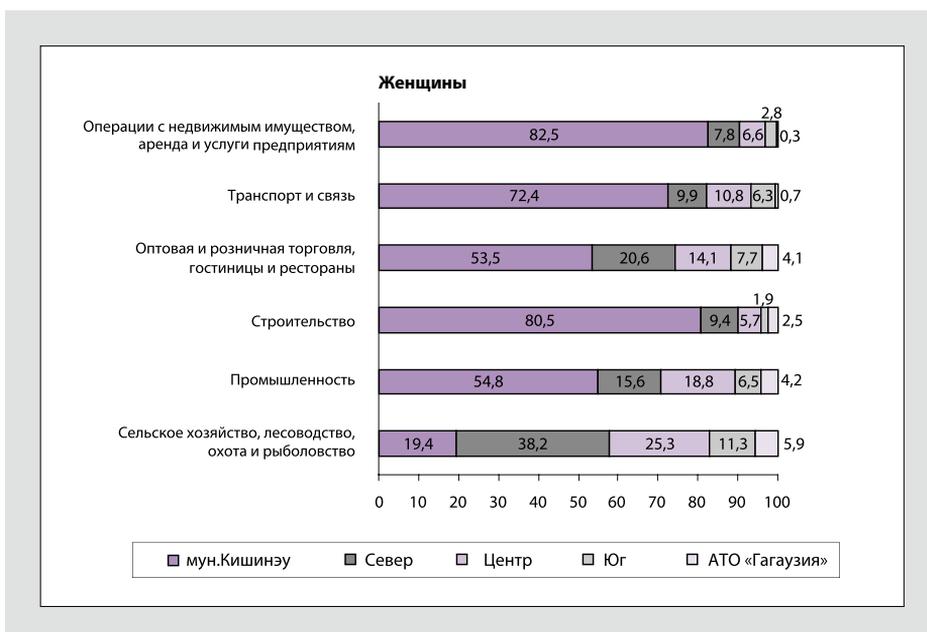
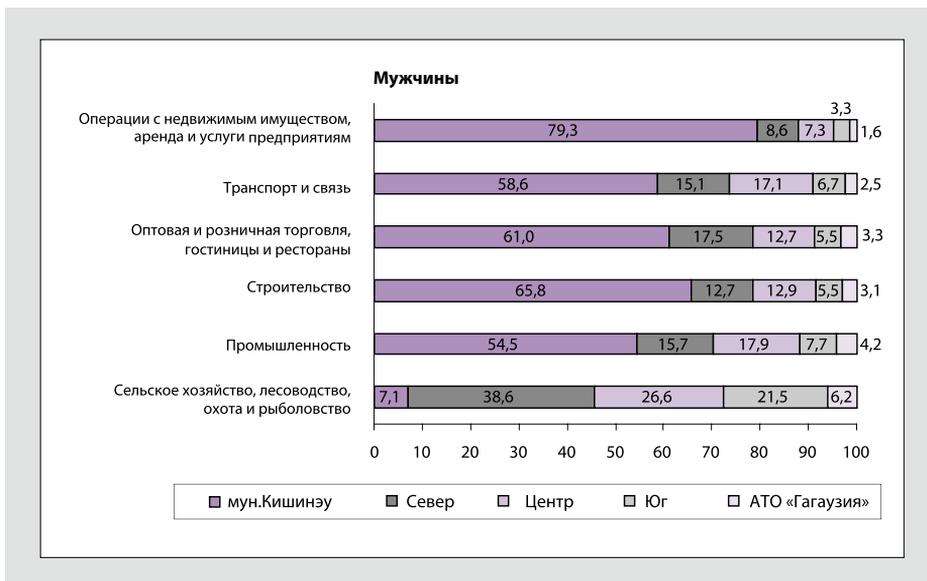
Соответственно, в остальных основных видах деятельности относительно преобладает доля предпринимателей мужчин. Исключение - сектор операций с недвижимым имуществом, аренды и услуг предприятиям, в котором отсутствуют явные предпочтения по полу: в мун. Кишинэу доля женщин превышает, в других - незначительно ниже доли мужчин, лишь в АТО Гагаузия женщины намного меньше вовлечены в указанную деятельность.

Таблица 26. Распределение предприятий по видам экономической деятельности, регионам развития и полу предпринимателей, %

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|-------|------------------|-------|-------|------|--------------|
| | | mun. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | | | | | | |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 100 | 8,7 | 38,6 | 26,4 | 20,2 | 6,1 |
| Промышленность | 100 | 54,6 | 15,7 | 18,0 | 7,4 | 4,2 |
| Строительство | 100 | 67,3 | 12,4 | 12,2 | 5,2 | 3,0 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 100 | 58,5 | 18,5 | 13,1 | 6,2 | 3,6 |

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|-------|------------------|-------|-------|------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Транспорт и связь | 100 | 61,8 | 13,9 | 15,7 | 6,5 | 2,1 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 100 | 80,3 | 8,3 | 7,1 | 3,1 | 1,2 |
| Мужчины | | | | | | |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 100 | 7,1 | 38,6 | 26,6 | 21,5 | 6,2 |
| Промышленность | 100 | 54,5 | 15,7 | 17,9 | 7,7 | 4,2 |
| Строительство | 100 | 65,8 | 12,7 | 12,9 | 5,5 | 3,1 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 100 | 61,0 | 17,5 | 12,7 | 5,5 | 3,3 |
| Транспорт и связь | 100 | 58,6 | 15,1 | 17,1 | 6,7 | 2,5 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 100 | 79,3 | 8,6 | 7,3 | 3,3 | 1,6 |
| Женщины | | | | | | |
| Сельское хозяйство, лесоводство, охота и рыболовство | 100 | 19,4 | 38,2 | 25,3 | 11,3 | 5,9 |
| Промышленность | 100 | 54,8 | 15,6 | 18,8 | 6,5 | 4,2 |
| Строительство | 100 | 80,5 | 9,4 | 5,7 | 1,9 | 2,5 |
| Оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны | 100 | 53,5 | 20,6 | 14,1 | 7,7 | 4,1 |
| Транспорт и связь | 100 | 72,4 | 9,9 | 10,8 | 6,3 | 0,7 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и услуги предприятиям | 100 | 82,5 | 7,8 | 6,6 | 2,8 | 0,3 |

Диаграмма 15. Распределение предприятий по видам экономической деятельности, регионам развития и полу предпринимателей, %



2.2. Этап инициирования бизнеса

■ Распределение предприятий по способу создания

Преобладающее количество работающих предприятий (87,4%) было создано путем учреждения нового бизнеса. Относительно небольшая группа предприятий (4,3%) была учреждена в результате реорганизации существующего бизнеса: его слияния (1,8%), разделения (1,8%) или выделения из другого предприятия (0,7%), а 3,9% предприятий были организованы в результате приватизации.

Таблица 27. **Распределение предприятий по способу создания и полу предпринимателей, %**

| | Всего | В т.ч. | |
|---|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Учреждение нового бизнеса | 87,4 | 87,3 | 87,6 |
| Реорганизация посредством: | | | |
| Слияния нескольких предприятий | 1,8 | 2,0 | 1,4 |
| Разделения | 1,8 | 1,7 | 1,9 |
| Выделения из другого | 0,7 | 0,8 | 0,5 |
| Приватизация или покупка части государственного предприятия | 3,9 | 3,8 | 4,2 |
| Другое | 4,4 | 4,4 | 4,4 |

Существуют определенные различия в предпочтительных способах создания предприятий в городской и сельской местностях. В сельской местности несколько выше удельный вес предприятий, созданных путем реорганизации (7,9%, в городской - 3,3%) и в результате приватизации (5,1%, по сравнению с 3,5% в городской). Одновременно в сельской местности относительно ниже доля вновь созданных предприятий (81,2%, по сравнению с 88,6% в городской).

Таблица 28. **Распределение предприятий по способу создания и типу местности, %**

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Учреждение нового бизнеса | 87,4 | 88,6 | 81,2 |
| Реорганизация посредством: Слияния нескольких предприятий | 1,8 | 1,6 | 2,8 |
| Разделения | 1,8 | 1,2 | 3,8 |
| Выделения из другого | 0,7 | 0,5 | 1,3 |
| Приватизация или покупка части государственного предприятия | 3,9 | 3,5 | 5,1 |
| Другое | 4,4 | 4,6 | 5,8 |

В мун. Кишинэу предприятия относительно чаще создаются посредством учреждения нового бизнеса – 89,9% (при среднем показателе по регионам 87,4%); в остальных регионах – путем реорганизации ранее действующих предприятий и приватизации. В большей степени указанные способы получили распространение в Южном регионе.

Гендерные различия проявились в том, что женщины предприниматели относительно реже, чем мужчины, имели возможность создавать предприятие путем приватизации в Южном и Центральном регионах. 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.

Таблица 29. **Распределение предприятий по способу создания, регионам развития и полу предпринимателей, %**

| Способ создания предприятий | Всего | Регионы развития | | | | |
|--------------------------------|-------|------------------|-------|-------|------|--------------|
| | | Мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | | | | | | |
| Учреждение нового | 87,4 | 89,9 | 83,1 | 83,5 | 79,7 | 84,7 |
| Слияние нескольких предприятий | 1,8 | 1,2 | 2,5 | 2,8 | 4,2 | 2,8 |

| Способ создания предприятий | Всего | Регионы развития | | | | |
|---|-------|------------------|-------|-------|------|--------------|
| | | Мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Разделение | 1,8 | 1,0 | 3,3 | 2,9 | 3,4 | 3,5 |
| Выделение из другого | 0,7 | 0,5 | 1,3 | 0,8 | 1,9 | 0,7 |
| Приватизация или покупка части государственного предприятия | 3,9 | 2,7 | 6,1 | 6,3 | 7,1 | 4,5 |
| Мужчины | | | | | | |
| Учреждение нового | 87,3 | 90,3 | 82,7 | 82,5 | 78,5 | 84,3 |
| Слияние нескольких предприятий | 2,0 | 1,3 | 2,9 | 3,2 | 4,4 | 3,5 |
| Разделение | 1,7 | 0,8 | 3,2 | 3,2 | 3,7 | 3,7 |
| Выделение из другого | 0,8 | 0,6 | 1,4 | 0,9 | 2,1 | 0,7 |
| Приватизация или покупка части государственного предприятия | 3,8 | 2,3 | 6,1 | 6,4 | 7,9 | 4,0 |
| Женщины | | | | | | |
| Учреждение нового | 87,6 | 89,0 | 84,0 | 86,2 | 83,3 | 85,8 |
| Слияние нескольких предприятий | 1,4 | 1,2 | 1,6 | 1,7 | 3,8 | 1,0 |
| Разделение | 1,9 | 1,4 | 3,6 | 1,9 | 2,9 | 3,1 |
| Выделение из другого | 0,5 | 0,3 | 1,1 | 0,6 | 1,4 | 0,5 |
| Приватизация или покупка части государственного предприятия | 4,2 | 3,6 | 6,0 | 5,7 | 4,8 | 5,7 |

■ Распределение предприятий по источникам стартового капитала

Основным источником стартового капитала при создании бизнеса служили собственные сбережения предпринимателей, которые составили почти $\frac{3}{4}$ всех финансовых ресурсов (74,2%). Другим значимым источником являлись средства,

взятые в долг - 17,3%. При этом относительно большую часть долга составили кредиты родственников или друзей (12,1%); еще 5,2% - банковские кредиты. Доля иностранных инвестиций - 5,3%. Среди источников финансирования на этапе учреждения бизнеса удельный вес государственных субсидий минимальный – 0,8% стартового капитала.

Структура источников финансирования у предпринимателей мужчин и женщин отличается незначительно. У женщин предпринимателей в структуре стартового капитала 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%).

Анализируя различия в структуре стартового капитала, обусловленные возрастом предпринимателей, можно отметить следующее:

- *У молодых людей в возрасте 15-24 лет значительно более высокий удельный вес средств, взятых в долг – 21,8% (при среднем уровне – 12,1%); минимален удельный вес иностранных инвестиций – 1,9% (средний уровень 5,3%); абсолютно отсутствуют государственные субсидии.*
- *У лиц старшего возраста (в возрастных группах более 45 лет) увеличивается доля государственных субсидий. Причем с повышением возраста удельный вес субсидий имеет устойчивую тенденцию роста: 1,2% у предпринимателей в возрасте 45-54 лет; 1,7% - в возрасте 55-64 лет; 2,9% - в возрасте выше 65 лет.*
- *У предпринимателей в возрасте старше 65 лет в структуре стартового капитала доля иностранных инвестиций существенно выше среднего значения и составляет 10,2% (в среднем – 5,3%).*

Женщины предприниматели практически во всех возрастных группах (кроме 65+) относительно меньше, чем мужчины, используют собственные сбережения и имеют доступ к государственным субсидиям. При этом они в любом возрасте (кроме 25-34 лет) относительно чаще берут средства в долг у родственников и друзей на создание предприятий.

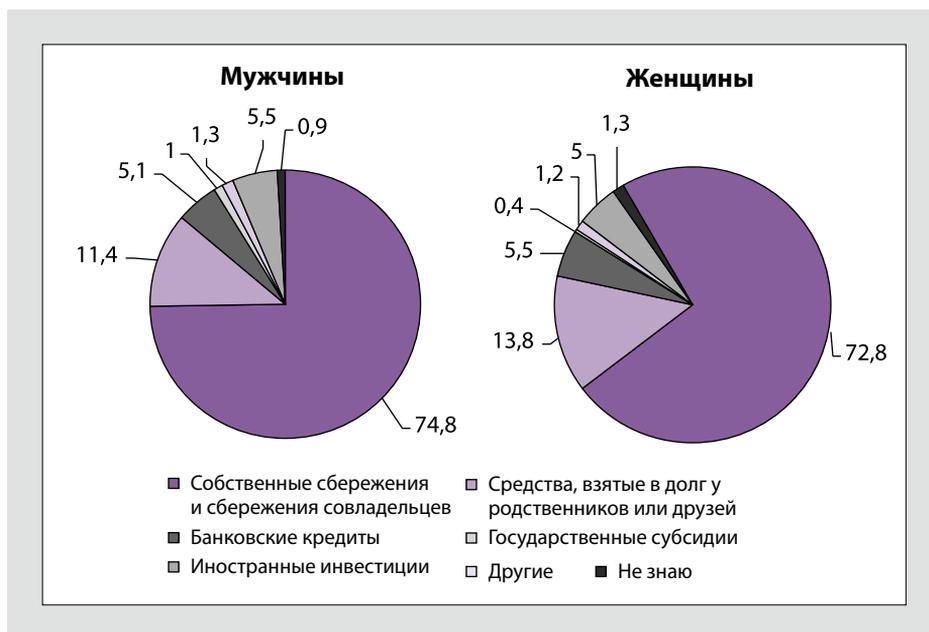
Значимым различием, обусловленным полом и возрастом, является возможность привлечь иностранные инвестиции:

- *У молодых женщин в возрастных группах от 15 до 34 лет доля иностранных инвестиций составляет 12,3%, у мужчин – 6,9%.*
- *У женщин предпринимателей старше 65 лет доля иностранных инвестиций оставляет лишь 1,6%, у мужчин – 11,7%.*

Таблица 30. **Распределение предприятий по источникам стартового капитала, полу и возрасту предпринимателей, %**

| | Всего | Возрастные группы, лет | | | | | |
|--|------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 74,2 | 70,5 | 75,0 | 74,0 | 73,6 | 76,0 | 72,5 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 12,1 | 21,8 | 12,1 | 13,0 | 11,9 | 9,2 | 9,5 |
| Банковские кредиты | 5,2 | 5,1 | 3,5 | 5,4 | 6,2 | 5,5 | 2,2 |
| Государственные субсидии | 0,8 | 0,0 | 0,4 | 0,4 | 1,2 | 1,7 | 2,9 |
| Другие | 1,3 | 0,2 | 1,4 | 0,8 | 1,5 | 2,0 | 1,7 |
| Иностранные инвестиции | 5,3 | 1,9 | 6,8 | 5,4 | 4,6 | 4,3 | 10,2 |
| Не знаю | 1,0 | 0,6 | 0,8 | 0,9 | 1,1 | 1,2 | 1,0 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 74,8 | 72,5 | 75,9 | 74,6 | 74,3 | 76,1 | 72,3 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 11,4 | 20,6 | 12,1 | 12,1 | 11,0 | 8,9 | 7,7 |
| Банковские кредиты | 5,1 | 5,8 | 3,5 | 5,3 | 5,8 | 5,7 | 1,7 |
| Государственные субсидии | 1,0 | 0,0 | 0,5 | 0,4 | 1,4 | 1,8 | 3,4 |
| Другие | 1,3 | 0,0 | 1,2 | 1,0 | 1,4 | 2,1 | 2,0 |
| Иностранные инвестиции | 5,5 | 0,9 | 6,0 | 5,7 | 5,1 | 4,5 | 11,7 |
| Не знаю | 0,9 | 0,3 | 0,7 | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 1,1 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 72,8 | 66,8 | 72,7 | 73,0 | 72,2 | 75,7 | 73,8 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 13,8 | 24,1 | 11,9 | 14,9 | 14,2 | 10,3 | 19,7 |
| Банковские кредиты | 5,5 | 3,7 | 3,6 | 5,7 | 7,1 | 5,1 | 4,9 |
| Государственные субсидии | 0,4 | 0,0 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 1,3 | 0,0 |
| Другие | 1,2 | 0,5 | 1,9 | 0,3 | 1,4 | 2,0 | 0,0 |
| Иностранные инвестиции | 5,0 | 3,7 | 8,6 | 4,7 | 3,1 | 3,8 | 1,6 |
| Не знаю | 1,3 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 1,9 | 0,0 |

Диаграмма 16. Распределение предприятий по источникам стартового капитала и полу предпринимателей, %



Абсолютное большинство предпринимателей использовали в качестве стартового капитала собственные сбережения и сбережения совладельцев. У 71,1% предприятий доля указанного источника в общей сумме финансовых средств составила от 80% до 100%. Лишь у 13,5% предприятий удельный вес собственных сбережений и сбережений совладельцев был не столь значителен - до 20% средств, необходимых для создания бизнеса.

Доля иных источников стартового капитала - средств, взятых в долг у родственников или друзей, банковских кредитов, государственных субсидий и иностранных инвестиций не превышала 20% стартового капитала у более, чем 86% предприятий

Таблица 31 Распределение предприятий по источникам и размеру ресурсов, используемых для создания предприятий и полу предпринимателей, %

| Источники стартового капитала | Размер ресурсов | | | | |
|--|-----------------|-------|-------|-------|--------|
| | до 20 | до 40 | до 60 | до 80 | до 100 |
| Всего | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 13,5 | 3,4 | 9,6 | 2,5 | 71,1 |

| Источники стартового капитала | Размер ресурсов | | | | |
|--|-----------------|-------|-------|-------|--------|
| | до 20 | до 40 | до 60 | до 80 | до 100 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 86,2 | 2,3 | 5,9 | 1,3 | 4,2 |
| Банковские кредиты | 94,2 | 1,2 | 2,1 | 0,9 | 1,6 |
| Государственные субсидии | 99,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,7 |
| Другие | 98,6 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,8 |
| Иностранные инвестиции | 93,8 | 0,6 | 1,2 | 0,4 | 4,0 |
| Не знаю | 98,9 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,9 |
| Мужчины | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 13,2 | 3,3 | 9,3 | 2,5 | 71,7 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 87,1 | 2,4 | 5,3 | 1,4 | 3,8 |
| Банковские кредиты | 94,4 | 1,3 | 2,0 | 0,9 | 1,5 |
| Государственные субсидии | 99,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,8 |
| Другие | 98,6 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,8 |
| Иностранные инвестиции | 93,7 | 0,5 | 1,2 | 0,4 | 4,2 |
| Не знаю | 99,0 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,8 |
| Женщины | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 14,4 | 3,6 | 10,4 | 2,3 | 69,3 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 84,0 | 2,0 | 7,5 | 1,1 | 5,4 |
| Банковские кредиты | 93,7 | 0,9 | 2,4 | 1,1 | 2,0 |
| Государственные субсидии | 99,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,4 |
| Другие | 98,6 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,8 |
| Иностранные инвестиции | 94,1 | 0,8 | 1,2 | 0,5 | 3,4 |
| Не знаю | 98,5 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 1,3 |

Выявлены некоторые различия в источниках стартового капитала по регионам развития:

- Поскольку в мун. Кишинэу работает 58,7% предпринимателей, основная доля источников стартового капитала также находится в столице. Однако доля иностранных инвестиций, приходящаяся на мун. Кишинэу, значительно выше – 82,3%.
- В Северном регионе (работает 17,1% предприятий) относительно выше доля банковских кредитов (29,3%) и государственных субсидий (21,5%).

- В Центральном регионе (14,0% предприятий) относительно выше доля банковских кредитов (23,0%) и государственных субсидий (22,8%).
- В Южном регионе (работает 6,9% предприятий) относительно выше доля банковских кредитов (13,1%).
- В АТО Гагаузия (работает 3,3% предприятий) относительно ниже среднего уровня все источники финансирования, кроме собственных сбережений (3,4%).

Гендерные различия проявляются в следующем: у женщин:

- В мун. Кишинэу относительно выше доля средств, взятых в долг у родственников или друзей и доля иностранных инвестиций. Соответственно, ниже удельный вес банковских кредитов и государственных субсидий.
- В Северном регионе – выше удельный вес банковских кредитов и государственных субсидий.
- В Центральном регионе – относительно ниже доля средств, взятых в долг у родственников или друзей, банковских кредитов, государственных субсидий.

Таблица 32. **Распределение предприятий по источникам стартового капитала, регионам развития и полу предпринимателей, %**

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|-------|------------------|-------|-------|------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Центр | Север | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 100 | 59,7 | 17,2 | 13,5 | 6,3 | 3,4 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 100 | 56,4 | 18,1 | 15,6 | 7,7 | 2,2 |
| Банковские кредиты | 100 | 32,2 | 29,3 | 23,0 | 13,1 | 2,4 |
| Государственные субсидии | 100 | 46,0 | 21,5 | 22,8 | 6,9 | 2,8 |
| Другие | 100 | 56,0 | 18,0 | 17,5 | 6,9 | 1,6 |
| Иностранные инвестиции | 100 | 82,3 | 6,4 | 6,5 | 3,8 | 1,1 |
| Не знаю | 100 | 59,4 | 12,8 | 18,4 | 8,5 | 0,9 |

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|-------|------------------|-------|-------|------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Центр | Север | Юг | АТО Гагаузия |
| Мужчины | | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 100 | 59,7 | 17,0 | 13,6 | 6,3 | 3,4 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 100 | 55,4 | 18,5 | 16,4 | 7,5 | 2,2 |
| Банковские кредиты | 100 | 33,2 | 27,1 | 24,4 | 13,3 | 2,1 |
| Государственные субсидии | 100 | 46,6 | 19,8 | 24,1 | 6,8 | 2,7 |
| Другие | 100 | 52,4 | 20,7 | 17,1 | 7,7 | 2,1 |
| Иностранные инвестиции | 100 | 81,8 | 6,7 | 6,7 | 3,8 | 1,1 |
| Не знаю | 100 | 56,9 | 12,7 | 19,0 | 10,2 | 1,4 |
| Женщины | | | | | | |
| Собственные сбережения и сбережения совладельцев | 100 | 59,7 | 17,7 | 13,0 | 6,2 | 3,5 |
| Средства, взятые в долг у родственников или друзей | 100 | 58,7 | 17,3 | 13,9 | 7,9 | 2,2 |
| Банковские кредиты | 100 | 29,9 | 34,5 | 19,8 | 12,7 | 3,2 |
| Государственные субсидии | 100 | 42,5 | 31,7 | 14,7 | 7,4 | 3,6 |
| Другие | 100 | 65,9 | 10,5 | 18,7 | 5,0 | |
| Иностранные инвестиции | 100 | 83,7 | 5,4 | 6,0 | 3,9 | 1,0 |
| Не знаю | 100 | 63,9 | 13,1 | 17,5 | 5,5 | 0,0 |

2.3. СИТУАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ В 2008г.

■ Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г.

В 2008г., по мнению респондентов, большинство предприятий (73,8%) сталкивались с трудностями в своей деятельности.

Различия по полу незначительны: доля женщин, указавших на наличие трудностей, немного выше и составляет 74,4% (у мужчин – 73,5%).

Таблица 33. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г.,
распределение по полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы трудности? | Всего | В т.ч. | |
|-----------------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,2 | 26,5 | 25,6 |
| да | 73,8 | 73,5 | 74,4 |

Сопоставляя сложности, с которыми сталкивались предприятия городской и сельской местности в 2008г., выявлено, что на наличие проблем относительно чаще указывали предприниматели сельской местности (81,3%). В городской местности доля респондентов, отметивших наличие проблем, относительно ниже - 72,3%.

Табелул 34. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г.,
распределение по типу местности, %**

| Испытывали ли Вы трудности? | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|-----------------------------|-------|-----------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,2 | 27,7 | 18,7 |
| да | 73,8 | 72,3 | 81,3 |

Сложности в бизнесе относительно чаще встречаются у предпринимателей с более низким уровнем образования. Причем, по мере роста уровня образования удельный вес предпринимателей, испытывающих проблемы в бизнесе, сокращается. Так, на наличие трудностей указали 84,1% лиц с начальным образованием, и 72,4% людей с высшим образованием.

Указанная тенденция сохраняется как у мужчин, так и у женщин.

Таблица 35. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы трудности? | Всего | Уровень образования | | | |
|-----------------------------|------------|---------------------------------|---------------------|-------------------------------------|------------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Обще среднее или общее обязательное | Начальное |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,2 | 27,6 | 23,3 | 23,2 | 15,9 |
| да | 73,8 | 72,4 | 76,7 | 76,8 | 84,1 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,5 | 27,8 | 22,7 | 22,7 | 13,3 |
| да | 73,5 | 72,2 | 77,3 | 77,3 | 86,7 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 25,6 | 25,8 | 25,3 | 26,0 | 22,2 |
| да | 74,4 | 74,2 | 74,7 | 74,0 | 77,8 |

О наличии трудностей в деятельности предприятий в 2008г. относительно чаще указывали молодые предприниматели (77,3%; средний показатель - 73,8%). Относительно реже проблемы были характерны для групп активного возраста 25-34 лет (72,1%) и 35-44 лет (71,4%).

У женщин предпринимателей трудности, с которыми они сталкивались, были следующим образом связаны с возрастом:

- *В более молодом возрасте удельный вес женщин, указавших на проблемы, относительно выше, чем у мужчин. Так, в возрасте 15-24 лет доля таких женщин – 84,4%; доля мужчин – 72,2%.*
- *Ситуация изменяется после 55 лет, когда уже мужчины относительно чаще отмечают наличие проблем. В возрасте более 65 лет удельный вес женщин, указавших на проблемы в бизнесе, составляет 60,6%, в то время как у мужчин этот показатель равен 75,5%.*

Таблица 36. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы трудности? | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|-----------------------------|------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,2 | 22,7 | 27,9 | 28,5 | 24,2 | 25,5 | 26,5 |
| да | 73,8 | 77,3 | 72,1 | 71,4 | 75,8 | 74,5 | 73,5 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,5 | 27,8 | 28,6 | 28,9 | 24,0 | 24,4 | 24,5 |
| да | 73,5 | 72,2 | 71,4 | 71,1 | 76,0 | 75,6 | 75,5 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 25,6 | 15,6 | 26,2 | 26,1 | 24,3 | 27,5 | 39,4 |
| да | 74,4 | 84,4 | 73,8 | 73,9 | 75,7 | 72,5 | 60,6 |

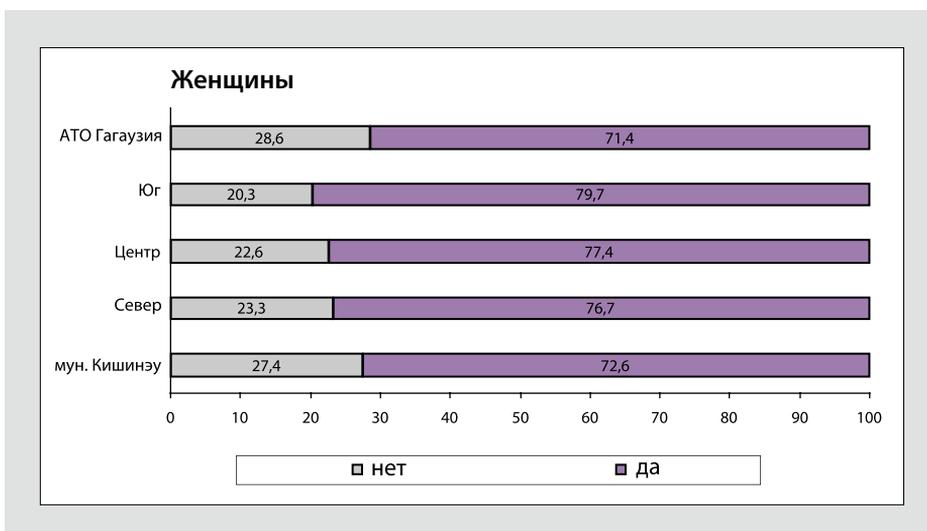
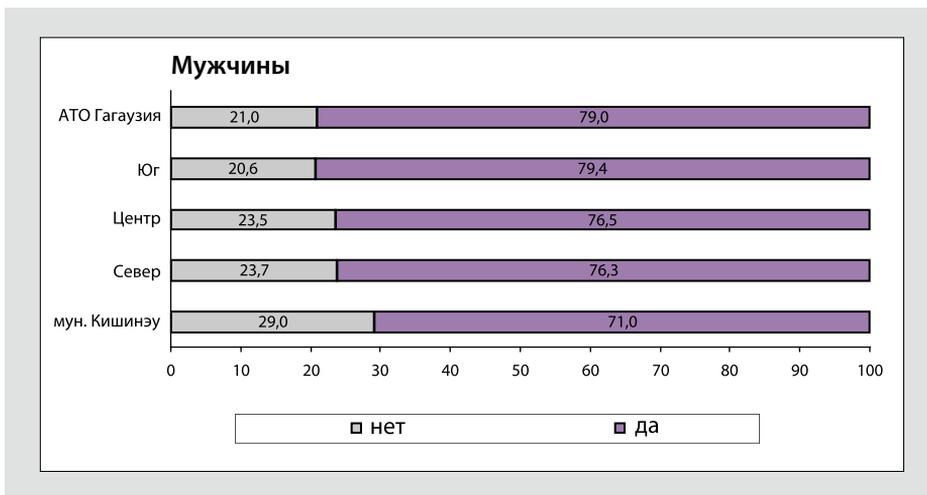
Трудности, с которыми предприятия сталкивались в 2008г., относительно чаще проявлялись вне столицы, прежде всего, в Южном регионе (79,3%) и АТО Гагаузия - 77,5% (средний показатель по регионам – 73,8%).

Различия, связанные с полом, незначительно проявились во всех регионах, кроме АТО Гагаузия: доля женщин, отметивших наличие проблем в бизнесе, везде несущественно превышает этот показатель среди мужчин. Обратная ситуация – в АТО Гагаузия, где доля мужчин предпринимателей, указавших на наличие проблем, больше, чем доля женщин. У мужчин этот показатель составил 79,0%; у женщин – 71,4%.

Таблица 37. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы трудности? | Всего | Регионы развития | | | | |
|-----------------------------|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,2 | 28,8 | 23,6 | 23,6 | 20,7 | 22,5 |
| да | 73,8 | 71,2 | 76,4 | 76,4 | 79,3 | 77,5 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,5 | 29,0 | 23,7 | 23,5 | 20,6 | 21,0 |
| да | 73,5 | 71,0 | 76,3 | 76,5 | 79,4 | 79,0 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 25,6 | 27,4 | 23,3 | 22,6 | 20,3 | 28,6 |
| да | 74,4 | 72,6 | 76,7 | 77,4 | 79,7 | 71,4 |

Диаграмма 17. **Наличие трудностей в деятельности предприятий в 2008 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %**



■ Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г.

В качестве основной сложности в деятельности предприятий в 2008г. было отмечено отсутствие финансовых средств, на эту проблему указали почти $\frac{3}{4}$ предприятий (74,1%). Если к ним добавить 12,0% респондентов, отметивших ограниченный доступ к кредитам, то на проблемы, связанные с недостатком источников финансирования указали 86,1% предпринимателей. Неблагоприятную

налоговую политику, в качестве важной проблемы, назвали 18,2% опрошенных. 11,8% предпринимателей указали на отсутствие квалифицированных кадров. Немногих предпринимателей (6,0%) волнует проблема отсутствия передовых технологий. Только 3,7% предпринимателей отметили наличие проблем, связанных с отсутствием сырья. [Вставка 4]

Вставка 4. Основные проблемы предпринимателей

Основные проблемы предпринимателей Молдовы были исследованы в рамках научного проекта «Разработка программы экономического роста», реализованного Институтом экономики, финансов и статистики АНМ. В 3-х районах страны (Бричень, Орхей, Леова) в 2006-2007гг. было проведено анкетирование, в ходе которого были опрошены предприниматели (менеджеры и главные собственники) 521 предприятия. Были выявлены следующие проблемы:

| <i>Основные проблемы</i> | <i>Уд. вес %</i> |
|--------------------------|------------------|
| Финансы | 34,7 |
| Персонал | 21,3 |
| Оборудование, технологии | 20,9 |
| Недвижимость | 8,4 |
| Сырье, материалы | 6,0 |
| Информация | 1,9 |
| Отсутствуют проблемы | 5,6 |

Источник: Elaborarea programului de creștere economică / Proiectul de cercetare aplicată. Raport științific. Institutul de Economie, Finanțe și Statistică AȘM (IEFS), Chișinău, 2007.

Известно, что в экономически развитых странах, в т.ч. государствах ЕС, сегодня ставится задача развития инновационной экономики, основанной на знаниях. В этом контексте низкий процент предпринимателей, указавших на отсутствие передовых технологий, заставляет задуматься о недооценке данной проблемы предпринимателями Молдовы. Возможно, это связано с экономическим и финансовым кризисом, ухудшением финансовой ситуации предприятий, в результате чего предприниматели вынуждены решать более острые проблемы бизнеса.

Для мужчин предпринимателей относительно более значимыми являлись проблемы ограниченного доступа к кредитам (13,5%; у женщин - 8,1%), отсутствия передовых технологий (6,4%; у женщин - 4,9%), отсутствия сырья (4,1%; у женщин - 2,8%). Для женщин – относительно более значимой проблемой являлось отсутствие финансовых средств (76,5%; у мужчин - 73,2%).

Таблица 38. **Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % ***

| | Всего | В т.ч. | |
|-------------------------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Отсутствие финансовых средств | 74,1 | 73,2 | 76,5 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,0 | 6,4 | 4,9 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 12,0 | 13,5 | 8,1 |
| Отсутствие сырья | 3,7 | 4,1 | 2,8 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,8 | 11,9 | 11,7 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,2 | 18,5 | 17,4 |
| Другое | 9,0 | 8,8 | 9,6 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 18. **Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по полу предпринимателей, %**



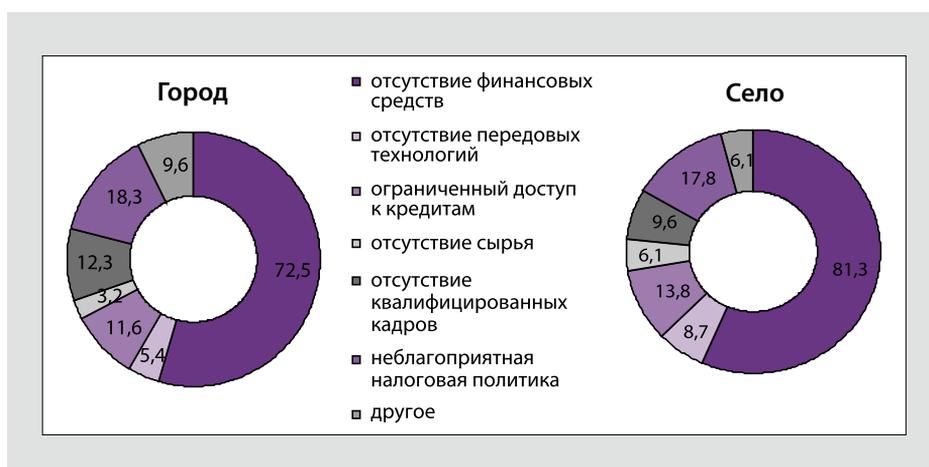
Анализ трудностей в зависимости от местности нахождения бизнеса показал, что в деятельности предприятий сельской местности трудности встречаются относительно чаще. Так, отсутствие финансовых средств, отсутствие передовых технологий, ограниченный доступ к кредитам, отсутствие сырья – все указанные проблемы были относительно чаще отмечены предпринимателями в сельской местности. Только отсутствие квалифицированных кадров и неблагоприятная налоговая политика являются проблемами, с которыми относительно чаще сталкиваются предприятия в городской местности.

Таблица 39. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по типу местности, % *

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|-------------------------------------|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Отсутствие финансовых средств | 74,1 | 72,5 | 81,3 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,0 | 5,4 | 8,7 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 12,0 | 11,6 | 13,8 |
| Отсутствие сырья | 3,7 | 3,2 | 6,1 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,8 | 12,3 | 9,6 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,2 | 18,3 | 17,8 |
| Другое | 9,0 | 9,6 | 6,1 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 19. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по типу местности, %



Трудности в бизнесе были проанализированы с учетом уровня образования предпринимателей. Проблема отсутствия финансовых средств является более значимой для предпринимателей с более низким уровнем образования. На ее наличие указали 73,3% опрошенных предпринимателей с высшим образованием и 87,5% – с начальным образованием. Обратная ситуация с доступом к кредитам: лишь 5,0% лиц с начальным образованием указали на наличие такой проблемы, в то время как для предпринимателей с высшим образованием с ограничением доступа к кредитам сталкивались 12,5% респондентов. Среди иных различий отметим, что предприниматели с начальным образованием относительно чаще испытывали про-

блему, связанную с отсутствием передовых технологий. На эту проблему указали 20,0% предпринимателей с начальным образованием (средний показатель – 6,0%)

Для женщин проблема отсутствия финансовых средств была относительно более существенной, чем для мужчин. Это различие сохранялось независимо от уровня образования предпринимателей. Остальные проблемы относительно чаще были отмечены мужчинами предпринимателями, причем такая ситуация почти не связана с уровнем образования.

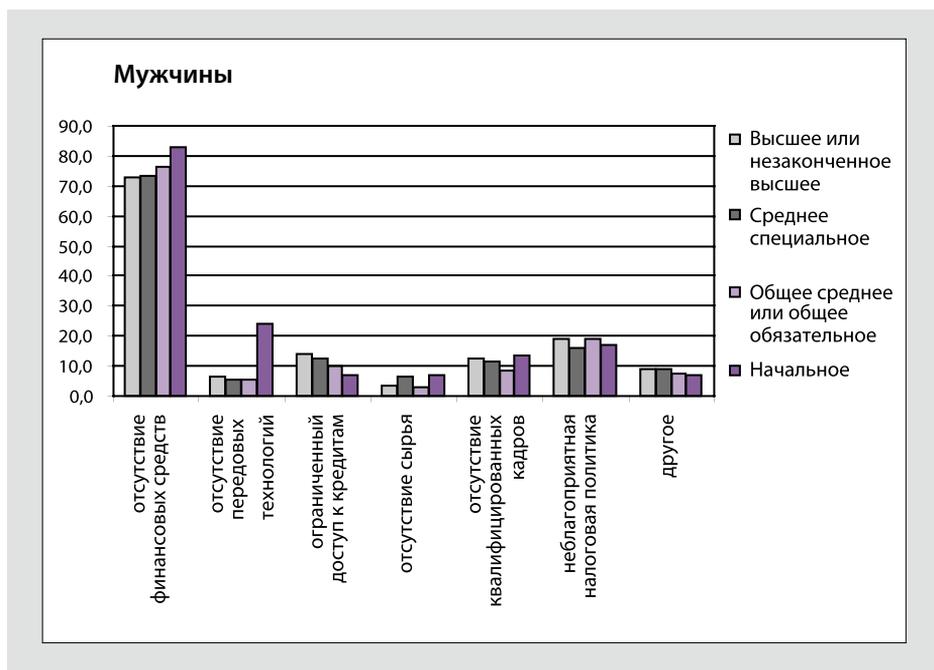
Таблица 40. **Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % ***

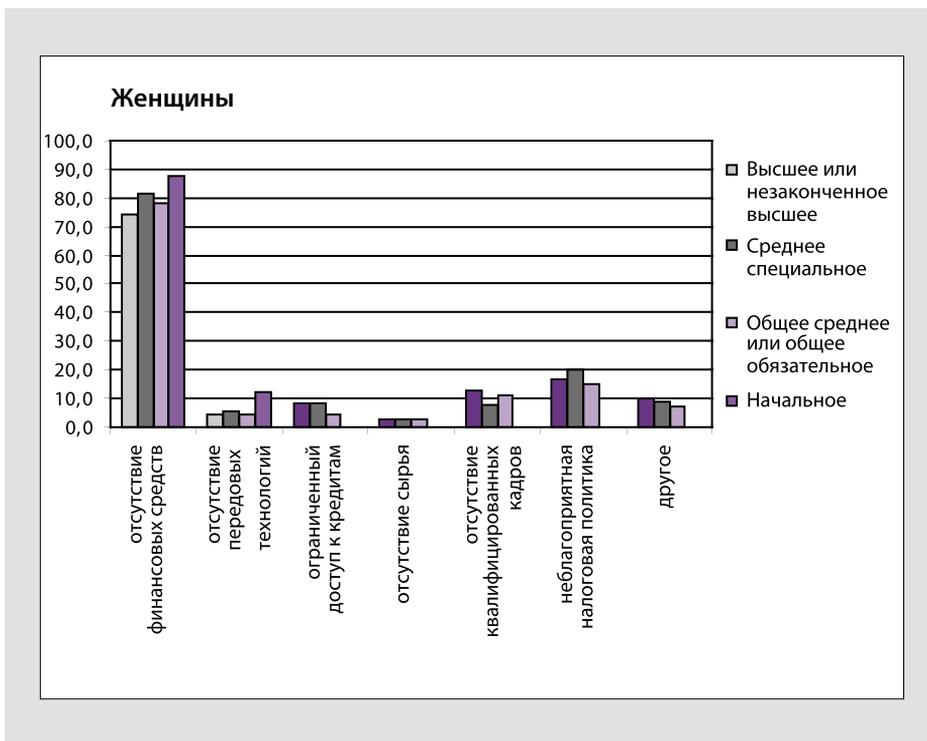
| | Всего | Уровень образования | | | |
|-------------------------------------|-------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Всего | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 74,1 | 73,3 | 75,7 | 76,7 | 87,5 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,0 | 6,0 | 5,5 | 5,2 | 20,0 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 12,0 | 12,5 | 11,0 | 8,5 | 5,0 |
| Отсутствие сырья | 3,7 | 3,3 | 5,4 | 3,0 | 5,0 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,8 | 12,4 | 10,1 | 8,3 | 10,0 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,2 | 18,3 | 17,5 | 18,3 | 12,5 |
| Другое | 9,0 | 9,4 | 9,2 | 7,0 | 5,0 |
| Мужчины | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 73,2 | 72,8 | 73,2 | 76,7 | 82,8 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,4 | 6,6 | 5,7 | 5,5 | 24,1 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 13,5 | 14,1 | 12,4 | 10,2 | 6,9 |
| Отсутствие сырья | 4,1 | 3,4 | 6,6 | 3,2 | 6,9 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,9 | 12,3 | 11,5 | 8,4 | 13,8 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,5 | 19,0 | 16,3 | 19,1 | 17,2 |
| Другое | 8,8 | 8,9 | 9,1 | 7,4 | 6,9 |

| | Всего | Уровень образования | | | |
|-------------------------------------|-------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Женщины | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 76,5 | 74,3 | 81,7 | 78,2 | 87,5 |
| Отсутствие передовых технологий | 4,9 | 4,6 | 5,7 | 4,6 | 12,5 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 8,1 | 8,2 | 8,3 | 4,6 | 0,0 |
| Отсутствие сырья | 2,8 | 2,7 | 2,8 | 2,9 | 0,0 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,7 | 13,0 | 7,8 | 10,9 | 0,0 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 17,4 | 16,6 | 20,1 | 14,9 | 0,0 |
| Другое | 9,7 | 10,2 | 8,8 | 7,5 | 0,0 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 20. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %





Исследование основных трудностей, с которыми сталкивается бизнес в зависимости от возраста предпринимателей, указало на следующие отличия:

- На *отсутствии финансовых средств* относительно чаще указывали *молодые предприниматели 15-24 лет (80,6%)* и *предприниматели более зрелого возраста – старше 65 лет (77,2%; средний показатель – 74,1%)*.
- *Отсутствие передовых технологий* - *наименее значимая проблема для молодых предпринимателей 15-24 лет, на эту проблему указали 3,5% респондентов данной возрастной группы (средний показатель – 6,0%)*.

Акцентируя внимание на гендерном аспекте, женщины во всех возрастных группах (кроме 65+) относительно чаще указывали на отсутствие финансовых средств. Особенно существенные различия относятся к молодым женщинам 15-24 лет. Они значительно чаще, чем мужчины этого возраста, отмечали отсутствие финансовых средств (90,9%; мужчины – 74,2%) и неблагоприятную налоговую политику (24,5%; мужчины – 17,6%).

Почти половина женщин старше 65 лет больше внимания, чем мужчины соответствующего возраста, уделяли неблагоприятной налоговой политике - 46,2% (мужчины – 13,7%), отсутствию передовых технологий - 7,7% (мужчины 5,6%).

Таблица 41. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % *

| | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 74,1 | 80,6 | 74,7 | 71,7 | 74,1 | 76,3 | 77,2 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,0 | 3,5 | 5,5 | 5,5 | 6,2 | 6,7 | 5,6 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 12,0 | 11,9 | 14,3 | 12,4 | 11,6 | 10,3 | 9,9 |
| Отсутствие сырья | 3,7 | 1,9 | 3,3 | 4,1 | 3,6 | 4,2 | 5,4 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,8 | 9,1 | 12,0 | 13,1 | 11,9 | 9,3 | 9,4 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,2 | 19,4 | 19,3 | 18,4 | 17,4 | 18,9 | 18,0 |
| Другое | 9,0 | 6,1 | 7,6 | 8,6 | 10,2 | 9,6 | 9,4 |
| Мужчины | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 73,2 | 74,2 | 74,3 | 69,8 | 73,8 | 75,6 | 76,1 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,4 | 5,1 | 6,3 | 6,5 | 6,3 | 6,3 | 5,6 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 13,5 | 16,4 | 16,0 | 14,5 | 13,7 | 10,7 | 11,4 |
| Отсутствие сырья | 4,1 | 2,0 | 3,7 | 4,4 | 4,0 | 4,1 | 5,6 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,9 | 9,0 | 12,6 | 13,3 | 12,0 | 9,6 | 10,5 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,5 | 17,6 | 19,2 | 19,7 | 19,0 | 17,3 | 13,7 |
| Другое | 8,8 | 8,2 | 5,8 | 8,2 | 9,9 | 9,7 | 9,5 |
| Женщины | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 76,5 | 90,9 | 76,0 | 76,6 | 74,8 | 77,1 | 74,4 |
| Отсутствие передовых технологий | 4,9 | 1,4 | 3,4 | 3,6 | 6,3 | 8,2 | 7,7 |

| | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Ограниченный доступ к кредитам | 8,1 | 5,6 | 11,5 | 7,0 | 7,2 | 8,1 | 5,1 |
| Отсутствие сырья | 2,8 | 2,1 | 1,3 | 3,4 | 2,8 | 4,0 | 2,6 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,7 | 10,5 | 10,2 | 13,7 | 12,5 | 9,1 | 5,1 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 17,4 | 24,5 | 20,2 | 15,6 | 13,7 | 24,2 | 46,2 |
| Другое | 9,6 | 3,5 | 11,9 | 7,7 | 10,5 | 9,6 | 10,3 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Анализ по регионам развития показал, что в столице предприниматели относительно реже указывали на наличие тех или иных трудностей. В Центральном регионе, наоборот: относительно большая доля предпринимателей отмечали наличие проблем, связанных с бизнесом, причем это относилось ко всем указанным в анкете проблемам.

Предприниматели АТО Гагаузия относительно чаще сталкивались с отсутствием финансовых средств (78,3%, средний показатель - 74,1%); в Центральном регионе - с отсутствием технологий (8,7%, по сравнению с 6,0%) и сырья (соответственно, 6,8%, по сравнению с 3,7%).

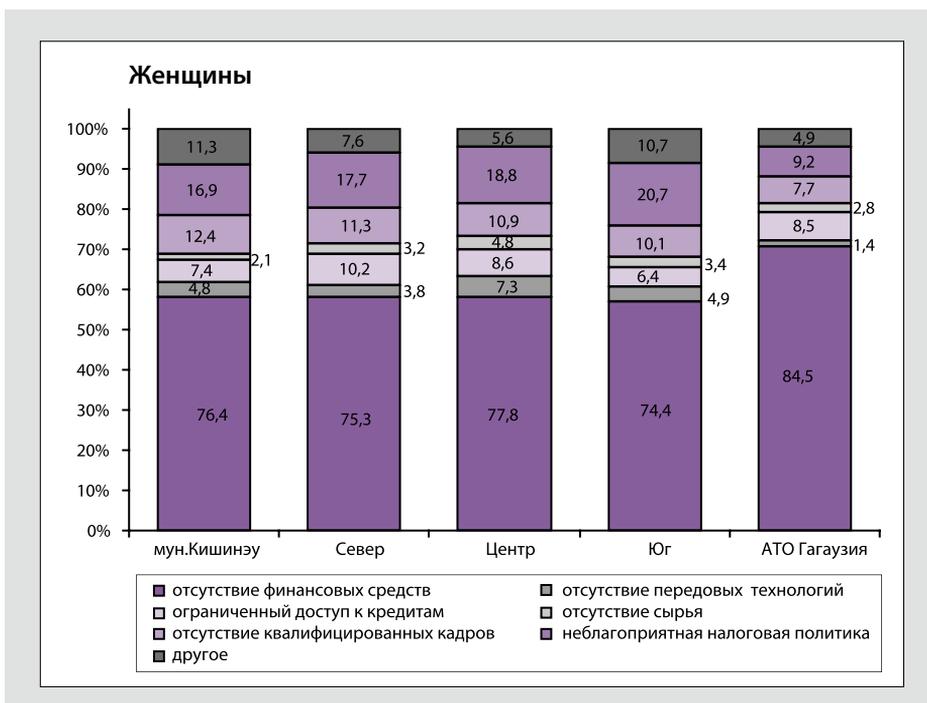
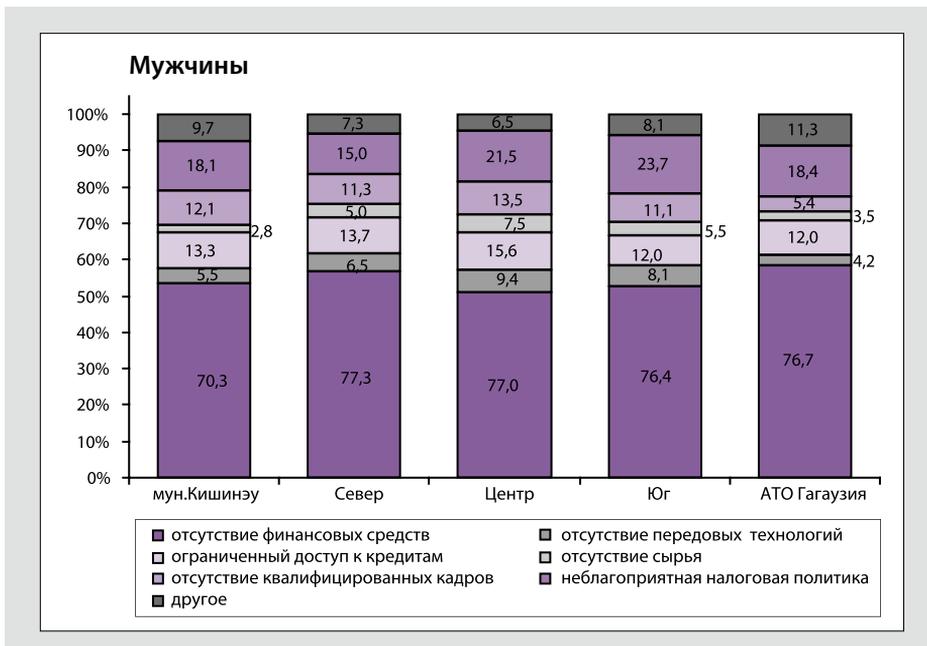
Таблица 42. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % *

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|-------------------------------------|-------|------------------|-------|-------|------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 74,1 | 71,9 | 76,7 | 77,7 | 75,8 | 78,3 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,0 | 5,2 | 5,7 | 8,7 | 7,2 | 3,6 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 12,0 | 11,5 | 12,4 | 13,9 | 10,4 | 11,1 |
| Отсутствие сырья | 3,7 | 2,8 | 4,5 | 6,8 | 4,9 | 3,4 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,8 | 12,0 | 11,1 | 12,6 | 10,9 | 5,7 |

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|-------------------------------------|-------|------------------|-------|-------|------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,2 | 17,8 | 15,7 | 20,8 | 22,9 | 16,8 |
| Другое | 9,0 | 10,3 | 7,7 | 6,2 | 8,8 | 9,4 |
| Мужчины | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 73,2 | 70,3 | 77,3 | 77,0 | 76,4 | 76,7 |
| Отсутствие передовых технологий | 6,4 | 5,5 | 6,5 | 9,4 | 8,1 | 4,2 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 13,5 | 13,3 | 13,7 | 15,6 | 12,0 | 12,0 |
| Отсутствие сырья | 4,1 | 2,8 | 5,0 | 7,5 | 5,5 | 3,5 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,9 | 12,1 | 11,3 | 13,5 | 11,1 | 5,4 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 18,5 | 18,1 | 15,0 | 21,5 | 23,7 | 18,4 |
| Другое | 8,8 | 9,7 | 7,3 | 6,5 | 8,1 | 11,3 |
| Женщины | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств | 76,5 | 76,4 | 75,3 | 77,8 | 74,4 | 84,5 |
| Отсутствие передовых технологий | 4,9 | 4,8 | 3,8 | 7,3 | 4,9 | 1,4 |
| Ограниченный доступ к кредитам | 8,1 | 7,4 | 10,2 | 8,6 | 6,4 | 8,5 |
| Отсутствие сырья | 2,8 | 2,1 | 3,2 | 4,8 | 3,4 | 2,8 |
| Отсутствие квалифицированных кадров | 11,7 | 12,4 | 11,3 | 10,9 | 10,1 | 7,7 |
| Неблагоприятная налоговая политика | 17,4 | 16,9 | 17,7 | 18,8 | 20,7 | 9,2 |
| Другое | 9,6 | 11,3 | 7,6 | 5,6 | 10,7 | 4,9 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 21. Перечень основных трудностей в деятельности предприятий в 2008г., распределение по регионам развитию и полу предпринимателей, %



■ Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г.

Большинство предпринимателей (72,7%) указали на наличие сложностей, связанных с реализацией товаров и оказанием услуг в 2008г.

Различия по полу практически отсутствуют: доля женщин предпринимателей, указавших на наличие сложностей в деятельности своих предприятий, на 0,7% процентных пункта выше, чем доля мужчин.

Таблица 43. **Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы сложности? | Всего | В т.ч. | |
|-----------------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,3 | 27,5 | 26,8 |
| да | 72,7 | 72,5 | 73,2 |

Анализ сложностей при продаже продукции/ услуг в разных типах местности в 2008г. показал, что в сельской местности относительно больший удельный вес предпринимателей (79,0%) испытывали сложности, связанные с продажей продукции/ услуг; в городской местности таких предпринимателей было 71,5%.

Таблица 44. **Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, %**

| Испытывали ли Вы сложности? | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|-----------------------------|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,3 | 28,5 | 21,0 |
| да | 72,7 | 71,5 | 79,0 |

По мере повышения уровня образования доля предпринимателей, испытывающих сложности при продаже продукции/ услуг, сокращается. Как у мужчин, так и у женщин указанная тенденция сохраняется для лиц с разным уровнем образования.

Таблица 45. **Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы сложности? | Всего | Уровень образования | | | |
|-----------------------------|------------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,3 | 28,4 | 25,4 | 21,6 | 10,9 |
| да | 72,7 | 71,6 | 74,6 | 78,4 | 89,1 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,5 | 28,4 | 25,0 | 20,7 | 12,5 |
| да | 72,5 | 71,6 | 75,0 | 79,3 | 87,5 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,8 | 27,0 | 26,9 | 25,5 | 10,0 |
| да | 73,2 | 73,0 | 73,1 | 74,5 | 90,0 |

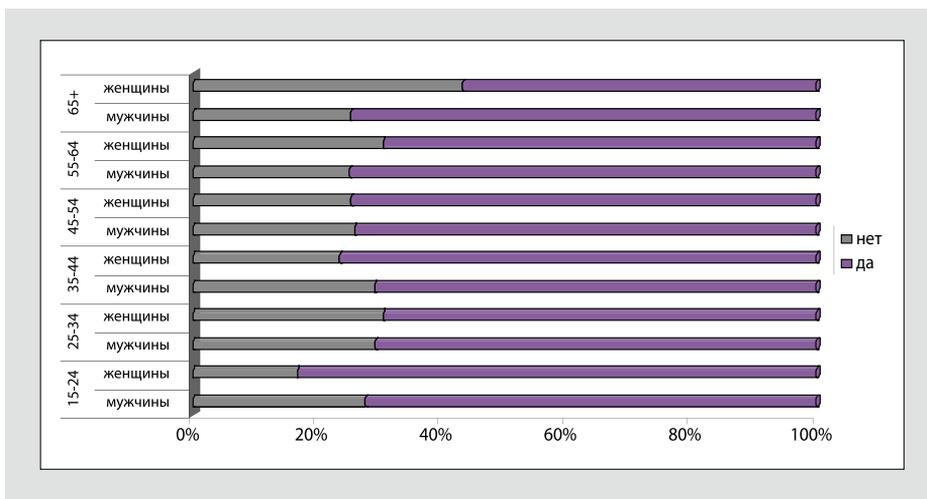
На наличие сложностей при продаже продукции/ услуг предприятий несколько чаще указывали наиболее молодые предприниматели, в возрасте 15-24 лет. В этой возрастной группе 76,8% отметили, что они столкнулись с трудностями продаж (средний показатель – 72,7%).

В относительно большей мере на наличие сложностей продаж продукции, услуг указывали молодые женщины предприниматели 15-24 лет (83,2%; среди мужчин – 72,3%) и женщины 35-44 лет (76,5%, среди мужчин – 70,8%).

Таблица 46. **Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %**

| Испытывали ли Вы сложности? | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|-----------------------------|------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,3 | 23,2 | 29,5 | 28,1 | 26,0 | 26,6 | 28,6 |
| да | 72,7 | 76,8 | 70,4 | 71,9 | 74,0 | 73,4 | 71,4 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,5 | 27,7 | 29,2 | 29,2 | 26,0 | 25,1 | 25,3 |
| да | 72,5 | 72,3 | 70,7 | 70,8 | 74,0 | 74,9 | 74,7 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,8 | 16,8 | 30,6 | 23,5 | 25,4 | 30,6 | 43,3 |
| да | 73,2 | 83,2 | 69,5 | 76,5 | 74,6 | 69,4 | 56,7 |

Диаграмма 22. Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %



Анализ по регионам развития показал, что относительно более сложно было реализовать продукцию/ услуги предприятиям АТО Гагаузия (79,1%; средний показатель 72,7%). Предприниматели мун. Кишинэу сталкивались с этой проблемой относительно реже (70,8% респондентов).

Таблица 47. Наличие сложностей у предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %

| Испытывали ли Вы сложности? | Всего | Регионы развития | | | | |
|-----------------------------|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,3 | 29,2 | 24,6 | 25,7 | 25,2 | 20,9 |
| да | 72,7 | 70,8 | 75,4 | 74,3 | 74,8 | 79,1 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 27,5 | 29,2 | 24,2 | 26,4 | 25,7 | 21,2 |
| да | 72,5 | 70,8 | 75,8 | 73,6 | 74,3 | 78,8 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 26,8 | 28,2 | 25,4 | 23,8 | 25,5 | 21,7 |
| да | 73,2 | 71,8 | 74,6 | 76,2 | 74,5 | 78,3 |

■ Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г.

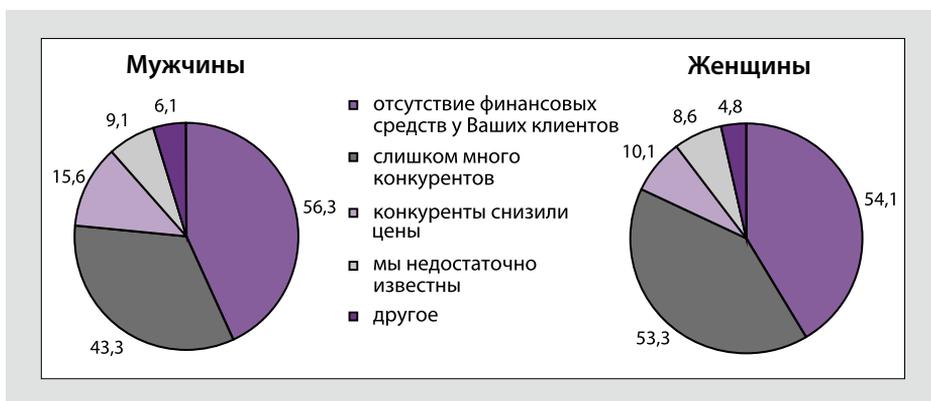
Среди основных причин, обусловивших сложности при продаже продукции/ оказании услуг, наибольшее количество опрошенных указали на отсутствие финансовых средств у клиентов – 55,7%. Наличие большого числа конкурентов на рынке отметили 46,1%. На снижение цен со стороны конкурентов, явившееся причиной усложнения продаж, указали 14,1% предпринимателей. О недостаточной известности предприятий, препятствующей реализации товаров/ услуг, высказались 8,9% опрошенных.

Таблица 48. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, % *

| | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 55,7 | 56,3 | 54,1 |
| Слишком много конкурентов | 46,1 | 43,3 | 53,3 |
| Конкуренты снизили цены | 14,1 | 15,6 | 10,1 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,9 | 9,1 | 8,6 |
| Другое | 5,8 | 6,1 | 4,8 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 23. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по полу предпринимателей, %



Анализ трудностей при продаже товаров/оказании услуг в сельской и городской местностях продемонстрировал:

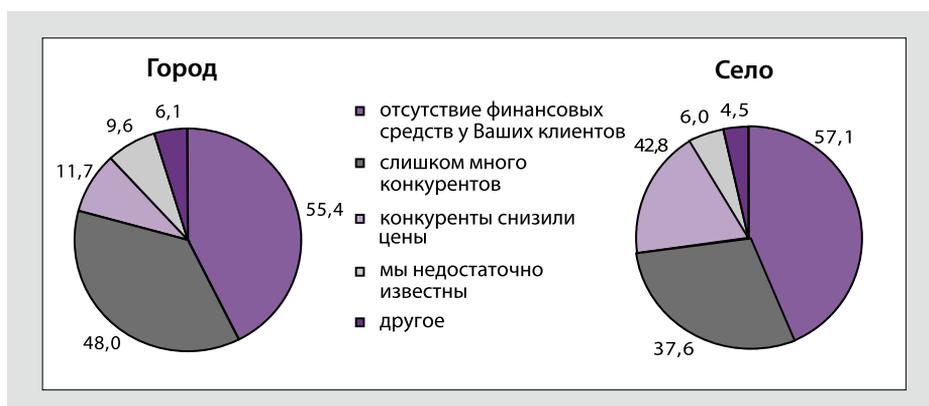
- В сельской местности относительно чаще предприниматели указывали, что конкуренты снизили цену – 24,8% (в городской – 11,7%) и у клиентов отсутствуют финансовые средства – 57,1% (в городе – 55,4%).
- В городской местности в качестве относительно более значимых проблем, по сравнению с сельской местностью, были отмечены: наличие слишком большого числа конкурентов (48,0%; в сельской – 37,6%) и недостаточная известность предприятий (9,6%; в сельской – 6,0%).

Таблица 49. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, % *

| | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 55,7 | 55,4 | 57,1 |
| Слишком много конкурентов | 46,1 | 48,0 | 37,6 |
| Конкуренты снизили цены | 14,1 | 11,7 | 24,8 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,9 | 9,6 | 6,0 |
| Другое | 5,8 | 6,1 | 4,5 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 24. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по типу местности, %



На сложности продаж, связанные с отсутствием финансовых средств у клиентов, относительно чаще указывали предприниматели с высшим образованием (56,5%); среди лиц с начальным образованием это отметили 47,6% респондентов. Лица с начальным образованием относительно чаще указывали на недостаточную известность своего бизнеса (16,7%, средний показатель – 8,9%).

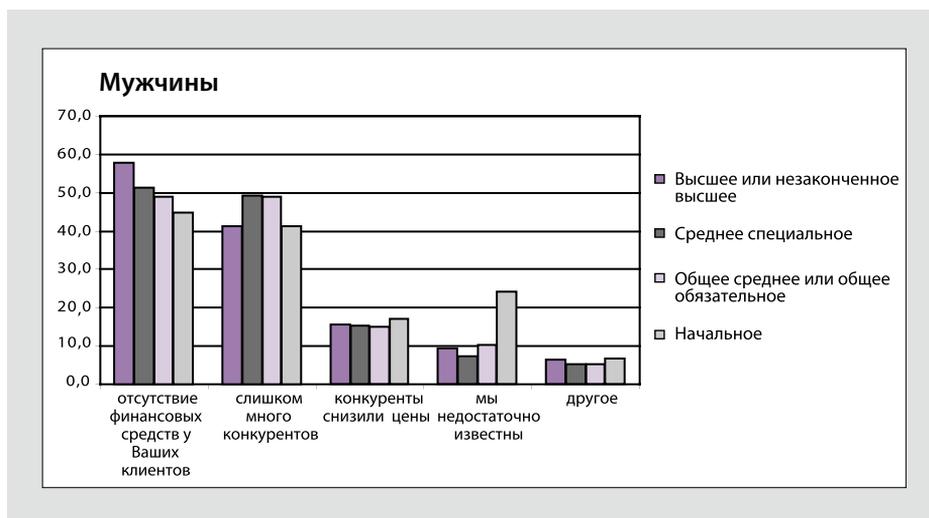
Таблица 50. **Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, % ***

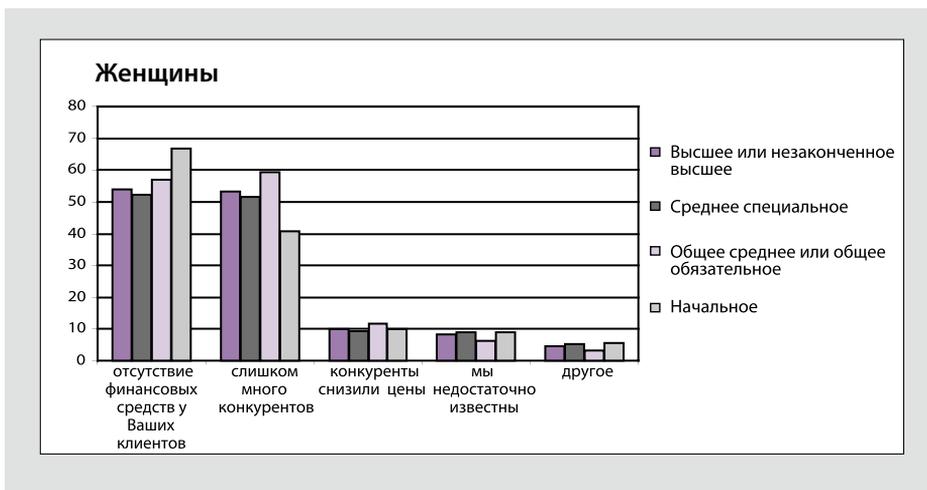
| | Всего | Уровень образования | | | |
|--|-------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Всего | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 55,7 | 56,5 | 52,6 | 53,0 | 47,6 |
| Слишком много конкурентов | 46,1 | 44,3 | 52,6 | 46,1 | 38,1 |
| Конкуренты снизили цены | 14,1 | 14,2 | 14,5 | 14,0 | 14,3 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,9 | 9,3 | 7,2 | 9,9 | 16,7 |
| Другое | 5,8 | 6,1 | 4,7 | 5,9 | 4,8 |
| Мужчины | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 56,3 | 57,9 | 51,5 | 48,9 | 44,8 |
| Слишком много конкурентов | 43,3 | 41,5 | 49,3 | 48,9 | 41,4 |
| Конкуренты снизили цены | 15,6 | 15,7 | 15,5 | 15,0 | 17,2 |
| Предприятие недостаточно известно | 9,1 | 9,5 | 7,3 | 10,2 | 24,1 |
| Другое | 6,1 | 6,4 | 5,3 | 5,5 | 6,9 |

| | Всего | Уровень образования | | | |
|--|-------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Женщины | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 54,1 | 52,2 | 56,9 | 66,7 | 33,3 |
| Слишком много конкурентов | 53,3 | 51,7 | 59,5 | 40,7 | 44,4 |
| Конкуренты снизили цены | 10,1 | 9,5 | 11,9 | 10,2 | 11,1 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,6 | 9,2 | 6,3 | 9,0 | 0,0 |
| Другое | 4,8 | 5,4 | 3,3 | 5,6 | 0,0 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 25. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %





Основной сложностью предприятий при продажах продукции/ оказании услуг для молодых предпринимателей 15-24 лет была недостаточная известность их предприятий. Значимость указанной проблемы, судя по результатам опроса, зависит от возраста: по мере увеличения возраста предпринимателей внимание к этой проблеме снижается: на нее указали 26,9% в группе предпринимателей 15-24 лет и 4,4% в возрасте более 65 лет. Отмеченная зависимость - между недостаточной известностью предприятия и возрастом предпринимателей, проявляется как в отношении мужчин, так и женщин.

Женщины молодого возраста относительно чаще сталкиваются с проблемой отсутствия финансовых средств у клиентов. На проблему наличия большого числа конкурентов женщины относительно чаще обращают внимание, особенно - с увеличением возраста: в группе 25-34 лет таких женщин 53,0%; в группе 65 и более лет – 62,2%.

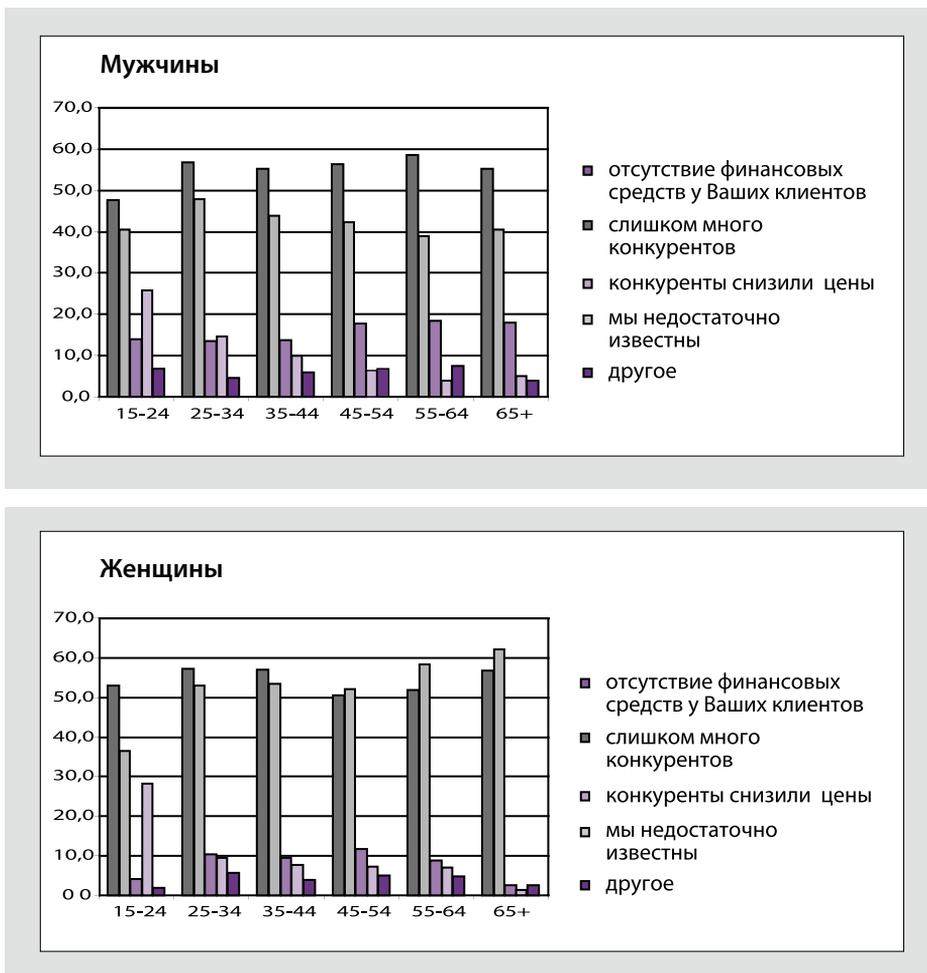
Таблица 51. **Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % ***

| | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|--|-------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 55,7 | 48,0 | 57,6 | 55,5 | 54,7 | 56,7 | 56,1 |
| Слишком много конкурентов | 46,1 | 40,0 | 48,7 | 47,2 | 45,4 | 43,1 | 43,1 |

| | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|--|-------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Конкуренты снизили цены | 14,1 | 12,0 | 13,0 | 12,8 | 16,2 | 16,2 | 16,6 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,9 | 26,9 | 13,3 | 9,2 | 6,5 | 5,1 | 4,4 |
| Другое | 5,8 | 4,6 | 4,8 | 5,4 | 6,2 | 7,0 | 4,1 |
| Мужчины | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 56,3 | 47,7 | 56,9 | 55,4 | 56,4 | 58,6 | 55,2 |
| Слишком много конкурентов | 43,3 | 40,5 | 47,9 | 43,9 | 42,4 | 39,1 | 40,5 |
| Конкуренты снизили цены | 15,6 | 14,0 | 13,7 | 13,8 | 17,8 | 18,5 | 18,0 |
| Предприятие недостаточно известно | 9,1 | 25,8 | 14,6 | 10,0 | 6,4 | 4,1 | 5,2 |
| Другое | 6,1 | 6,8 | 4,6 | 6,0 | 6,8 | 7,7 | 3,9 |
| Женщины | | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 54,1 | 53,1 | 57,3 | 57,1 | 50,6 | 52,0 | 56,8 |
| Слишком много конкурентов | 53,3 | 36,6 | 53,0 | 53,5 | 52,1 | 58,4 | 62,2 |
| Конкуренты снизили цены | 10,1 | 4,1 | 10,4 | 9,6 | 11,8 | 9,0 | 2,7 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,6 | 28,3 | 9,5 | 7,7 | 7,4 | 7,1 | 0,0 |
| Другое | 4,8 | 2,1 | 5,7 | 4,0 | 5,2 | 4,9 | 2,7 |

** респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов*

Диаграмма 26. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, % *



Сложности предприятий при продаже продукции/ оказании услуг следующим образом различаются по регионам развития:

- о проблеме отсутствия финансовых средств у клиентов относительно чаще упоминали предприниматели в Центральном и Южном регионах;
- о проблемах с конкуренцией (слишком много конкурентов, они снизили цены) – в АТО Гагаузия;
- о недостаточной известности предприятий – в мун. Кишинэу.

Среди гендерных отличий можно отметить, что относительно больше женщин в АТО Гагаузия указали на отсутствие средств у клиентов (47,2%; у мужчин – 36,6%). И

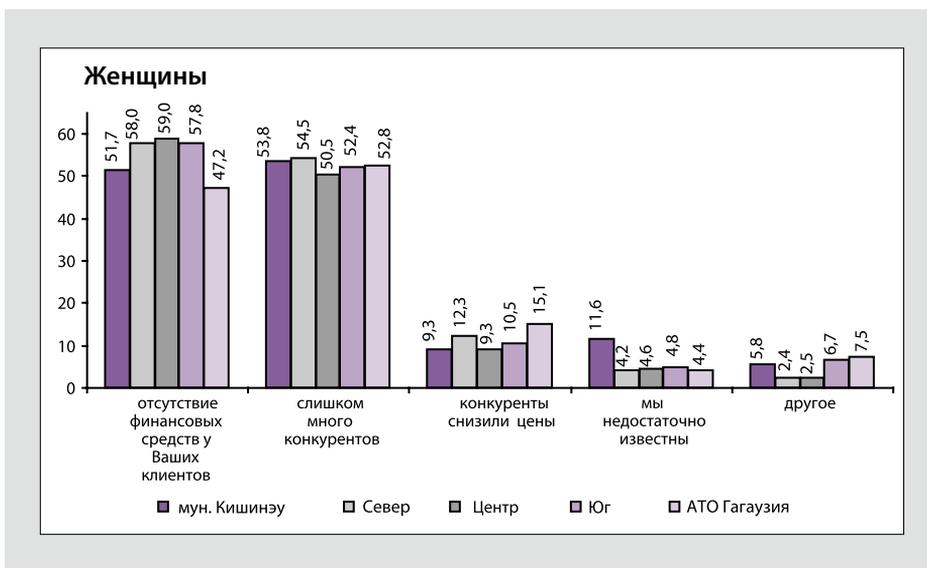
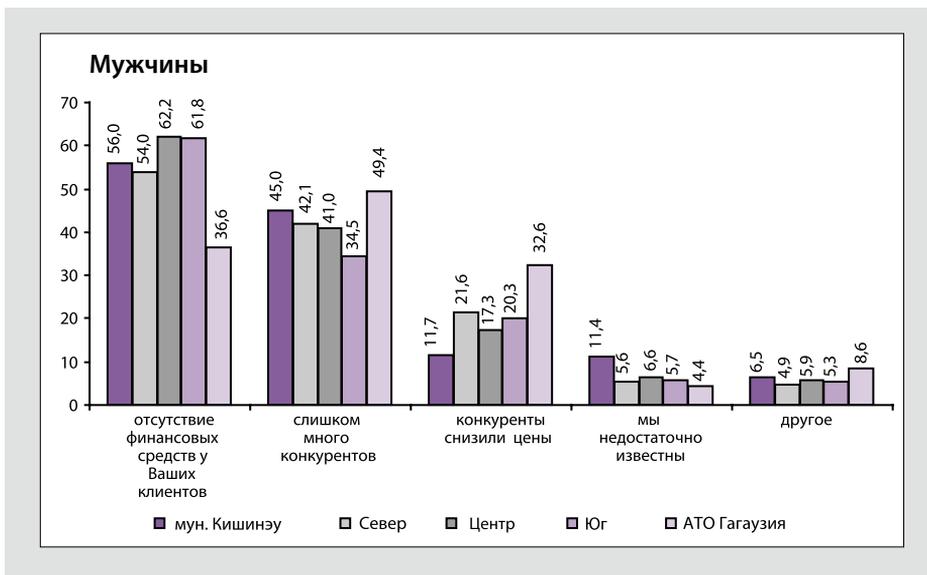
в целом, и по всем регионам женщины относительно чаще, чем мужчины, указывают на слишком большое количество конкурентов на рынке.

Таблица 52. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г. , распределение по регионам развития и полу предпринимателей, % *

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|--|-------|------------------|-------|-------|------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 55,7 | 54,8 | 55,3 | 61,0 | 60,8 | 37,5 |
| Слишком много конкурентов | 46,1 | 47,4 | 45,3 | 43,2 | 39,2 | 52,4 |
| Конкуренты снизили цены | 14,1 | 11,2 | 18,9 | 15,0 | 17,4 | 31,2 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,9 | 11,3 | 5,4 | 6,6 | 5,3 | 4,2 |
| Другое | 5,8 | 6,3 | 4,2 | 5,1 | 5,5 | 8,0 |
| Мужчины | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 56,3 | 56,0 | 54,0 | 62,2 | 61,8 | 36,6 |
| Слишком много конкурентов | 43,3 | 45,0 | 42,1 | 41,0 | 34,5 | 49,4 |
| Конкуренты снизили цены | 15,6 | 11,7 | 21,6 | 17,3 | 20,3 | 32,6 |
| Предприятие недостаточно известно | 9,1 | 11,4 | 5,6 | 6,6 | 5,7 | 4,4 |
| Другое | 6,1 | 6,5 | 4,9 | 5,9 | 5,3 | 8,6 |
| Женщины | | | | | | |
| Отсутствие финансовых средств у клиентов | 54,1 | 51,7 | 58,0 | 59,0 | 57,8 | 47,2 |
| Слишком много конкурентов | 53,3 | 53,8 | 54,5 | 50,5 | 52,4 | 52,8 |
| Конкуренты снизили цены | 10,1 | 9,3 | 12,3 | 9,3 | 10,5 | 15,1 |
| Предприятие недостаточно известно | 8,6 | 11,6 | 4,2 | 4,6 | 4,8 | 4,4 |
| Другое | 4,8 | 5,8 | 2,4 | 2,5 | 6,7 | 7,5 |

* респонденты могли отмечать несколько вариантов ответов

Диаграмма 27. Причины сложностей предприятий при продаже продукции/ оказании услуг в 2008г. , распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %



■ Осуществление экспортной деятельности

Лишь 12,7% предпринимателей выборки занимаются экспортной деятельностью. Доля экспортирующих предприятий среди всех, которыми владеют/ управляют женщины, составляет 9,1%, в то время как у мужчин - 14,1%.

Таблица 53. **Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по полу предпринимателей, %**

| Осуществляете экспортную деятельность? | Всего | В т.ч. | |
|--|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего | 100 | 100 | 100 |
| в том числе: | | | |
| нет | 87,3 | 85,9 | 90,9 |
| да | 12,7 | 14,1 | 9,1 |

Удельный вес предприятий, занимающихся экспортом, в городской местности незначительно выше и составляет 12,9% (в сельской – 11,6%).

Таблица 54. **Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по типу местности, %**

| Осуществляете экспортную деятельность? | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|--|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего | 100 | 100 | 100 |
| в том числе: | | | |
| нет | 87,3 | 87,1 | 88,4 |
| да | 12,7 | 12,9 | 11,6 |

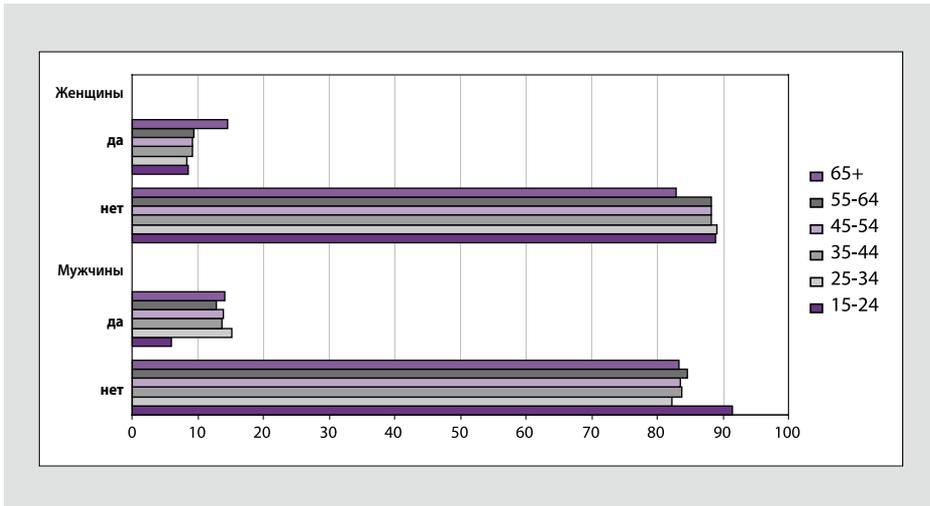
В осуществление экспортной деятельности в относительно меньшей степени вовлечены молодые предприниматели 15-24 лет (6,6%; средний показатель – 12,7%).

Почти по всем возрастным группам доля женщин, занимающихся экспортом, ниже, чем у мужчин. Исключение – возрастная группа 65 лет и старше, в которой 15,0% женщин занимаются экспортом. В аналогичной возрастной группе у мужчин – 14,4% экспортирующих предприятий.

Таблица 55. **Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %**

| Осуществляете экспортную деятельность? | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|--|------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 87,3 | 93,4 | 86,7 | 86,6 | 87,1 | 87,8 | 86,2 |
| да | 12,7 | 6,6 | 13,3 | 13,4 | 12,9 | 12,2 | 13,8 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 85,9 | 93,9 | 84,3 | 85,9 | 85,8 | 86,9 | 85,6 |
| да | 14,1 | 6,1 | 15,7 | 14,1 | 14,2 | 13,1 | 14,4 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 90,9 | 91,3 | 91,4 | 90,6 | 90,6 | 90,6 | 85,0 |
| да | 9,1 | 8,7 | 8,6 | 9,4 | 9,4 | 9,6 | 15,0 |

Диаграмма 28. **Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %**



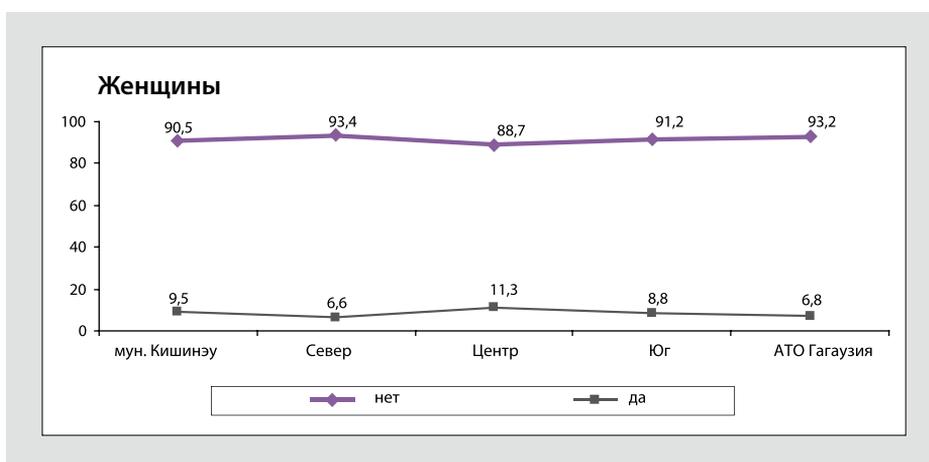
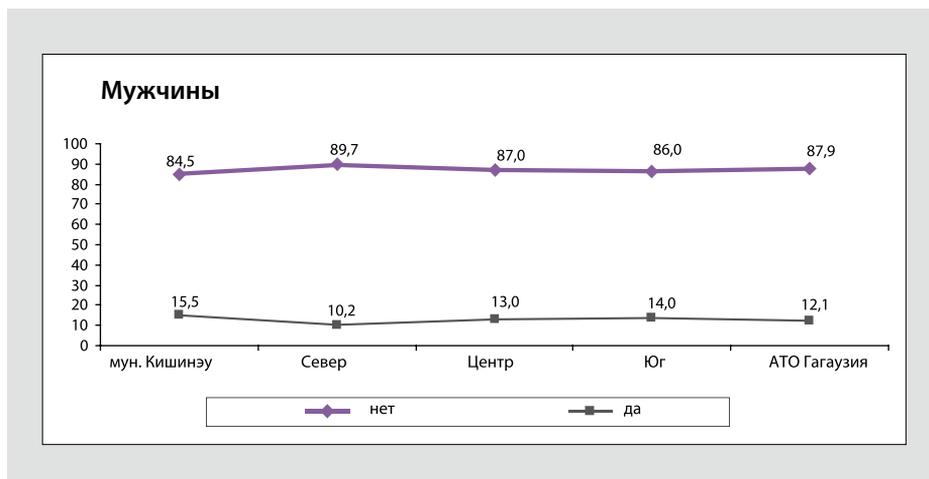
Экспортной деятельностью относительно чаще занимаются предприятия в мун. Кишинэу – 14,2% выборки (средний показатель-12,7%); в Северном регионе и АТО Гагаузия их доля наиболее низка и составляет, соответственно 9,1% и 10,5%.

Женщины относительно реже, чем мужчины, участвуют в экспортной деятельности, и это относится ко всем регионам развития.

Таблица 56. **Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %**

| Осуществляет экспортную деятельность? | Всего | Регионы развития | | | | |
|---------------------------------------|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 87,3 | 85,8 | 90,9 | 87,4 | 87,4 | 89,4 |
| да | 12,7 | 14,2 | 9,1 | 12,6 | 12,6 | 10,5 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 85,9 | 84,5 | 89,7 | 87,0 | 86,0 | 87,9 |
| да | 14,1 | 15,5 | 10,2 | 13,0 | 14,0 | 12,1 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| нет | 90,9 | 90,5 | 93,4 | 88,7 | 91,2 | 93,2 |
| да | 9,1 | 9,5 | 6,6 | 11,3 | 8,8 | 6,8 |

Диаграмма 29. Осуществление предприятием экспортной деятельности, распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %



2.4. Ожидания предпринимателей на 2009г.

В процессе опроса предприниматели высказали свое мнение относительно ожидаемых изменений в деятельности их бизнеса в 2009г.

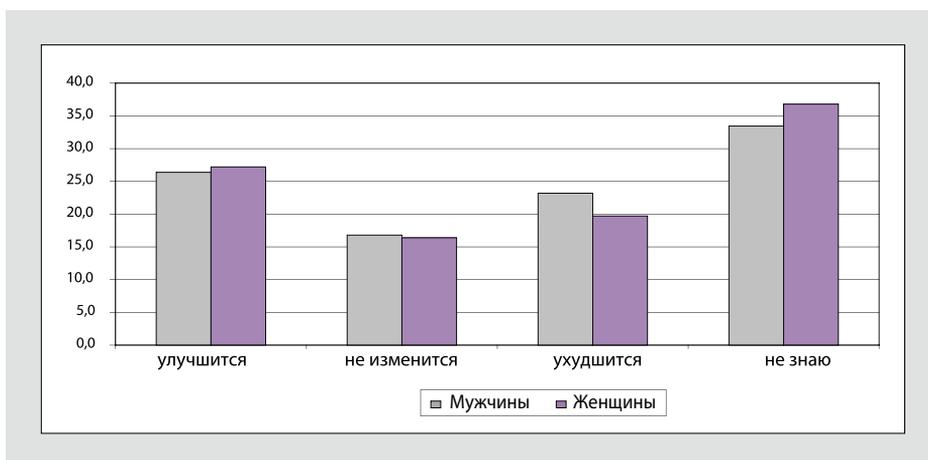
Более 1/3 предпринимателей (34,4%) указали на неопределенность ситуации: они не знают, каковы будут изменения в их бизнесе. 26,7% выразили мнение, что ситуация улучшится. Немного меньше предпринимателей ожидали в 2009г. ухудшения ситуации в своем бизнесе (22,2%). О вероятном отсутствии изменений в деятельности их предприятий в следующем году высказались 16,7%.

Женщины относительно чаще указывали на неопределенность ситуации (36,7% женщин, 33,5% мужчин). При этом 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%.

Таблица 57. **Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по полу предпринимателей, %**

| Изменится ситуация на предприятии? | Всего | В т.ч. | |
|------------------------------------|-------|---------|---------|
| | | Мужчины | Женщины |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,7 | 26,5 | 27,2 |
| Не изменится | 16,7 | 16,8 | 16,4 |
| Ухудшится | 22,2 | 23,2 | 19,7 |
| Не знаю | 34,4 | 33,5 | 36,7 |

Диаграмма 30. **Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по полу предпринимателей, %**



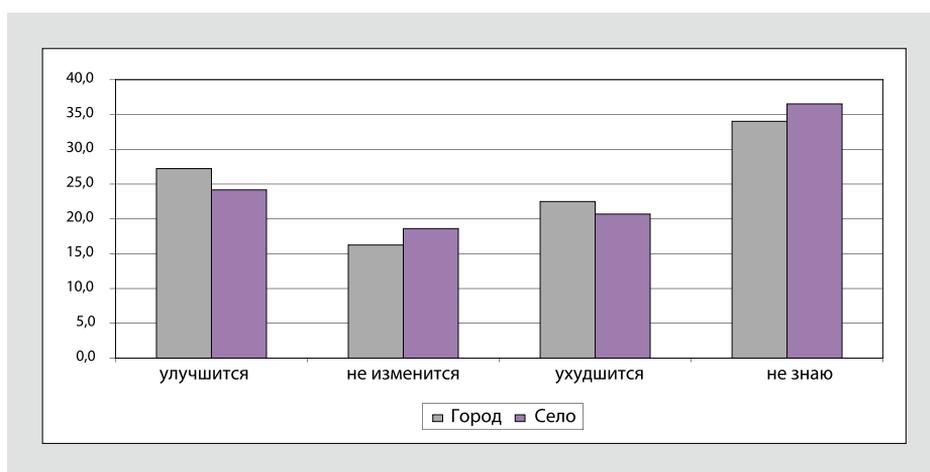
Предприниматели в сельской местности несколько чаще, чем в городской, не ждут никаких изменений (18,6%; в городской – 16,3%), либо не знают, каковы они будут (36,5%; в городской – 34,0%).

В городской местности предприниматели немного чаще выражают надежду, как на улучшение условий (27,2%, в сельской – 24,1%), так и ожидают их ухудшения (22,5%, по сравнению с 20,7%).

Таблица 58. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по типу местности, %

| Изменится ситуация на предприятии? | Всего | В т.ч. по типу местности | |
|------------------------------------|-------|--------------------------|----------|
| | | Городская | Сельская |
| Всего в том числе: | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,7 | 27,2 | 24,1 |
| Не изменится | 16,7 | 16,3 | 18,6 |
| Ухудшится | 22,2 | 22,5 | 20,7 |
| Не знаю | 34,4 | 34,0 | 36,5 |

Диаграмма 31. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по типу местности, %



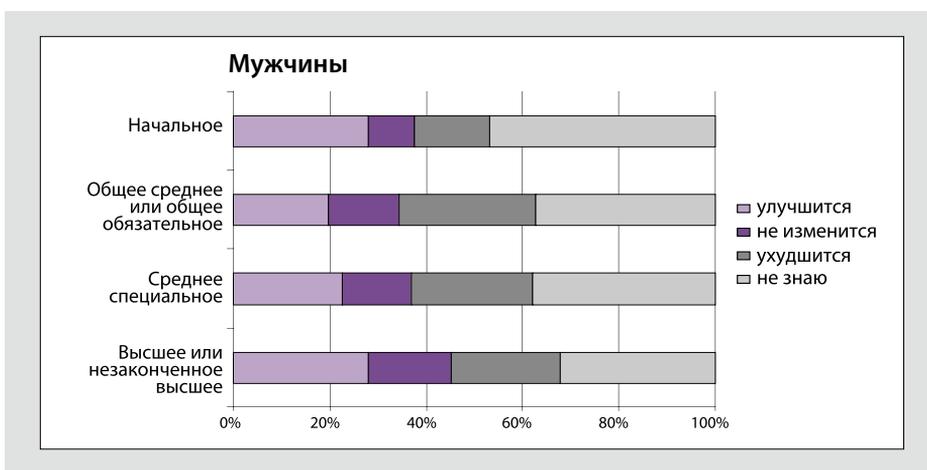
Ожидания предпринимателей, касающиеся изменения ситуации в их бизнесе, непосредственно не зависят от уровня образования. Можно отметить лишь относительно больший оптимизм лиц, имеющих начальное образование: на улучшение ситуации надеются 34,8% предпринимателей с начальным образованием, при том, что средний показатель составляет 26,7%.

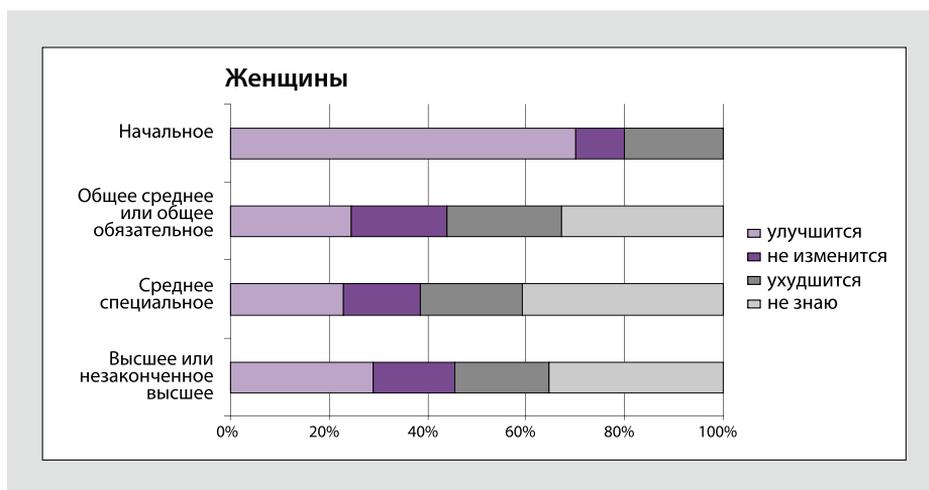
Среди женщин относительно большая доля респондентов, ожидающих улучшения ситуации в бизнесе, также имеет начальное образование - 70,0% (при среднем показателе женской выборки - 27,2%). Ни одна из женщин с начальным образованием не указала на неопределенность ситуации; среди мужчин таких 48,4%.

Таблица 59. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %

| Изменится ситуация на предприятии? | Всего | Уровень образования | | | |
|------------------------------------|------------|---------------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------|
| | | Высшее или незаконченное высшее | Среднее специальное | Общее среднее или общее обязательное | Начальное |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,7 | 28,1 | 22,9 | 20,7 | 34,8 |
| Не изменится | 16,7 | 17,1 | 14,5 | 15,5 | 8,7 |
| Ухудшится | 22,2 | 21,7 | 23,6 | 27,3 | 23,9 |
| Не знаю | 34,4 | 33,1 | 39,0 | 36,4 | 32,6 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,5 | 27,9 | 22,7 | 19,7 | 29,0 |
| Не изменится | 16,8 | 17,5 | 14,3 | 14,8 | 9,7 |
| Ухудшится | 23,2 | 22,6 | 25,0 | 28,1 | 16,1 |
| Не знаю | 33,5 | 32,0 | 38,1 | 37,4 | 48,4 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 27,2 | 28,9 | 23,0 | 24,4 | 70,0 |
| Не изменится | 16,4 | 16,5 | 15,6 | 19,3 | 10,0 |
| Ухудшится | 19,7 | 19,2 | 20,7 | 23,1 | 20,0 |
| Не знаю | 36,7 | 35,4 | 40,7 | 32,8 | 0,0 |

Диаграмма 32. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по уровню образования и полу предпринимателей, %





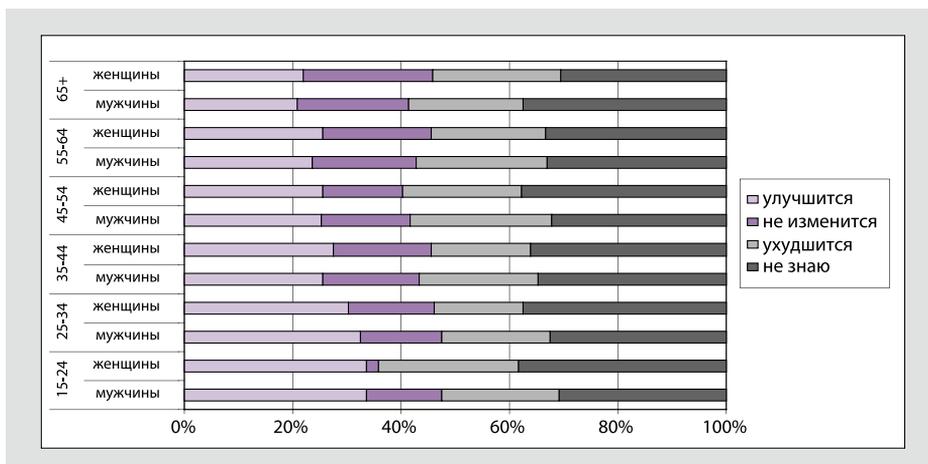
На улучшение ситуации относительно в большей степени надеются молодые предприниматели 15-24 лет (34,4%) и 25-34 лет (31,5%) при среднем значении равном 26,7%.

Более оптимистичные ожидания в указанных возрастных группах характерны в равной мере, как для мужчин, так и для женщин.

Таблица 60. **Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %**

| Изменится ситуация на предприятии? | Всего | Группы по возрасту, лет | | | | | |
|------------------------------------|------------|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65+ |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,7 | 34,4 | 31,5 | 26,0 | 25,4 | 24,0 | 21,9 |
| Не изменится | 16,7 | 9,4 | 14,7 | 17,7 | 15,9 | 19,4 | 20,2 |
| Ухудшится | 22,2 | 23,6 | 19,2 | 20,7 | 24,9 | 23,7 | 20,6 |
| Не знаю | 34,4 | 32,7 | 34,6 | 35,5 | 33,7 | 32,9 | 37,3 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,5 | 33,6 | 32,6 | 25,5 | 25,2 | 23,6 | 20,8 |
| Не изменится | 16,8 | 13,8 | 14,8 | 17,9 | 16,4 | 19,3 | 20,6 |
| Ухудшится | 23,2 | 21,8 | 20,1 | 21,9 | 26,2 | 24,1 | 21,1 |
| Не знаю | 33,5 | 30,7 | 32,5 | 34,7 | 32,2 | 33,0 | 37,5 |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 27,2 | 33,7 | 30,2 | 27,4 | 25,4 | 25,6 | 22,0 |
| Не изменится | 16,4 | 2,2 | 15,8 | 18,1 | 14,8 | 19,8 | 23,7 |
| Ухудшится | 19,7 | 25,8 | 16,4 | 18,3 | 21,9 | 21,2 | 23,7 |
| Не знаю | 36,7 | 38,2 | 37,6 | 36,1 | 37,7 | 33,3 | 30,5 |

Диаграмма 33. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по возрастным группам и полу предпринимателей, %



Анализ ожиданий, касающихся ситуации в бизнесе, по регионам развития показал, что наиболее оптимистичные взгляды выразили предприниматели в мун. Кишинэу и Центральном регионе. Здесь относительно чаще, чем в среднем по выборке, указывали на ожидаемое улучшение ситуации, и соответственно, реже – на ухудшение условий.

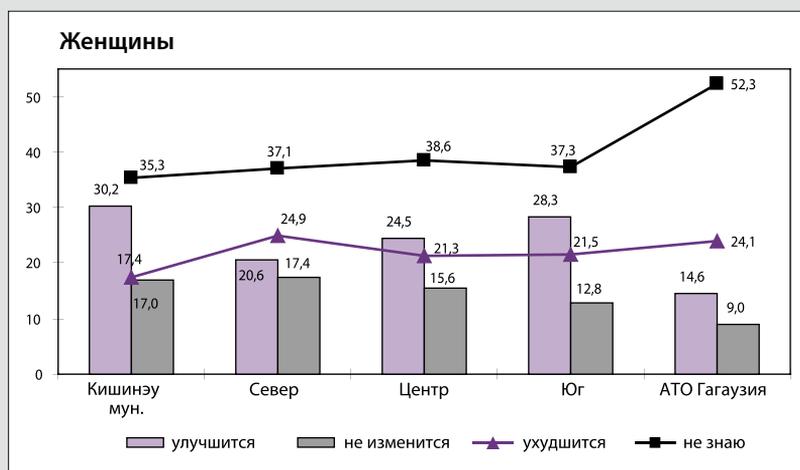
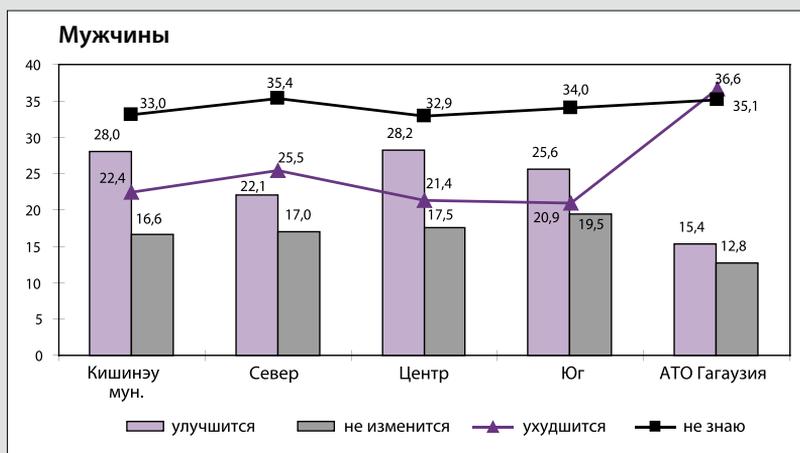
Относительно более пессимистичные мнения высказаны в АТО Гагаузия. В указанном регионе на улучшение ситуации указали 14,4% (при среднем показателе – 26,7%); на ухудшение – 35,2% (средний - 22,2%). Менее выраженные, но тоже пессимистичные взгляды у предпринимателей Северного региона.

Таблица 61. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|----------------|------------|------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Всего | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,7 | 28,5 | 21,8 | 27,5 | 26,1 | 14,4 |
| Не изменится | 16,7 | 16,4 | 17,1 | 16,7 | 17,4 | 11,5 |
| Ухудшится | 22,2 | 20,8 | 25,6 | 21,4 | 21,5 | 35,2 |
| Не знаю | 34,4 | 34,3 | 35,4 | 34,5 | 35,0 | 38,8 |
| Мужчины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 26,5 | 28,0 | 22,1 | 28,2 | 25,6 | 15,4 |
| Не изменится | 16,8 | 16,6 | 17,0 | 17,5 | 19,5 | 12,8 |
| Ухудшится | 23,2 | 22,4 | 25,5 | 21,4 | 20,9 | 36,6 |
| Не знаю | 33,5 | 33,0 | 35,4 | 32,9 | 34,0 | 35,1 |

| | Всего | Регионы развития | | | | |
|----------------|------------|------------------|------------|------------|------------|-----------------|
| | | мун. Кишинэу | Север | Центр | Юг | АТО Гагаузия |
| Женщины | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Улучшится | 27,2 | 30,2 | 20,6 | 24,5 | 28,3 | 14,6 |
| Не изменится | 16,4 | 17,0 | 17,4 | 15,6 | 12,8 | 9,0 |
| Ухудшится | 19,7 | 17,4 | 24,9 | 21,3 | 21,5 | 24,1 |
| Не знаю | 36,7 | 35,3 | 37,1 | 38,6 | 37,3 | 52,3 |

Диаграмма 34. Ожидания относительно деятельности предприятий в 2009 г., распределение по регионам развития и полу предпринимателей, %



Основные результаты, выводы и предложения

Анализ результатов обработки анкеты «Условия развития предприятия» представил новые данные о развитии бизнеса, об особенностях отдельных групп предприятий. Центральное место в исследовании занимает выявление гендерных различий в Молдове, как на этапе инициирования, так и развития бизнеса.

Учет вовлеченности в бизнес мужчин и женщин, также как и анализ деятельности предприятий, которыми они владеют и управляют, позволил дифференцировать их проблемы. Анализ проводился относительно:

- *характеристик предпринимателей женщин и мужчин*
- *профиля предприятий, руководимых мужчинами и женщинами*

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. Указанный показатель отражает ситуацию не только в бизнесе, но и в других сферах общественной и частной жизни, которая не способствует активному вовлечению женщин в предпринимательскую деятельность.

Основными характеристиками женщин предпринимателей, указывающими на их отличия от предпринимателей мужчин, являются следующие:

- *Уровень образования женщин предпринимателей 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*

(13,4% мужчин), в качестве фермера – 1,3% женщин (2,1% мужчин). Женщины до начала предпринимательской деятельности чаще занимались домашним хозяйством – 5,0% (мужчины – 0,2%).

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

- Женщины предприниматели относительно чаще управляют/ владеют микропредприятиями, которые, как известно, характеризуются более ограниченными ресурсами и возможностями роста. Доля женщин предпринимателей 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 предприниматели 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%).
- Женщины относительно реже, чем мужчины, участвуют в экспортной деятельности: доля экспортирующих предприятий среди всех, 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%. Эти различия в определенной степени могут быть связаны с уровнем образования: среди женщин относительно большая доля респондентов, ожидающих улучшения ситуации в бизнесе, также имеет начальное образование - 70,0% (среди мужчин- 29,0%).

Указанные результаты позволяют сделать вывод, что предприятия, находящиеся в собственности и управлении женщин, в основном обладают более ограниченными ресурсами и возможностями роста, а также сформулировать ряд предложений, касающихся выравнивания условий для мужчин и женщин в бизнесе.

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

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.

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.

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 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, либо 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.

Достаточно солидный средний возраст предпринимателей (45 лет) позволяет сделать вывод, что значительная часть предпринимателей получили образование еще в советский период, либо 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.

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.

Кроме того, полученные результаты дали возможность выявить некоторые проблемы в существующей статистике 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 ежегодное структурное обследование предприятий, и его последующее использование в процессе обработки и анализа анкет, как одного из главных классификационных признаков. Внимание к указанным проблемам позволило бы улучшить статистическую базу для анализа гендерных аспектов в предпринимательской деятельности.

Для объективной оценки ситуации в сфере предпринимательства необходимо ежегодное издание статистического сборника по предпринимательству в Молдове, содержащего результаты многоаспектного анализа его развития, а также сопоставимые показатели развития предпринимательства в соседних странах,

а также государствах, представляющих стратегический интерес для Молдовы, прежде всего, ЕС и СНГ. Статистическая информация является необходимым инструментом не только для служащих государственных органов управления и исследователей, но и для самих предпринимателей.

Полученные результаты позволили выявить основные характеристики женщин предпринимателей, особенности бизнесов, которыми они владеют и управляют, а также проблемы, с которыми сталкиваются их предприятия. Они могут быть использованы при разработке политики поддержки предпринимательства, прежде всего, малого и среднего бизнеса, тем самым способствуя экономическому росту, повышению доходов и занятости, самореализации граждан и обеспечению стабильности в стране.

Кроме того, результаты и выводы могут служить обоснованием для защиты и лоббирования интересов женщин, а также разработки мер, направленных на выравнивание возможностей женщин и мужчин в разных сферах жизнедеятельности.

Библиография

1. Femei și bărbați în Republica Moldova. Breviar statistic, 2008. / Biroul Național de Statistică al R. Moldova - Chișinău, 2009.
2. Femei și bărbați în Republica Moldova = Women&Men in the Republic of Moldova / Culegere statistică / Biroul Național de Statistică al R. Moldova - Chișinău, 2008.
3. Ghidul utilizatorului statisticilor de gen/ Biroul Național de Statistică al R. Moldova - Chișinău, 2008.
4. Populația Republicii Moldova pe vârste și sexe, în profil teritorial la 1 ianuarie 2009. = Население Республики Молдова по возрасту и полу в территориальном аспекте на 1 января 2009 г. / Biroul Național de Statistică al R. Moldova - Chișinău, 2009. - Sursa: http://www.statistica.md/public/files/publicatii_electronice/populatia/Pop_virste_sex_terit_2009.pdf - Accesibil pe Internet: 25.11.2009
5. Rezultatele Anchetei structurale în întreprinderi = Результаты структурного обследования предприятий/ Biroul Național de Statistică al R. Moldova - Chișinău, 2008.
6. Aculai E. Vinogradova N., Welter F. How to be successful in an adverse business environment: Knitwear Factory in Moldova. In: Innovation and Entrepreneurship: Successful Start-ups and Businesses in Emerging Economies. - Edward Elgar Publishing Inc., 2008, p.89-104.
7. Elaborarea programului de creștere economică/ Proiect de cercetare aplicată. Raport științific. Institutul de Economie, Finanțe și Statistică AȘM (IEFS), Chișinău, 2007.
8. Female entrepreneurs still vastly outnumbered in Europe. **Sursa:** <http://www.euractiv.com/en/> Accesibil pe Internet: 18.11.2009.
9. Fundamentarea mecanismului de susținere a întreprinderilor mici și mijlocii exportatoare de mărfuri și servicii de producție proprie/Proiectul pentru tineri savanți. Raport științific. Institutul de Economie, Finanțe și Statistică AȘM (IEFS), Chișinău, 2009.
10. Welter F., Smallbone D., Aculai E., Rodionova N., Vinogradova N. Female Entrepreneurship in Transition Economies: the Example of Ukraine, Moldova and Uzbekistan / proiect INTAS - 2000-00843 (2001-2003). National Report on Survey Data for Moldova, RWI, Essen, 2003.