

Проект "Партньорства за познание срещу социалното изключване: менторство за жени предприемачки"

Доклад за резултатите от проведено допитване до жени предприемачки

Д-р Мариана Драганова,
Институт по социология,
Българска академия на науките, София

Центърът за изследвания и политики за жените, София стартира този съвместен проект с две партньорски организации в Словакия и Турция: Асоциация "Център за изследвания и политики за жените" – Братислава, и Асоциация за подкрепа и обучение на жени, кандидатиращи се за изборни длъжности (КАДЕР) – Анкара. Проектът е финансиран по подпрограма „Партньорства за познание” на програма Сократ/ Грюндвиг 2 на Европейската комисия.

Проектът има за **цел** обмен на знания и добри практики в менторство за жени предприемачки като алтернативна форма на обучение и за насърчаване менторството за жени предприемачки като начин за преодоляване на неравенството по пол, социалното изключване и бедността чрез овластяване на жените и активното им включване в националната икономика.

Допитването до жените предприемачки бе проведено в допълнение към основните дейности по проекта.

Юни 2006

Въведение

Настоящият доклад представя основните заключения от допитването.

Основната цел на допитването е да се получи по-подробна информация за проблемите, които срещат жените предприемачки в своята работа, техните мнения относно различните възможности за партньорство и развиване на менторски обучителни програми и практики.

Конкретните задачи на допитването са да научи:

- Доколко жените със собствен бизнес имат познания за менторството като подход в бизнес обучението;
- Каква е тяхната нагласа към менторството като инструмент в бизнес обучението;
- Дали според тях жените имат нужда от обучение в предприемачество и какви форми на обучение трябва да се използват;
- Дали според тях жените предприемачки са имат желание да си партнират и да споделят своя опит и познания с други жени;
- Други въпроси относно различни проблеми на жените предприемачки

Настоящият доклад може да послужи като база за въвеждане на менторски обучителни програми в България.

Методологични бележки

Допитването бе проведено чрез метода на „случайно отзовавалите се” с въпросник като инструмент за събиране на информация, подготвен въз основа на предложенията и с одобрението на ЦИПЖ, София.

Поради методологичните ограничения на допитването и ограничения брой на върнати попълнени въпросници (45), събраните данни и анализът им не могат да се считат за представителни за всички жени предприемачки, и съответно събраните данни са валидни само за изследваната съвкупност.

От всички жени предприемачки, които се отзоваха и попълниха въпросниците 30 са от София; 8 – от Перник (град в близост до София), а останалите са от други градове (5 от Видин, 2 от Плевен).

Заклучения

Лични характеристики на отговорилите жени предприемачки

Резултатите показват, че отговорилите жени предприемачки са добре образовани. 63% са завършили висше образование, 14 имат специализирано¹ образование, и само 3 са със средно образование, 2 от които са завършили професионални училища². 18 от жените са във възрастовата група 36-45 години, което представлява 40% от респондентките; 12 жени са в групата 45-55 години, а 10 – в 25-35. 5 жени са над 55 години.

Повечето анкетираните жени са омъжени (28) или живеят в дългосрочно партньорство (4), и трябва да съвместяват своите семейни и професионални задължения. Броят на неомъжените и разведени жени (12) представлява приблизително ¼ от общия брой на респондентките .

Образование и професионален опит

Повечето от анкетираните жени посочват, че настоящата им дейност е свързана (напълно или донякъде) с тяхното **образование или с предишната им работа**. За останалите **настоящата им дейност не е свързана с образованието или предишната им работа**. Те са създали своя бизнес в напълно нова за тях сфера. Преди да навлязат в частния бизнес 24 от респондентките са били заети на трудов договор и пълно работно време, а 2 от тях са били управители на други фирми; те общо представляват повече от половината респондентки .

Мотивация

Относно мотивацията на жените да започнат свой бизнес, те най-често посочват като мотивиращи две различни по своя характер причини: „*да подобря своето финансово положение*” (инструмент) и „*да бъде независима*” (ценност). Това е непосредствено следвано от причини като „*да използвам знанията и уменията си*” и „*интереси в тази област*”, които са от също такава важност.

Когато обаче те трябва да подредят по значение трите най-важни причини, които са ги мотивирали да започнат собствен бизнес, ***стремежът към независимост*** най-често е най-често поставян на първо място. Като втора и трета по важност причини жените посочват ***подобряването на финансовото си положение*** .

Профил и характеристики на фирмите

11 жени са започнали частен бизнес след политическите промени в периода 1990-1995 г. с прехода към пазарна икономика. Повечето от респондентките обаче са започнали своя бизнес през периода 1996-2005, включително и 3 фирми, създадени съвсем скоро .

Икономическият профил на фирмите на респондентките показва, че най-предпочитаните дейности са свързани главно с традиционните сфери на услугите и търговията – по-голямата част от жените са собственици на или управляват кафенета, закусвални, магазини за хранителни стоки и облекло и други подобни малки търговски обекти. Само няколко жени са в производството (дрехи, керамични изделия) или в по-модерни сфери на дейност като информационни технологии и комуникации (издателска дейност и полиграфия),

¹ Квалификационна степен „специалист”, придобивана в колежи към университети и самостоятелни колежи.

² Всички фигури са представени в Приложение 1.

търговия с произведения на изкуството, дизайн или „по-мъжки” сфери като строителство (проектиране) и транспорт .

Всички анкетираните жени са самонаети. Най-често срещаната правна форма на организация на бизнеса е едноличният търговец (ЕТ) – 55% от респондентките; другите участват в събирателни дружества (СД), както и в дружества с ограничена отговорност (ООД), вкл. еднолични дружества с ограничена отговорност (ЕООД). Нито една от респондентките не участва в кооперация или акционерно дружество.

Едноличните търговци също имат наети работници – най-често и мъже и жени. Резултатите показват различни съотношения на наетите мъже и жени. Така в 11 от тези фирми преобладават наетите жени. В други 7 фирми делът на мъжете е по-голям. Само в 8 случая са наети само жени (главно в сектора на търговията). 13 еднолични търговци нямат наети работници .

Познаване на възможностите за участие и оценки на различните форми на обучение
Според резултатите от изследването 30 от респондентките познават достатъчно или отчасти съществуващите курсове и програми за обучение на жени в предприемачество. Това предполага техния интерес към подобни програми и участието ми в тях. Над половината от жените (27) **са участвали в някаква форма на обучение**. Най-често респондентките посочват **курсове**: курс по мениджмънт; курс „Начални стъпки в бизнеса”; курс по предприемачество, организиран от НПО; специализирани курсове (счетоводство, дизайн). **Бизнес семинарът** е друга форма на обучение, чрез която жените получават консултиране и познания за малките и средните предприятия и как да развият своя собствен бизнес. Посочени са и други по-модерни форми на обучение като **мотивационно обучение**, специализация в чужбина и др. Обаче броят на жените, които не са запознати със съществуващите възможности за обучение е доста висок – 15.

Респондентките, които не са участвали в никакви форми на обучение (17), посочват като причина на първо място *прекалено общия характер* на предлаганите курсове и програми, които не отговарят на техните специфични нужди. Други често посочвани причини са *високата цена* и *ниското качество* на курсовете и обучителните програми. Това показва, че причината жените да не участват в такива обучителни програми не е защото те не искат да получат повече знания и умения, а че се отнасят с недоверие и съмнение относно качеството на обучението. Само две жени са посочили *липсата на информация* като причина да не се посещава дадено обучение. Това може да означава, че трудностите при достъпа на информация и липсата на информация за жените относно обучение са почти преодолені. *Загубата на време* и *липсата на необходимост от обучение* са рядко посочвани причини за невключването на жените в обучения. Независимо дали жените са преминали или не някакво обучение, над половината от тях смятат, че е необходимо да има **специализирано** обучение по предприемачество за жени.

Почти всички респонденти смятат, че краткосрочните обучителни курсове не са достатъчни да ги подготвят напълно за света на бизнеса; всички са съгласни, че от един курс по предприемачество за жени могат да бъдат научени три основни неща, а именно:

- Придобиване на най-обща знания относно започването на собствен бизнес;
- Придобиване на конкретни знания и практически умения;
- Въведение в правните разпоредби и стандарти в страната.

Освен това, някои жени споделят мнението, че обучението им е помогнало:

- Да придобият увереност, за да преодолеят страховете и рисковете;
- Да създадат контакти и да се учат от опыта на другите (положителен и отрицателен);
- Да натрупат свой собствен опит.

Менторството като форма на обучение

Менторството като концепция и метод на обучение е инструмент за предаване на знания, умения и опит.

Менторството е алтернативна форма на обучение чрез която по-опитни и с повече умения хора, наричани **ментори** предлагат съвет, помощ, консултации, като предлагат своя собствен опит (положителен и отрицателен), придобит при развитието на собствения им бизнес, на по-неопитни лица или начинаещи в бизнеса, наречени **наставлявани**. Менторството е инструмент, който може да бъде използван за „култивиране” и съзряване на хората. Може да бъде осъществявано като неформална практика или специална програма. Менторите визуализират, обясняват и оформят (моделират)³. Менторството е метод за целево обучение чрез предоставяне на съвети и настойничество. То често върви заедно с практическо илюстриране, демонстриране и показване на някои правила, техники, умения, което го прави различно от другите методи на обучение.

Една трета от респондентите признават, че **не разбират какво е „обучение чрез менторство”**. Останалите само имат представа или предполагат какво се крие зад този тип обучение. Неяснотата и липсата на съответната информация са видни от техните отговори на въпроса дали биха искали да вземат участие в обучение за менторки, свързано с предприемачеството. Отговорите на жените са разпределени пропорционално между „да”, „не” и „не мога да отговоря”.

Въпреки че жените не са запознати със значението на менторството като подход и практика, на въпроса **„Смятате ли, че жените със собствен бизнес са склонни да предават своя опит и знания на други жени?”** повечето респонденти отговарят положително.

„Несъмнено жените трябва да споделят своя опит, съмнения и успехи с приятели и познати”, споделя една от жените.

Причините, които те дават са групирани в няколко типа отговори:

➤ **Прагматични, ориентирани към бизнеса:**

“... повече жени трябва да управляват собствен бизнес; ... да се постигне по-ефективно производство; ... споделянето на опита допринася за развиването на конкуренцията; ... трябва да има по-голяма конкуренция; ...опитът винаги е необходим; ...ние [жените] определено се учим от собствените си грешки и провали, докато създаваме своя бизнес; ...практиката е най-добрият учител; ...споделянето на опит ми помага да преодолее проблемите чрез своя [собствен] опит”;

➤ **Изтъкващи комуникативните умения и общителността на жените:**

³ <http://rc.cega.bg/?id=83&lang=bulgarian>

“...жените са щедри,открити и комуникативни; ... като споделят своя опит, те също научават нещо полезно; ... да, защото те говорят повече от мъжете; ...жените са склонни да споделят своя опит; ...опитът прави жените по-комуникативни.”

➤ **Изтъкващи ценностни качества на жените като талант, грижовност, амбиция, позитивно мислене:**

“...жените имат таланта да се грижат за останалите и да ги обучават; ...жените имат голям потенциал и много таланти; ...жените са по-амбициозни; ...жените мислят позитивно; ...жените са толерантни; ...жените имат чувство за отговорност”.

➤ **Извеждащи на преден план женската солидарност:**

“... [жените са склонни да споделят своя опит] най-малко заради женска солидарност; ...за да си помагат една на друга; ...да работят в партньорство.”

Най-често споделяното мнение в разнообразието от въпроси е относно идентичността на жените, и че има много жени, които вече са създали свой бизнес и се справят с него, въпреки трудностите. Това кара жените да се чувстват като една общност и им дава самоувереност и смелост, че могат да продължат да управляват своя бизнес и да споделят своя опит с други жени.

Малък брой жени изразяват мнението, че жените предприемачки **не са склонни да споделят** своя опит и знания с други жени, като най-изтъкваните причини могат да бъдат групирани в две групи изказвания:

- Жените са завистливи и се страхуват от конкуренция. Като споделят своя опит, те създават потенциална конкуренция. За да избегнат това, те не биха споделяли своя опит и знания.
- Жените предприемачки нямат тикакво свободно време – те балансират между семейството и бизнес задълженията си.

Други причини са:

- „Липсата на програми и пари, за да се заплаща за времето, отделено от жените за менторство”;
- „Липсата на бизнес култура от страна на обучаемите и нагласата, че някой е длъжен да ги обучава”;
- „Жените имат комплекси.”

Няколко жени споделиха мнението, че не всяка професия или дейност може да бъде научена или да се придобие опит в нея чрез менторство като алтернативна форма на обучение, като например придобиване на знания и умения в проектирането в строителството и архитектурата и други творчески професии и специфични дейности, които изискват по-дълбоки и специализирани знания и умения.

От отговорите на респондентките е видно, че макар да не са напълно запознати със същността на менторството, те са доста позитивно настроени към него като възможност за обмяна на информация и обучение. Само четири жени са отговорили негативно на въпроса

дали биха станали менторки на други жени, и само една жена е отговорила, че не иска да се обучава в курс, разработен за жени. Всички респонденти биха искали да научат повече за опита на успели в бизнеса жени.

Най-важните изводи, свързани с мненията на респондентките относно обучението и менторството са:

А) Жените предприемачки са склонни да станат менторки на други жени чрез нови форми на обучение като:

- обучение на работното място
- индивидуално напътстване
- е-менторство

Б) Те биха искали да се включат в нови форми на обучение за жени като:

- е-обучение
- индивидуално напътстване
- обучение на работното място
- психотренинг

В) Те биха искали да научат повече от опита на други успели в бизнеса жени.

Трудности и проблеми

Жените предприемачки се сблъскват с редица **трудности** при създаването и управлението на своя бизнес. Въпреки че повечето от тези трудности са общи и за двата пола, в много случаи те са по-значителни за жените. Резултатите от допитването показват, че жените се сблъскват с повече трудности и пречки при започването на свой бизнес, в сравнение с мъжете. Това признание са направили две трети от запитаните жени.

Основни причини за трудности и проблеми при започване на бизнеса според жените са:

- Задълженията към семейството и децата
- Липса на собствени парични средства/капитал
- Труден достъп до кредит
- Това, че са жени (бизнесът е за мъже)
- Пасивността на жените

Други причини, които се посочват са: *“Българките са нерешителни по природа”* или *“Жените не са достатъчно уверени и смели”*..

Трудностите, които интервюираните жени най-често срещат през първата година след създаването на своя бизнес или проблемите, с които се сблъскват днес са от различно естество и характер, но са доста сходни (*Таблица 1*). Според резултатите най-често се посочват *финансовите трудности*, които жените, които жените имат при започването на бизнеса си, докато днес те са най-загрижени за намирането на квалифициран персонал. Други пречки при първите стъпки на жените в бизнеса са *маркетинга*, *намирането на капитал*, както и *намирането на информация*. Понастоящем, трудностите, свързани с финансите и маркетинга продължават да бъдат пречки за жените в техния бизнес, но *липсата на сътрудничество и партньорство* е по-важна за тях.

Таблица 1: Трудности, срещани от жените предприемачки в техния бизнес

През първия етап	Понастоящем
1. Финансови трудности	1. Персонал
2. Персонал	2. Финансови трудности
3. Маркетинг	3. Сътрудничество, партньорство
4. Намиране на капитал – финансиране	4. Маркетинг
5. Ограничени източници и достъп до информация	
6. Лични /семеини причини	

По-голямата част от жените предприемачки заявяват, че никога не са били подложени на дискриминация по пол във връзка със своята бизнес дейност от страна на банките, чуждестранните организации, мъжете предприемачи, колеги и подчинени. На въпроса „*Сблъсквате ли се като жена с прояви на дискриминация, които затрудняват бизнеса Ви?*” по-голямата част от жените отговарят с „не”. Девет жени признават, че дискриминацията по пол съществува в бизнес кръговете и могат да идентифицират прояви на дискриминация в своите контакти с бизнесмени и в някои случаи в своите контакти с банки и други институции.

Оценка на бизнес успеха

Въпреки всички трудности и пречки жените предприемачки продължават да полагат усилия за развитието на своя бизнес и осъществяване на интересите си. Интервюираните жени бяха помолени да посочат кои качества смятат за най-важни за успеха на техния бизнес, като подредят пет най-важни качества от общо тринадесет по реда на значимостта им. Повечето от жените не са подредили петте най-важни качества за успеха на бизнеса им, а само са избрали пет от тях. Обобщените резултати показват, че жените разчитат за успеха на бизнеса си главно на „женски” качества като: 1) *комуникативни умения*; 2) *интуиция*; 3) *настойчивост за постигане на цели*; следвани от други, като: *гъвкавост и умения за сътрудничество, въображение и управленски способности*.

Таблица 2 илюстрира отговорите на жените, които са подредили по значимост петте най-важни качества за успеха на бизнеса. На първо място най-често се поставя ***настойчивостта за постигане на цели***, следвана от *гъвкавост и умения за сътрудничество, независимост, интуиция, въображение и комуникативни умения*.

Таблица 2: Петте най-важни качества

Качества – по значение	Среден ранг ⁴
1. Настойчивост за постигане на цели	0.60
2. Гъвкавост и умения за сътрудничество	0.64
3. Независимост	0.66
4. Интуиция	0.86
5. Комуникативни умения	0.88

Съзидателния и предприемачески потенциал на жените им дава увереност, че могат да се справят с много бизнес дейности в различни области на бизнеса, което им дава възможност за успешно включване в икономическия живот. Според резултатите, най-

⁴ Изчислен е средният ранг на всяко от петте качества, най-често посочено и подредено по значение. Най-ниско е числото; най-висока е стойността на качеството.

често жените предприемачки посочват сфери като търговия, услуги (фризьорство и козметика, оптика, фармация, социални услуги, услуги в здравеопазването), образование и обучение, туристически бизнес, маркетинг, мода, култура, медии и комуникации, като даващи на жените възможности за себеизява и реализиране на техните интереси и нужди. Други дейности са свързани с услуги в счетоводство, застраховане и финанси, други консултантски услуги (брокери), издателска дейност и реклама и др. – всички това показват възможност за силно женско присъствие.

Изводи

Въз основа на допитването могат да се направят следните изводи:

- Жените предприемачки са отворени за получаването на нови знания, умения и опит чрез продължаващо обучение.
- Менторството като алтернативна форма на обучение за жени в бизнеса и неговите предимства не са познати от жените предприемачки. Респондентите нямат никакъв опит в менторството.
- Въпреки това, някои жени имат желание и се чувстват подготвени да бъдат обучени за менторки чрез нови форми на обучение на жени в бизнеса, по-специално чрез Интернет и обучение на работното място. Друга голяма част от жените е по-склонна да се включи в обучителния процес като наставлявани, чрез използването на е-дискусионни форуми, индивидуално наставничество и др.
- Въпреки че жените предприемачки се сблъскват с трудности при управлението на собствения си бизнес, те клонят към мнението, че бизнесът не е само за мъже. Те изобщо не подкрепят мнението, че в областта на бизнеса съществува дискриминация по пол, макар да посочват семейните задължения и грижите за децата като основни причини за трудностите и най-голямата тежест за тяхната работа.
- Бизнес профилът на участвали в допитването жени показва, че бизнесът им е в традиционните отрасли като търговия и услуги.

Юли 2006 г.