

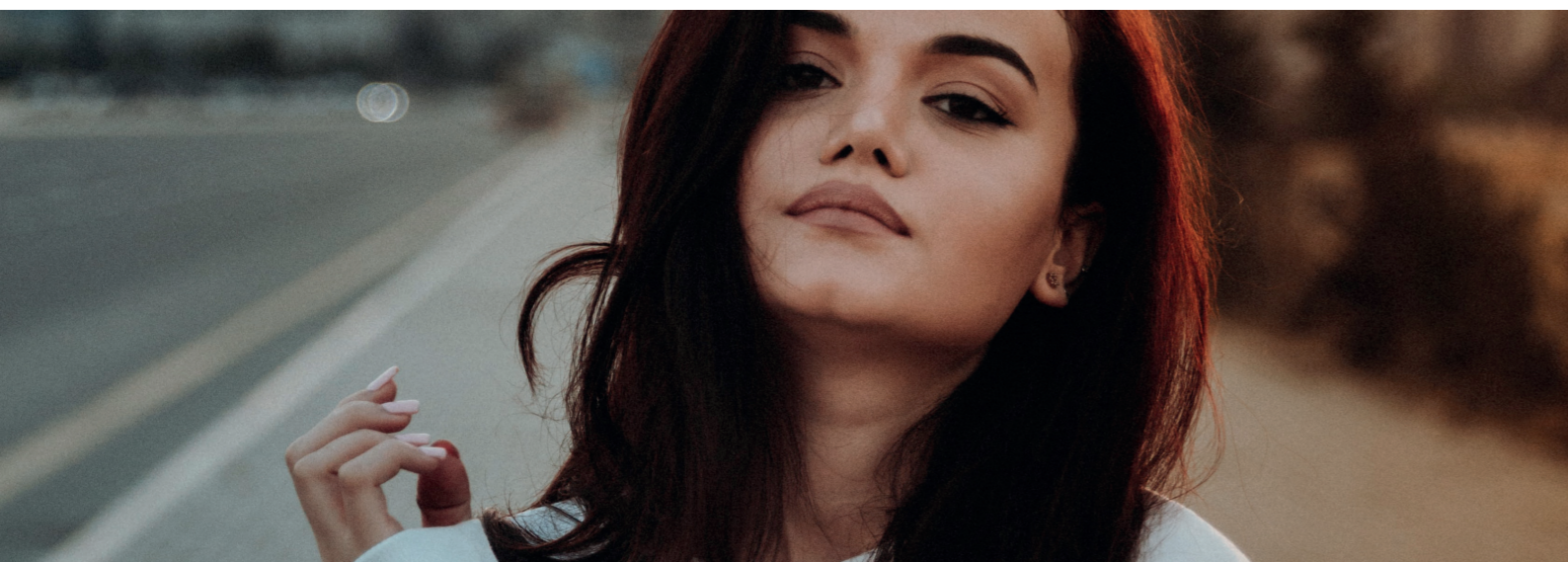


**Исследование  
женского  
предпринимательства  
в Азербайджане**

**She's Next** Empowered by **VISA**

# Содержание

- 3 Резюме
- 4 Мотивация для начала своего дела и ключевые проблемы
- 6 Влияние COVID-19
- 7 Цифровизация и онлайн-платежи
- 9 Тренинги и вебинары
- 12 Портрет женщины-предпринимательницы в Азербайджане
- 15 Методология исследования
- 16 О She's Next, Empowered by Visa



# Резюме

Цель исследования – выявить сферы деятельности, где задействованы женщины-предпринимательницы; что было мотивацией для начала своего дела; какие сложности женщины испытывали на старте и с чем сталкиваются сейчас; как COVID-19 повлиял на деловую активность женщин и какая тематика обучающих вебинаров важна для них.

Улучшение положения женщин, обеспечение им равных прав и поддержка в различных направлениях является значительным фактором развития страны.

По данным Государственного комитета статистики Азербайджанской Республики, на 1 января 2019 года численность населения в стране составляет 10067.1 (тыс. человек). 50.1% населения составляют женщины и 49.9% – мужчины<sup>1</sup>. Согласно отчету «Женщины и мужчины в Азербайджане» за 2019 год, доля экономически активных женщин среди экономически активного населения составила 48.6% в 2018 году, в то время как доля экономически активных мужчин – 51.4%. Среди занятого населения доля женщин составила 48.2%, а доля мужчин – 51.8%. Среднемесячная номинальная заработная плата женщин в 2018 году была 360.8 AZN, в то время как заработная плата мужчин составила 670.2 AZN.

Что касается количества частных предпринимателей в Азербайджане, на 1 января 2019 года их количество насчитывало 842 277 человек. Среди них 181 273 – женщины и 661 004 – мужчины<sup>2</sup>.

**Будучи лидером в сфере цифровых платежей на протяжении более чем 60 лет, Visa обладает потрясающими возможностями обеспечить экономический рост и процветание экономик, в то же время помогая улучшить условия жизни и мир вокруг нас. Мы действительно настроены вдохновлять женщин-предпринимательниц в их стремлении начинать, развивать и поддерживать малый бизнес.**

<sup>1</sup><https://www.stat.gov.az/source/demography/?lang=en>

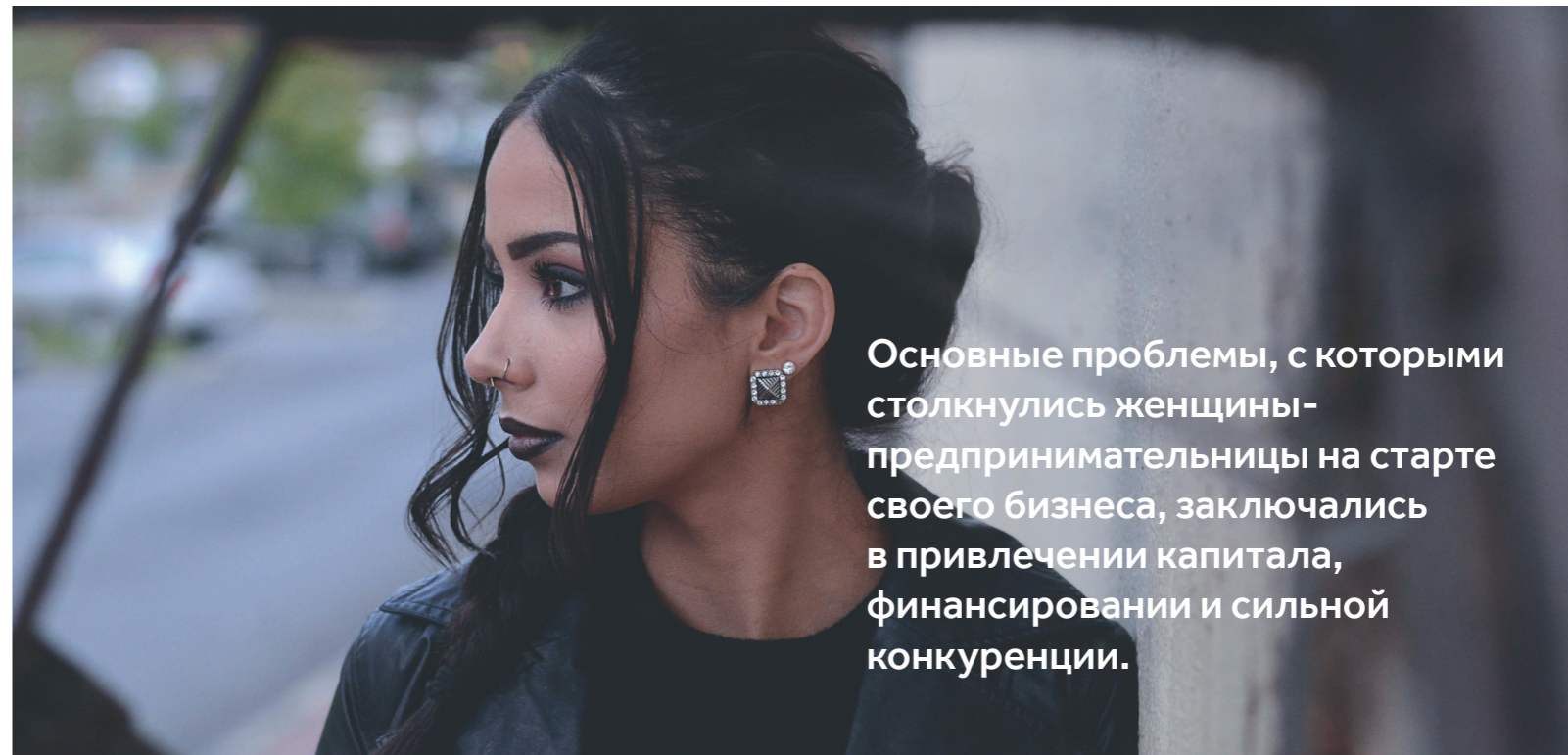
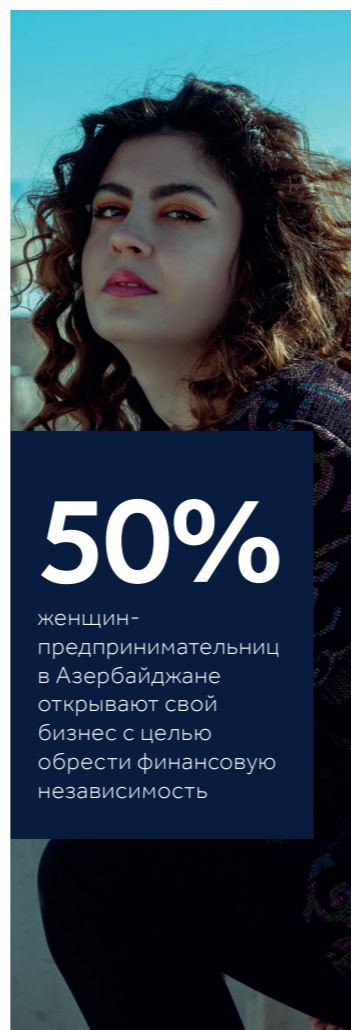
<sup>2</sup>“Women and Men in Azerbaijan” / Report, 2019 at <https://www.stat.gov.az/source/gender/?lang=en>



# Мотивация для начала своего дела и ключевые проблемы

В результате качественного исследования выявлено, что основная мотивация для старта своего дела – это стремление к **независимости** и **реализации своих амбиций**. Что касается независимости, как показали результаты количественного исследования, основным мотивом для старта бизнеса женщинами является обретение финансовой независимости и желание зарабатывать больше. В контексте собственных возможностей женщины-предпринимательницы упомянули сильное желание доказать себе и другим, что они могут развивать бизнес самостоятельно.

## Основные мотивы для начала своего дела



## Основные проблемы при открытии бизнеса



С помощью качественного исследования можно выделить две основные проблемы, с которыми столкнулись женщины-предпринимательницы на старте своего бизнеса: конкуренция и недостаток опыта. Что касается конкуренции, женщины отмечали, что она не всегда здоровая и присутствует не только на старте, но и сейчас. В рамках позиции «недостаток опыта» подчеркивали неумение отличать людей, которые не заслуживают доверия. В схожем контексте упоминали фактор родственников/друзей. За исключением редких случаев, когда речь шла о семейном бизнесе, участницы отмечали, что найм родственников/друзей или работа с ними – плохая идея.

# Влияние COVID-19

**Большинство** женщин-респондентов отметили, что, в сравнении с предыдущими годами, развивать бизнес стало труднее. **72%** считает, что ситуация для владельцев малого и среднего бизнеса усложнится в ближайшие 12 месяцев.

## Сложности в связи с пандемией и карантинном

- 52%** Уменьшение количества заказов/продаж, так как пользователи снизили свое потребление или деловую активность
- 45%** Вынужденное частичное (или полное) закрытие офлайн точек продаж
- 30%** Точки продажи/офисы закрыты, но необходимо платить арендную плату
- 17%** Сотрудники не могут добраться на работу из-за ограничений движения общественного транспорта
- 15%** Текущий кризис не позволяет оплачивать займы вовремя и в полном объеме
- 8%** Сбои в поставке продуктов потребителям
- 7%** В условиях карантина документооборот с подрядчиками разрушен
- 7%** Сложности в контроле продуктивности работников в удаленном формате
- 7%** Задержки платежей со стороны покупателей/подрядчиков
- 7%** Снижение прибыльности бизнеса, недостаточно финансирования для выдачи заработных плат
- 6%** Сбои в работе поставщиков или доставки
- 6%** Никаких сложностей



Стоит отметить, что во время разговора о ближайшем годе участвующие в исследовании женщины-предпринимательницы надеются, что сложностей станет меньше.

# Цифровизация и онлайн-платежи

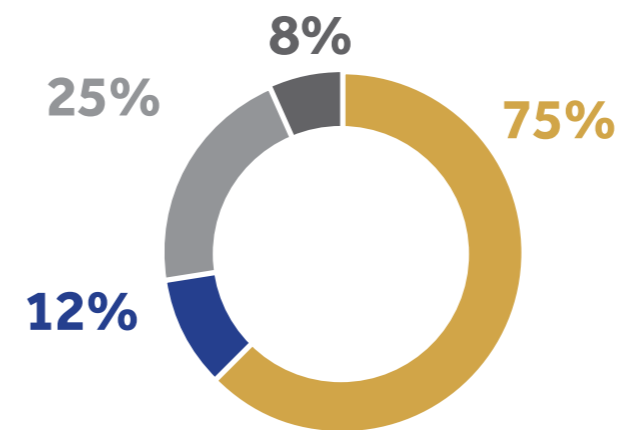
37% респондентов собираются **адаптировать свой бизнес для онлайн-среды**. 83% респондентов **затрудняются ответить**, какие проблемы возникнут/уже возникли во время перехода в онлайн, и 6% не испытало **никаких трудностей**. 76% **затруднялись ответить**, какие возможности открывает для них открытие онлайн-каналов для бизнеса, и всего 21% ответили, что это приведет **к увеличению доходов, количества пользователей и улучшению бизнес-репутации**.

Развитие онлайн-каналов для бизнеса в связи с существующими ограничениями в офлайн-среде в контексте пандемии и карантина

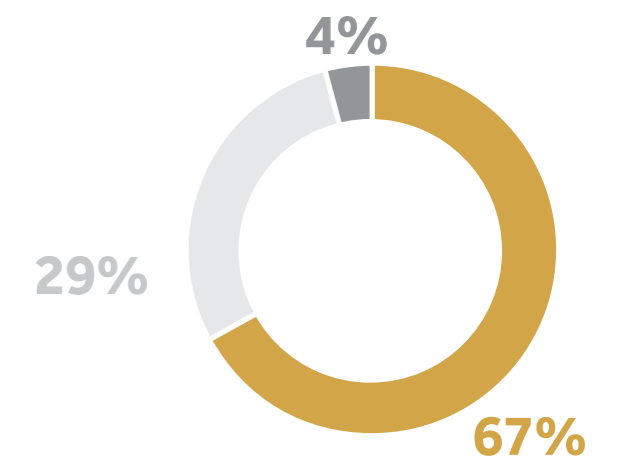


Только 25% женских малых бизнесов выплачивают зарплаты сотрудникам, пользуясь **зарплатным проектом в банке**. Остальные выдают зарплату либо **наличными** (75%), либо переводя средства на персональные **платежные карты сотрудников** (12%). 67% опрошенных предпринимательниц получают платежи от пользователей **только наличными**, и 4% предлагают **только безналичный способ оплаты**.

## Способ выплаты зарплат сотрудникам



## Способ получения платежей от пользователей



- Наличные
- Перевод средств на персональные платежные карты сотрудников
- Зарплатный проект в банке
- Отказались от ответа
- Наличные
- И наличные, и безналичный способ
- Только безналичный способ

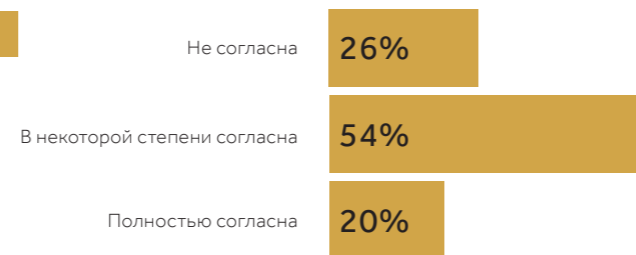
Наиболее популярный способ безналичных платежей – **получение оплаты на платежную карту физического лица (55%)** и **с помощью эквайринга (47%)**. Исследование показало, что 26% респондентов не соглашались с утверждением, что отказ от приема наличных платежей сократил бы риски при ведении бизнеса.



### Безналичные способы приема платежей от пользователей



### Согласны ли вы с тем, что отказ от приема наличных платежей сократил бы риски при ведении бизнеса



Основание: респонденты, продающие товары / услуги, пользуясь только безналичным способом оплаты, или как за наличный, так и безналичный расчет; N = 98 (несколько ответов)

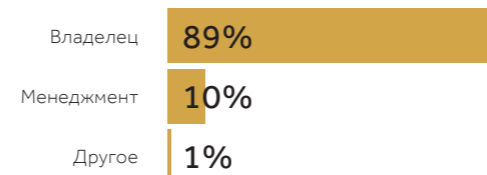
Мотивацией для женщин-предпринимательниц пользоваться картой (особенно для платежей, которые связаны с ведением бизнеса) являются **наличие кешбэка** (50%) или **скидки в партнерских компаниях** (43%). В целом, решение о способе приема платежей от пользователей принимает **владелец бизнеса** (89%).

### Ваша мотивация пользоваться картой, особенно для платежей, связанных с ведением бизнеса



Основание: все опрошенные; N = 98 (несколько ответов)

### Кто принимает решения касательно способа приема платежей компании



## Тренинги и вебинары

Азербайджанские предпринимательницы назвали следующие темы наиболее интересными: **навык получения дополнительного финансирования; как справиться со стрессом в кризисное время; эффективная работа в условиях неопределенности; платежные системы; как преодолеть пандемию COVID-19; как привести бизнес к необходимой точке прибыльности; как установить цель для достижения прибыльности бизнеса; как прописать стратегию для развития бизнеса.**

Количественное исследование показало, что следующие три темы женщины находят наиболее интересными в рамках обучающих тренингов: **навык получения дополнительного финансирования** (48%), **как справиться со стрессом в кризисное время** (41%) и **как превратить кризис в возможность: эффективная работа в условиях неопределенности** (29%). Стоит отметить, что 13% респондентов не заинтересованы в каких-либо тренингах.

Согласно результатам **качественного** исследования, наиболее востребованные темы тренингов включают маркетинг, брендинг, а также использование социальных сетей. Помимо этого, женщин также интересуют управление бизнесом во время кризиса и стресса. Наиболее популярной темой стала адаптация бизнеса для онлайн среды.



**87%**  
женщин-предпринимательниц заинтересованы в дополнительных вебинарах на бизнес-тематику

## Темы обучающих вебинаров для женщин-предпринимательниц

- 48%** Навык получения дополнительного финансирования

---

- 41%** Как справиться со стрессом в кризисное время

---

- 29%** Как превратить кризис в возможность: эффективная работа в условиях неопределенности

---

- 24%** Использование социальных сетей для продвижения бизнеса

---

- 22%** Как преодолеть страх неудачи и начать свой бизнес

---

- 21%** Контроль расходов

---

- 20%** Как вести переговоры с мужчинами, которые не воспринимают тебя всерьез

---

- 15%** Как развивать онлайн-бизнес, когда офлайн-формат перестал быть успешным

---

- 15%** Как женщина-предпринимательница может завоевать доверие мужчины-инвестора

---

- 15%** Навык находить партнеров среди других предпринимателей

---

- 13%** Ничего

---

- 13%** Развитие бизнеса через диджитал-маркетинг

---

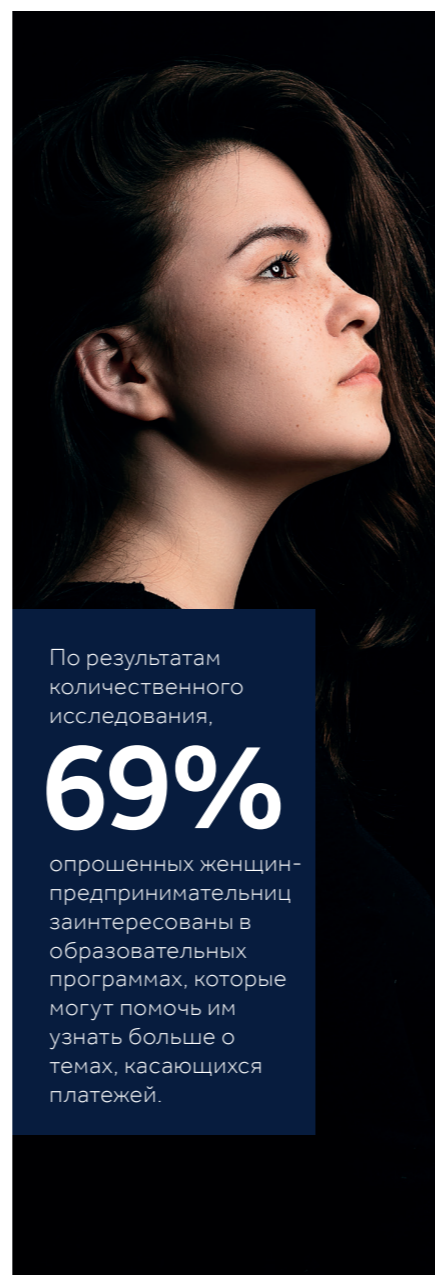
- 5%** Управление комиссией за прием платежей

---

- 3%** Платежи: как выбрать лучший способ приема оплат с лучшими ставками

---

- 2%** Увеличение продаж через программы лояльности и скидки



## Когда мы попросили респонденток исследования поделиться советами, которые они бы дали другим женщинам в начале своего бизнеса, они сказали следующее:



### Примеры женщин-предпринимательниц

45% опрошенных на старте своего бизнеса знали о существующих примерах нескольких женщин-предпринимательниц (владелиц бизнеса). 21% респондентов **знали много таких женщин** и 34% **не знали женщин-предпринимательниц** перед началом своего дела.

### Известные женщины, которые вдохновляют больше всего

- Фахрия Халафова** (фэшн-дизайнер)
- Сакина Бабаева** (председатель Ассоциации развития женского предпринимательства в Азербайджане; Владелец ООО «Бакинская Текстильная Фабрика»)
- Мехрибан Алиева** (первая вице-президент и первая леди Азербайджана)
- Рухи Алиева** (певица; продюсер; телевизионная ведущая; владелица Liatris Holding)
- Эльнара Нахмедова** (владелица Beauttech Beauty Salon)
- Земфира Агаева** (директор образовательного центра «Qızıl Əllər»)

# Портрет женщины-предпринимательницы в Азербайджане

## География и тип предприятия

300 респондентов



зарегистрированы в Баку

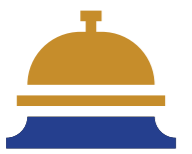


индивидуальные предприниматели



юридические лица

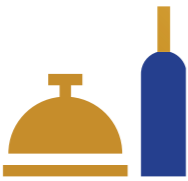
## Самые популярные отрасли:



50%

УСЛУГИ

Фитнес-центры  
Салоны красоты  
Ремонт одежды  
Образовательные центры



25%

ПРОИЗВОДСТВО

Текстиль  
Одежда  
Продукты питания  
Косметика и парфюмерия



24%

ТОРГОВЛЯ

Текстиль  
Продукты питания  
Косметика и парфюмерия

## Характеристика собственниц:



50%

женщин-предпринимательниц возрастом от 38 до 53 лет



67%

предпринимательниц замужем



80%

респонденток имеют высшее образование

## Ключевая статистика:

- 62% женщин-предпринимательниц используют только офлайн-каналы для продажи товаров и сервисов, в то время как 6% использует только онлайн-каналы.
- Около 50% опрошенных ответили, что их бизнес в меру технологичный. Что касается социальных сетей, предпринимательницы преимущественно используют Instagram (60%) и Facebook (35%). 29% не используют ни одну из социальных сетей.
- Во время карантина 46% оформили для некоторых или всех сотрудников отпуск за свой счет.
- Предпринимательницы верят, что нет существенной разницы между женщинами и мужчинами-предпринимателями, и что практически все аспекты схожи для обоих.
- Определенной части общества сложно представить женщину в роли человека, принимающего решения, а бизнес-среда преимущественно состоит из мужчин.

## Ведут бизнес:

33%  
от 3 до 5 лет



21%  
от 6 до 10 лет

## Особенности ведения бизнеса:

54%

предпринимателей работают без наемных сотрудников



28%

предпринимателей имеют от 1 до 4 наемных сотрудников



24%

есть друзья или члены семьи среди персонала

## Время, уделяемое работе, в роли предпринимателя vs. до предпринимательской деятельности

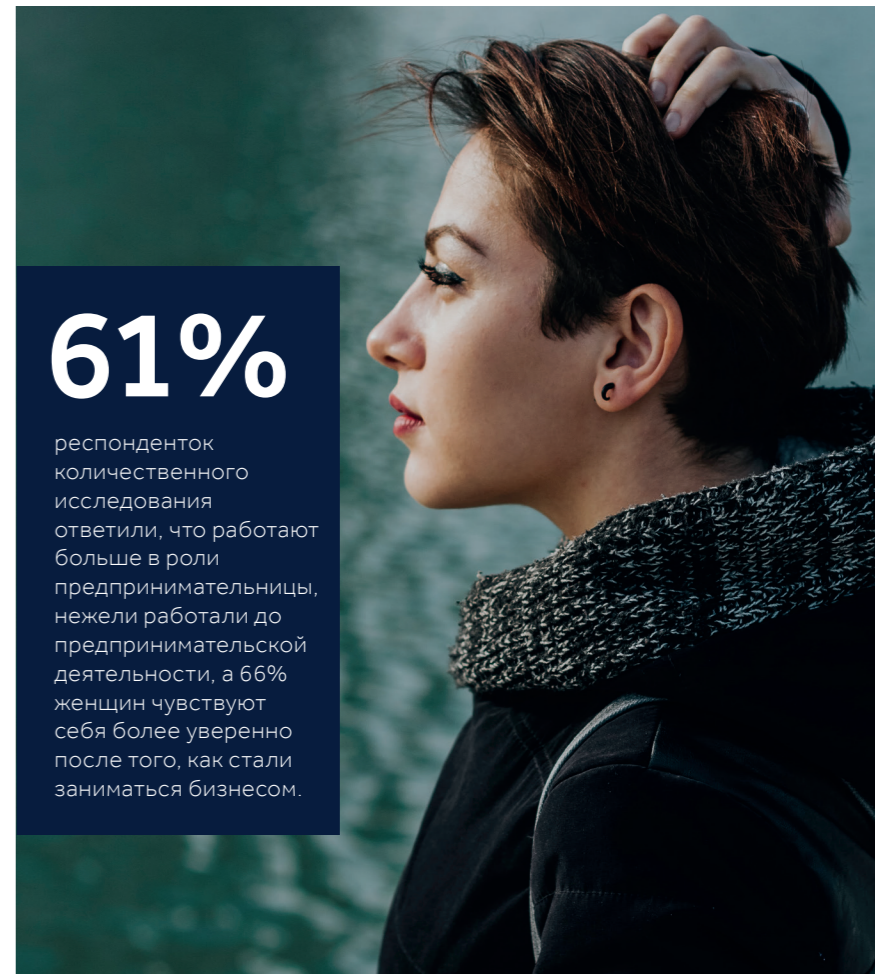


61% кол-во рабочего времени увеличилось  
26% кол-во рабочего времени осталось на том же уровне  
10% кол-во рабочего времени сократилось  
3% нет данных

## Уровень уверенности в качестве предпринимателя vs. до предпринимательской деятельности



66% увеличился  
14% уменьшился  
20% нет разницы



61%

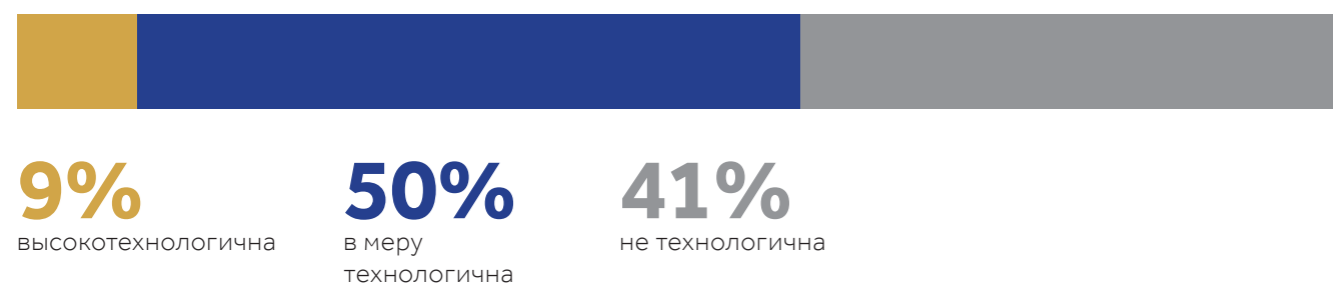
респонденток количественного исследования ответили, что работают больше в роли предпринимательницы, нежели работали до предпринимательской деятельности, а 66% женщин чувствуют себя более уверенно после того, как стали заниматься бизнесом.

## Место работы (когда не в офисе):

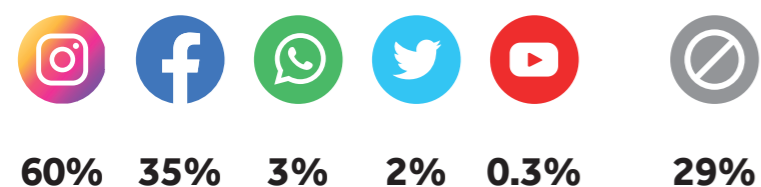


Около 50% опрошенных женщин ответили, что их бизнес в меру технологичен. Что касается социальных сетей, предпринимательницы преимущественно используют **Instagram** (60%) и **Facebook** (35%). 29% **не используют ни одну из социальных сетей**.

## Насколько технологична ваша компания:



## Присутствие в социальных сетях:



## Методология исследования

Visa запросила опрос 300 женщин-собственниц малого и среднего бизнеса, чтобы оценить их видение предпринимательства. Качественное исследование проведено с помощью методики глубинных интервью, в то время как для количественного исследования использовали метод личных интервью.

В рамках качественного исследования проведено 12 глубинных интервью с женщинами-предпринимательницами (малый и средний бизнес) из различных сфер бизнеса, с разным возрастным опытом ведения своего дела и из разных регионов страны.

Исследование проведено по заказу Visa независимой исследовательской компанией ACT Global в августе-сентябре 2020 года.





# О She's Next, Empowered by Visa

She's Next, Empowered by Visa охватывает все поддерживаемые Visa программы в сфере малого и среднего бизнеса для женщин. Инициатива была запущена в 2019 году в США, а сегодня расширяется по всему миру, будучи частью непрерывного стремления Visa помогать микро- и малому бизнесу и, в частности, женщинам-предпринимательницам. Кампания She's Next в Азербайджане направлена на расширение прав и возможностей женщин-предпринимательниц, предлагая им образовательные мероприятия и платформу для налаживания связей.

**«Наша образовательная программа в Азербайджане как часть глобальной инициативы She's Next поможет женщинам приобрести необходимые знания и навыки для развития и трансформации своего бизнеса. Сегодня малый и средний бизнес – один из тех секторов экономики, по которым пандемия нанесла сокрушительный удар. Помощь в рамках She's Next чрезвычайно важна для адаптации бизнеса к новым реалиям и для дальнейшего развития»,**

**Кристина Дораш,  
региональный менеджер Visa  
в странах Кавказского региона**



## О Visa

Visa Inc. (NYSE: V) является мировым лидером в области цифровых платежей. Наша миссия – объединить мир посредством наиболее инновационной, надёжной и безопасной платёжной сети, что позволяет потребителям, бизнесу и экономике в целом планомерно развиваться. Наша новейшая глобальная технологическая сеть VisaNet обеспечивает надёжные и безопасные платежи по всему миру, и может обрабатывать более 65 000 транзакций в секунду. Компания Visa уделяет большое внимание инновациям, что является катализатором быстрого роста "connected commerce", в условиях которой практически любое подключенное устройство способно осуществлять платежи, и таким образом приближает переход к будущему без наличных — для всех и везде. По мере того, как происходит переход от аналоговых технологий к цифровым, Visa использует свой бренд, продукты, экспертов, сеть и масштаб для трансформации коммерции.

Для получения дополнительной информации посетите сайты [usa.visa.com/about-visa](https://usa.visa.com/about-visa), <https://www.visa.com.az/az-AZ> [https://www.facebook.com/visaazerbaijan/?brand\\_redir=724333024266855](https://www.facebook.com/visaazerbaijan/?brand_redir=724333024266855)