

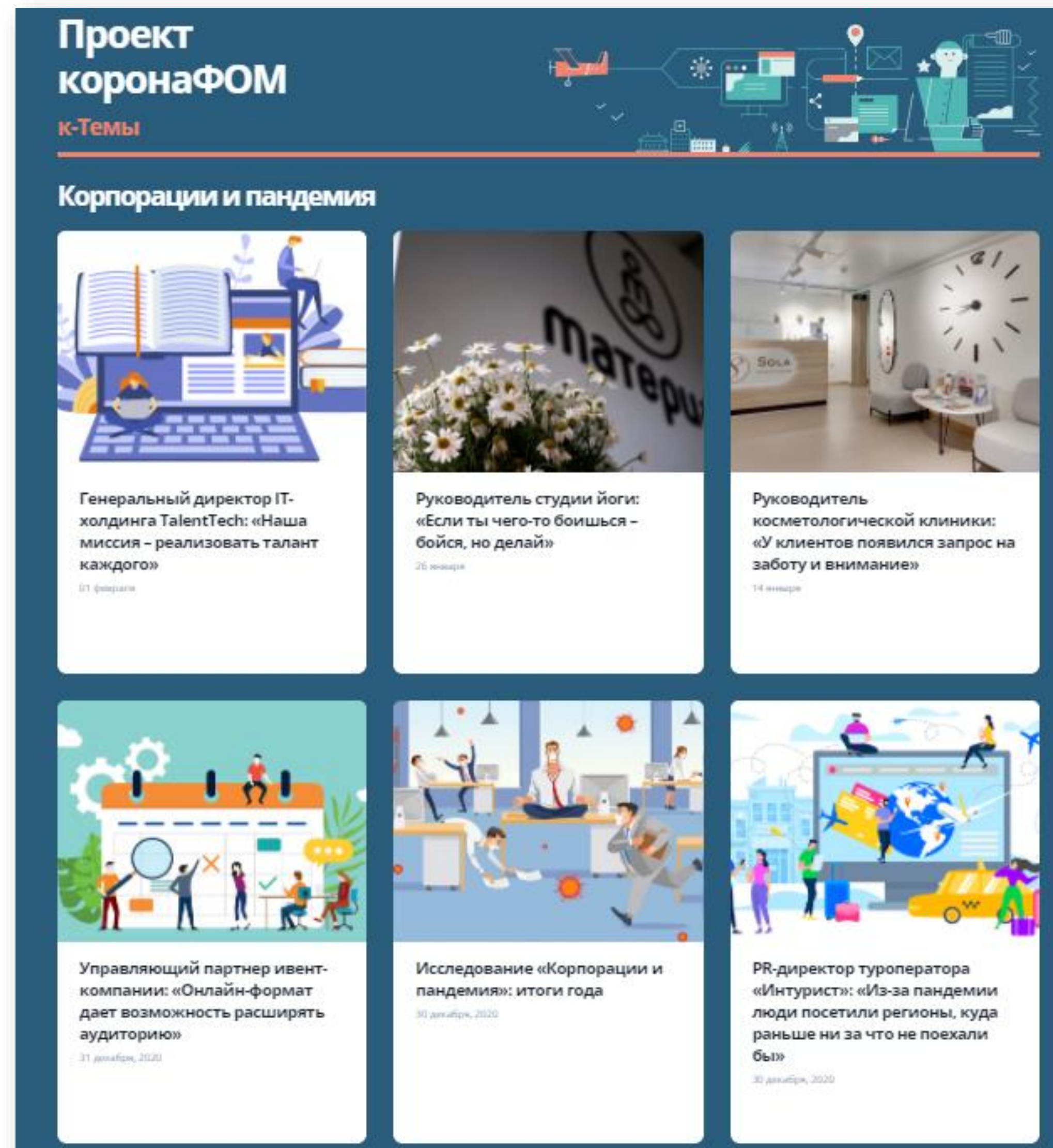
**Выжить в кризис, или
антихрупкость
российского
предпринимателя**

Петренко Е.С.
ФОМ

См. результаты интервью на сайте

<https://covid19.fom.ru/>

в разделе к-Темы «Корпорации и пандемия».



Проект коронаФОМ
к-Темы

Корпорации и пандемия

Генеральный директор IT-холдинга TalentTech: «Наша миссия – реализовать талант каждого»
01 февраля

Руководитель студии йоги: «Если ты чего-то боишься – бойся, но делай»
26 января

Руководитель косметологической клиники: «У клиентов появился запрос на заботу и внимание»
14 января

Управляющий партнер ивент-компании: «Онлайн-формат дает возможность расширить аудиторию»
31 декабря, 2020

Исследование «Корпорации и пандемия»: итоги года
30 декабря, 2020

PR-директор туроператора «Интурист»: «Из-за пандемии люди посетили регионы, куда раньше ни за что не поехали бы»
30 декабря, 2020

Судя по результатам опросов ФОМ, **половая, возрастная и образовательная структура** российских предпринимателей в марте 2020 (начало пандемии К19) и в декабре 2020 (вторая волна пандемии К19) изменились не значительно.



Разница между предпринимателем
и средним россиянином:

**предприниматель хочет быть
хозяином своей жизни.**

Какое общество, по Вашему мнению, устроено более правильно: то, в котором благополучие человека зависит прежде всего от его собственных усилий, или то, в котором благополучие человека обеспечивается прежде всего государством?



«...Мы, посоветовавшись с нашими экспертами в Европе, решили делать медицинские костюмы. Прошли тестирование ткани в НИИ дезинфектологии Роспотребнадзора, и нам сказали, что она не пропускает бактерии. Буквально за две недели мы переориентировали производство и начали шить медицинские костюмы из ткани, которая была изначально создана для наших горнолыжных костюмов... и сшили, на мой взгляд, очень крутые костюмы. К нам сразу стали поступать запросы на костюмы»

Из интервью с исполнительным директором компании «Urbantiger», Санкт-Петербург

Из интервью с руководителем
рекламного агентства,
Екатеринбург

«...наблюдается большой интерес к онлайн-сегменту (развитию сайтов, рекламе в «Яндексе», разработке новых интернет-проектов)... Если говорить про наши новые направления, мы пробовали шить маски, запустили даже линейку продажи антисептика для рук. Сначала это было востребованным и продавалось хорошо. Потом это направление практически встало. Мы никогда раньше не работали с досками объявлений. Но оказалось, что это достаточно неплохой источник клиентского трафика, особенно в части небольших заказов от физлиц»

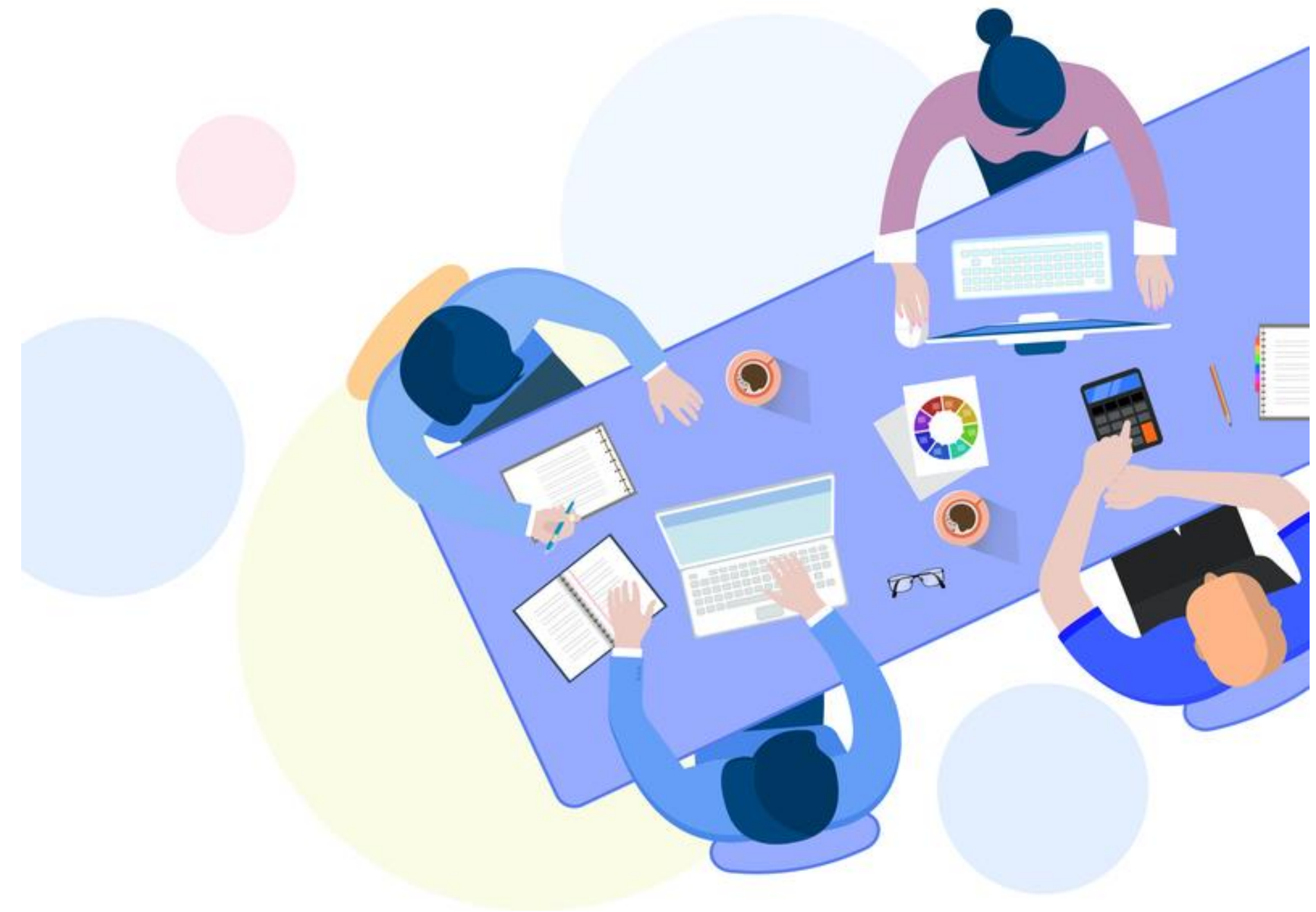


Большинство компаний интуитивно шли простым путем:

- **снижать затраты на аренду в ЖКХ,**
- **урезать зарплаты,**
- **увольнять второстепенных сотрудников,**
- **закрывать не востребуемые офисы.**

Корпоративная культура, как спасательный круг:

- СПЛОТИТЬ СОТРУДНИКОВ,
- МОТИВИРОВАТЬ,
- УДЕРЖИВАТЬ РАБОЧУЮ АТМОСФЕРУ.





Мнения участников интервью:

**практически все опрошенные
руководители компаний отмечают
неопределенность ситуации,
отсутствие горизонта планирования.**



e-mail: petrenko@fom.ru

Москва, Рочдельская 15, стр. 16А,

123022 Тел. +7 (495) 620-62-32

www.fom.ru

fom@fom.ru