

БИЗНЕС ЖЕНЩИН В БЕЛАРУСИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

А.В. Орлова

«Социальный прогресс и смены периодов совершаются пропорционально прогрессу женщин к свободе, а падение социального строя совершается пропорционально уменьшению свободы женщин».
Франсуа Мари Шарль Фурье (1808 г.)

Последнее десятилетие характеризовалось не только количественными изменениями в экономике нашей страны, но и качественными. К последним с полной уверенностью можно отнести появление и развитие частного предпринимательства, наиболее интересной (для изучения) составляющей которого является женское предпринимательство.

Хотя считают, что переходный период открыл большие возможности для трудоустройства женщин, это далеко не так. В сводном докладе о человеческом развитии ПРООН за 1999г. снижение уровня жизни женщин рассматривается как одно из главных негативных социальных последствий рыночных реформ, говорящее об их высокой социальной цене.

На женщину в нашем обществе возлагаются двойные обязанности: на работе и дома (совокупная занятость женщин в городе в полтора раза превышает занятость мужчин), что приводит, во-первых, к неэффективному труду на основной работе, во-вторых, к отсутствию стимулов для самореализации. К тому же доля женщин среди безработных составляет около 70%, притом, что доля женщин в общей численности имеющих среднее специальное и высшее образование составляет 62%.

Это типичные проблемы для стран с переходной экономикой. Как свидетельствует опыт стран Центральной и Восточной Европы, дальше других продвинувшихся в рыночных преобразованиях, именно государственная политика по улучшению положения женщин, расширение малого бизнеса могут стать главными факторами, способными обеспечить перспективные сдвиги в положении женщин в экономике и в обществе в целом, а особенно снизить женскую безработицу.

Если обратиться к нашему законодательству, то следует отметить отсутствие какого-либо нормативного акта, который бы регулировал именно женский бизнес; в стране нет ни республиканских, ни международных программ по

его поддержке. Однако этот факт не следует считать большим изъяном белорусской законодательной системы. Хотя, если обратиться к западной практике в этой области, то поддержка предприятий, руководимых женщинами, оказывается Европейским сообществом и землей Нижняя Саксония, притом, что на Западе, в частности в Германии, каждое третье малое предприятие возглавляет женщина, что свидетельствует о заинтересованности государства в развитии женского предпринимательства.

Но, не смотря на все объективные и субъективные трудности переходного периода, в нашей стране все большие масштабы приобретает женский бизнес.

Так, в сфере предпринимательства Гомельской области работает свыше 17 тысяч женщин, что составляет 45,9% от общего количества занятых в этой сфере. Из 10 тысяч индивидуальных предпринимателей более 60% составляют женщины. Среди руководителей предприятий малого бизнеса, а их в области 3020, женщин – не более 5%.

Очевидно, что женщины приходят в бизнес совсем по другим причинам, нежели мужчины. А разная мотивация приводит к различному пониманию успеха. Опрос белорусских женщин-предпринимателей показал, что женщины решают заняться бизнесом по следующим причинам: самореализация 36,1%; желание приобрести независимость – 34%; возможность заработать деньги – 33%.

Сейчас 57,7% женщин-предпринимателей заняты в торговле и 13,4% – в сфере услуг. Как видно женщины сферы для своей профессиональной деятельности, которые не требуют больших финансовых и временных затрат. Что касается уровня образования, то 90,7% женщин-предпринимателей имеют среднее техническое и высшее образование.

По своему социальному статусу они могут быть разделены не только на тех, кто ведет бизнес в разных масштабах, но и на тех, кто имел связь с номенклатурой – прежней экономической элитой. В этой связи можно выделить 3 группы женщин-предпринимателей: крупные предпринимательницы, имевшие связь с номенклатурой (7,7%), предпринимательницы, ведущие бизнес в среднем масштабе, не входившие в прежнюю экономическую элиту (15,1%), предпринимательницы, ведущие бизнес в малых масштабах и не имевшие связи с номенклатурой (77,2%).

Так какие же проблемы существуют? Опрос белорусских женщин-предпринимателей показал, что развитию частного бизнеса в стране будут способствовать следующие меры: финансовая поддержка, микрокредитование; регулярные консультации по юридическим, бухгалтерским и экономическим вопросам; информация о рынках и товарах и др. Но эти меры в своем большинстве необходимы для предпринимателей, уже ведущих свой бизнес. Для начинающих же основной проблемой является стартовый капитал.

Таким образом, можно констатировать, что в республике появился и успешно развивается новый социальный и экономический класс, который опроверг все доводы о том, что место женщины дома, а никак не в бизнесе, который

имеет свои достоинства и недостатки, свои проблемы и характерные черты, а также требует некоторой заинтересованности со стороны государства.

Литература:

1. Процесс трансформации и положение женщин//Вопросы экономики – 2000. - № 4.
2. Женщина в эпохи застоя и демократии// Белоруссия – 1995 - № 15.
3. Бизнес по-женски. Что это такое?//Республика – 2001 - № 73.
4. Женщина и бизнес: 2 ловушки на пути к вершинам// ЭКО – 1995 - № 4.
5. Профессиональная карьера//Социс – 1999 - № 4.
6. Женщина-начальник. Ростов-на-Дону: издательство «Феникс», 1996.
7. Грязнова Л.Н. Бизнес женщин в Беларуси//Вестник БГУ – 1993 - № 7.
8. Женщины-предприниматели: гендерная специфика российского бизнеса//ЭКО – 1999 - № 1.