

равен эффекту от проведения одного из этих мероприятий. То есть это не позволит увеличить количество посещений до 9000 посетителей, их отметка будет находиться на уровне 4000–5000. В то же время, затраты будут равны затратам проведения и SEO-оптимизации и размещения контекстной рекламы.

Если предложенные мероприятия будут проведены должным образом, то это позволит достичь экономического эффекта в размере: $50,7 + 99,7 = 150,4$ млн. руб. в год.

Литература

1 Карпенко, В. Анализируем конкурентов и просчитываем стоимость SEO [Электронный ресурс] / В. Карпенко. – 2014. – URL: <http://seoprofy.net/2010/02/analiziruem-konkurentov-i-proschityvaem-stoimost-seo/> (дата обращения: 19.03.2014).

2 Официальный сервис Google [Электронный ресурс] / Официальный сервис контекстной рекламы. – М., 2005. – URL: <https://support.google.com/adwords> (дата обращения: 25.03.2014).

3 Интернет маркетинг на сто процентов / С. В. Сухов [и др.]; под ред. С. В. Сухова. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.

4 Официальный интернет-ресурс организации click-i [Электронный ресурс]. – Минск, 2010. – URL: <http://www.click-i.by>. (дата обращения: 25.03.2014).

УДК 334.722-055.4

А. А. Хацулева

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

В статье рассматриваются национальные особенности развития женского предпринимательства через анализ тенденций нормативно-правовой базы, динамику отраслевой структуры и показателей экономического развития. Акцент в статье сделан на развитие женского предпринимательства в США, где рассматриваемый сектор экономики вносит значительный вклад в ВВП.

При рассмотрении особенностей и тенденций развития женского предпринимательства как в международном масштабе, так и в отдельных регионах помимо самого термина «предпринимательство» используется понятие «самостоятельно занятые».

В частной практике зарубежных стран самостоятельно занятые женщины рассматриваются не как обобщающая категория, а как дополнительная характеристика при анализе развития женского предпринимательства. Это обусловлено особенностями национальных законодательств и существующей практикой сбора и анализа статистических данных. Так, в США в отчётах по исследованиям женского предпринимательства термин «самостоятельно занятые женщины» практически не фигурирует. В таких странах, как Англия и Канада, наоборот, самостоятельно занятые женщины включены в той или иной степени в область анализа развития женского предпринимательства.

В ряде стран предприятия, принадлежащие женщинам, представляют собой наиболее динамичный сегмент сектора малых и средних предприятий. В зарубежных странах используются различные подходы к определению женских предприятий, поэтому

сравнение развития женского предпринимательства в международном масштабе достаточно затруднено.

Согласно US Census Bureau, к женским предприятиям относят предприятия, в которых женщины владеют 51 % и более активов. US National women's business council и Center for women's business research дополняют категорию женских предприятий предприятиями совместного владения (male and female co-owned enterprises) [1].

В английской практике используется термин women-led, который в дословном переводе означает «возглавляемых женщинами». К этой категории относят предприятия в полной или мажоритарной собственности женщин и управляемые при их активном участии. К 2012 году удельный вес таких женских предприятий в общей численности предприятий в Великобритании составлял 14 %. Если же принять во внимание предприятия совместного владения (equally-led), то удельный вес женских предприятий доходит до 40 %.

В Канаде в ряде исследований используется более широкое понятие women entrepreneurs (женщины-предприниматели), которое включает в себя следующие категории: женщины-владельцы предприятий, женщины мажоритарные владельцы предприятий и самостоятельно занятые женщины. В SFSME (Survey on financing of small and medium enterprises) выделяется 4 типа предприятий в гендерном разрезе: предприятия в мажоритарной собственности женщин: предприятия совместного владения, предприятия в миноритарной собственности женщин, предприятия без участия женщин (no female ownership).

Принадлежащие женщинам предприятия становятся и все более разнообразными. Кроме того, женщины становятся более активными в таких нетрадиционных для них секторах, как ремонт и техническое обслуживание, агробизнес, транспорт, обрабатывающая промышленность. В течение 5-летнего срока к банкротству приходит одно из 4-х женских предприятий (это меньше, чем в целом по стране) [1].

В Канаде за последние 20 лет общее число женщин-предпринимателей выросло в два раза, в то время как число объектов бизнеса, принадлежащих мужчинам выросло лишь на 38 %. К середине 2012 года доля женщин среди предпринимателей в Канаде составила 30 % – более 950 тыс. человек. В секторе малого и среднего бизнеса женщины владеют (включая совместное, мажоритарное и миноритарное владение) 46 % предприятий; женских мажоритарных предприятий 18 %.

Четыре из пяти мажоритарных женских предприятий в Канаде в секторе малого и среднего бизнеса открываются в отраслях сервиса (техническое обслуживание, транспорт, информация и др.). В меньшей степени женские мажоритарные предприятия представлены в отраслях обрабатывающей промышленности и производства и научного обслуживания – 16 % и 3 % соответственно [2, с. 165].

По состоянию на конец 2012 год в США насчитывается более 8,6 миллионов предприятий, принадлежащих женщинам, в которых задействовано почти 7,8 млн. чел., то есть это на 40 % больше, чем в таких крупных гигантах как McDonald's, IBM и Walmart – вместе взятых, а выручка от деятельности этих предприятий составила более 1,3 трлн. долл. США – это больше, чем совокупная выручка таких компаний как Apple, Microsoft, GE, Google и Sony [3].

Динамика количества предприятий в США в гендерном разрезе за период 1997–2012 годов представлена в таблице 1.

В США за период 1997–2012 годов темп роста изменения количества предприятий, принадлежащих женщинам, превысили средние национальные темпы роста практически на 20 п. п., и составил 154,1 % и 137,7 % соответственно, а темпы роста предприятий, принадлежащих мужчинам – практически на 30 п. п. Данный факт выступает аргументом в пользу подтверждения динамичного развития женского предпринимательства, а также

объясняет увеличение удельного веса предприятий, принадлежащих женщинам, в общем количестве предприятий в США.

Несмотря на то, что число предприятий, принадлежащих женщинам (в 2012 году их доля составила 30,1 % от общего количества предприятий) продолжает расти со скоростью, превышающей общенациональный рост, число занятых на них составляет всего лишь 6,3 % от общего количества работающих в данном секторе [4].

Темпы роста доходов за последние 15 лет свидетельствуют о более эффективной работе предприятий, находящихся в собственности у женщин. Доходы предприятий, принадлежащих женщинам за рассматриваемый период увеличились на 57,7 % и составили 1,3 трлн. долл. США, в то время как доходы предприятий, принадлежащие мужчинам, возросли лишь на 36 % , а предприятий равного владения – на 44,3 % . Данные для анализа представлены в таблице 2.

Таблица 1 – Динамика количества предприятий в США в гендерном разрезе за период 1997–2012 годов [4]

Показатели	1997	2002	2007	2012	Темп роста 2012/1997, %
Все предприятия	20 409 934	22 480 432	26 304 486	27 668 000	137,7
Предприятия в собственности женщин, ед.	5 417 034	6 489 483	7 793 139	8 345 600	154,1
Предприятия в собственности мужчин, ед.	11 374 194	13 184 033	13 906 658	14 495 900	127,4
Предприятия равного владения, ед.	3 641 263	2 693 171	4 603 255	4 826 900	132,5
Удельный вес предприятий, принадлежащих женщинам в общем числе предприятий, %	26,5	28,8	29,6	30,1	–

Таблица 2 – Динамика доходов предприятий в США в гендерном разрезе за период 1997–2012 гг. [1, 4]

Показатели	В тыс. долл. США				Темп роста 2012/1997, %
	1997	2002	2007	2012	
Все предприятия	8 392 001 047	8 793 351 161	10 979 477 627	11 678 411 600	177,2
Предприятия в собственности и женщин	818 669 084	940 774 986	1 202 115 758	1 291 267 100	157,7
Предприятия в собственности	6 635 374 691	7 061 026 736	8 574 060 362	9 024 804 800	136,0

мужчин					
Предприятия равного владения	943 880 584	731 447 044	1 283 401 141	1 362 339 700	144,3

Сегодня в Соединенных Штатах Америки насчитывается 8,6 миллионов женщин-предпринимателей, а это значит, что на каждые 100 женщин приходится 6 женщин занятых в бизнесе.

Наиболее «женскими» отраслями бизнеса выступают: здравоохранение (52,0 % от все предприятий в это отрасли принадлежат женщинам), сфера образования (45,9 % предприятий, принадлежащих женщинам, заняты в этой сфере), розничная торговля (34,4 %). Отраслями, где женский бизнес представлен в меньшей степени выступают: добывающая промышленность, добыча нефти и газа (15,0 %), транспорт (11,4 %), сельское хозяйство, лесное хозяйство, рыболовство и охота (10,3 %), строительство (7,9 %).

Данные, представленные на рисунке 1 позволяют наглядно оценить вклад женского предпринимательства в экономику США.

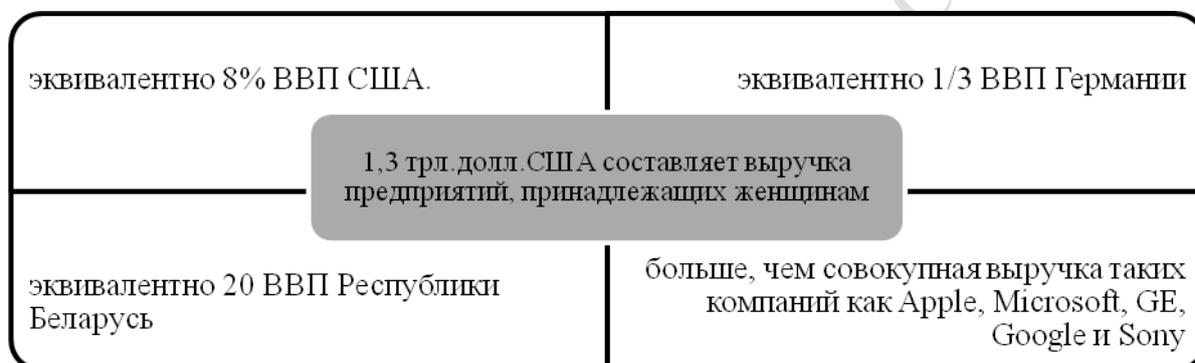


Рисунок 1 – Вклад женского предпринимательства в экономику США

Самостоятельная занятость женщин возрастает и во многих Европейских странах. Согласно статистическим данным, в Великобритании предпринимательскую деятельность осуществляют 1,013 миллион женщин – предпринимателей, на долю которых приходится 16,5 % всех предприятий. Если использовать американский подход в определении женского предпринимательства, который предполагает также учитывать предприятия равного владения, то удельный вес предприятий, находящихся в собственности женщин, возрастает до 34 %. Вклад женских предприятий в экономику Англии, в основном за счет растущего сектора услуг, оценивается в 93,5 млрд. долл. США, для сравнения ВВП Республики Беларусь в 2012 году составил приблизительно 150,3 млрд. долл. США. Предприятия, принадлежащие женщинам, представлены в секторе микропредприятий (15 %), малого бизнеса (13 %) и среднего бизнеса (10 %).

В 2010 году среднегодовая выручка малых и средних предприятий, принадлежащих женщинам, составила 500 000 фунтов стерлингов, среднегодовая выручка предприятий в целом по сектору составила 1 168 000 фунтов стерлингов.

Женские предприятия в Англии представлены в большей степени в отраслях сервиса (29 %), торговли и технического обслуживания (21 %), консалтинга (24 %). В таких отраслях, как производство, транспорт, строительство, женских предприятий не более 11 %.

В Бельгии женщина управляет каждым третьим предприятием малого бизнеса, а в сфере услуг доля «женских» предприятий доходит до 47 %. В Финляндии доля женщин среди предпринимателей составляет 30 %, в Швеции – 25 %. В странах Центральной и

Восточной Европы женщины владеют более чем 30 % бизнеса, нанимают 25 % рабочей силы [1].

Самостоятельная занятость женщин является одной из основных возможностей снижения уровня бедности, а также способом поддержки женщин с целью их дальнейшего развития и расширения предпринимательской деятельности. В последнее десятилетие она увеличивалась быстрыми темпами, однако причины и следствия структурного сдвига различаются по странам.

Литература

1 GlobalEntrepreneurshipMonitor 2012 Women'sReport[Electronic resource] /Donna J. Kelley, Candida G. Brush, Patricia G. Greene, Y. Litovsky.– Babson College,2013. – URL: www.openforum.com/womensbusinessreport.pdf (data of reference:15.10.2013).

2 Орлова, А. В. Женское предпринимательство: методологические основы функционирования и поддержки / А. В. Орлова // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. – 2011. – № 3. – С. 162–171.

3 Things You Didn't Know About Women-Owned Businesses [Electronic resource]– 2012. – 14 January . – URL: <http://mashable.com/2012/08/14/facts-women-business> (data of reference:15.10.2013).

4 The 2013 State of Women - Owned Businesses Report commissioned by [Electronic resource] / A Summary of Important Trends. American Express OPEN. – 2013. – URL: <https://www.openforum.com/keywords/state-of-women-owned-businesses-report.pdf> (data of reference:16.10.2013).

УДК 336.717.061

Д. Ф. Холупов

ПРОБЛЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

В статье рассмотрены основные проблемы, связанные с потребительским кредитованием в Республике Беларусь. В частности рассматривается увеличение проблемной задолженности в белорусских банках и предлагаются направления по ее снижению, повышение уровня закредитованности белорусской экономики в целом. Сделан акцент на необходимости повышения финансовой грамотности населения.

Потребительское кредитование в современных условиях занимает важное место в жизни современного человека. Данный вид кредита стимулирует сбыт товаров и услуг, экономит издержки обращения, приносит кредиторам существенные доходы и прибыль. В свою очередь, население получает возможность приобретать необходимые товары и услуги в момент их наивысшей актуальности для потребителя.

Однако в Беларуси потребительское кредитование занимает слишком большое место в жизни белорусов. По состоянию на 1 января 2014 года численность населения Беларуси достигла 9 468 100 человек, а объём выданных населению кредитов 53 141 млрд. руб., т.е. на каждого белоруса приходится 5,6 млн. руб. кредитных денег, при среднемесячной заработной плате 5,5 млн. руб. Это говорит о том, что кредит в настоящее время играет чрезмерно большую роль в жизни белорусов и это становится для многих серьезной проблемой [1].