

распространения производства органической продукции в сельском хозяйстве, тем самым возможно обеспечить повышение экологической устойчивости природопользования и улучшения качества питания населения страны.

## Литература

1. Willer, Helga and Julia Lernoud (Eds.): The world of organic agriculture. Statistics and Emerging Trends 2019. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM.- [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1202/?ref>– Дата доступа: 26.09.2019.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Беларуси до 2030 года- [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://region.gov.by/uploads/documents/Natsionalnajastrategijaustojchivogosotsialnoekonomicheskogo-razvitija-RB-do-2030-g.pdf> – Дата доступа: 29.09.2019.
3. Закон «О производстве и обращении органической продукции».-[Электронныйресурс]//Режим доступа:<http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H11800144&p1=1> – Дата доступа: 30.09.2019.

УДК 94:334.722-055.2(476)

**А.В. Орлова**

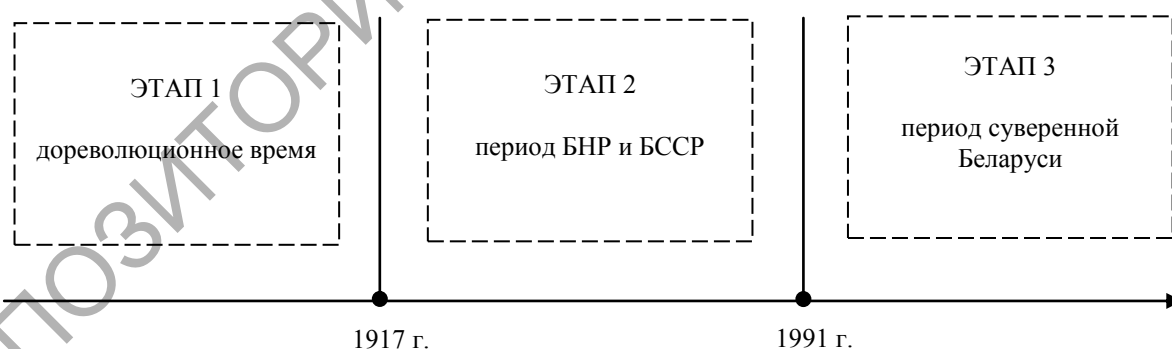
*econchair@gsu.by*

*Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Беларусь*

### РАЗВИТИЕ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛАРУСИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ЭКСКУРС

В статье рассматривается историческая ретроспектива развития женского предпринимательства в Республике Беларусь: автором выделены основные этапы его развития; дана характеристика его развития в дореволюционное время.

Участие женщин в сфере предпринимательства для нашей страны явление не новое. Ретроспективный анализ позволяет выделить три этапа в развитии женского предпринимательства в Беларуси (рисунок 1).



**Рисунок 1 – Основные этапы развития женского предпринимательства в Беларуси**

Стоит подчеркнуть, что развитие женского предпринимательства в нашей стране носит, скорее, революционный, а не эволюционный характер. Так, все этапы его развития связаны только временным аспектом и не являются логическим продолжением друг друга.

Женщины дореволюционной Беларуси были активными участниками предпринимательства. В это время предпринимательство в нашей стране опиралось на сформированные традиции купечества, которые были утрачены в последующий период.

Среди территорий наибольшей активностью женщин-предпринимателей отметились Минск, Могилев и Гомель. Среди сфер деятельности наблюдается широкий спектр активности – от банковского дела до производства. В последующий период – период БССР – сформировались основные черты рынка труда, которые в дальнейшем оказали как положительное, так и негативное влияние на включенность женщин в сферу частного бизнеса. Период суверенной Беларуси характеризуется формальным участием женщин в предпринимательской деятельности [1].

Остановимся более подробно на первом этапе. Большинство женщин унаследовали бизнес своих мужей и показали себя успешными продолжателями семейного дела. В таблице 1 представлены наиболее известные женщины-предприниматели дореволюционной Беларуси.

**Таблица 1 – Наиболее известные женщины-предприниматели дореволюционной Беларуси**

Имя и фамилия	Город	Сфера деятельности
Софья Брауде	Минск	Банковская деятельность
Паула Лекерт	Минск	Пивоварение
Эльза Яник	Могилев	Пивоварение
Графиня Мария Потоцкая	Высоко-Литовск	Производство зерна
<b>Мнуха Лозинская</b>	Слоним	Производство спирта
<b>Гинда Весник</b>	Минск	Мануфактурная торговля
Гитля Добкина	Гомель	Мануфактурная торговля
Дина Витенберг	Гомель	Производство спичек
Княгиня Ирина Паскевич	Добруш	Производство

Самой богатой бизнесумен Минска была Софья Брауде. В 1893 году после смерти мужа Мовши она взяла на себя руководство одной из самых старых и влиятельных банковских контор города – «Цукерман и Брауде» (фирма была основана в 1848 году). К этому времени ей был 41 год и у нее было двое детей — 23-летний Вениамин и 11-летний Мордух. Софья Брауде оказалась успешным продолжателем семейного бизнеса. Наладив тесный контакт с местным отделением Московского земельного банка, выдававшим ипотечные кредиты под залог имений и городских имуществ, она заняла большую долю банковского рынка. Оборот банковской конторы «Цукерман и Брауде» на пересечении двух веков составил почти 11 млн рублей (это выше оборота некоторых акционерных коммерческих банков).

**Паула Лекерт, владелица минского пивоваренного завода «Богемия»** – самого мощного пивоваренного завода дореволюционной Беларуси в начале XX века. Предприятие имело собственные склады продукции в Вильно и Бобруйске и выпускало пиво под брендами «пльзенское», «мюнхенское» и «столовое».

**Эльза Яник (дочь Паулы Лекерт), наследница пивоваренного завода в Могилеве.** В начале XX века она стала наследницей части империи отца, знаменитого баварского пивовара Франца Лекерта. Эльзе Лекерт, вышедшей к этому времени замуж за Станислава Яника, достался основанный в 1886 году пивоваренный завод в Могилеве. Предприятие входило в топ-10 пивзаводов дореволюционной Беларуси, на нем выпускалось «пльзенское», «мартовское», «черное» пиво и «бок-бир». В 1904 году продукция завода Эльзы Яник была удостоена серебряной медали на Международной выставке в Париже.

Графиня М. Потоцкая (урожденная Сапега) в своем Высоко-Литовском имении специализировалась на производстве элитного зернового материала для сева. В питомниках проводились опыты по акклиматизации различных растений. В итоге женщина-

предприниматель и ученый смогла представить на престижные международные выставки несколько новых сортов (10 сортов ржи, 13 сортов овса, 10 сортов ячменя) [2, С. 874]

### **Мнуха Лозинская – владелица Слонимского дрожжево-винокуренного завода [3].**

Свой бизнес слонимская купчиха начинала с торговли вином на собственном оптовом винном складе – с него скупаемый у производителей спирт перепродавался казне. В 1878 году Мнуха Лозинская открыла в одном из самых густонаселенных городов западной Беларуси дрожжево-винокуренный завод – теперь она сама выпускала спирт на продажу для государственных и частных ректификационных заводов, а также производила прессованные дрожжи. В XX веке предприятие матери перешло к трем сыновьям, создавшим для его эксплуатации «Торговый дом Бр. Лозинские».

Одну из крупнейших торговых фирм Минска по торговле мануфактурой (текстильными товарами) создала в 1880-х годах купчиха Гинда Весник [4]. Центральный офис ее бизнеса располагался в собственном доме в самом престижном районе дореволюционного губернского центра – на Соборной площади. В 1910 году Гинда Весник преобразовала предприятие, которое раньше находилось в ее единоличном владении, в Торговый дом. В качестве компаньонов в фирму были введены ее сыновья Завиль и Лейзер, к этому времени на деньги предприимчивой купчихи получившие высшее коммерческое образование. Торговый дом оптом и в розницу предлагал покупателям продукцию лучших московских, петербургских и лодзинских фабрик и по оборотам в этом сегменте не имел равных в Минске.

В Гомеле находился головной офис купчихи Гитли Добкиной. Она содержала в этом городе, а также в Екатеринославле и Ромнах оптовые склады мануфактуры и ниток. Ее наследникам досталось богатое наследство (около 1 млн рублей), которое они вложили в уставной фонд учрежденного в 1911 году «Торгово-мануфактурного Товарищества Г.Н. Добкина с Сыновьями». Эта фирма стала одним из крупнейших торговых предприятий в Беларуси и открыла к уже имевшимся складам мануфактурных изделий в Минске и Харькове [4].

В Витебске, а также в Полоцке и Двинске несколько домов принадлежало Санкт-петербургской купчихе Дине Витенберг. Унаследовав от мужа часть его обширного бизнеса (оптовую торговлю железными изделиями в Санкт-Петербурге и Двинске), она успешно его развила. Дина Витенберг также занялась торговлей лесом и эксплуатировала спичечную фабрику «Везувий» в Гомеле. Эта фабрика оказалась единственной в Беларуси, которая в 1905 году не вошла в созданный в Минске спичечный синдикат белорусских, литовских и польских фабрикантов. Через некоторое время «Везувий» стал частью московского синдиката и конкурентом фабрик Борисова, Мозыря, Пинска и Койданово.

В развитии Гомеля важнейшую роль в свое время сыграла Княгиня Ирина Паскевич. Княгиня, предпочитавшая Санкт-Петербургу уездный Гомель, унаследовала значительные активы после смерти супруга. Среди них была Добрушская писчебумажная фабрика – одно из крупнейших и самое передовое предприятие отрасли, на котором впервые в Российской империи был введен 8-часовой рабочий день [5]. Кроме того, Ирине Паскевич принадлежал лесопильный завод в Добруше, а также завод по переработке картофеля. Причем, в отличие от многих бизнесменов, княгиня производила из этого народного продукта не спирт, а патоку. Помимо этого, И. Паскевич была известна и как меценат. Ею были учреждены приют для малолетних девочек, Гомельское общество помощи учащимся. Графиня пожертвовала значительную сумму на строительство гомельской мужской гимназии. А в 1905 году в деревнях Прибор, Залипье, Давыдовка и Студеная Гута открылись четыре частных народных училища, каждое на 60 человек – средства на их постройку также выделила Ирина Паскевич. Она же давала жалованье учителям и платила за освещение, отопление, книги и учебные пособия.

Очевидно, что традиции женского предпринимательства нашей страны закладывались еще в дореволюционное время. Представленные примеры – это лишь часть женщин-

предпринимателей дореволюционной Беларуси, наиболее успешные и возглавлявшие наиболее крупные предприятия. Отраслевая принадлежность рассмотренных предприятий свидетельствует о традиционности участия женщин именно в бизнесе, а не в конкретной сфере. Являясь успешными управляющими своих предприятий, женщины закладывали основы ролевой модели, которая, к сожалению, в последующий период утратилась.

## Литература

1. Орлова, А.В. Этапы развития женского предпринимательства в Беларуси / А.В. Орлова // Региональный розвиток України: проблеми та перспективи: тези III Міжнародної науково-практичної конференції (4 червня 2015 року) – К.: КНЕУ, 2015. – 224 с. – С. 154-156.
2. Белоус, С.Н. Ретроспективный взгляд на правовое положение женщин в Беларуси / С.Н. Белоус, С.П. Кривчик // Роль женщины в развитии современной науки и образования : сборник материалов Международной научно-практической конференции, 17–18 мая 2016 г., Минск / БГУ ; редкол.: И. В. Казакова, А. В. Бутина, И. В. Олюнина. – Минск : БГУ, 2016. – С. 873-877. (С. 874).
3. Тирош - труды по иудаике ( **вып. 16. М., 2017. 296 с.** Сер.: «Judaica Rossica») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.grsu.by/katalog/603748pdf.pdf?d=true>. – Дата доступа: 06.08.2019.
4. Еврейские бизнесвумен Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belisrael.info/?tag=dina-vitenberg>. – Дата доступа: 06.08.2019.
5. Последняя гомельская княгиня. Биография Ирины Паскевич [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nashkraj.info/poslednyaya-gomelskaya-knyaginya-istoriya-iriny-paskevich/>. – Дата доступа: 06.08.2019.

УДК 339.138

**И.Л. Петрова**

*petrovakrok@gmail.com*

*Университет экономики и права «КРОК», Украина*

## РОЛЬ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

В статье рассмотрены вопросы маркетинга персонала как конкурентного преимущества организации. Показана роль внешнего и внутреннего маркетинга как эффективных инновационных инструментов деятельности, ориентированной на клиентов. Обоснована необходимость применения коммуникативных технологий для овладения вниманием потребителя.

Современная экономика характеризуется глубокой трансформацией всех сторон жизнедеятельности общества, в основе которой лежат масштабные технологические изменения. На базе Четвертой промышленной революции (Industry – 4) возникает Пятая, вызывающая радикальные преобразования не только в промышленности, но и в обществе в целом (Society – 5). Её особенности прежде всего связаны с изменением роли человека не только в трудовых процессах, но в сфере потребления. В отличие от Четвертой промышленной революции, направленной на автоматизацию, роботизацию и компьютеризацию производства, вытеснение работников из этой сферы, Индустрия – 5 открывает возможности гармоничного соединения человеческой деятельности с использованием роботов. Рамки человеческой деятельности выходят за границы предприятий, тем самым стирая полярность между экономической и неэкономической, личностной и профессиональной сферами жизни. Приоритетное значение принадлежит развитию компетенций, позволяющих субъектам рынка быстро адаптироваться в условиях постоянных технологических изменений.