

УДК 336

А.Б. Асова, В.В. Чистякова (2 курс, каф. ММ), О.Ю. Скрипина, ст. преп.

ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Сегодня из всех граждан России, самостоятельно обеспечивающих себя работой, 40 % составляют женщины. Около трети работодателей – женщины. Они же и третья часть персонала производственных кооперативов. Наконец, женщины составляют пятую часть тех, кто профессионально занимается предпринимательством.

Если рассматривать динамику развития женского бизнеса в нашей стране, то можно увидеть следующее: в настоящее время женский бизнес развивается в 1,5-1,7 раза быстрее мужского. Эти темпы будут сохраняться в ближайшие 3-5 лет. Значит, к 2005 году 30-40 % фирм и предприятий будут возглавлять женщины.

Наиболее активно действовать в бизнесе женщин подтолкнул дефолт 1998 г. После августовского кризиса резко поднялся уровень безработицы, ухудшилось материальное положение российского населения. Стремление к высоким, стабильным заработкам явилось причиной того, что столько женщин открыли свое дело. По данным Госкомстата на 2000 г. в экономике России было занято 28 млн. 622 тыс. женщин, из них руководителями являются 1 млн. 5 тыс. человек.

Исследования социологов показали, что некоторые особенности женского бизнеса действительно существуют и отличают его от мужского по следующим факторам.

Во-первых, женщины в бизнесе меньше склонны к риску. Открывая свое дело, они стараются обойтись минимумом средств, поэтому пользуются банковскими кредитами в 2,4 раза реже, чем мужчины.

Во-вторых, женский бизнес сравнительно менее доходный. Стремление избежать риска не позволяет женщинам получать высокие доходы от своих предприятий.

В-третьих, женщины законопослушнее мужчин, им морально труднее выйти за рамки закона. Возглавляемые женщинами предприятия работают, как правило, прозрачно – полностью уплачивают налоги, не уходят от социальных платежей. Кроме того, женское предпринимательство находится под меньшим прессом криминальных структур.

В-четвертых, женщины значительно чаще прибегают к таким инструментам как долгосрочное финансовое и стратегическое планирование. Они более тщательно разрабатывают свои проекты, уделяя большое внимание деталям. Более того, женщины в большей степени склонны осуществлять долгосрочные инвестиции с расчетом получить прибыль в будущем, в то время как мужчины часто ориентируются на сиюминутную выгоду.

В-пятых, фирмы женщин-предпринимателей в России в основном концентрируются в сферах социальных и бытовых услуг. Сферами реализации женщинами их предпринимательского потенциала являются следующие:

- информационные услуги – 21 %;
- бытовые услуги – 18 %;
- образовательные услуги – 12 %;
- издательские услуги – 10 %;
- производство продуктов питания – 9 %;
- производство швейных изделий, обуви – 5 %;
- консалтинговые услуги – 3 %;
- торговля – 1 %.

Здесь также необходимо уточнить, что женский бизнес относится, в основном, к малому предпринимательству. Как следствие, женскому бизнесу присущи те же проблемы, с которыми сталкивается малое предпринимательство в целом.

Основная экономическая проблема заключается в том, что государственная поддержка женского предпринимательства, как и малого бизнеса в целом, в России слаборазвита. Возьмем, например, тот факт, что из 25 млрд. рублей, каждый год поступающих в бюджет от малого бизнеса, только 90 млн. возвращаются обратно предпринимателям по линии федеральной программы их поддержки. А ведь 30 % средств, поступающих в государственный бюджет, – результат деятельности женского предпринимательства. По этой причине в нашей стране женщины вынуждены действовать без поддержки государства, права их в части реализации предпринимательских инициатив фактически дискриминируются по сравнению с другими странами. Так, например, в Швеции существует специальная программа Шведского сберегательного банка под названием «Женщина и экономика», в рамках которой предоставляются льготные кредиты женщинам, открывающим собственное дело.

В заключении хотелось бы отметить, что женское предпринимательство – явление сравнительно новое для российской действительности. Сегодня происходят эволюционные изменения во взглядах на женщину, как на профессионального, квалифицированного работника. Специалисты во многих случаях видят в российских предпринимательницах более надежных и предпочтительных партнеров. Женский бизнес – это серьезная сила. Он сокращает масштабы женской безработицы, участвует в формировании среднего класса, создает экономическую стабильность в обществе. Поэтому не замечать этого бизнеса, а также его проблем – все равно, что не замечать вторую половину человечества.