

Гендерные аспекты предпринимательской деятельности

ВВЕДЕНИЕ

На пути развития рыночной экономики одним из двигателей экономических реформ должен стать развитый класс российских предпринимателей, для широкомасштабного становления которого необходимо создание соответствующих не только экономических, но и социальных условий.

Женщины активно участвуют в преобразованиях российской экономики, меняют формы трудовой активности. Основное социальное противоречие, сложившееся в сфере занятости россиянок, заключается в том, что, с одной стороны, рыночная модель позволяет свободно развиваться женской экономической инициативе, самостоятельности и независимости в выборе форм занятости, с другой стороны, в условиях перехода к рынку, принципиально отличных от сложившихся в советское время норм, установок трудового поведения, женщины оказываются менее готовы к свободной, инициативной деятельности, менее адаптированы, чем мужчины. Женщины вынуждены не просто менять в массовом порядке свой социальный и профессиональный статус, но в большинстве случаев его снижать, становясь безработными, переквалифицируясь, как правило, на другие профессии и используя формы занятости, не требующие ни образования, ни накопленных профессиональных знаний.

В социогендерном исследовании «Женщины в российском обществе», исходя из позиций, занимаемых женщинами в сфере занятости, были выделены *типологические группы по критерию социальной адаптивности к условиям свободного рынка труда* [18, 63–64].

Адаптивная группа – это работающие женщины, отличающиеся трудовым оптимизмом, спокойной уверенностью в том, что они не потеряют свое рабочее место. Численность этой группы – 21 %. Группа динамична в смене моделей трудового поведения и трудовой активности, адаптирована к переходным экономическим условиям; по своему социальному положению – это прежде всего предпринимательницы и представительницы интеллигенции.

Индиifferentная группа – в нее входит около 21 % опрошенных. По социальному положению это прежде всего домохозяйки, предпринимательницы составляют в этой группе около 24 %.

Фрустрационная группа – самая многочисленная, к ней относится около половины всех опрошенных. Фрустратором является безработица, порождающая напряженность и тревогу. По социально-демографическому составу в этой группе представлены в основном служащие, инженерно-технические специалисты (около 60 %). Фрустрационный настрой характерен и для предпринимательниц, хотя и вдвое меньший, он связан не с безработицей, а с нестабильной экономической ситуацией, повышенным риском в сфере предпринимательской деятельности.

И последняя группа – это собственно **безработные**, которые составляют около 8 % опрошенных. На основании многочисленных социологических исследований [11, 14], последнюю группу по уровню фрустрированности можно с полным основанием присоединить к предыдущей.

Эти данные говорят о том, что женщины, занимающиеся предпринимательской деятельностью, наиболее адаптивны к новым экономическим условиям.

Нахождение четких качественных границ, точного определения предпринимательской деятельности не является целью данной работы, хотя анализ предпринимательства как особого рода хозяйственно-организационной деятельности предполагает установление некоторых границ понятия. Предприимчивость – одна из способностей человека, проявляющаяся в различных видах его деятельности. По В.Далю, «предпринимать» – значит затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступить к совершению чего-либо значительного. Предприимчивый человек – тот, кто склонен предпринимать нечто, кто способен к творческому, новаторскому подходу к делу, обладает умением вовлечь людей в совместные действия, организовать их эффективную связь.

Таким образом, *предприимчивость* – одна из черт личности, способной достигать конкретных целей в хозяйственной, социальной или иных сферах общественной жизни за счет своей инициативы, изобретательности, самостоятельности, находчивости, нестандартности решений, готовности рисковать и нести ответственность за результаты [19, 16]. На наш взгляд, *под предпринимательством* необходимо понимать не только слой, который непосредственно занят «деланием денег» и самостоятельно распоряжается своим капиталом, а более широко, всех тех, кто осуществляет свою деятельность (производственную, коммерческую, финансовую) на базе автономно принимаемых решений, с целью получения прибыли.

Именно предприимчивость в широком смысле есть альтернатива пассивности, инертности, нерешительности и иждивенчества, которые были доминирующими чертами экономического поведения женщин в прежней

экономической системе. Поэтому по отношению к инновационным формам экономической деятельности можно судить об адаптации к рыночным условиям.

Глава 1.

ИНТЕГРАЦИЯ ЖЕНЩИН В СФЕРУ МАЛОГО БИЗНЕСА

Российская экономика в силу целого ряда экономических, политических, социально-психологических причин не является в цивилизованном смысле по-настоящему рыночной экономикой.

Резкое ухудшение материальных условий жизни людей способствовало выбору мотивов перехода к предпринимательской деятельности, нацеленному на получение быстрых доходов, которые превышали бы нищенские зарплаты, получаемые в государственных учреждениях. Поэтому большая часть предпринимателей сейчас занимается посредничеством, которое требует наименьших материальных, физических, профессиональных затрат и приносит за меньшее время большие доходы. Взятая для анализа любая страница газетных объявлений дает представление о соотношении товаропроизводителей и посредников и свидетельствует о гипертрофированной ориентации на перепродажу и посредничество.

Вхождение в предпринимательскую деятельность через посредничество и торговлю можно, наверное, считать в сложившихся сегодня условиях неизбежным шагом на пути к цивилизованному рынку. Среди лиц, имеющих отношение к предпринимательской деятельности, большое число людей, которые являются частными предпринимателями без образования юридического лица: это так называемые «челноки» (по данным статистики их около 10 млн человек), это уличные торговцы, это, хотя и в меньшем количестве, мелкие производители. Среди тех, кто осуществляет какую-либо предпринимательскую деятельность увеличивается количество женщин, выбирающих мелкий бизнес.

Это обращение к мелкой коммерческой деятельности для подавляющего большинства женщин вынужденное, никак не связанное с прежней профессиональной деятельностью; женщины не просто меняют свой социальный и профессиональный статус, но в большинстве случаев его снижают, так как эта деятельность не требует ни образования, ни накопленных профессиональных знаний. Однако при стагнации промышленности, невыплате зарплат, отсутствии социальных гарантий со стороны государства, именно такая деятельность для многих является единственной альтернативой пассивному выжиданию помощи от государства, многомесячному ожиданию невыплачиваемой зарплаты, а часто и попросту полуголодному существованию. Главным движущим мотивом

принятия такого решения становится чувство ответственности за своих близких, которое, если можно так сказать, перекрывает присущий женщине консерватизм, нежелание рисковать и прочие качества, которые не способствуют вхождению женщин в предпринимательскую деятельность.

Если говорить о путях вхождения женщин в крупный и средний бизнес, то можно сказать, что в данном случае становление женского бизнеса отличается известной вынужденностью.

Данные исследования говорят, что в 80 % случаев, когда женщина является лидером, руководителем крупного или среднего предприятия, выбор бизнеса и занятие лидирующей позиции в деле определялись не самими респондентами, а привнесенными обстоятельствами, вынуждающими брать ответственность на себя. Фактически новая экономическая политика поставила женщин – руководителей, администраторов и т.д. – перед необходимостью осваивать новые зоны ответственности. Бизнес же как цель, как желание активно поменять свою жизнь были характерны лишь для 20 % опрошенных, то есть факторы интеграции в сферу бизнеса очень часто определялись сложившейся ситуацией [2, 78].

Например, магазины, кафе, аптеки, парикмахерские, которыми прежде руководили женщины, в новых экономических условиях изменяли формы собственности, а руководитель автоматически должна была стать предпринимателем.

Статистические данные полностью подтверждают, что российский бизнес сохраняет традиционно мужские черты. По данным фонда «Общественное мнение», доля мужчин, занимающихся бизнесом, достигает 83 %. Женщины гораздо осторожнее мужчин начинают собственное дело. В качестве возможной цели «открытие собственного дела» рассматривают 10 % мужчин и только 4 % женщин [2, 75].

Среди крупных и средних предпринимателей мужчин в пять раз больше, чем женщин. Среди мелких предпринимателей мужчины составляют три четверти от общего числа. Среди тех, кто совмещает занятия какой-либо предпринимательской деятельностью с работой по найму, мужчин около 55–60%. Соотношение мужчин и женщин среди руководителей, менеджеров в производстве 3:2. В нашем движении «сверху вниз» первая группа с преобладанием женщин в отношении 5:4 – это руководители учреждений науки, образования, здравоохранения и др., другими словами, среднее звено аппарата управления социальной сферы [8, 9].

По данным Госкомстата, в 1994 году среди совладельцев коммерческих товариществ с ограниченной ответственностью женщины составляли 39 %, кооператоров – 23 %, предпринимателей, использующих наемный труд – 17–19 %, фермеров – около 20 %, среди лиц, занимающихся индивидуально-трудовой деятельностью женщины составляют около 30 % [2, 75].

По социально-демографическим характеристикам оказывается, что руководители фирм и их ближайшие помощники – это преимущественно мужчины в возрасте от 30 до 40 лет. Женщины выполняют, как правило, работу специалистов на участках, где требуются не столько свободный поиск и эксперимент, сколько осмотрительность, пунктуальность, знание деталей. Женщины моложе 30 лет чаще всего занимают должности секретарей, референтов, операторов [12, 36].

Многие психологические характеристики мужчин и женщин различаются. Следует, конечно, оговориться, что проявление мужского и женского типа определяется не только полом, но и всей совокупностью личностных особенностей человека. В обществе, базирующемся на неравенстве полов, невозможно разделить, где эти различия носят чисто психофизиологический характер, а где сформированы средой, в которой женщинам привычно отводились вторые роли. Следствием этого являются большая зависимость женщин от обстоятельств, меньшая самостоятельность, тревожность, неуверенность в себе. Неудивительно, что переход к рыночным отношениям более негативно сказался на женщинах.

В структуре мотивации вхождения в бизнес мужчин и женщин существуют принципиальные различия: бизнес у женщин ориентирован на состояние людей, которые рядом, за которых она несет ответственность. Внутренняя сенситивность порождает особую чувствительность к состоянию других людей, которая в значительной степени регулирует мотивационный потенциал женщины-предпринимателя.

Если представить *мотивационную шкалу женского предпринимательства* как некую иерархию, то она примет следующий вид по результатам опроса женщин-предпринимательниц [2, 79]:

- самореализация – 40 %;
- интерес – 35 %;
- материальная надежность, деньги – 30 %;
- забота о тех, кто рядом – 25 %;
- профессиональный рост – 20 %;
- самоутверждение – 15 %.

Весьма скромную позицию в системе мотивов женщин-предпринимателей занимает мотив самоутверждения, что отличает женскую мотивацию от мужской. Материальный интерес всегда соперничает с личностными мотивами и если побеждает, то, как правило, в случае обострения страха за финансовое благополучие тех, кто находится рядом. Исследования показали, что чем выше самооценка и удовлетворенность происходящим, тем более низкую ступеньку занимают деньги.

Мотивация женщин, занимающих лидирующие позиции в бизнесе, в большей степени, нежели у мужчин, имеет подвижный характер и переструктурируется под влиянием определенных факторов: состояние фирмы, состав команды, финансовое давление, самооценка, представление о степени реализации целей.

У женщин, которые занимаются бизнесом, особенно в возрастной группе 32–45 лет, все большее значение приобретают профессиональный рост, стремление действовать в рамках собственных, достаточно высоких профессиональных требований.

Сравнение этических установок мужчин и женщин-бизнесменов позволяет сделать следующее утверждение: в бизнесе женщины сильнее зависят от других, и поэтому их принципы и этичность бизнеса в большей степени определяются нравственными принципами. Социальная ответственность женщин в предпринимательстве выше, нежели у мужчин. Проявлением этой социальной ответственности служит, с одной стороны, ориентация на «гуманный» менеджмент, учитывающий человека во всех его проявлениях, с другой – выраженные ориентации на благотворительность и социальную помощь.

Сравнив перечень качеств, способствующих успеху женщины в бизнесе, с тем же набором у мужчин, можно заметить, что они совпадают в 20–25 % случаев. Например, если у мужчин лидирующее положение занимает «умение принимать нетривиальные решения», то у женщин – «способность к коммуникации».

Именно женщины с их коммуникабельностью, эмоциональной ориентацией на клиента, умением устанавливать доверительные отношения получают необходимое преимущество перед мужчинами в реализации корпоративных задач. Успеха в бизнесе женщина достигает не за счет мимикрии к мужскому стилю управления, а посредством творческого использования своего характера и стереотипов поведения, присущих женщинам и еще недавно считавшихся недопустимыми для руководителя. Сегодня нетрадиционный стиль управления, гуманный менеджмент, более соответствует изменяющимся условиям деятельности фирм и способствует переходу на новую управленческую парадигму. Суть ее – в отказе от управленческого рационализма в сторону большей открытости и гибкости по отношению к постоянно изменяющимся требованиям внешней среды. Смена ценностных ориентиров в обществе, переход к демократическим принципам существования способствуют появлению «харизматических лидеров-вдохновителей», в отличие от традиционно «сильных лидеров» [2, 80].

Среди личностных качеств, тормозящих работу с людьми, 75 % женщин назвали излишнюю мягкость желательным вектором изменения в формировании

психологической дистанции с персоналом и изменении практики санкционирования. Среди черт, мешающих бизнесу, женщины называли отсутствие пунктуальности, невозможность перешагнуть через жалость, излишнюю эмоциональность, переходящую в несдержанность, доверчивость, стремление сделать хорошо для всех.

Глава 2.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Как экономическая, социальная среда, так и личность обладают совокупностью характеристик, которые могут либо способствовать, либо препятствовать вхождению женщин в предпринимательскую деятельность.

Другими словами, барьеры, которые стоят на пути успешной адаптации женщин к рыночным условиям могут быть как внутренними, так и внешними. Особенности статуса, образования, возраст, медико-физиологические особенности, а также структура ценностей личности, совокупность личностных особенностей, которые во многом являются определяющими в поведении личности – это все относится к препятствиям, которые носят *внутренний характер*, то есть в той или иной мере зависят от самой женщины. *К внешним* можно отнести социально-экономическую ситуацию в стране, включающую чисто экономические факторы, правовые, а также господствующие в обществе ценности и многое другое [9, 149].

Рассмотрим *как влияют статусные характеристики женщин на адаптацию к рыночным условиям*. Что прежде всего мешает женщинам заняться предпринимательской деятельностью? Такой вопрос был задан в одном из социологических исследований, проведенном среди женщин, имеющих проблемы с работой, либо безработных, испытывающих трудности адаптации к современной ситуации на рынке труда пришедших на ярмарку вакансий, периодически проводимую службой занятости [11].

На первом месте находится отсутствие необходимой профессиональной подготовки, то есть отсутствие знаний в области рыночной экономики так считает каждая третья респондентка. Здесь уместно заметить, что общий высокий уровень образования среди россиянок может способствовать эффективному обучению и в сфере рыночной экономики. Это позволяет надеяться, что при создании необходимых условий, развитии сети профессиональной подготовки эта проблема вполне решаема. Причем сами женщины уровню образования, необходимого для успешной предпринимательской деятельности, придают большое значение. 65 % респонденток считают, что для этого необходимо

высшее образование, 20 % полагают, что образование для успешности значения не имеет.

Около 30 % респонденток считают, что препятствием является также недостаток социальных связей. Большинство женщин, испытывающих сейчас трудности адаптации, имели низкий уровень трудовой мобильности, работали в крупных государственных учреждениях (причем, как правило, много лет на одном рабочем месте), которые прекратили свое существование, то есть старые социальные связи оказались либо потерянными, либо ненужными, а новые не возникли.

Таким образом, *недостаток знаний и социальных связей – это основные барьеры, имеющие статусный характер*. Если говорить о социально-демографических факторах, таких как возраст, семейное положение, то они сдерживают женщин в гораздо меньшей степени. Лишь 6 % считают возраст и семейное положение препятствием для вступления на путь предпринимательской деятельности.

Что касается базовых жизненных ценностей, то традиционное разделение полов в обществе безусловно накладывает на них свой отпечаток, а это, в свою очередь, сказывается на адаптации женщин к новым жизненным ценностям вообще и на вхождении женщин в предпринимательскую деятельность в частности.

Женщина по природе своей не склонна к поспешной смене жизненных установок, социокультурных взглядов; в итоге – она более устойчива в нравственных ориентациях, чем мужчина. Можно отметить базовые причины этого – женский консерватизм и женский фатализм. Причем женский консерватизм нужно расценивать не только как явление отрицательное: по своей социальной сути женский консерватизм – позитивное явление. Его цель, чаще всего, состоит в том, чтобы сохранить, отстоять от натиска среды обитания проверенные жизнью духовные ориентации и ценности (семья, дети, стабильность в обществе). Женский консерватизм редко бывает агрессивным и нетерпимым. Под натиском пропаганды аморальности и бездуховности, коммерциализации культуры и духовной деградации в массовом сознании женщин сработал защитный гендерный эффект. В действие пришла защитная реакция конструктивного женского консерватизма, сопротивляющегося принижению места семьи в жизни мужчин и женщин. Если в 1990 году семья есть синоним счастья для 77 % опрошенных женщин, то в 1994 году – для 97 %. В отличие от консерватизма, женский фатализм представляет собой социальное явление, противоречивое и опасное. Фатализм стремится сохранить в неизменности отжившие ориентации и ценности, не отвечающие изменившимся социальным обстоятельствам. Он фактически мешает адаптации женщин к новой

социальной среде обитания, тормозит их нравственное и духовное развитие, обрекает на созерцательность и пассивность [17, 89–91].

Проявлениями этого в сфере трудового поведения являются культивируемые и поощряемые прежней экономической системой делегирование решения проблем занятости государству, социальный и профессиональный консерватизм, низкая трудовая мобильность.

Однако с течением времени под влиянием радикальных перемен происходит постепенное *изменение социальных позиций женщин* по многим жизненно важным вопросам.

Последнее утверждение подтверждается многими социологическими исследованиями, например, результатами социогендерного исследования «Женщины в российском обществе». Это исследование интересно тем, что сравнивает данные опросов, проведенных в 1990 и 1994 годах, то есть дает возможность увидеть, что даже за столь короткий срок (с точки зрения развития общества) изменения, происходящие сейчас в нашем обществе, существенно повлияли на эволюцию социальных позиций женщин. В контексте отношения к предпринимательской деятельности интереснее всего следующий вывод этого исследования: резко возросла нравственная ценность «личной свободы». Если в 1990 году личную свободу считали неотъемлемым элементом счастья 55 % опрошенных, то в 1994 году – на 22 % больше. Личная свобода – это прежде всего самостоятельность в выборе форм поведения, профессиональной и общественной самореализации в соответствии со своими возможностями и ценностными представлениями. 29 % опрошенных в трудных жизненных ситуациях стали полагаться только на собственные силы. Этот результат говорит о положительной тенденции в изменении сознания россиянок в сторону независимости, что потенциально является основой для экономически активного поведения.

Положительным можно считать и такой результат исследования, который говорит о возрастании значения профессиональной карьеры в ценностных ориентациях женщин. Если в 1990 году 24 % опрошенных связывали успехи в карьере с представлениями о счастье, то четыре года спустя таких женщин стало почти в два раза больше – 47 %. Та же тенденция проявилась и в оценке экономической самостоятельности. Для 42 % респонденток в 1994 году возможность иметь «собственное дело» являлась важным элементом личного счастья [17, 91–92].

В целом же это исследование показывает, что все больше россиянок становятся более адаптированными к новым экономическим условиям, что многие женщины, с их высоким образовательным уровнем, при смягчении объективных условий вхождения в предпринимательскую деятельность, захотят и смогут достичь успеха в этой области.

Предприимчивости, как форме экономически активного поведения, должны способствовать не только социальные предпосылки, но и **психологические особенности личности**, определяющие ее склонность и **способности к предпринимательству**. Предпринимательство требует от человека определенных качеств, как и любая другая профессия, основанная на необходимости проявления творческих начал, природного таланта, ума и смекалки, а также широте мышления и познаний. Ведущими признаками предпринимательской деятельности являются автономность, инновационность, рискованность. Предпринимательская деятельность невозможна без самостоятельности в принятии решений, стремления к личному контролю над ситуацией. Как правило, и многие исследования тому подтверждение [10, 15, 16], люди, достигшие успеха в такого рода деятельности, отличаются низким уровнем тревожности, высокой потребностью в личных достижениях.

Большинство женщин считают, что качеств, необходимых для успешной предпринимательской деятельности, у них недостаточно. 72 % женщин решительно отвергают для себя возможность заняться предпринимательской деятельностью, считая, что у них отсутствуют необходимые для этого личные качества. На вопрос «Что по Вашему мнению способствует успеху в бизнесе?» около 43 % ответили, что главное – это личностно-деловые качества [11]. Недостаток деловой хватки, склонности к риску, ориентации на успех – вот совокупность факторов, которую один из авторов назвал «рыночным комплексом неполноценности» женщин [9, 153].

Из личностных качеств, которые необходимы в такого рода деятельности, можно отметить традиционное трудолюбие женщин, их умение мобилизоваться в нужный момент, присущую им интуицию.

Среди черт, способствующих успеху в бизнесе, можно выделить коммуникабельность, умение налаживать контакты с людьми, любовь к людям, добросовестность и ответственность, умение доводить начатое до конца.

К социальным предпосылкам, носящим внешний характер и сдерживающим развитие женского предпринимательства, следует прежде всего отнести общие проблемы, связанные с положением женщин в сфере труда. В основе этих проблем лежит доминирование патриархальных ценностей, которые в условиях перехода к рыночным отношениям, несмотря на демократизацию общества в целом, только усилились. Основными показателями такого положения женщин являются:

- социальная дискриминация женщин (при приеме и увольнении, при оплате труда и т.д.);
- существование стереотипов ролевых функций женщин, в том числе и в сфере труда;

- некоторые формы социальной защиты женщин, имеющих характер ограничений в сфере труда [14, 10].

Немногие женщины пока считают себя способными заняться предпринимательством, хотя число тех, кто готов к инновационным формам трудового поведения, по результатам различных исследований, все-таки неуклонно растет. Если в 1994 году лишь 4 % опрошенных безработных женщин хотели бы заняться предпринимательской деятельностью и около 2 % открыть свое дело (более половины (55 %) категорически против такой перспективы для себя, а 35 % женщин затруднились ответить на этот вопрос), то в 1997 году около половины (48 %) опрошенных женщин считали для себя это возможным [14, 17].

Однако для того, чтобы эта возможность реализовалась, необходимо выполнение многих условий, не зависящих от самих женщин. *Каковы же те внешние препятствия, мешающие женщинам стать активными, равноправными участниками радикальных социально-экономических изменений, происходящих в обществе?* В большей степени внешние барьеры нельзя разделить по признаку пола, они общие для всех предпринимателей.

Рассмотрим отношение женщин к этим препятствиям, насколько по их мнению они важны, на основе одного из социологических исследований [11].

На первое место среди причин, по которым респондентки не могут заняться предпринимательской деятельностью, женщины ставят отсутствие средств, отсутствие первоначального капитала, который позволил бы начать свое дело, так ответили 76 % опрошенных. Таким образом, основным препятствием, мешающим женщинам стать на путь предпринимательства, является отсутствие стартового капитала. Не развита система льготного кредитования, хотя очевидно, что именно отсутствие стартового капитала – одно из основных препятствий, делающих малый бизнес недоступной сферой деятельности, так считают, как уже было отмечено выше, около 76 % опрошенных женщин. Около половины респонденток уверяют, что главной формой поддержки женского предпринимательства должно быть льготное кредитование.

Необходимо создание эффективной налоговой системы. Для 20 % опрошенных респонденток отсутствие эффективной налоговой системы – главное препятствие для того, чтобы заняться предпринимательской деятельностью.

Еще одной причиной, препятствующей вхождению женщин в предпринимательскую деятельность, является то, что российский бизнес сейчас часто располагается на границе криминального мира. Необходима активная деятельность государства по обеспечению безопасности предпринимательства, как части общей проблемы безопасности общества. Для женщин криминализация общества в целом и бизнеса в частности – это серьезное препятствие. Последний опрос подтверждает, что около 20 % женщин отпугивает главным образом

криминальная среда. Малый бизнес более незащищен перед криминальной средой, так как не имеет достаточных возможностей для самостоятельного обеспечения собственной безопасности. Для женщин характерна устойчивость в морально-нравственных ориентациях, поэтому компромисс с криминальными структурами не приемлем для большинства из них, что делает женщин-предпринимательниц более незащищенными перед криминальной средой.

Развитию женского предпринимательства препятствует также отсутствие в прежнем обществе системы ценностей, которая бы поощряла индивидуальную инициативу, стремление к независимости, делала бы предпринимательскую деятельность престижной, привлекательной. Поэтому государству отводится большая роль в увеличении привлекательности предпринимательской деятельности, раскрытии социальной роли предпринимательства. Государство, принявшее на себя труд развивать предпринимательскую культуру, способно через средства массовой информации, искусство и другие каналы воздействия наглядно рекламировать предпринимательство, любую социально одобряемую экономическую инициативу как благо для общества. Можно отметить, что в последнее время в этом направлении делается достаточно много и предпринимательская деятельность стала более привлекательной (что еще раз подтверждает тезис о постепенном изменении социальных позиций в обществе). Лишь около 5 % женщин ответили, что не хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью, так как она не престижна.

Положительную информацию о престижности малого бизнеса представляет, например, журнал «Космополитен». Это издание рассчитано на женщин преуспевающих, придающих большое значение профессиональной карьере. Журнал дает много положительных примеров женщин, которые преуспели в бизнесе, то есть создает портрет новой героини дня – женщины, уверенной в себе, делающей карьеру, но вместе с тем остающейся женщиной в остальных сферах жизни.

Глава 3.

НОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Что такое *малый бизнес*, каковы критерии, его определяющие?

По Закону «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» [6], субъектами малого предпринимательства считаются предприятия численностью до 100 человек в промышленности, строительстве и транспорте, до 30 человек в розничной торговле и бытовом обслуживании. Физические лица,

занимающиеся предпринимательством без образования юридического лица также считаются субъектами малого предпринимательства (ст. 3 данного закона).

Многие развитые страны переживают сейчас бум малого предпринимательства. В США, например, мелкие фирмы, численностью менее 100 человек составляют около 80 % от общего числа фирм, немалую часть из них можно считать семейными. В том числе в малом бизнесе занято около 5 млн женщин [7, 25].

Сущностными чертами малого бизнеса являются: ориентация на рынок и свободную торговлю, преимущественное использование нецентрализованных источников финансирования, высокая организационно-функциональная гибкость и мобильность, общая простота организации и управления.

Однако малые размеры предприятия еще не означают реальных преимуществ малого предпринимательства. При этом существуют и негативные стороны: ограничение капиталоемких задач, большая подверженность финансовому риску, меньшая социальная защищенность работников.

На пути развития малого бизнеса, тем более женского предпринимательства, стоят существенные *препятствия*: неразвитость рынка рабочей силы, малая социальная мобильность рабочей силы (тем более известно, что мобильность женской рабочей силы всегда ниже мужской), с финансово-экономической точки зрения не подготовлена кредитная система для финансирования мелких фирм, правовая незащищенность, отсутствие реализуемых государственных программ помощи малому бизнесу.

Малое предпринимательство не знает себе равных по способности оживить экономику, вывести ее из кризиса и обеспечить индивидуальный подход к потребителю товаров и услуг, концентрироваться в наиболее необходимых потребительских сферах. Именно малое предпринимательство в большей степени выполняет в обществе социальные функции. Малое предпринимательство – это наиболее приемлемая для женщин форма предпринимательской деятельности. Пока общество придерживается традиционных представлений о роли женщины, крупный и средний бизнес останется в основном мужским.

Надо понимать, что большинство женщин способны стать предпринимателями в определенной области и на определенном уровне. Женщина, занимающаяся рукоделием и сама реализующая свои изделия, женщина, которая держит торговую палатку и руководящая небольшим производственным предприятием, – это все доступные женщинам различные уровни малого бизнеса.

Необходимо создание таких экономических, социальных и политических условий, при которых преимущества малого предпринимательства перекрывали бы его негативные эффекты. Объективные возможности в обществе, способствующие предпринимательской деятельности, заключаются в создании

такой информационной, правовой, налоговой и социальной инфраструктуры, которая бы делала предпринимательскую деятельность привлекательной и безопасной.

Инфраструктура, необходимая для нормального развития малого предпринимательства, включает в себя:

- доступные источники финансирования для открытия малого предприятия;
- центры помощи малым предприятиям, предоставляющие предпринимателям необходимую информацию и консультации;
- правовая и налоговая политика, делающая открытие своего дела привлекательной возможностью.

В настоящее время уровень развития такой инфраструктуры в нашей стране пока явно недостаточен для эффективного развития малого бизнеса, а тем более женского предпринимательства. Но в последнее время малому предпринимательству уделяется все больше внимания со стороны правительственных органов. Создается нормативная база для того, чтобы необходимая инфраструктура активно формировалась. На основании Закона РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства» [6] был принят Закон Саратовской области «О поддержке малого предпринимательства в Саратовской области» [7]. На основании этого закона (ст. 4) разрабатываются комплексные программы развития и поддержки малого предпринимательства в области, одним из направлений которых является разработка мер по вовлечению в предпринимательскую деятельность социально незащищенных слоев населения, в том числе безработных женщин и молодежи.

В Саратове существует много организаций, которые занимаются поддержкой малого предпринимательства в области: Региональный фонд поддержки малого предпринимательства, Региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса, Торгово-промышленная палата и другие. Задачи некоторых из них заключаются в обеспечении эффективного взаимодействия предпринимателей и органов государственной власти. Внебюджетный фонд Правительства Саратовской области оказывает финансовую поддержку на конкурсной основе предприятиям и объединениям в приоритетных направлениях развития области, содействует экономическому стимулированию внедрения экологически чистых технологий. Общественный инновационный фонд содействует эффективному использованию научно-технического и интеллектуального потенциала, оказывает социальную поддержку и защиту интересов владельцев прав интеллектуальной собственности. Защищает интересы предпринимателей также и Торгово-промышленная палата.

Достаточно развита сеть организаций, оказывающих информационные и консультативные услуги – это Саратовский центр делового развития, Академия

менеджмента и рынка, Морозовский проект, Фонд «Евразия», кроме этого они занимаются подготовкой и переподготовкой кадров.

Анализ направлений деятельности существующих в Саратове организаций, способствующих развитию предпринимательства, показывает следующее. Во-первых, нет организации, главными задачами которой было бы содействие развитию именно женского предпринимательства. Во-вторых, так как по закону субъектами малого предпринимательства считаются предприятия численностью от одного человека (то есть частное предпринимательство без образования юридического лица) до ста человек, то это означает очень большую разницу и по финансовым вложениям, и по масштабам производства. Если судить по задачам большинства из этих организаций, то они предпочитают работать с малыми предприятиями, численность которых ближе к верхнему пределу, имеющими достаточный капитал, чтобы влиять на перепрофилирование производства и развитие приоритетных направлений производства в области. Те же, численность которых невелика (самое мелкое производство, частная торговля, оказание мелких услуг), остаются без поддержки. А это именно те предприятия, которые в состоянии создать человек, не имеющий стартового капитала, чьи возможности ограничены.

Социально-психологические предпосылки к развитию женского предпринимательства постепенно складываются, все большее число россиянок становятся более адаптированными к новым экономическим условиям, многие женщины, с их высоким образовательным уровнем, при смягчении объективных условий вхождения в предпринимательскую деятельность, захотят и смогут достичь успехов в этой области, поэтому создание содействующих этому структур становится все более актуальным. Напрашивается вывод о необходимости создания организации, поддерживающей женские инициативы разного уровня, организации, которая могла бы оказать реальную поддержку женщинам, имеющим инновационные идеи и желание стать предпринимателями.

Среди уже существующих организаций, **фонд содействия женскому предпринимательству** решал бы свои, отличные от других задачи. Фонд поддержки женского предпринимательства – это организация, создание которой могло бы решить многие проблемы начинающих предпринимательниц, для этого фонд должен быть доступен для всех желающих. То есть информация об условиях получения финансовой, информационной или юридической поддержки должна широко распространяться.

Целью создания такого *фонда* является поддержка женских инициатив, инновационных проектов в области новой занятости и предпринимательства, содействие женской занятости.

Задачами такого *фонда* являются:

- создание информационного банка данных по новым предпринимательским структурам, инновационным проектам, общественным организациям и т.д.;
- оказание информационных и консультативных услуг;
- обеспечение взаимодействия между потенциальными предпринимателями и государственными органами;
- организация стажировок начинающих предпринимательниц на базе существующих коммерческих структур;
- предоставление финансовой помощи в виде кредитов и субсидий при реализации проектов.

Опыт создания таких фондов уже есть. В Москве, например, существует **Фонд женской занятости и содействия предпринимательству**. Финансовую поддержку фонду оказывает Комитет по труду и занятости населения г. Москвы.

Каждая женщина, желающая открыть свое дело и обратившаяся в фонд за финансовой помощью, становится членом этой организации. Обязательным условием того, что она может рассчитывать на помощь, является предоставление бизнес-плана, который должен пройти в фонде независимую экспертизу. Возможно самостоятельное написание бизнес-плана, возможно и использование консультативных услуг центра. Только после этого можно претендовать на получение финансовой помощи. Финансирование проекта может быть различным. Если обратившаяся женщина зарегистрирована как безработная в государственной службе занятости, то она может рассчитывать на получение субсидии. Для этого необходима координация фонда с областным центром занятости, который может перечислить причитающуюся сумму годового пособия по безработице одновременно, что и будет являться субсидией.

Комитет по труду и занятости населения г. Москвы имеет опыт предоставления таких субсидий [3, 34]. Для получения субсидии нужно предоставить, кроме бизнес-плана, копию свидетельства о регистрации малого предприятия или свидетельства на право заниматься предпринимательской деятельностью, номер счета в учреждении банка (для тех, кто создает малое предприятие), номер лицевого счета (для предпринимателей без образования юридического лица). Фондом могут быть скомпенсированы расходы, связанные с регистрацией предприятия. Областным центром занятости могут быть выделены приоритетные для области направления, по которым существует больше возможностей получить субсидии. Согласно ст. 3 Закона «О поддержке малого предпринимательства в Саратовской области» перечень приоритетных направлений, дающих преимущественное право на получение поддержки от органов государственной власти Саратовской области, устанавливается Правительством области исходя из потребностей социально-экономического развития области и утверждается Саратовской областной Думой [7].

Московский опыт подтверждает также целесообразность такого условия предоставления субсидии, как привлечение собственных средств в размере не менее 25 % от выделяемой суммы; это могут быть не только деньги, но и имущество, что является дополнительной гарантией серьезности намерений субсидируемого.

Если женщина не является безработной, но имеет желание заниматься предпринимательской деятельностью, фонд должен иметь возможность предоставить кредит на льготных условиях. Одним из оснований предоставления такого кредита является Закон «О поддержке малого предпринимательства в Саратовской области» (ст. 9.7), в котором говорится о возможности создания общества взаимного кредитования субъектов малого предпринимательства, аккумулирующего денежные средства его участников, пожертвования и иные поступления для оказания взаимной финансовой помощи и предоставления льготных кредитов. Причем общество имеет право предоставления денежных средств только его участникам [7].

Кроме документов, необходимых для получения кредита, в данном случае целесообразно введение практики поручительства. То есть тот, кто хочет получить кредит, должен найти поручителей, которые также являются членами фонда и могут поддержать предлагаемую идею. Затем руководство организации решает вопрос о выдаче кредита. Сумма кредита дифференцирована, кредит льготный, однако в возвращаемую сумму входят также средства, потраченные на обучение, консультации юриста, психолога и т.д. Из регионального опыта известны примеры создания организаций по типу обществ взаимного кредитования, например, созданный в г. Арзамасе кредитный кооператив «Доверие», где первым источником финансирования стал грант, полученный от американских женщин-предпринимательниц из города-побратима [13, 16–17].

Для того, чтобы успешно начать свое дело, только финансовой поддержки недостаточно, в структуру фонда должны входить **консультативный и информационный центры.**

Задачи консультативного центра:

- оказание помощи в разработке бизнес-плана;
- оказание юридических консультаций;
- предоставление консультаций в области маркетинга;
- оказание психологических консультационных услуг.

Женщина, которая желает открыть свое дело и имеет какой-либо проект, может обратиться в фонд за консультативными услугами.

Так как женщины обладают различным образовательным и профессиональным уровнем, учитывая будущую сферу приложения их профессиональных знаний, а также ту форму организации своего дела, которую

она предпочтет, возможно *несколько вариантов использования услуг консультативного центра.*

Во-первых, посещение при фонде краткосрочных курсов – семинаров, включающих краткое обучение азам рыночной экономики.

Во-вторых, по желанию возможно направление на обучение в другие учебные заведения города, для чего фонд должен располагать сведениями о возможностях различных образовательных учреждений. Финансирование обучения может производиться либо за счет обучающегося, либо стоимость обучения может входить в кредит или субсидию.

И в-третьих, женщина выбирает какое-либо обучение или получение необходимых ей знаний самостоятельно. Высокий образовательный уровень многих женщин дает основания полагать, что для многих будет вполне достаточным самостоятельное освоение, а затем применение полученной информации. Для этого консультативный центр должен располагать необходимой юридической и экономической литературой, иметь образцы документов, необходимых для открытия своего дела, образцы бизнес-планов и т.д.

При любом варианте получения необходимых для открытия своего дела знаний результатом должен стать бизнес-план.

Каждая женщина, ставшая членом такого фонда, должна иметь возможность получить также квалифицированную юридическую помощь. Это особенно важно для начинающих предпринимателей, так как они чаще всего не имеют возможности иметь собственного юриста. Поэтому юридическая служба фонда должна обеспечивать защиту прав своих участников.

Для начинающих предпринимателей могут быть полезны также консультативные услуги маркетолога, который поможет в создании рекламы товаров или услуг, даст совет по эффективному продвижению товаров на рынок, по обслуживанию клиентов.

Известна высокая зависимость поведенческих изменений у женщин от эмоционального состояния. От улучшения эмоционального состояния повышается уверенность в себе, что, в свою очередь, приводит к повышению активности и осуществлению конструктивных шагов. Поэтому, наряду с правовыми, экономическими знаниями, женщине может понадобиться консультация психолога, причем форма такой консультации может быть различной: индивидуальная и групповая консультация, – возможно проведение тренингов.

Одним из приоритетных направлений деятельности фонда является информационная поддержка начинающих предпринимателей. Для этого при фонде целесообразно создание информационного центра.

Задачами информационного центра при фонде содействия женскому предпринимательству являются:

- создание банка данных существующих в области государственных, общественных и иных организаций, способствующих развитию предпринимательства в области;
- создание банка данных организаций, занимающихся подготовкой и переподготовкой кадров;
- создание банка данных экономической, юридической и психологической литературы, необходимой для работы консультативного центра;
- создание банка данных существующих предпринимательских структур, созданных женщинами;
- создание банка данных потенциальных партнеров и возможных потребителей;
- проведение исследований, анализ опыта зарубежного опыта работы и опыта работы в других регионах;
- постоянное информирование общественности о деятельности фонда.

Информационный центр должен для пополнения информации постоянно быть связан с государственной службой занятости, с молодежной биржей труда, с учебными организациями, с коммерческими биржами труда, с другими организациями, осуществляющими поддержку предпринимательской деятельности. Причем это соглашение может быть взаимовыгодным, так как центр может иметь информацию, полезную для работодателей, государственных органов, коммерческих структур.

Все желающие должны иметь возможность внести в банк данных информацию о своем предприятии и его продукции для того, чтобы найти либо потенциальных партнеров, либо новых потребителей.

Одной из приоритетных задач информационного центра должна быть постоянная связь с общественностью области, средствами массовой информации (возможен выпуск информационного листка, бюллетеня, жур-нала, который может быть не только информационным, но и размещать бесплатную рекламу товаров и услуг, предлагаемых предпринимателями). Московский фонд совместно с Комитетом по труду и занятости населения выпускает журнал «Новая занятость», на страницах которого описывается существующий не только в Москве, но и во всей России положительный опыт содействия женской занятости, приводятся положительные примеры решения проблем развития женского предпринимательства.

При эффективной работе фонда содействия женской занятости становится реальным осуществление многих новых форм развития женского предпринимательства.

Ситуация на рынке труда такова, что многие профессии становятся невостребованными, наблюдается тенденция роста желающих переучиться, получить новую профессию. Однако на выборе сказывается отсутствие информации, которая бы могла увеличить вероятность трудоустройства. Незнание того, какие профессии наиболее перспективны с точки зрения трудоустройства, перспектив профессионального роста и т.д., привело к тому, что выбор делается либо в пользу профессии, рынок труда которыми и так уже насыщен (бухгалтеры, секретари), либо в пользу профессии, не столько для дальнейшего трудоустройства, сколько для того, чтобы овладеть ремеслом, полезным для своей семьи (шитье, вязание и т.д.). Это связано еще и с тем, что до недавнего времени получение новой профессии за счет службы занятости не вызывало затруднений, многие женщины хотели просто использовать период безработицы с максимальной пользой для своей семьи. Но переобучение не гарантирует решения проблемы занятости. Те, кто получили профессии, связанные с каким-то ремеслом (портные, закройщицы, парикмахеры, вязальщицы, вышивальщицы, специалисты по плетению из лозы и т.д.), и те, кто получили так называемые рыночные профессии (бухгалтеры, менеджеры и т.д.), при определенной поддержке могут использовать полученные профессии в предпринимательской деятельности. Поэтому одним из основных направлений работы фонда должно стать содействие занятости женщин, которые прошли обучение, переобучение, получили новые профессии.

Фонд должен информировать о своих возможностях оказания поддержки желающим заняться предпринимательской деятельностью, в частности, из числа тех, кто получил новые профессии. Для этого фонд должен, как уже говорилось, иметь банк данных учебных заведений, занимающихся подготовкой и переподготовкой кадров. Еще во время обучения женщины должны быть информированы о возможностях фонда в поддержке женских инициатив, чтобы за время обучения они могли объединиться и внутри одной группы, по одной специальности и с обучающимися по другим специальностям, а также и по месту жительства (например, из одного районного центра). Партнеров можно найти среди тех, кто обучался ранее, либо среди тех, кто учится или учился ранее в другом учебном заведении. Для этого должен быть открыт доступ всем желающим в базу данных информационного центра фонда.

Возможно *несколько организационных форм предпринимательства* в зависимости от желания, возможностей, личностных качеств, семейных обстоятельств, профессии, места жительства и других факторов.

Имеющиеся *учебные мастерские при учебных центрах службы занятости* являются одним из каналов, содействующих женскому предпринимательству, где, во-первых, отрабатываются профессиональные навыки, во-вторых, обеспечивается временное трудоустройство, в-третьих, приобретаются не только

профессиональные, но и организационные навыки по созданию подобной мастерской, например, в районном центре.

На базе районных центров занятости могут быть созданы подобные мастерские, где помещение и оборудование могут быть предоставлены на льготных условиях районным центром занятости. Фонд содействия женской занятости совместно с районными центрами может оказывать финансовую поддержку, информационную и консультативную помощь. Правовая форма может быть различной, учредителем такой мастерской может быть районный центр занятости либо коллектив женщин, которые решили создать такую мастерскую.

Парикмахерская, вязальная мастерская, мастерская по изготовлению и ремонту меховых изделий, мастерская по изготовлению изделий из лозы – вот лишь несколько возможных сфер деятельности таких организаций.

Фонд может оказывать содействие на тех условиях, которые уже были описаны, женщинам, решившим *самостоятельно создать небольшую фирму, объединяющую женщин, имеющих профессии по различным специальностям*. Кроме первоначальной финансовой и информационной поддержки, фонд может оказывать организационную помощь: аренда помещения, первоначальная реклама в средствах массовой информации и др.

Женщина не обязательно должна сама быть владельцем или соучредителем создаваемой фирмы, она может быть просто там трудоустроена. Для этого в информационном центре фонда существует база данных, в которую внесены сведения о тех, кто хочет получить работу по окончании переобучения по приобретенной специальности. Возможно создание биржи надомного труда или содействие, совместно с государственными органами занятости, созданию предприятия, использующего надомный труд.

Женщина может решить заняться *индивидуально-трудовой деятельностью*. В данном случае, финансовая помощь чаще всего не нужна. Фонд может оказать, кроме информационной и консультативной помощи, помощь в размещении рекламы продукции или услуг, в поиске возможных потребителей по имеющемуся банку данных информационного центра, юридическую помощь. Женщина, ставшая членом фонда, должна быть уверена, что он является гарантией обеспечения надежности заключаемых договоров с поставщиками сырья либо с покупателями продукции, то есть фонд является защитником ее прав. При фонде возможна организация выставок-продаж продукции, создание магазина.

Возможна также такая организационная форма малого предпринимательства, как *семейное предпринимательство*, которое далее будет рассмотрено подробнее.

Какие сферы наиболее приемлемы для таких организационных форм женского бизнеса? Это – *мелкий бизнес*, занимающий «свободные ниши», которые не заняты более крупным бизнесом и создающиеся из-за неразвитости у нас сервисной инфраструктуры. Там, где существует какая-то проблема в жизни других, появляется возможность для бизнеса. Такой бизнес дает возможность оказывать разные услуги, как квалифицированные, так и не требующие специального образования и навыков.

Например, неразвитость, несоответствие современным требованиям, несовершенство сферы общественного питания может породить такую форму услуги, как домашние обеды для работников офисов, организация небольших банкетов и презентаций небольших фирм, которые не имеют возможности снять ресторан. Нерегулярная работа городского транспорта дает возможность оказывать населению транспортные услуги.

Современная социально-экономическая ситуация порождает проблемы там, где раньше полностью справлялись государственные структуры. Появилась проблема устройства ребенка в детский сад, поэтому стало возможным создание мини-детского сада. Достаточно большая квартира или аренда небольшого помещения и любовь к детям – вот почти все, что для этого нужно. В небольшом детском саду применение своим знаниям и опыту могли бы найти музыкальный работник, воспитательница, повар и т.д.

Еще одна возможная сфера – это *оказание образовательных услуг*, репетиторство. Возможно создание мини-дома быта, небольшого центра бытовых услуг для своего микрорайона, в котором бы оказывались многие услуги: стирка, уборка квартир, шитье на заказ, парикмахерские услуги, ремонт одежды и т.д. Особенно актуально создание такого небольшого центра может быть в сельской местности, в небольших районных городах.

Компьютер дома – средство производства, с помощью которого также можно оказывать различные услуги: компьютерный набор и оформление текстов, распространение и обмен игровой продукции.

Глава 4.

СЕМЕЙНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Что такое *семейный бизнес*? Это мелкое предприятие, создаваемое чаще всего на средства семьи, возглавляемое одним из членов семьи, в котором каждому ее члену принадлежат какие-то функции. Именно такая форма предпринимательства – одна из основных для естественного вхождения женщин в сферу бизнеса. В современных экономических условиях самозанятость, то есть индивидуальная трудовая деятельность, как самый мелкий бизнес – один из

эффективных способов решения проблем занятости. Поэтому и семейный бизнес может выступать не только как форма поддержания семьи, но и как механизм развития экономики.

Прежде в России семейное предпринимательство было традиционным. Оно широко развивалось в купеческой среде, а затем, с развитием промышленности, и среди фабрикантов и заводчиков. В основном семейное дело развивалось по мужской линии – от отца к сыновьям. Крестьянское хозяйство в дореволюционной России было, прежде всего, семейным хозяйством. Именно на селе, в личных подсобных хозяйствах, семейные формы хозяйствования сохранились и в советское время, но в основном как вторичный вид занятости.

На селе семейный бизнес в настоящее время – это фермерское хозяйство и обслуживающие их предприятия, в городе – это мелкие фирмы по бытовому обслуживанию, воспитательные и образовательные учреждения.

Так как семейное предпринимательство из-за его неразвитости не выделяется пока в особую форму малого бизнеса, то и не существует государственной статистики о его доле. Выборочные исследования показывают, что из числа фермерских хозяйств в 1991 году семейные хозяйства составляли 79 %, в 1992 году – 87 % и в 1993 году – 89 %, среди которых хозяйства, состоящие из одной семьи, в 1991 году составляли 58 % от общего числа, в 1992 году – 64 %, в 1993 году – 69 %. Доля городского семейного предпринимательства значительно ниже [1, 57].

Рассмотрим подробнее экономические, социальные и психологические факторы семейного предпринимательства, исходя из которых можно судить о достоинствах и недостатках семейного бизнеса, а также факторы, которые определяют отличие семейного бизнеса от мелкого предпринимательства вообще.

Одной из основных социальных функций семейного бизнеса является обеспечение рабочими местами всех трудоспособных членов данной семьи, независимо от профессионального опыта, образовательного уровня, возраста. Семейный бизнес, как никакой другой вид предпринимательства, способен решить проблему занятости женщин. Для женщин это одна из наиболее благоприятных форм вхождения в предпринимательскую деятельность. Существующие общественные стереотипы, фиксирующие приоритеты семейных обязанностей для женщин, имеют в современной ситуации тенденцию к усилению патриархальных настроений не только на уровне общества в целом, но и на уровне личности самой женщины. Большинство женщин придерживаются традиционных представлений о своем месте в обществе, включая и сферу профессиональной самореализации. Женщине, имеющей детей, всегда было трудно выбирать между благополучием семьи и возможностью заниматься профессиональной деятельностью. Часто зависимость женщины от

внутрисемейной ситуации объективна: наличие детей, их возраст и здоровье, наличие престарелых родителей, требующих ухода.

Семейный бизнес отличается от любой другой трудовой деятельности прежде всего тем, что семья и работа тесно взаимосвязаны. Все члены семьи объединены одним делом, естественно, что при этом, в зависимости от конкретной ситуации данной семьи, возможны такой рабочий график, такое разделение труда, которые были бы удобны всем ее членам.

Российская женщина в каком-то смысле всю жизнь занимается семейным бизнесом, если понимать его как умение при минимальных затратах максимально эффективно вести домашнее хозяйство, распределяя при этом семейные обязанности, решая множество финансовых проблем.

Как уже отмечалось, число женщин, получивших новые профессии, постоянно растет, вместе с тем увеличивается и число тех, кто получил рыночные профессии. Это может быть использовано в качестве аргумента в пользу развития семейного бизнеса, так как если полученная профессия связана с каким-либо ремеслом, то именно это может стать основой бизнеса, а если это профессия бухгалтера или секретаря (при обучении которой также даются основы бухгалтерского учета), то женщина может стать либо во главе семейного бизнеса, либо отвечать за экономическую и финансовую сторону дела.

Семейный бизнес настолько не развит у нас, что несмотря на все вышеперечисленные преимущества, женщины пока сами не видят его положительных перспектив. Об этом можно судить по результатам социологического исследования [11]. На вопрос «На чью помощь в предпринимательской деятельности Вы могли бы рассчитывать?» женщины ответили таким образом: более половины из них рассчитывают только на себя – 60 %, 10 % почти не надеются на членов семьи. Можно предположить, что это происходит не потому, что женщина чувствует себя полностью независимой, а все дело в том, что женщины не видят этой возможности, такая форма предпринимательства в настоящее время пока достаточно не привычна. У нас нет типичного для стран с сильной рыночной экономикой семейного предпринимательства, формирующего независимую личность, ориентированную на позитивный образ предпринимателя.

Семейный бизнес можно считать одним из наиболее социально приемлемых путей включения в трудовую деятельность молодого поколения, начиная со школьной скамьи. Вовлечение молодежи в общественно-полезную трудовую деятельность – это одна из острых проблем, поставленных современной социально-экономической ситуацией.

Молодежь впервые поставлена в ситуацию самостоятельного недетерминированного выбора в сфере труда, так как изменения приводят к появлению принципиально новых форм трудовой активности, определяемых

многообразием форм и сфер профессиональной деятельности, то есть появляются новые нетрадиционные стратегии трудового поведения.

Сегодняшняя ситуация приводит часто к беспомощности молодого человека в ситуации выбора профессии, к стихийным, непрогнозируемым формам профессионального, следовательно, и социального поведения. Другими словами, существует опасность криминализированного вхождения в трудовую деятельность, соблазн легких денег, особенно среди юношей.

Существует также другая тенденция: в условиях капитализации общества усилилось значение материальных благ как условия счастливой жизни, и как следствие – усиление потребительской ориентации в сознании. Одно из социологических исследований показывает, что если в 1990 году формулой «не работать, но иметь все что хочется» выражали свои представления о счастье 19 % опрошенных, то в 1994 году это число увеличилось до 34 %. Потребительская ориентация присуща девушкам в возрасте до 30 лет с низким уровнем образования (незаконченным высшим и средним, но особенно – с начальным) [17, 92].

В семейном бизнесе социализация подростка проходит под патронажем родителей, в данном случае, когда вся семья занята одним делом, потребительское отношение в меньшей степени возможно. Напротив, существует основа для воспитания таких личностных качеств как трудолюбие, ответственность, умение достигать успеха. Участие молодого человека в семейном бизнесе не исключает получения образования, наоборот, способствует этому, так как позволяет самому заработать для этого средства.

Семейный бизнес может создавать социальную среду, способствующую формированию цивилизованного предпринимателя разного уровня.

Рассмотрим *экономические факторы, которые отличают семейный бизнес от других форм малого бизнеса*, его достоинства и недостатки.

Семейный бизнес является, как правило, мелким бизнесом, поэтому он не требует больших капиталовложений. Можно максимально использовать все ресурсы данной семьи: помещения, как жилые, так и подсобные, личный транспорт, наличие земельного участка и т.д. Чаще всего такой бизнес охватывает сферы деятельности, которые не требуют больших производственных помещений, дают возможность использовать свое жилье. Возможно совмещение средств производства, используемых в предпринимательстве, с домашними средствами труда. В конечной стоимости продукции такой фирмы очень велика доля живого труда, ведь максимально используются трудовые ресурсы всех членов семьи. Стоимость создания одного рабочего места гораздо ниже, чем при других формах предпринимательства, так как на многие издержки производства, накладные расходы также используются ресурсы семьи. Одним из положительных моментов можно считать высокую степень мобильности

производства, оперативность в использовании инноваций, так как нет необходимости согласовывать свои действия с какими-либо учредителями и т.д.

Отрицательными факторами являются достаточно высокий уровень напряженности труда, продолжительность, ненормированность рабочего времени, которые на обычном предприятии могли бы привести к текучести кадров. В данном же случае действует такой мощный мотивационный фактор, как материальная заинтересованность. При отсутствии наемных работников все заработанные средства остаются в распоряжении семьи.

Однако далеко не каждая семья может заниматься семейным предпринимательством. Кроме того, что семья должна обладать определенными экономическими ресурсами, а также иметь в своем составе достаточно человеческих ресурсов, у семьи должен быть, если можно так сказать, психологический потенциал, то есть набор необходимых с психологической точки зрения факторов, которые делают эту семью способной заниматься бизнесом.

Прежде всего это будет зависеть от того, насколько члены семьи придерживаются одной *системы ценностей*. По этому признаку семья может быть нескольких типов:

- гомогенная семья – имеет одну систему ценностей в профессиональной деятельности и одинаковое восприятие стимулирования обществом этой деятельности;
- доминантная семья – система ценностей одного из ее членов доминирует, а остальные подчиняются ей не вступая в конфликт;
- конфликтная семья – в семье ценностный конфликт, который может возникать между родителями либо между родителями и детьми;
- формальная семья – система ценностей такого типа семьи неопределенна [4].

Успеха в семейном бизнесе достигнет вероятнее всего гомогенная семья, имеющая общие ценности. Доминантная семья тоже может заниматься одним делом, хотя в процессе деятельности возможен переход семьи из доминантного типа в конфликтную, что может осложнить ситуацию, если семья уже организационно, юридически и экономически объединена общим делом.

Независимо от того, к какому типу относится семья, для ведения дела нужен лидер, глава дела (которым не обязательно должен быть мужчина), к тому же если в доминантной семье таким лидером будет тот, кто навязывает остальным свою систему ценностей, то гомогенная семья выберет своим лидером того, кто больше всего по своим личностным характеристикам для этого подходит.

Вторым важным фактором является наличие у семьи потенциала с точки зрения качеств, необходимых для предпринимательской деятельности. Для эффективного распределения обязанностей между членами семьи необходимо

оценить возможности каждого, его способности, знания, умения, уровень образования. Прежде всего является обязательным наличие хотя бы у одного из членов семьи организаторских способностей, склонности к предпринимательской деятельности.

Известно, что успешность в предпринимательской деятельности зависит от таких личностных качеств, как настойчивость в достижении цели, готовность брать на себя риск, уверенность в себе, гибкость, энергичность, чувство личной ответственности, коммуникабельность, умение быстро накапливать и использовать различную информацию.

В данном случае, когда общим делом занимается одна семья, не обязательно, чтобы всей совокупностью необходимых качеств обладал один человек, возможно наиболее оптимальное распределение обязанностей, которое максимально бы раскрывало потенциал каждого, распределение производственных ролей с учетом сильных и слабых сторон каждого. Возможно использование удачного сочетания опыта старшего поколения с энергией более молодого, именно молодое поколение чаще всего имеет высокий уровень обучаемости, может внести инновационный потенциал, нестандартный подход к решению проблем.

Но даже при наличии всех вышеперечисленных психологических факторов успех семейной фирме не гарантируется. Это необходимые, но не достаточные условия; основополагающую роль играет доверие между членами семьи, возможность в сложной ситуации положиться друг на друга, тем более сейчас, когда правовое обеспечение бизнеса не дает правовых гарантий каждому члену семейного бизнеса.

Семейный бизнес имеет положительный социально-психологический эффект, то есть способствует укреплению семьи, которая делает одно дело. Этот эффект особенно важен для женщин, потому что часто в семьях, где мужья занимаются бизнесом, даже при увеличении материального достатка возникают проблемы, отрицательно сказывающиеся на моральном климате семьи, на воспитании детей.

Юридические аспекты семейного бизнеса

Семья, решившая открыть свое дело, должна ориентироваться в юридических вопросах, чтобы решить, какая форма предпринимательства наиболее приемлема именно для этой семьи, кто должен возглавить дело, как распределяется собственность.

Несмотря на то, что *основой семейного бизнеса является взаимное доверие всех членов семьи*, трудовые и имущественные отношения должны быть юридически оформлены. В противном случае, при возникновении трудовых

конфликтов будет трудно определить имущественный вклад каждого члена семьи.

Если оформить частное предпринимательство без образования юридического лица на одного из членов семьи, (остальные работают не оформляя это документально), то в случае возникновения конфликта (например, супруги решают развестись) тот из супругов, кто не был юридически оформлен, остается без своей доли в бизнесе, хотя принимал в нем участие. Тот из членов семьи, кто работал не оформляясь официально, не будет иметь трудового стажа.

Можно этого избежать, если зарегистрировать предприятие как общество с ограниченной ответственностью, учредителями которого были бы все члены семьи, участвующие в бизнесе. В таком случае, даже если семья распадается, все члены семьи могут остаться соучредителями и участвовать в распределении прибыли, а при выходе из числа соучредителей иметь право на компенсацию.

Имущественные отношения регулируются также с помощью брачных контрактов и завещаний. Договоренность о внесенном вкладе в уставной фонд создаваемого семейного предприятия нужно оформить в соответствии с Гражданским кодексом (глава 4, ст. 87–94). Необходимо оформить договоренность относительно того, каким образом распределяется прибыль между учредителями. Права и обязанности директора по отношению ко всем работникам регламентируются КЗоТом РФ (глава 3, ст. 15–40).

В нашей стране практика брачных контрактов, регулирующих имущественные отношения супругов, – дело относительно новое, прежде в этом не было необходимости, так как не было и частной собственности. Теперь появляется настоятельная необходимость в этом с юридической точки зрения, но действуют прежние стереотипы и практика брачных контрактов приживается медленно.

Сферы деятельности семейного бизнеса те же, что и в малом бизнесе в целом: торгово-посредническая деятельность, бытовые услуги, образовательные услуги, транспортные услуги, мелкое производство, народные промыслы.

К сожалению, приходится говорить почти о полном отсутствии семейного бизнеса в России, для его развития необходимы все те же условия, что и для развития малого предпринимательства в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время можно констатировать повышение интереса к развитию малого бизнеса, доказательство тому – образование в Правительстве Комитета по развитию малого предпринимательства (возглавляемого, кстати, женщиной, И.Хакамадой). Малое предпринимательство – это наиболее приемлемая для женщин форма предпринимательской деятельности. Пока общество

придерживается традиционных представлений о роли женщины, крупный и средний бизнес будет в основном прерогативой мужчин.

В обществе должны быть созданы объективные возможности, способствующие предпринимательской деятельности, создана такая информационная, правовая, налоговая и социальная инфраструктура, которая бы делала предпринимательскую деятельность привлекательной и безопасной. В настоящее время уровень развития такой инфраструктуры в нашей стране пока явно недостаточен для эффективного развития малого бизнеса, а тем более женского предпринимательства.

Создание организаций, поддерживающих женские инициативы разного уровня, организаций, которые могли бы оказать реальную поддержку женщинам, имеющим инновационные идеи и желание стать предпринимателями.

Целью такой организации должна быть поддержка женских инициатив, инновационных проектов в области новой занятости и предпринимательства, содействие женской занятости посредством оказания информационной поддержки, консультативных услуг, финансовой помощи.

Социально-психологические предпосылки к развитию женского предпринимательства постепенно складываются, все большее число россиянок становятся более адаптированными к новым экономическим условиям, многие женщины с их высоким образовательным уровнем при смягчении объективных условий вхождения в предпринимательскую деятельность захотят и смогут добиться успеха в этой области, поэтому создание содействующих этому структур становится все более актуальным.

Актуальность проблемы требует исследований всех ее аспектов, не только экономических, но и правовых, социологических, психологических.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ОСНОВАМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время издано огромное количество литературы по проблемам предпринимательства. Предлагаемый список литературы включает в себя наиболее популярные, а также новейшие издания в этой области. Учитывая высокий образовательный уровень большинства женщин, можно предположить, что независимо от возраста, профессионального уровня и жизненного опыта, самостоятельного изучения литературы вполне достаточно, чтобы понять и изучить суть предпринимательства, а также практически применить эти знания при создании и развитии собственного дела. Представленные книги дают первое, самое общее представление о различных аспектах предпринимательской деятельности и написаны в наиболее доступной, популярной форме.

Список литературы по основам предпринимательской деятельности можно разделить на несколько блоков.

Юридическая литература включает в себя нормативные документы о предпринимательской деятельности, ее законодательную базу, образцы документов, необходимых для создания и регистрации предприятия.

1. Джамурзаев Ю.Д., Поролло Е.В. Индивидуальная предпринимательская деятельность: Регистрация, учет, налоги: Учеб.-практ. пособие. М., 1998.
2. Кашанина Т.В. Предпринимательство: правовые основы. 1994.
3. Кремлев А.И. Настольная книга индивидуального предпринимателя: Учеб.-практ. пособие. М., 1997.
4. Общество с ограниченной ответственностью. Практика применения. Порядок регистрации ООО. Образцы учредительных документов. Нормативные акты. М., 1996.
5. Правовой словарь предпринимателя. М., 1993.
6. Щадилова С.Н. Малый бизнес: с чего начать и как успешно развивать. М., 1998.

Экономическая литература содержит рекомендации по составлению бизнес-планов, дает общие понятия о менеджменте и маркетинге, об основах управленческой деятельности. В большом количестве выпускаются книги по бухгалтерскому учету и налогообложению предприятий.

1. Акуленок Д.Н., Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план фирмы: Комментарий методики составления. Реальный пример. М., 1998.
2. Апташов В.А. Основы предпринимательского дела: Благородный бизнес. М., 1995.
3. Берл Г. Создать свою фирму. 1994.
4. Зайцев А., Гричев В. Это должен знать предприниматель. Саратов: Литера-П, 1992.
5. Как добиться успеха: Практические советы деловым людям / Под общ. ред. В.Е.Хруцкого. М.: Политиздат, 1991.
6. Как преуспеть в бизнесе. М., 1993.
7. Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. М., 1995.
8. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха: Практ. пособие. 1992.
9. Михайлов В.И. Азбука бизнеса (Как начать свое дело). СПб., 1998.
10. Росс М, Росс Т. Большие идеи для малого бизнеса в сфере услуг. М., 1996.
11. Словарь-справочник предпринимателя. М.: Деловой мир, 1992; Как стать предпринимателем: 100 вопросов и ответов, советы, опыт. СПб.; М.: Знание, 1993.

12. Словарь-справочник рыночной экономики: Настольная книга руководителя предприятия, предпринимателя, коммерсанта, бизнесмена. Саратов, 1991.

13. Хизрич Р., Питер М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. М., 1993.

14. Хоскинг А. Курс предпринимательства / Пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993.

15. Хоскинг А. Курс предпринимательства: Практ. пособие. М., 1993.

16. Энциклопедия малого бизнеса. Малый бизнес в России: Справочник. М., 1994.

Психологическая литература поможет начинающим предпринимателям открыть свое дело, так как изучение именно этой литературы способствует формированию достижения успеха, готовности действовать, уверенности в собственных силах. Для тех, кто уже принял решение и начал действовать эти книги помогут строить взаимоотношения с деловыми партнерами и коллегами, эффективно вести деловые переговоры, управлять собственным временем.

1. Арутюнян В.А. Как стать бизнесменом. М., 1992.

2. Зимина Н.В., Кузин Ф.А. Азбука жизненного успеха. М., 1997.

3. Карнеги Д., Питер Л., Паркинсон. Ваше преуспевание – в ваших руках. М., 1993.

4. Кричевский Р.Л. Если Вы – руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М., 1996.

5. Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. Этические и социально-психологические основы бизнеса. М., 1995.

6. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски: Концепции. Практика. М., 1996.

7. Маккей Х. Как уцелеть среди акул. М., 1991.

8. Маркхам У. Когда женщина на пределе: о пользе и вреде стресса. М., 1998.

9. Пусенкова Н.Н. Золотое правило бизнеса. Несколько советов тому, кто хочет преуспевать. М., 1993.

10. Рюттингер Р. Культура предпринимателя. М., 1992.

11. Смоловик А.В. Стратегия и тактика процветания. М., 1995.

12. Тарасов В.К. Технология жизни. М., 1990.

13. Тимофеев М.И. Деньги под ногами. М., 1996.

14. Фрэнсис Д., Вудкок М. Раскрепощенный менеджер. М., 1991.

15. Хоткина З.А. Как организовать домашний бизнес. 100 идей для инициативных и предприимчивых женщин. М., 1993.

16. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех: психология бизнеса. М., 1993.
17. Этика и этикет делового человека. Самара, 1992.
18. Якокка Л. Моя профессия менеджер. М.: Прогресс, 1991.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ПРИМЕЧАНИЯ

1. Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. Женщины в бизнесе // Социол. исслед. 1996. № 3. С. 75–80.
2. Бабаева Л.В., Козлов М.П., Резниченко Л.А., Солодухина Л.Г. Малый бизнес в России: социальные типы и сферы деятельности. М., 1993. С. 55–59.
3. Васильева Т. Субсидии для безработных // Новая занятость. 1996. № 3. С. 34.
4. Вишневский А.Р. Эволюция семьи и принципы семейной политики // Семья и семейная политика. М., 1991. С. 120–121.
5. Гордеев А.Е. Предпринимательство в условиях современной России (социологический аспект). Саратов, 1996.
6. Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» № 88-ФЗ от 12.05.95.
7. Закон Саратовской области «О поддержке малого предпринимательства в Саратовской области» № 41-741 от 21.05.97.
8. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социол. исслед. 1995. № 3. С. 3–12.
9. Корель Л.В. Женщины на крутых виражах реформ // ЭКО: Экономика и организация производства. 1995. № 6. С. 145–159.
10. Корнилов Т.В., Булыгина В.Г., Корнилов А.П. Личностные предпосылки успешной деятельности брокера // Психол. журнал. 1993. Т. 16. № 1. С. 90–99.
11. Социологическое исследование «Особенности интеграции безработных в предпринимательскую деятельность». Анкетный опрос проводился отделом социальных технологий Поволжского межрегионального учебного центра на Ярмарке вакансий в 1997 г.
12. Перепелкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // Социол. исслед. 1995. № 2. С. 35–40.
13. Письман Л. Посеешь заботу – пожнешь инициативу // Новая занятость. 1996. № 1. С. 16–17.
14. Попова З.Н. Особенности профконсультирования женщин. Саратов, 1996.

15. Психология предпринимательской деятельности / Под общ. ред. В.А.Бодрова. М., 1995.
16. Рощин С.К. Психология предпринимательской деятельности // Психол. журнал. 1993. Т. 16. № 5.
17. Силласте Г.Г. Эволюция духовных ценностей россиянок в новой социокультурной ситуации // Социол. исслед. 1995. № 10. С. 88–94.
18. Силласте Г.Г. Эволюция социальных позиций женщин в меняющемся российском обществе // Социол. исслед. 1995. № 4. С. 58–64.
19. Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // Социол. исслед. 1994. № 2. С. 16.