

**ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВНЫ  
РАЗВИТИЯ**

Становление рыночных отношений в Кыргызстане повышает роль собственности, которая реально выступает в качестве критерия социальной дифференциации. Появляются новые социальные группы, в частности, женщины-предприниматели во всех отраслях народного хозяйства. В данной связи становится актуальной проблема «женщина и бизнес».

Прежде чем говорить о становлении и развитии женского предпринимательства следует определить само понятие предпринимательства, его основные функции и мотивы. Как социально-культурное явление, предпринимательство включает в себе спектр общественных отношений, включающий исторические, психологические, юридические и многие другие моменты. Однако своими корнями предпринимательская деятельность уходит в экономические условия жизнедеятельности.

История развития самого термина «предприниматель», или как говорили в средние века «антрепренер» (с французского означает «посредник») – это организатор парадов и музыкальных представлений; лицо, отвечающее за выполнение крупномасштабных строительных или производственных объектов. Один из первых примеров посредничества дает Марко Поло (великий путешественник, одним из первых европейцев достигший Китая, стоявший у истоков развития торговли с этой страной), отправляясь в путешествие, он подписал контракт с купцом, и тот дал ему товары для продажи. В те времена кредит торговцу предоставлялся обычно по ставке 22,5 %, включая страховку. Роль купца – капиталиста в подобных сделках была пассивной, а торговцы – активной. Именно торговец рисковал своей жизнью, отправляясь в дальнее путешествие, связанное с осуществлением всего предприятия. По завершению вояжа основную долю прибыли (до 75 %) капиталист забирал себе, а торговцу приходилось довольствоваться лишь остатками.

Понятие предпринимательского риска получает свое развитие в XVII веке, когда предпринимателем стали называть человека, заключившего с государством контракт на выполнение работ или на поставку определенной продукции. Поскольку стоимость контракта оговаривалась заранее, размеры прибыли и убытков определились исключительно удачливостью самих предпринимателей. Одну из первых концепций предпринимательства разработал английский экономист XVIII века Р.Кантильон. Он считается отцом самого термина «предприниматель», под которым понимал человека, действующего в условиях риска. Так, торговцы, фермеры, ремесленники и прочие мелкие собственники покупают по известной цене, а продают по неизвестной, т.е. действуют в условиях риска.

В XVIII веке произошло разграничение понятий - собственников капитала стали отличать от дельцов, заставляющих его работать. Иначе говоря, стали различать функцию предоставления капитала (послужившего основой для развития современного венчурного капитала) и предпринимательскую функцию. Одной из причин пробного разграничения послужила индустриальная революция, высветившая роль предпринимателя и собственника капитала в экономическом развитии. Лишь к середине XX века сложилось современное понимание предпринимателя. В западной социологической и экономической науке при рассмотрении места, значимости и характера взаимоотношений между различными представителями социальной структуры современного общества акцент делается на выявлении функций, выполняемых ими в рыночной экономике. С этой позиции определяется их значимость в жизни общества и складывается представление об отличительных чертах предпринимательства как особого слоя.

Наиболее существенный вклад в разработку теории и практики предпринимательства внес американский ученый И.Шумпетер [1]. Появление предпринимателя в качестве субъекта социального анализа у И.Шумпетера связано с его концепцией экономического развития, взятого как динамический процесс. При этом в основе динамики взят переход от привычно повторяющегося кругооборота к новым комбинациям факторов производства. «Осуществление новых комбинаций – это реформировать, революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использования новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности ...» [1, с. 83].

Феноменом экономического развития является предприниматель. Предпринимателем И.Шумпетер называет хозяйственных субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций, и которые выступают как его активный элемент. В соответствии с такой посылкой И.Шумпетер отнюдь не считает этот хозяйственный тип явлением, свойственным исключительно рыночной экономике. «О предпринимателях говорится не только по отношению к тем историческим эпохам где они существуют как специфическое социальное явление. Это понятие связывается с функциями и с теми индивидами, которые действительно осуществляют ее при любой общественной формации. Это относится к руководителю социалистического предприятия, и к помещику, и к вождю первобытного племени» [1, с. 171].

Иначе говоря, эта фигура предстает внеисторической. В рамках же рыночной экономики предприниматель не обязательно должен быть фабрикантом, промышленником. Предпринимательские функции выполняет и крестьянин, и ремесленник, и лица свободных профессий, т.е. представители различных слоев. Предпринимателя характеризует И.Шумпетер с помощью таких понятий, как инициатива, авторитет, дар предвидения и т.п. Особенно эти качества необходимы, когда резко меняется ход экономического процесса.

Современные исследователи предпринимательства в разных странах прибегают к основным положениям социальной философии и экономической теории Ф.Хайека, являющейся теоретико-методологической базой исследований проблем предпринимательства. Рынок, по Хайеку, способствует высокой степени ожидания с реальностью не у всех индивидуумом, а лишь у тех, кто выдержит конкуренцию. Заранее не известно, кто победит, но то, что победит сильнейший рынок гарантирует. А это означает, что общество в целом окажется в выигрыше, так как любой продукт будет изготавливаться людьми, умеющими это делать с меньшими или, по крайней мере, не с большими издержками, чем тот, кто данного продукта не производит. Поэтому цена любого товара будет ниже той, по которой он мог продаваться, если бы его производили не те, кто фактически занят этим сейчас. Движущей силой процесса поиска нового является предприниматель, который стремится обнаружить возможности получения дохода, не замеченные другими. При этом, как считает Хайек, предпринимательство и предприниматель характеризуются не родом занятий, а поведением хозяйственного субъекта [2, с. 60].

Все последующие исследования проблемы предпринимательства связаны Д.Макклелландом, П.Друкером, А.Шапиро и др., идеи которых перекликаются с научными изысканиями И.Шумпетера и Ф.Хайека.

Каковы же мотивы частнопредпринимательского поведения? Типы предпринимательской мотивации изучены и описаны классиками экономической теории И.Шумпетером, В.Зомбортом, М.Вебером и др.

Выделяют четыре основных мотивационных типа. Первый, условно называемый «традиционным», направлен на желание применять уже имеющийся профессиональный опыт и способности, работать в коллективе с хорошо устоявшимися связями, то есть

сохранять стабильность уже достигнутого. Второй, «аффективный», отражает стремление следовать своим эмоциям и чувствам – интуиции или психологическим особенностям своего характера. В одних случаях это будет «иметь уверенность в завтрашнем дне», в другом – прямо противоположное – испытать риск. Это могут быть также приятные ощущения от чувства свободы и независимости, но всегда – стремление к определенным эмоциональным состояниям. Третий тип мотивации – «ценностный» связан с влечением не к инструментальным благам, а к чему-то самоценному: исполнение долга перед собой, близким, обществом. Четвертый тип – «инновационный». Он отражает желание профессионально проверить себя в чем-то (профессиональная инновация), и даже удовлетворять все новые и новые запросы («инновация» в сфере потребления).

Вышеописанные мотивы отражают различные потребности, кратко определяемые как потребности в «выживании» (первый тип), получение эмоционального удовлетворения (второй тип), самоутверждение (третий тип) и собственно в труде (четвертый тип). Реальность же представляет нам множество разнообразных сочетаний предпринимательских мотивов, создавая различные предпринимательские образы.

Исследователи предпринимательства особое внимание уделяют личности и социальным характеристикам предпринимателя. Во всех определениях предпринимателя и предпринимательства они включают в себя, во-первых, элементы инициативы, во-вторых, организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов, с тем, чтобы с наибольшей выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию, в-третьих, взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т.е. готовность рисковать.

Таким образом, предприниматель – это революционер в экономике, его отличает духовная раскрепощенность, большой запас энергии и сил, способность увлекать за собой людей; часто недостаток информации и времени на ее обработку заменяется особым чутьем или интуицией, позволяющими быстро принимать решения.

Предприимчивый человек – это интегратор, посредник, ему принадлежит связующая роль в отношениях между людьми. Экономическое поведение рассчитано на особый мир – мир рынка и товарно-денежных отношений, товарно-денежной связи.

Организационные формы предпринимательской деятельности разнообразны. К ним относятся единоличные общества открытого и закрытого типа и другие. Выбор экономической формы предприятий произволен. Он диктуется размером и характером производства, его ролью в экономике страны, традициями и многими другими факторами, но прежде всего возможностью обеспечить максимальную эффективность производства и его успешное развитие в перспективе.

До перехода к рыночным отношениям в Кыргызстане была распространена всеобщая обязательность труда. Население страны было занято, в основном, в государственном секторе и в схожем с ним по своей сути колхозно-кооперативном секторе. Для работающих женщин была предусмотрена система льгот, связанная с рождением и воспитанием детей, такие как отпуска по беременности и родам и по уходу за ребенком до достижения им определенного возраста. Широкое развитие получила система детских дошкольных учреждений, которые высвобождала женщин и давала им возможность трудиться. Преобладающее большинство женщин, так же, как и мужчины, всю свою взрослую жизнь занимались трудовой деятельностью.

Основными факторами, побуждающим женщин трудиться, был и остается низкий уровень доходов семей. Вклад женщин в семейный бюджет в большинстве случаев является желательным и необходимым условием для поддержания семейного дохода. С другой стороны, трудовая деятельность придает женщинам определенный статус, экономическую независимость и возможность реализовать свои способности.

Отраслевое распределение женской и мужской занятости имеет существенные отличия, обусловленные их разными физиологическими возможностями и сложившимися традициями. Большое влияние на гендерное распределение оказала система оплаты труда, существующая в период плановой экономики. Сравнительно низкий уровень заработной

платы в бюджетной сфере (образовании, здравоохранении, культуре и искусстве), финансовой деятельности, торговля, общественном питании, информационно-вычислительном обслуживании не привлекал мужчин в эти отрасли, и здесь преобладала женская занятость.

Рассмотрение отраслевой структуры занятости, сложившейся в 1999 г., показывает, что женщины занимали три четверти рабочих мест в образовании, здравоохранении и социальных услугах, две трети – в гостиничном и ресторанном бизнесе и около половины – в финансовой деятельности и розничной торговле. Довольно значительной остается занятость женщин в обрабатывающей промышленности (43,9 %), а в таких ее видах, как производство текстильных изделий, одежды, выделка и крашения меха доля женщин достигла 60-85 % [3, с. 32].

Занятость мужчин преобладала в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, на транспорте и в государственном управлении. Создание правовой основы для развития предпринимательской и самостоятельной занятости, передача земли в частную собственность определили новые экономические условия для занятого населения.

Следует отметить, что определенные меры в поддержку женского предпринимательства осуществляются и у нас в стране, вследствие чего принята Национальная программа «Аялзат», в которой заложены условия, гарантирующие максимальную реализацию бизнес-проектов женщин.

При проведении переписи населения в 1999 г. в Кыргызстане распределение занятого населения по статусу занятости показал, что в городах, как среди мужчин, так и среди женщин преобладала доля лиц, работающих по найму, при этом у женщин она была более значительна (75,1 % против 87,5 %). Так же в городской местности среди лиц, работающих не по найму, наибольший удельный вес составляли индивидуальные предприниматели, из них на долю женщин приходилось около 39 %. Индивидуальная трудовая деятельность женщин сосредоточена, в основном, в торговле, где их доля в общей численности занятого населения, составляла 43,7 %, в производстве одежды (89,8 %), текстильных изделий (85,5 %), пищевых продуктов (27,9 %), предоставлении индивидуальных услуг (16,2 %). Следует отметить, что наиболее значительная доля женщин, занятых индивидуальным предпринимательством в торговле Чуйской, Ысыккульской областей [3, с. 34].

Индивидуальная трудовая деятельность мужчин получила большое распространение в торговле, ремонте автомобилей и предметов домашнего пользования, на транспорте, в строительстве, предоставлении индивидуальных услуг. На транспорте она приобрела форму частного извоза, как одного из наиболее доступных способов получения дохода. В строительстве после закрытия многих специализированных строительных организаций, сформировались бригады рабочих, которые предлагают свои услуги по строительству индивидуальных домов и отделке квартир.

Из среды наиболее успешных индивидуальных предпринимателей сформировалась группа частных собственников малого бизнеса (работодателей). Численность владельцев собственных предприятий в городах сравнительно невелика (1,2 % от общей численности занятых). Женщины составляли среди них менее трети и они являлись, в основном, владельцами предприятий по производству пищевых продуктов и одежды, предоставлению услуг, торговых предприятий, гостиниц, ресторанов. Сфера частных предприятий мужчин более обширная и включает в себе промышленные предприятия разного профиля – торговли, транспорта, строительства, по ремонту и продаже автомобилей, гостиницы и рестораны. Более трех четвертей всех владельцев банков и страховых компаний – мужчины.

В сельской местности около двух третей всего занятого населения составляли лица, работающие не по найму. Развитие фермерства в Кыргызстане предопределило формирование на селе таких групп занятого населения, как владельцы собственных

предприятий, крестьянских, фермерских хозяйств и работающие на семейных частных предприятиях, в крестьянских, фермерских хозяйствах без оплаты. Среди владельцев семейных предприятий доля женщин составляла менее 16 %, а среди помогающих членов семьи – 46,3 %. Около 18 % женщин и 16 % мужчин, проживающих в сельской местности, указали, что единственным занятием для них является работа в личном подсобном хозяйстве. Доля работающих по найму на селе среди занятых женщин и мужчин была примерно равна и составляла около 46 % [3, с. 35].

Социологическое исследование (устные жизненные истории методом интервью) проведенное автором летом 2002 г. в Ысыккульской области среди женщин-предпринимателей, позволило выделить 3 основные группы женщин по базовым экономическим характеристикам (по числу занятых, по обороту, по отраслевой принадлежности) и поведенческим моделям в бизнесе.

К первой группе относятся женщины-директора, которые возглавляли предприятие, на которых работали раньше. Предпринимательской деятельностью стали заниматься вследствие преобразования бывшего государственного предприятия в акционерное общество. К ним относятся АО «Ысыккуль суть», АО «Ак жалга», ОсОО «Тоштук». Акционерное общество – это коллективно-частная собственность, дающая членам трудового коллектива стать совладельцами собственности через владение акциями, а следовательно, контролировать деятельность данного предприятия. Акционерное общество способствует безболезненно переходить от общественной, государственной собственности, существовавшей в бывшем СССР в другие формы собственности. Женщины этой группы зарекомендовали себя достаточно хорошо, так как работают по наработанным связям. У них высокий профессионализм и авторитет в коллективе. В АО число занятых от 50 человек и выше. Оборот капитала составляет от 500 тыс. сом и выше. Мотивы, по которым женщины-директора стали заниматься бизнесом, — это "по убеждению», т.е. проверить свои силы, способность занятия интересным делом, также получить удовольствие от своей работы в сфере избранной предпринимательской деятельности.

Ко второй группе относятся женщины-предприниматели «традиционно женских отраслей», где женщины чувствуют себя более комфортно за счет прошлого, в том числе и домашнего опыта. К таким отраслям относятся общественное питание, розничная торговля, гостиничное хозяйство. А также к этой группе примыкают женщины, открывшие свой бизнес в медицине и образовании. Частные предприятия, создаваемые в этих отраслях, относятся к разряду мелких. Численность занятых от 5 до 30 человек и более.

Оборот капитала от 50 тыс. сом и более. Причины создания своего бизнеса различные. В основном доминируют потребности «в выживании», стремлении самоутвердиться, а также «по случаю», так как все знакомые, родственники вокруг так делали. Среди этой группы есть женщины, которые пришли в бизнес как бы «поневоле», т.е. вынужденные открыть свое дело в силу различных причин, но, в действительности, стимулировавшими их деловую активность.

К третьей группе относятся женщины-предприниматели, которые открыли частные предприятия в сфере туризма, компьютерных услуг и в сельском хозяйстве (фермерстве). Женщины этой группы имели интерес именно к этим видам деятельности, так как осознавали широкие возможности и намерение добиться успеха с целью дальнейшего расширения своего бизнеса. Численность занятых и оборот капитала, в основном, как и во второй группе. Однако, женщины этой группы, отличаются от второй группы лидерскими качествами, которые они приобрели на прежней работе, независимостью и стремлением сделать свое предприятие семейным, чтобы дальше передать по наследству.

Анализ становления и развития женского предпринимательства в Ысыккульской области на основе качественных методов исследования позволил выделить следующие особенности.

Во-первых, способность и умение женщин перестроиться психологически; во-

вторых, преодолеть нерешительность и мобилизовать весь имеющий потенциал способностей; в-третьих, отказаться от привычного стиля жизни, гибко реагировать на меняющуюся ситуацию, проявить способность владеть этой ситуацией, а не безвольно ей подчиняться. Эти качества дали женщинам-предпринимателям Ысыккуля сохраниться как личности, выдержать все трудности переходного периода и утвердиться на равных в условиях рыночной конкуренции.

Три группы женщин-предпринимателей Ысыккульской области, выделенных в ходе социологического исследования, нуждаются в государственной поддержке на региональном уровне, которая включает в себя:

- прямое финансовое обслуживание;
- льготное кредитование;
- предоставление льгот по местному налогообложению;
- участие государства в соучредительстве по организации новых предприятий;
- формирование и регулирование рынка труда;
- предоставление выгодных региональных госзаказов;
- упрощенную регистрацию и лицензирование деятельности; в том числе в сфере внешнеэкономических операций;
- юридический и экономический льготный консалтинг;
- содействие в подготовке кадров и развертывание государственной сети подготовки специалистов для работы в условиях рыночной экономики;
- обеспечение правовых льгот предпринимательской деятельности в свободных экономических зонах;
- содействие и координацию деятельности союзов и ассоциаций предпринимателей.

Но, главное, чтобы все это происходило на основе объективных критериев, с должной «прозрачностью» и гласностью, а не стало еще одной питательной средой для развития коррумпированности [4, с. 58].

При разработке нормативно-правовой базы предпринимательства необходимо учитывать специфику республики, а именно то, что в численности населения и составе безработных налицо преобладание женщин трудоспособного возраста.

Необходим закон о поддержке женского предпринимательства. Опыт развитых стран показывает, что женское предпринимательство выделяется в отдельную категорию. Для развития женского бизнеса принимаются специальные законы, например, в США принят закон о поддержке женщин, занимающихся малым бизнесом [5, с. 56].

Однако целенаправленная государственная политика в области предпринимательской деятельности в республике должна быть поддержана усилиями самих женщин, чтобы активно включиться в процесс радикальных экономических реформ, происходящих в обществе.

Если говорить о желаемых перспективах развития женского предпринимательства в Ысыккульской области и в целом по Кыргызстану, это нормальное функционирование экономики, в котором малый, средний и крупный бизнес займет свою достойную нишу и будет способствовать повышению благосостояния всего населения страны.

### Литература

1. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982, с. 400.
2. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. //Мировая экономика и международные отношения. 1989, № 12, с. 48-60.
3. Гендерные отношения в Кыргызстане. Фонд народонаселения ООН в Кыргызстане. – Б., 2001, с. 94.
4. Боконтаева Д.К. Государственное регулирование малого и среднего бизнеса в Кыргызстане. //Вестник ИГУ, 2001, № 5.
5. Малый и средний бизнес в Кыргызстане: состояние, проблемы и перспективы. – Б., 2001, с. 72.

