

УДК331.5:314

ЖЕНЩИНА И БИЗНЕС

© 2004 О. А. Колесникова, И. В. Капусткин

Департамент Федеральной государственной службы занятости населения по Воронежской области

Таблица

Уровень занятости населения
трудоспособного возраста в 2002 г., %*

Страны	Всего	в том числе		Разница в показателях занятости
		мужчины	женщины	
Болгария	50,6	53,7	47,5	6,2
Венгрия	56,6	63,5	50,0	13,5
Кипр	68,6	78,9	59,1	19,8
Латвия	60,4	64,3	56,8	7,5
Литва	59,9	62,7	57,2	5,5
Мальта	54,5	75,3	33,6	41,7
Польша	51,5	56,9	46,2	10,7
Россия	59,9	64,7	55,5	9,2
Румыния	57,6	63,6	51,8	11,8
Словакия	56,8	62,4	51,4	11,0
Словения	63,4	68,2	58,6	9,6
Турция	45,6	65,5	25,5	40,0
Чехия	65,4	73,9	57,0	16,9
Эстония	62,0	66,5	57,9	8,6

* Эрикссон, И. Национальное ведомство рынка труда Швеции. Отчеты по проекту «Труд и расширение Европейского сообщества». 2003. С. 49—50.

С середины 90-х годов наметилась тенденция ослабления позиций женщин на российском рынке труда, где еще недавно они составляли более половины занятого населения. Если раньше в подавляющем большинстве своем женщины трудились в режиме полного рабочего времени, обладая более высоким по сравнению с мужчинами уровнем образования, пользовались рядом законодательно закрепленных льгот и не подвергались сколько-нибудь явной дискриминации, то с началом экономических преобразований положение изменилось.

Сегодня женщины составляют в РФ 47 % занятого населения. По международным стандартам это немало. Однако следует учесть, что на протяжении 90-х годов наблюдалось непрерывное сокращение их доли в составе экономически активного населения (за десятилетие более чем на 19 %)¹. По уровню экономической активности женщины заметно отстают от мужчин (48,7 % против 51,4 %)².

Несмотря на законодательную защиту прав на рынке труда, в действительности положение этой категории населения менее устойчиво, а возможности более ограничены. По данным мониторинга полного рынка труда, осуществляемого службой занятости, доли ищущих работу граждан обоих полов примерно равны, однако уровень трудоустройства женщин на 6 п.п., а нашедших работу по специальности (или близко к ней) — на 10 п.п. ниже, чем у мужчин. О том, что это не является российской спецификой, можно судить по данным, приведенным в таблице.

¹ Четвернина, Т., Соболева, И. Конкурентоспособность женщины на российском рынке труда // Человек и труд. 2000. № 11. С. 49.

² Федеральная служба госстатистики. Обследование населения по проблемам занятости населения. - М., 2004. С. 314

В чем тут дело? Ведь женщины, по мнению многих специалистов, не менее конкурентоспособны, чем мужчины. Их конкурентоспособность определяется как общими для всех субъектов рынка труда, так и специфическими факторами. К общим относятся образование, квалификация, опыт работы, возраст, состояние здоровья, наличие мотиваций к трудовой деятельности. Для России — это еще и состояние экономики. Специфические определяются психофизиологическими особенностями женщины и ее ролью в семье и обществе как матери, обеспечивающей естественное воспроизводство и семейное воспитание будущей рабочей силы.

Равенство в конкурентной борьбе на рынке труда женщинам обеспечивают возможности, обусловленные общими факторами. В банке вакансий Воронежской служ-

бы занятости населения около половины вакансий равнопригодны как для мужчин, так и для женщин. Однако наличие специфических факторов на деле ставит вторых в неравные условия. Причины здесь не только в том, что женщинам требуются отпуска по уходу за ребенком, они чаще нуждаются в больничных листах и т.п. Более глубокие причины коренятся в недооценке гендерных проблем современного мира, где превалируют интересы мужчин. Это касается не только России. Но в нашей стране, к сожалению, гендерные проблемы обострены недостаточным развитием психофизиологических основ эффективного использования трудового потенциала женщин, исторически сложившимися подходами к применению труда женщин, слабой борьбой с их дискриминацией и др.

Поэтому не вызывают удивления результаты исследований положения женщин на региональном рынке труда, проводимых службой занятости. Каждая четвертая опрошенная женщина заявляет, что ей приходилось сталкиваться с дискриминацией, а средний заработок женщин при прочих равных условиях оказывается на 25—30 % ниже, чем у мужчин. Именно женщины, особенно молодые и с невысоким уровнем образования, образуют группу риска попадания в теневой сектор экономики. В Воронежской области женщины на 3/4 образуют категорию «экономически бедных», т.е. материально необеспеченных, хотя и имеющих работу.

В последние 2—3 года наметились признаки некоторого улучшения положения женщин на рынке труда региона. Во-первых, это обусловлено позитивными сдвигами в самой экономике. Во-вторых, растет экономическая активность женщин, осознающих современные реалии рынка труда. Способствует этому и рост уровня образования. В-третьих, работодатели в условиях дефицита кадров все чаще отказываются от дискриминационных ограничений в приеме на работу женщин, особенно высокообразованных и высококвалифицированных.

Для улучшения положения с занятостью женщин, повышения их конкурентоспособности на рынке труда областная служба занятости населения предпринимает ряд мер на началах социального партнерства с ад-

министрацией области, заинтересованными организациями и структурами.

Тем не менее положение остается сложным. Особенно это касается применения труда женщин на руководящих должностях. По мнению В. Московцева и А. Жданова, для эффективного управления организацией количество женщин-руководителей должно составлять 25—30 % всего руководящего состава, что на самом деле не достигается. В начале 90-х годов более 50 % мужчин, имеющих высшее и среднее профессиональное образование, работали на руководящих должностях, в то время как из числа женщин, получивших такое же образование, руководителями стали лишь 7 %. Для периода становления рыночных отношений характерной особенностью стала феминизация низкооплачиваемой сферы производства.

В перестроечный период выявилась тенденция перехода собственности от женщин к мужчинам. В процессы приватизации российских предприятий включилось 90 % мужчин-руководителей — бывших директоров этих предприятий³. Цепочка прослеживается и дальше: предпочтения работодателей мужчин при найме руководителя того или иного ранга за редким исключением отдаются мужчинам. А то обстоятельство, что мужчины-руководители составляют абсолютное большинство, является серьезным фактором, снижающим шансы другой половины населения, обладающего не меньшими способностями. Даже там, где преобладает женский труд, руководящий состав представлен мужчинами. Женщины, если и занимают руководящие должности, то в основном не выше заместителей руководителей и руководителей отделов. Среди инженерно-технического персонала и специалистов по информационным технологиям средних и малых предприятий также значительно чаще встречаются представители мужского пола. На четверти предприятий сотрудниками, связанными с компьютерной техникой, являются исключительно мужчины.

Вытеснение женщин с рынка труда чревато серьезными последствиями, подрывом

³ Московцев, В., Жданов, А. Социальные условия женского предпринимательства в российском малом и среднем бизнесе // Материалы межрегион. науч.-практ. конференции, 16—17 окт. 2003. — Липецк, С. 57.

возможностей для их личностной самореализации, снижением среднедушевых доходов и, соответственно, обеднением семей, утратой значительной части образованных, квалифицированных кадров, ростом социальной напряженности.

В числе эффективных инструментов смягчения остроты проблемы — вовлечение женщин в сферу малого предпринимательства. Отношение к этому тоже неоднозначно. Одни полагают, что участие в бизнесе несовместимо с выполнением функций материнства, т.е. подрывает саму основу реализации предназначения женщины. Близкая к данному утверждению точка зрения — состояние демографической ситуации требует отвлечения женщин от бизнеса с помощью разного рода социальных льгот: сокращения рабочего времени, увеличения продолжительности отпуска по уходу за ребенком и т.д.⁴

Третьи не столь категоричны, считая, что для стран бывшего восточного блока вопрос занятости женщин вообще, в том числе бизнесом, не является сегодня актуальным, поскольку разрушена или серьезно подорвана система детских учреждений, что требует большего участия женщины в воспитании детей непосредственно в семье. Восстановление системы детских учреждений — дело дорогостоящее и не входит, в том числе в России, в перечень первостепенных. Как вывод — возвращение к проблеме участия женщин в бизнесе — дело отдаленного будущего⁵. Однако практика показывает, что, несмотря ни на какие объективные и субъективные факторы, стремление прекрасной половины человечества покончить с мужской гегемонией в сфере предпринимательства нарастает.

Первым этапом на этом пути для многих является осознание и определение важности проблемы, поскольку продвижение по служебной лестнице далеко не для каждой женщины является значимым мотивом трудовой деятельности. Тем не менее, две тре-

ти из числа опрошенных отметили важность для них карьерного роста, а около трети — участия в общественной и политической деятельности, что, как правило, тоже способствует росту карьерного потенциала. Опрос тем самым подтвердил, что женщины, ориентированные на активную жизненную позицию, стремятся реализовать себя не только в традиционно женских ролях, но и в качестве руководителей, организаторов бизнеса.

В Воронежской области на протяжении ряда лет от 5 до 12 % безработных женщин заявляют о своем интересе к предпринимательской деятельности⁶. При этом, если у занятых, это прежде всего стремление к независимости, то у безработных — насущная потребность с материальным обеспечением себя и своей семьи⁷. Важной особенностью малого бизнеса, весьма привлекательной для женщин, прежде всего семейных, является широкое распространение в нем форм вторичной и гибкой занятости, обеспечивающей удобный режим работы и дополнительный заработок.

Исследование позволило выявить некоторые особенности в характере выполняемой женщинами работы в сфере бизнеса. Женщины-предприниматели чаще выбирают те направления, которые связаны с оказанием услуг населению: пошив одежды и головных уборов, вязание, художественное оформление, изготовление изделий из стекла, шерстяных одеял, оказание парикмахерских услуг, преподавание, а также грибоводство, растениеводство и др.

В отличие от мужчин, женщины склонны с большей готовностью признать, что они не обладают необходимыми знаниями и умениями для ведения бизнеса. Соответственно, они больше, чем мужчины, ориентированы на повышение уровня своих знаний.

Факторы, обеспечивающие успешность «слабого пола» в сфере предпринимательства, также достаточно специфичны. Во-первых, до того, как открыть свое дело, женщины обычно более тщательно и обстоя-

³ *Московцев, В., Жданов, А.* Социальные условия женского предпринимательства в российском малом и среднем бизнесе // Материалы межрегион. науч.-практ. конференции, 16—17 окт. 2003. — Липецк, С. 57.

⁵ *Эрикссон, И.* Национальное ведомство рынка труда Швеции // Отчеты по проекту «Труд и расширение Европейского сообщества», 2003. С. 41.

⁶ Региональные агентства поддержки малого и среднего бизнеса: сб. Воронеж, 2002. С. 30—35.

⁷ Основные сведения по проблемам занятости населения: статистический сборник, Госкомстат России. Воронеж, 2004. С. 39.

тельно, чем мужчины (до 6 месяцев), проводят мини-маркетинг сбыта предполагаемой к выпуску продукции, изучают места расположения будущего предприятия и учитывают множество других моментов. Ко времени завершения предпроизводственной стадии они обладают вполне развитой концепцией бизнеса и отчетливо видят те ступени, по которым следует пройти, чтобы добиться поставленной цели.

Планируя потенциальную прибыль, женщины более реалистичны, не столь импульсивны как мужчины, стараются избежать того, чтобы энтузиазм застилал им глаза, однако зачастую уделяют недостаточное внимание стратегическому развитию, планированию и рациональной организации производства.

Предприятия, управляемые женщинами, держатся в среднем дольше, чем те, которые возглавляются «сильным полом». Благодаря реалистическим ожиданиям и преданности делу, женщина тверже, чем мужчина, будет придерживаться замысла в течение всего периода развития предприятия.

Современную женщину-предпринимателя можно охарактеризовать следующим образом: она образована, как правило, профессиональна, имеет большие творческие (креативные) способности. Ей свойственны такие предпринимательские качества, как решительность, ответственность, организованность, осторожное отношение к рискованным сделкам. При этом женщина легче сходится с людьми, независимо от пола и должности, умеет организовать работу в команде, достаточно объективна в оценке результатов. Эмоциональная неуравновешенность,

свойственная харизматическим натурам, иногда мешает ведению бизнеса, однако готовность к обучению, творческому и профессиональному развитию позволяет эффективно и достаточно быстро решать проблемы.

Названные качества позволяют на высоком уровне осуществлять административный и финансовый контроль, правильно обеспечить подбор, мотивацию и развитие персонала, быть командным лидером.

К сожалению, поддержку и помощь начинающие свой путь в бизнесе женщины, как правило, получают сегодня не от специализированных структур, государственных и негосударственных, а от частных лиц — своих знакомых или (чаще) родственников. Следовательно, значительное число женщин, допускающих для себя возможность стать независимыми предпринимателями, нередко может реализовать свои намерения лишь по воле случая. Для реализации предпринимательского потенциала как можно большего числа женщин необходимы соответствующие меры, включающие информационную, юридическую, материальную составляющие. Базой для этого могли бы стать центры поддержки малого предпринимательства, бизнес-инкубаторы, ориентированные непосредственно на контингент женщин-предпринимателей или на наиболее популярные в женской среде виды бизнеса. Нацеленность подобных структур на решение проблемы позволила бы многим начинающим предпринимательницам более четко сформулировать свои собственные планы и действовать активнее. В конечном счете, решение проблемы занятости женщин — в интересах всего общества.