

3. *Vizi E. S.* Reversing the Brain Drain from Eastern European Countries: The «Push» and «Pull» Factors // *Technology in Society*. — 1993. — Vol. 15. — P. 101–109.
4. *Hryniewicz J., Jalowiecki B., Mync A.* The Brain Drain in Poland. — University of Warsaw, 1992.
5. *Hryniewicz J., Jalowiecki B., Mync A.* The Brain Drain from Sciences and Universities in Poland, 1994 — 1996. — University of Warsaw, 1997.
6. *Артюхин М. И.* Интеллектуальная миграция как объект государственного регулирования // *Наука и науковедение*. — 2000. — № 4. — С. 54–60.
7. *Brain Drain — The Emigration of Scientists from Relevant Parts of the NIS: Scientific Report*. — INTAS Project 93-684, ICCR, Vienna, 1997.
8. *Иконников О. А.* Эмиграция научных кадров из России. — М., 1993.
9. *Клочко Ю. А.* Утечка специалистов из научных организаций Украины // *Наука и науковедение*. — 1994. — № 1-2. — С. 173–180.
10. *Дежина И. Г.* «Утечка умов» из постсоветской России: эволюция явления и его оценок // *Науковедение*. — 2002. — № 3. — С. 25–56.
11. *Леденева Л., Некипелова Е.* Миграция выпускников вузов за рубеж — потеря для российской науки. (http://www.chelt.ru/2003/5-03/ledeneva_nekipelova-5-03.html).
12. *Klochko Y., Isakova N.* Intellectual Migration: A View from Ukraine // *Science and Public Policy*. — 1993. — Vol. 20, № 6. — P. 405–409.
13. *Carante G.* The Scientific International Organizations and Their Contribution to the Brain Drain Issues // *Proc. of the International Seminar on «Brain Drain Issues in Europe»*. — UNESCO-ROSTE, 25–27 April, 1993. — Technical Report №15.

*Л. Ф. Кавуненко,
заместитель директора (Центр исследований
научно-технического потенциала и истории науки
им. Г.М.Доброва НАН Украины)*

*Т. Н. Пустыльник,
заместитель директора (Институт
административного, экономического и политического
менеджмента при Национальной академии
государственного управления при Президенте Украины)*

Проблемы доступности образования в малых городах Украины: влияние на развитие предпринимательства

Продолжающийся рост безработицы среди молодого населения страны свидетельствует о том, что структура экономики и механизмы хозяйствования в Украине не используют в полной мере человеческий капитал. Согласно статистическим данным [1, 2], уровень занятости молодежи в 2002 г. снизился по сравнению с 1997 г. на 6,2% и составил 53,9%. Т.е. среди населения

возрастной категории до 29 лет только 53,9% занятых. Самый низкий уровень занятости у молодежи 15–19 лет. Он составляет около 8,6%. У возрастной группы 20–24 лет — 53,8%, у молодежи 25–29 лет — 73,7%. Особое внимание следует обратить на тот факт, что около трети безработных страны — молодежь в возрасте до 28 лет. Среди них почти три четверти — молодые женщины.

Анализ свидетельствует, что женщины в Украине остаются менее конкурентоспособными на современном рынке труда, чем мужчины. В частности, абсолютное количество безработных женщин с 1997 по 2000 г. увеличилось на 314 тыс. человек [3]. Уровень трудовой занятости женщин продолжает падать.

На наш взгляд, одним из путей решения этой проблемы может стать создание благоприятных условий для развития молодежного женского предпринимательства.

Настоящая работа посвящена исследованию женского предпринимательства в Украине, в частности, изучению факторов, способствующих и препятствующих его развитию, для разработки предложений по решению проблем трудовой занятости молодых женщин.

Проблемы, тормозящие развитие малого и среднего бизнеса в Украине, в настоящее время активно изучаются [1, 3—14]. Однако большинство исследований касаются уже «состоявшихся» предпринимателей и действующих предприятий. Проблемы молодежи на пути к предпринимательству практически не изучаются [3, 13]. Очень мало публикаций о проблемах современных женщин: их профессиональном, творческом и деловом развитии [3—6, 13]. Многие предприниматели и исследователи считают, что назрела актуальная необходимость в создании эффективной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для предпринимательской деятельности [3, 9—11, 13]; в формировании в средствах массовой информации (СМИ) позитивного имиджа предпринимательства и предпринимателя, в частности, женщины-предпринимательницы [3, 4, 11, 13]; в воспитании нового взгляда на роль женщины в современном обществе [4].

В целях выработки рекомендаций по эффективной подготовке молодых женщин к работе в сфере малого и среднего бизнеса в задачи настоящего исследования входило:

- сравнить представления молодых женщин о проблемах предпринимательской деятельности с реальными проблемами «состоявшихся» женщин-предпринимательниц;
- обратить внимание на молодежное женское предпринимательство как на один из возможных путей решения проблемы трудовой занятости молодежи;
- вызвать у молодежи интерес к предпринимательской деятельности;
- сориентировать молодежь в малый и средний бизнес, темпы становления которого в Украине до сих пор значительно отстают от развитых стран.

Согласно последним данным Госкомстата Украины, в нашей стране доля работающих на малых предприятиях на протяжении последних трех лет не превышала 10%. К 2002 г. она возросла до 13,2%. Количество малых предприятий на 1 тыс. человек составляло в 2002 г. в среднем 5,3 единицы. При этом доля продукции малых предприятий страны в общих объемах производства с 1998 г. по 2002 г. сократилась с 11,3 до 5,3 % [2].

Для сравнения, в Венгрии, Польше, Чешской Республике на малых предприятиях работает более 50% занятого населения (что соответствует среднему показателю в Европейском Союзе) и производится от 55 до 65% внутреннего валового продукта (ВВП) [1, 2]. В США эти показатели составляют 54 и 52% соответственно, в Японии — 78 и 55%, в Италии — 73 и 60% [7].

В настоящее время предпринимательство в Украине носит организационный характер и ориентируется в основном на торгово-

посредническую деятельность. Согласно статистическим данным [1, 2], в 2002 г. по основным видам экономической деятельности наибольшая часть малых предприятий в Украине была сосредоточена в оптовой и розничной торговле, а также в торговле транспортными средствами и оказании услуг по ремонту (102067, или 42,4% от общего количества малых предприятий), в промышленности (40795, 16,9%), операциях с недвижимостью, сдаче в найм и оказании услуг юридическим лицам (39667, 16,5%), в строительстве (2157,9%), сельском, охотничьем и лесном хозяйствах (11649, 4,8%), транспорте и связи (11423, 4,7%), гостиничном и ресторанном бизнесе (8711, 3,6%), охране здоровья и сфере социальной помощи (2793, 1,2%), образовании (2132, 0,8%).

К сожалению, очень трудно найти статистические данные по видам женской предпринимательской деятельности в нашей стране. На наш взгляд, это не только тормозит развитие женского предпринимательства, но и значительно сужает его сферы. Например, по данным американского Центра исследования конъюнктуры женского бизнеса, в

2003 г. в США 6,2 млн. женщин владели частными компаниями (это 28% всех компаний). При этом в таких «нетрадиционных» для женщин сферах промышленности, как подрядные и строительные работы, число женщин-владельцев увеличивалось быстрее всего. Если с 1997 по 2002 гг. общее количество американских компаний, находящихся в собственности женщин, выросло приблизительно на 14%, то число строительных фирм, принадлежащих женщинам, возросло на 35,5%. Исследования Центра показали, что среди наиболее успешных «женских» фирм с оборотом более 1 млн. долларов около 13,4% — строительные [14].

Согласно результатам исследования состояния предпринимательства среди женщин в Украине, проведенного в 2000 г. Киевским международным институтом социологии для программы Нью-бизнет при финансовой поддержке Агентства по международному развитию США, женский бизнес в Украине сосредоточен в сферах деятельности (женскими считались предприятия, 51% или более собственности которого принадлежит женщине) [5], показанных в табл. 1.

Таблица 1

Распределение по сферам деятельности разных по величине предприятий, контролируемых женщинами (в %) [5]

Основная сфера деятельности	Малое предприятие	Среднее предприятие	Большое предприятие
Оптовая и розничная торговля	69,6	29,1	21,9
Бытовое обслуживание, гостиницы, сфера отдыха	8,7	11,8	3,1
Общественное питание	5,0	5,5	—
Сельское и лесное хозяйство	4,3	1,8	5,2
Социальное и культурное обслуживание	3,4	2,7	1,0
Промышленность, в т.ч. угольная	1,8	30,0	54,2
Строительство	1,2	10,9	9,4
Консультационные услуги	1,2	1,8	—
Другие бизнес-услуги	1,0	—	—
Транспорт и связь	0,7	—	3,1
Финансы, страхование, недвижимость	0,7	1,8	1,0
Другое	2,5	4,5	1,0

Обращает на себя внимание тот факт, что около трети средних и более половины больших частных предприятий в сфере промышленности, в т.ч. угольной, являются женскими. Это можно объяснить несколькими причинами. Либо ошибочным является устоявшееся мнение о том, что женщины в свое время не были допущены к переделу собственности. Или просто отсутствует информация о нормально развивающемся большом и среднем женском бизнесе в сфере промышленности. Либо, вероятнее всего, государственные служащие, которым запрещена коммерческая деятельность, регистрируют предприятия на имя своих жен и «нелегально» успешно занимаются бизнесом, используя при этом свое служебное положение. Поэтому женским нужно считать предприятие, в котором женщине принадлежит не только 51% или более собственности, но и право решающего голоса в определении основных задач, касающихся деятельности предприятия.

Для выполнения основной задачи исследования было разработано организационно-методическое обеспечение, включающее проведение тренингов в фокус-группах по основам предпринимательской деятельности и бизнес-планированию, а также анкетирование по специально разработанным анкетам.

Тренинги с различными категориями участников — школьники (возраст 14–17 лет), студенты профессионально-технических училищ (17–19 лет), студенты высших учебных заведений гг. Киева и Коростеня (20–25 лет) — проводились на протяжении 1999–2004 гг.

В анкетировании 2003–2004 гг. приняли участие студенты киевских вузов, приехавшие на учебу из ма-

лых городов (18–25 лет), учащиеся Киевского лицея бизнеса (16–17 лет), молодежь гг. Коростень, Овруч и Лугины (16–28 лет), в частности, учащиеся Технического колледжа г. Коростень (16–18 лет) и профтехучилища № 35 г. Овруч (16–17 лет). Нам было интересно узнать не только мнения различных категорий респондентов о проблемах молодежного женского предпринимательства, но и то, каким образом сформулируют свои взгляды студенты столичных вузов и молодежь малых городов. Поэтому анкеты содержали только открытые вопросы, а варианты ответов не давались. Респондентам самим предоставлялась возможность определить наиболее важные, по их мнению, факторы. На каждый открытый вопрос анкеты было дано от одного до пяти ответов. В приведенных результатах анкетирования количество процентов указывает на то, какая часть опрошенных выделила важность данного фактора. Исходя из этого, сумма ответов по открытым вопросам превышает 100%. Мы приводим только те факторы, на которые обратили внимание не менее 3% респондентов. Результаты округлялись до 1%. Для выяснения более общей картины мы также использовали результаты других исследований проблем «состоявшихся» женщин-предпринимательниц и действующих предприятий [3–6].

Первый вопрос анкеты касался мотивации занятия женщинами предпринимательской деятельностью (табл. 2).

Если в широком плане характеризовать эти факторы, как элементы «призвания» и «принуждения», то молодые женщины столицы и малых городов считают приоритетными элементы «призвания»: потребности самореализации и самовыражения, а также

Таблица 2

**Причины, по которым женщина начинает
предпринимательскую деятельность (в %)**

Причина	Молодежь г.Киева	Молодежь гг.Короستنя, Овруча, Лугины	Женщины-пред- принимательницы гг.Киева и Хмельницкого [6]
Потребности самореализации и само- выражения	65 (1)	51 (1)	62 (3)
Независимость, в т.ч. финансовая	53 (2)	22 (2)	76 (1)
Самостоятельное принятие решений	47 (3)	10 (8)	
Обеспечение достойного существо- вания и будущего своего и своей семьи	30 (4)	41 (4)	
Заработать деньги	18 (5)	44 (3)	64 (2)
Желание стать успешной	6 (6-9)	5 (9-13)	
Добиться уважения	6 (6-9)	5 (9-13)	
Любопытство, интерес	6 (6-9)	—	
Безработица	—	15 (5-7)	7 (7)
Тяжелое материальное положение семьи	—	15 (5-7)	
Несостоятельность мужчин обеспе- чить семью	—	15 (5-7)	
Показать, что женщины тоже чего-то стоят	—	5 (9-13)	
Иметь достойное положение в об- ществе	—	5 (9-13)	
Дать «работать» своим деньгам	—	5 (9-13)	
Желание сделать карьеру	—	3 (14)	
Общественное признание			10 (6)
Стремление удовлетворить потреб- ности людей в товарах и услугах			36 (4)
Разочарование прежней работой			24 (5)

Примечание: респонденты давали от одного до пяти ответов. Проценты — от числа респондентов. В скобках указана приоритетность.

желание иметь финансовую неза-
висимость. Как видим, основные
причины у молодых женщин и
женщин-предпринимательниц со-
падают. Хотя такие важные фак-
торы, как стремление удовлетво-
рить потребности людей в товарах
и услугах и разочарование прежней
работой, называют только «состо-
явшиеся» женщины-предприни-
мательницы. Видимо, именно то,
что у них уже были бизнес-идеи,

способствовало началу их пред-
принимательской деятельности.
Согласно результатам исследова-
ния [5], в 2000 г. в сельской мест-
ности и в небольших городах (с на-
селением до 200 тыс. человек) чис-
ло самозанятых женщин превышало
количество самозанятых мужчин.
Это дает основание предполагать,
что в малых городах женское пред-
принимательство имеет высокую
мотивацию и при определенной

Мероприятия по социальной защите молодежи (в %)

Мероприятия	Молодежь Донецкого региона [3]
Содействие в трудоустройстве	71
Квотирование части рабочих мест	41
Профессиональное обучение незанятых	40
Поддержка молодежного предпринимательства	30
Общественные работы для молодежи	25
Создание молодежных бирж труда	22
Выплата помощи по безработице	21
Профессиональное консультирование молодежи	18
Временная занятость подростков	17
Осуществление молодежной практики	14
Коррекция профессиональных планов	10
Смягчение сезонных «пиков» молодежной практики	3
Затрудняюсь ответить	8

Примечание: респонденты давали несколько ответов. Проценты — от числа респондентов.

поддержке можно ожидать дальнейшего его развития.

Поддержку молодежного предпринимательства считает наиболее важным мероприятием по социальной защите молодежи каждый третий опрошенный в Донецком регионе [3] (табл. 3).

При определении факторов, препятствующих развитию женского предпринимательства в нашей стране, получены следующие результаты (табл. 4).

Результаты анкетирования показывают: молодые женщины главные «тормозящие» факторы видят в бытующих общественных стереотипах, в сложности совмещения профессиональных и семейных обязанностей, недостатке специальных знаний и опыта, причем столичные студентки более обеспокоены тем, что общество не вполне готово воспринимать новую роль женщины как предпринимательницы. Они больше внимания уделяют необходимости овладения специальными знаниями. Молодые женщины из малых городов отмечают прежде

всего проблему сложности совмещения профессиональных и семейных обязанностей. Они находятся под более сильным влиянием стереотипов, поскольку одной из причин начала предпринимательской деятельности также называют несостоятельность мужчин обеспечить семью (см. табл. 2). Большинство молодых женщин указывают на отсутствие качеств характера, необходимых для успешного ведения предпринимательской деятельности, на неуверенность в собственных силах. Последние два фактора могут свидетельствовать о низкой самооценке. Следовательно, для привлечения молодых женщин в сферу предпринимательства необходимо, в частности, проводить тренинги по повышению самооценки, личностному росту, основам предпринимательской деятельности, гендерным вопросам. Необходимо также проводить работу по воспитанию нового взгляда на роль женщины в современном обществе. О недостатке специальных знаний, но уже совершенно конкретных,

**Основные факторы, препятствующие
предпринимательской деятельности (в %)**

Факторы	Молодые женщины г.Киева	Молодые женщины гг.Коростеня, Овруча и Лугины	Женщины-предпринимательницы гг.Киева и Хмельницкого [6]	Женщины, руководители малых предприятий [5]	Форум предпринимателей в Ивано-Франковске [4]*
1	2	3	4	5	6
Стереотипы: бытует общественное мнение, что предпринимательство — мужское дело	48 (1)	27 (2-3)			
Недостаток специальных знаний, опыта	35 (2)	20 (4-5)			
Отсутствие качеств характера, необходимых предпринимательнице	30 (3)	20 (4-5)			
Семейные обязанности, личная жизнь	25 (4)	50 (1)			
Неуверенность в собственных силах и успехе своего дела	24 (5)				
Несовершенство законодательной базы	12 (6)				
Отсутствие начального капитала		27 (2-3)		46 (1)	
Отсутствие доступа к «дешевым» кредитам					
Проблемы с получением консультаций по продажам и маркетингу			72 (1)	5 (7)	+
Проблемы с производственным оборудованием			71 (2)		
Проблемы с поиском и улучшением помещений			36 (3)		+
Проблемы информационного обеспечения бизнеса			26 (4)		+
Проблемы с подбором квалифицированной рабочей силы			24 (5)		+
Низкий спрос на продукцию (услуги)			16 (6)		+
Инфляция				36 (2-3)	
Недостаток оборотных средств				36 (2-3)	
Низкие рыночные цены на продукцию (услуги)				21 (4)	+
Чрезмерный административный контроль и давление со стороны местной власти				16 (5)	+

1	2	3	4	5	6
Несовершенство и обременительность налогового законодательства				11 (6)	+
Чрезмерная усложненность разрешительных процедур для открытия бизнеса					+
Практическое отсутствие государственной финансовой поддержки					+
Несовершенство нормативного регулирования					+
Несовершенство государственной статистической отчетности					+
Нестабильность финансовых и товарных рынков					+
Большое количество лицензионных видов деятельности					+

Примечания: респонденты давали от одного до пяти ответов. Проценты — от числа респондентов. В скобках указана приоритетность.

*Приводятся основные проблемы, препятствующие развитию женского предпринимательства, определенные участниками форума в Ивано-Франковске «Проблемы развития предпринимательства в западном регионе Украины и гендерные аспекты малого бизнеса», состоявшегося 19 июня 2003 г. [4].

говорят и многие «состоявшиеся» женщины-предпринимательницы. Результаты исследований [6] показывают очень незначительные гендерные отличия проблем в бизнесе в восприятии женщин и мужчин. Однако отмечают: женщины в большей степени нуждаются в помощи внешних консультантов. Сравнивая основные факторы, препятствующие развитию в Украине предпринимательской деятельности, указанные женщинами-предпринимательницами, с теми, о которых говорили исследователи еще около 10 лет назад [16], мы почти не увидели никаких позитивных сдвигов, хотя еще в те времена указывалось, что стратегической проблемой экономичес-

кой политики в условиях формирования социально ориентированного рынка является становление и развитие малого бизнеса, как и предпринимательства в целом. А недооценка роли и места малого предпринимательства, игнорирование его экономического и социального потенциала могут принять характер стратегического просчета [15]. В наше время разве что стали говорить не о давлении криминальных структур, а о чрезмерном административном контроле и о давлении местных органов власти. И начали поднимать вопрос о низкой квалификации, уровне знаний и профессиональных навыках работников сферы малого бизнеса. Поэтому можно сделать

вывод: назрела актуальная необходимость в создании эффективной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для предпринимательской деятельности. Несмотря на то, что доступнее стали кредиты для малого и микробизнеса, предоставленные некоторыми коммерческими банками, в частности, во время работы по программе Европейского банка реконструкции и развития, а также Немецко-украинского фонда [14], малый бизнес остро нуждается в пересмотре финансовой и кредитной политики. По-прежнему продолжают оставаться острыми проблемы информационного обеспечения бизнеса.

При выяснении вопроса: необходима ли поддержка женского предпринимательства (в частности молодежного) и, если «да», то кем и в какой форме она должна осуществляться, получены следующие ответы (табл. 5).

Результаты анкетирования свидетельствуют: женское предпринимательство нуждается в конкретной поддержке. На наш взгляд, в реальной государственной помощи особенно нуждается молодежное женское предпринимательство на региональном уровне, поскольку 30% молодых женщин рассчитывает только на моральную и материальную поддержку семьи и близких.

На вопрос о том, могут ли образовательные программы помочь женщинам стать конкурентоспособными в сфере предпринимательства и если «да», то на что они должны быть направлены, получены следующие ответы (табл. 6).

Результаты анкетирования показывают: большинство респондентов считает, что образовательные программы могут помочь женщинам стать конкурентоспособными в сфе-

ре предпринимательства. В таблице приведены результаты социологического опроса оценки женщинами-предпринимательницами Донецкого региона уровня своих знаний, необходимых для управления предприятием. Как видно, по крайней мере 60% из них нуждаются в тех или иных знаниях в области предпринимательской деятельности. Данные, приведенные в табл. 4, свидетельствуют: 71% опрошенных женщин-предпринимательниц необходимы консультации (советы) по продажам и маркетингу. Как показывают результаты исследований [4–6], женщины в большей мере, чем мужчины, нуждаются во внешних консультациях и принимают участие в работе различных профессиональных ассоциаций. Это еще больше убеждает нас в актуальности создания эффективной системы подготовки специалистов для предпринимательской деятельности и разработки образовательных программ по женском предпринимательству, а также в необходимости содействия развитию женских деловых ассоциаций.

Позитивное влияние образовательных программ на женский бизнес ярко подтверждают результаты четырехлетнего сотрудничества Международного фонда «Відродження» и Винрок Интернешнл в направлении расширения экономических возможностей женщин [4]. При этом необходимо отметить весомый вклад украинских женских общественных организаций в развитие женского предпринимательства. Среди основных результатов совместных конкурсов по программам грантов отметим следующие. Услугами 56 проектов, выполняемых женскими общественными организациями при финансовой поддержке указанных фондов,

Таблица 5

Необходимость в поддержке женского предпринимательства (в %)

Ответ	Молодые женщины г.Киева	Молодые женщины гг.Коростеня, Овруча, Лугины	Женщины- предприни- мательницы До- нецкого региона [11]***
Да	88**	35**	
Нет, лучше не мешать	12	7	
Не верю в помощь государства	—	30% (рассчитываю только на моральную и материальную поддержку семьи и близких)	
Да, но не знаю, в какой форме	—	15	8
Может помочь лоббирование на всех уровнях продвижения женщин	—	5	
Необходимы только связи и знакомства	—	5	
Может быть	—	3	
	**Необходимы: государство обязано создать условия, чтобы можно было честно заниматься бизнесом. Нужны: разумное налогообложение, стабильное и разумное законодательство; образовательные программы в формах тренингов, семинаров, круглых столов; создание молодежных бизнес-центров, где можно получать консультации юристов и экономистов; обеспечение доступа молодежи к кредитам; информационная поддержка СМИ и общественными организациями; воспитание нового взгляда на роль женщины в обществе; поддержка семьи.	*Необходимы: ослабление налогового пресса, воспитание нового взгляда на роль женщины в обществе, налаженная система образовательных программ, обеспечение доступа молодежи к кредитам, образовательные программы, возможность получения юридической и бухгалтерской консультаций, доступность информации.	
Верховная Рада Украины	—	—	63
Местные органы исполнительной власти	—	—	39
Правительство Украины	—	—	37
Президент	—	—	20
Женские общественные организации	—	—	20
Профсоюзы	—	—	3

*** *Примечание:* респонденты давали более одного ответа. Проценты — от числа респондентов.

Таблица 6

Содействие образовательных программ развитию предпринимательства (в %)

Ответ	Молодые женщины г.Киева***	Молодые женщины г.Коростеня, Овруча, Лугины**	Женщины-предпринимательницы Донецкого региона[3]**
Могут содействовать	82	74	
Нет	18	5	
Да, но не знаю, на что они должны быть направлены		14	
Не знаю		7	
Существующих знаний вполне достаточно**			40
Существующих знаний в основном не хватает**			30
Существующих знаний скорее не хватает**			26
Существующих знаний не хватает**			4
	***Необходимы: образовательные программы, направленные на получение теоретических знаний в сфере предпринимательской деятельности, овладение практическими навыками решения бизнес-задач; тренинги по стратегическому и бизнес-планированию, менеджменту, маркетингу; предоставление консультаций; освещение конкретных примеров из жизни; получение достоверной информации о перспективах развития различных сфер предпринимательской деятельности; оказание помощи в повышении самооценки; воспитание интереса молодежи к предпринимательской деятельности	*Необходима помощь в повышении уровня образования в области предпринимательской деятельности и информационная поддержка.	

**Примечание: респонденты давали более одного ответа. Проценты — от числа респондентов.

воспользовались 14 тыс. человек (в т.ч. более 200 мужчин). При этом в тренингах и семинарах приняли участие 8900 человек. Консультации по ведению бизнеса получили

8314 человек. Нашли новую работу 2400 человек. Открыли собственный бизнес 670 человек. При этом 40 женщин получили микрокредиты на общую сумму 236790 грн., а

ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПНОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ В МАЛЫХ ГОРОДАХ УКРАИНЫ...

120 человек — одноразовую денежную помощь в размере от 1500 до 2500 грн. В частности, женщины открыли собственные дела в таких направлениях деятельности: производство, переработка и реализация сельскохозяйственной продукции, в т.ч. выращивание птицы, пчеловодство; выращивание и реализация ранних овощей и фруктов; производство, в т.ч. выпекание хлебобулочных изделий, пошив одежды и постельного белья, изготовление мебели; созданы периодические издания; в области социально-бытовых услуг — мини-прачечные, показ видеофильмов, прокат видеокассет, ремонт одежды; юридические и бухгалтерские услуги; предприятия в сфере торговли. Из 1412 женщин, закончивших к апрелю 2003 г. бизнес-курсы в шести цен-

трах поддержки женского бизнеса, 436 открыли свой бизнес и создали 1299 рабочих мест. После окончания обучения 284 женщины нашли новую работу [4].

Как видим, сфера женского предпринимательства, к сожалению, пока весьма ограничена. Поэтому мы попытались выяснить, существует ли, по мнению наших респондентов, различие между женским и мужским предпринимательством. Мы получили следующие ответы (табл. 7).

Аналогичные ответы дали и молодые мужчины (табл. 8).

Результаты свидетельствуют о том, что большая часть молодежи не видит разницы между женским и мужским предпринимательством и считает, что существуют мужской и женский стили руководства и под-

Таблица 7

Различие между женским и мужским предпринимательством (в %)

Ответ	Молодые женщины г.Киева	Молодые женщины гг.Коростень, Овруча, Лугины
Не существует	80 *	77 **
Существует, но я не знаю, какое	20	10
Не знаю		8
Если и существует, то незначительное		5
	* Различий между женским и мужским предпринимательством не существует: успех в бизнесе зависит от личных качеств, а не от пола. Существует разный подход к ведению бизнеса: женщины более ответственны, они реже рискуют и больше доверяют своей интуиции, чем знаниям. Им сложнее в бизнесе, потому что общество хуже относится к женщинам, ведущим предпринимательскую деятельность, и не все мужчины готовы к деловому партнерству с женщинами. Молодые женщины считают, что будущее бизнеса за деловым партнерством между мужчинами и женщинами.	** Различий между женским и мужским предпринимательством не существует: успех в бизнесе зависит от личных качеств, а не от пола. Существует разный подход к ведению бизнеса: женщины более ответственны, заботливы, человечны, рассудительны, сообразительны. Они не злоупотребляют алкоголем, и в этом их основное преимущество. Женщинам сложнее в бизнесе, потому что не все мужчины готовы к деловому партнерству с ними.

Таблица 8

Различие между женским и мужским предпринимательством (в %)

Ответ	Молодые мужчины г. Киева	Молодые мужчины гг.Коростеня, Овруча, Лугины
Нет	76 **	63 *
Существуют, но я не знаю, какие	24	20
Не знаю		9
Если существуют, то незначительные		5
Женщинам не под силу заниматься предпринимательством		3
	** Различий между женским и мужским предпринимательством не существует: успех в бизнесе зависит от личных качеств, а не от пола. Существует разный подход к ведению бизнеса: мужчины более склонны к риску, способны быстрее принимать решения, их деятельность более организована. Женщинам сложнее в бизнесе, потому что не все мужчины готовы к деловому партнерству с ними: в принятии решений женщины более полагаются на свою интуицию, чем на знания, они более эмоциональны и менее выносливы, чем мужчины.	* Существует разный подход к ведению бизнеса: женщины честно ведут свой бизнес, они более открыты, ответственные. Женщины более хватки в делах, касающихся денег.

ход к ведению бизнеса, а успехи в предпринимательской деятельности зависят в основном от личности предпринимателя, а не от пола.

На вопрос о том, в каких видах предпринимательской деятельности женщины могут соперничать с мужчинами и достигать лучших результатов, получены следующие ответы (табл. 9).

Аналогичные результаты дали на этот вопрос анкеты молодые мужчины (табл. 10).

Результаты анкетирования свидетельствуют: большая часть молодежи считает, что женщины могут преуспевать в предпринимательской деятельности. Респонденты указали сферы бизнеса, в которых, по их мнению, женщины могут достигать лучших результатов, чем

мужчины. Согласно исследованиям [5], в сферах оптовой и розничной торговли, бытового обслуживания и общественного питания преобладают предприятия, контролируемые женщинами. Большинство предприятий в сферах строительства, транспорта и связи, финансов, страхования и недвижимости, консультационных услуг контролируются мужчинами.

На вопрос о том, может ли способствовать активизации и развитию молодежного предпринимательства освещение СМИ различных предпринимательских историй, молодые женщины выразили следующее мнение (табл. 11).

Таким образом, большинство респондентов уверено: освещение СМИ различных предприниматель-

Таблица 9

Сферы предпринимательской деятельности, где женщины преуспевают наравне с мужчинами: мнение женщин (в %)

Ответ	Молодые женщины г.Киева*	Молодые женщины гг.Короستنя, Овруча, Лугины**
Во всех сферах	88	81
Практически, во всех	—	12
Не знаю	12	7
Мужчины лучше во всех сферах деятельности	—	—
	*Мужчины могут иметь некоторые преимущества при решении стратегических задач, а женщины — при решении тактических. Женщины достигают лучших успехов в торговле, кулинарии, сфере связей с общественностью, предоставлении различного вида бытовых услуг.	**Женщины достигают лучших успехов там, где необходима женская интуиция. Особенно они преуспевают в торговле, кулинарии, косметологии, легкой промышленности, в сферах образования, развлечений, моды, предоставлении бытовых услуг. Мужчины лучше преуспевают в бизнесе, связанном с техникой.

ских историй может способствовать активизации и развитию молодежного предпринимательства.

В результате анкетирования также выяснилось: 90% столичной мо-

лодежи, 76% женщин и 79% мужчин из малых городов Житомирской области считают, что СМИ уделяют недостаточно внимания развитию предпринимательства.

Таблица 10

Сферы предпринимательской деятельности, где женщины преуспевают наравне с мужчинами: мнение мужчин (в %)

Ответ	Молодые мужчины г. Киева	Молодые мужчины гг.Короستنя, Овруча, Лугины
Во всех видах	90	71
Практически, во всех видах	—	14
Не знаю	—	10
Мужчины лучше во всех сферах деятельности	10	5
	Женщины достигают лучших успехов в юридическом деле, аудите, бухгалтерии, рекрутинге, предоставлении различного вида бытовых услуг, производстве одежды и продуктов питания, косметическом и модельном бизнесе, в работе с детьми и пожилыми людьми, в сетевом бизнесе. Женщины могут достичь лучших результатов во всех видах деятельности, куда они вкладывают свою душу.	

Содействие развитию предпринимательства органами СМИ (в %)

Ответ	Молодые женщины г.Киева *	Молодые женщины гг.Коростеня, Овруча, Лугины**
Могут содействовать	78	90
Нет	12	5
Не знаю	10	5
	* Особенно с точки зрения мотивации тех, кто еще не решился заняться предпринимательской деятельностью.	** Можно будет избежать чужих ошибок, перенять опыт других; позитивные примеры могут стать стимулом для ведения своего бизнеса.

Только 5% опрошенных в малых городах имеют доступ к Интернету и 2% используют его для получения образовательной информации. Для сравнения, 90% студенческой молодежи Киева имеют доступ к Интернету и используют его в целях образования. В Киеве, где значительно легче получить необходимые знания и информацию, по состоянию на 2002 г. зарегистрировано 41,6 тыс. малых предприятий. Это составляет 17% числа малых предприятий, действующих по всей территории Украины. Количество малых предприятий на 1 тыс. человек в столице составляло в 2002 г. 16 единиц. В малом бизнесе столицы работает около четверти миллиона человек. Из них две трети заняты торговлей и предоставлением услуг, а треть — производственной деятельностью [2]. Как считают 90% респондентов, недостаточный доступ к информации, «дешевым» кредитам, отсутствие специальных знаний и современных учебников по основам предпринимательства, недостаточное освещение СМИ различных предпринимательских историй препятствуют их занятиям предпринимательской деятельностью.

В результате проведенных исследований нами предложены рекоменда-

ции для эффективного использования потенциала молодых женщин и развития молодежного, в частности женского, предпринимательства. С этой целью необходимо:

- создать механизмы государственной поддержки молодых женщин для их равноправного и активного участия в предпринимательской и экономической деятельности, особенно на региональном уровне;
- разработать специализированные научные программы по изучению проблем молодых женщин в обществе, особенно в регионах Украины, и выработать конкретные механизмы решения этих проблем;
- обеспечить учебные заведения современной материально-технической базой, учебно-методической, периодической и статистической литературой, а также программным обеспечением учебно-воспитательного процесса с их оперативным обновлением;
- усовершенствовать систему профобразования молодежи и программы обучения во всех учебных заведениях с учетом новых условий жизни;
- разработать и внедрить в учебно-воспитательный процесс всех учебных заведений курс «Основы

предпринимательства» с учетом перспектив самозанятости молодежи;

- обеспечить доступ молодых женщин, ведущих предпринимательскую деятельность, к получению «дешевых» кредитов;

- разработать систему информационной поддержки малого и среднего бизнеса;

- содействовать формированию СМИ позитивного имиджа предпринимательства, предпринимателя и, в частности, женщины-предпринимательницы;

- содействовать развитию молодежных бизнес-центров и консультационной инфраструктуры для поддержки молодежного предпринимательства;

- содействовать развитию женских общественных организаций и ассоциаций предпринимательниц, особенно на региональном уровне;

- изучить и использовать богатый опыт работы общественных организаций по экономическому образованию женщин;

- разработать государственную систему грантовой поддержки женских общественных организаций по проведению для молодежи тренингов по личностному росту, гендерным вопросам, повышению самооценки, основам предпринимательской деятельности и бизнес-планированию;

- содействовать воспитанию нового взгляда на роль женщины в обществе.

Реализация этих и других мероприятий на государственном уровне создаст необходимые условия для развития молодежного женского предпринимательства, а также поможет решить актуальную проблему трудовой занятости и социальной защищенности молодежи.

1. *Середній клас України: проблеми та соціально-економічні передумови становлення.* — К.: Корпорація, 2004. — 582 с.

2. *Статистичний щорічник України за 2002 рік.* — К.: Техніка, 2002.

3. *Борецька Н. П.* Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми. Монографія. — Донецьк: Янтра, 2001. — 352 с.

4. *Аналітична довідка про чотириохрічну співпрацю Міжнародного фонду «Відродження» та Вінрок Інтернешл у підтримці програм розвитку жіночого бізнесу в Україні // Вісник програми «Громадські ініціативи».* — 2003. — № 13.

5. *Дослідження стану підприємництва серед жінок в Україні, проведене Київським міжнародним інститутом соціології для проекту Ньюбизнет.* — К., 2000.

6. *Исакова Н.* Гендерные сходства и различия в деятельности и оценках украинских предпринимателей // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2001. — № 2. — С.144–153.

7. *Малый бизнес Украины. Ассоциация сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні.* — К.: Єднання, 1997. — 144 с.

8. *Бондар І. К.* Підприємництво в Україні як економічна основа становлення середнього класу // Мат. першої міжн. наук.-практ. конф. «Підприємництво як соціально-економічна передумова становлення середнього класу». — К., 2004. — С. 117 — 122.

9. *Лич В. М.* Зростання потенціалу молоді України як необхідна передумова розвитку підприємництва та становлення середнього класу // Там само. — С. 114–116.

10. *Личенко Г. Г.* Удосконалення розвитку вітчизняного малого підприємництва // Там само. — С. 57–60.

11. *Ткаченко М. В., Жарова Н. В.* Основи формування конкурентного підприємницького середовища // Там само. — С. 85–89.

12. *Бербека В.* Особливості розвитку малих підприємств регіону та їх інвестування // Регіональна економіка. — 2003. — № 2. — С. 201–208.

13. *Барильська В., Пустыльник Т.* Проблеми розвитку молодежного предпринимательства в малых городах Украины // Мат. третьої загальноукр. студ. наук.-практ. конф. «Молодь, соціальна політика і проблеми національного відродження України». — Донецьк: Донецький інститут ринку та соціальної політики, 2004. — С. 16–18.

14. *Среди американских строителей все больше женщин* // *Новости строительства*. — 2004. — № 5 (16).
15. *Варналій З. С.* Малий бізнес України: проблеми становлення и перспективи розвитку // *Урядовий кур'єр*. — 1995. — 27 квітня.
16. *Варналій З. С.* Малий бізнес України у цифрах і фактах — К., 1995. — 32 с.
17. *Алимова Т., Буев В., Голикова В., Долгопятова Т.* Проблемы малого бизнеса глазами предпринимателей // *Вопросы экономики*. — 1994. — № 11. — С. 108–123.
18. *Алимова Т.* Малий бізнес в зеркале официальной статистики // *Вопросы экономики*. — 1994. — № 8. — С. 31–39.
19. *Бабаева Л. В., Чирикова А. Е.* Женщины в бизнесе // *Социологические исследования*. — 1996. — № 4. — С. 75–80.
20. *Жук А.* Малий бізнес в мире и в Украине // *Экономика Украины*. — 1995. — № 7. — С.33–39.

*В. П. Соловьев,
заместитель директора*

*В. Я. Артемова,
старший научный сотрудник*

*И. Е. Битюкова,
младший научный сотрудник*

Рамочные программы Европейского Союза и участие в них украинских ученых

Научно-техническая политика Европейского Союза (ЕС) осуществляется путем специальных исследовательских программ, которые объединяют научные учреждения, компании и исследовательские центры разных стран ЕС в совместные исследовательские проекты. Приоритеты и темы исследований определяются в больших научных рамочных программах (РП). Они разрабатываются Еврокомиссией и утверждаются Европарламентом и Евросоветом. Действие каждой рамочной программы рассчитано на пять лет, этот срок определен Ев-

ропейской комиссией по исследованиям и развитию и признан оптимальным.

Далее изложены основные черты и приоритеты рамочных программ.

Первая рамочная программа: 1984—1987

Программа имела семь приоритетных сфер: сельское хозяйство, энергетика, промышленность, сырьевые материалы, социальные аспекты (особенно улучшение условий жизни и работы), охрана окружающей среды и человеческие