

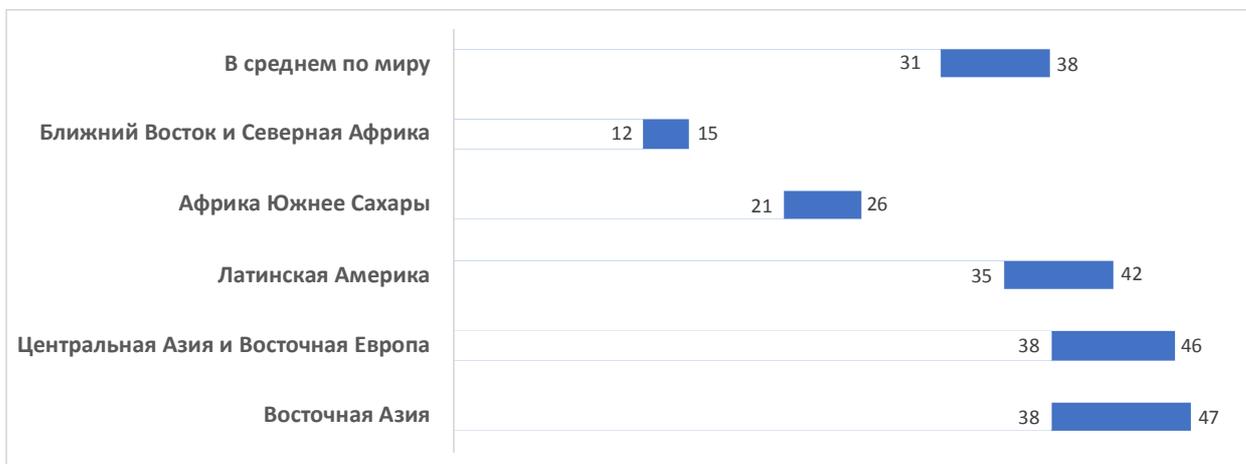


МСП: ГЕНДЕРНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

Одна из ключевых особенностей малого и среднего бизнеса состоит в том, что, как правило, это семейные предприятия. Благодаря этому решается ряд важных социальных проблем: повышается финансовая устойчивость домохозяйств, создаются рабочие места, расширяется экономический базис общества. Как показывает практика, человеческий фактор (наличие активных и ответственных людей, готовых начать собственный бизнес, трезво оценить сопутствующие риски и выгоды) – важнейший ресурс, обеспечивающий развитие малого бизнеса. Поэтому обеспечение гендерного равенства, широкое вовлечение женщин в предпринимательство в малом и среднем бизнесе, может обеспечить ускоренное развитие этого сегмента экономики.

В экономически развитых странах – членах организации экономического сотрудничества и развития – доля женщин-предпринимателей в малом и среднем бизнесе, в среднем, составляет около 30% и остается в последние годы стабильной. В среднем по миру доля женщин-предпринимателей составляет 31% - 38%, а в странах Восточной и Центральной Азии, Восточной Европы - до 47%.

Доля (%) предприятий малого и среднего бизнеса, имеющих, как минимум, одну женщину в числе учредителей



Низкое число женщин-предпринимателей в странах Ближнего Востока и Северной Африки – следствие культурных особенностей и законодательных ограничений.

Интересно, что статистика по ряду стран Юго-Восточной Азии (Индонезия, Малайзия, Вьетнам, Таиланд) показывает, что предприятия, имеющие в составе учредителей женщин, демонстрируют, в среднем, на 6% - 8% более высокие темпы роста.

Эксперты Азиатского банка развития (Филиппины) выделяют следующие особенности малых предприятий, учрежденных женщинами:

- Как правило, они меньше по размеру. С ростом бизнеса число женщин в составе учредителей быстро снижается;
- Малый размер бизнеса связан с тем, что женщины уделяют бизнесу только часть времени, деля его между работой и семьей;
- Женщинам, как правило, труднее получить доступ к финансированию для развития своего бизнеса;
- Большинство компаний, контролируемых женщинами, работают в сфере услуг, бытового обслуживания, общественного питания.

Для России этот опыт показывает возможные ключевые точки развития женского малого и среднего предпринимательства: доступ к финансированию, приоритетная поддержка сферы услуг (можно получить быстрые результаты), развитие цифровых технологий, упрощающих дистанционное ведение бизнеса и доступ к государственным услугам.