

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В работе представлены доводы на тему женского предпринимательства в Республике Беларусь. На протяжении многих веков основным назначением женщин являлось продолжение рода и поддержание семейного очага. Сегодня во всем мире наблюдается устойчивый рост участия женщин в экономике. Активное вовлечение женщин способно придать новый импульс развитию мировой экономики и позволит в долгосрочной перспективе создать базис для устойчивого и долговременного роста национальной и глобальной экономики.

Выгоды развития женского предпринимательства:

- рост эффективности использования человеческого капитала на рынке труда и снижение феминизации малооплачиваемых отраслей. Для белорусского рынка труда характерна профессиональная сегрегация;
- совершенствование структуры предпринимательской деятельности. Женский бизнес обычно ориентирован на улучшение качества жизни и уровня человеческого капитала не только общества в целом, т.е. является социально значимым;
- повышение эффективности использования заемного капитала. Женщины по причине меньшей склонности к риску предпочитают оперировать небольшим капиталом, что даст возможность развития системы микрокредитования;
- увеличение доходов и социального статуса женщин. На рынке труда в Республике Беларусь существуют различия в оплате труда работников, не связанные с качеством человеческого капитала. Таким образом, заработная плата женщин составляет около 75 % заработной платы мужчин;
- снижение уровня безработицы. Женщины чаще выбирают социальное предпринимательство, создавая в том числе рабочие места для людей с ограниченными возможностями. Кроме этого, бизнесы, которыми управляют женщины, также создают рабочие места для других женщин;
- диверсификация взглядов и появление новых идей на рынке. Мышление женщин отличается от мужчин. Поэтому увеличение количества женщин-предпринимателей, послужит появлению новых товаров на рынке;
- содействие способствует экономическому росту страны. Женщины составляют почти 54 % населения Беларуси. Но в то же время женщин-предпринимателей гораздо меньше мужчин. Эксперты убеждены, что именно женское предпринимательство способно повысить уровень белорусского ВВП на 13–14 %.

Пути решения проблем женщин-предпринимателей:

- создавать системы обучения и консультирования женщин в области бизнеса;
- создавать школы информационно-компьютерной грамотности и психологической поддержки начинающих предпринимательниц;

- развивать бизнес-инкубаторы для поддержки женского малого и среднего бизнеса;
- стимулировать инвестиции в женские проекты;
- содействовать повышению социального имиджа женщины-предпринимательницы и социального предпринимательства в целом;
- информировать о возможностях развития женского предпринимательства;
- обеспечивать сбор статистических данных, касающихся женщин-предпринимательниц, исследовать вклад женщин в экономическое развитие страны.

Источники

1. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.by/>. — Дата доступа: 10.03.2024.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 10.03.2024.

СНИЛ Инноватика

В. В. Козырицкий, В. В. Мурашко

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

БГЭУ (Минск)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КАЛИНА»)

Актуальность данной темы не вызывает сомнения, так как в связи с широким ассортиментом продукции на рынке чайных изделий существует необходимость повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции для сохранения стабильного положения на рынке. В работе была проведена оценка конкурентоспособности продукции ООО «Калина», специализирующегося на производстве лекарственных трав, фиточаев, а также биологически активных добавок, и обоснованы направления ее повышения.

Была проведена экспертная оценка продукции четырех основных конкурентов на отечественном рынке кондитерской продукции: ООО «НПК Биотест», ООО «Витро-Лайф», ООО Белтея УП «КАПСИФАРМ». В работе была дополнительно проведена оценка снижения себестоимости продукции. Можно сделать вывод о высоком влиянии интеллектуальной собственности на конкурентоспособность. Продукция является конкурентоспособной на отечественном рынке, в том числе из-за малого количества прямых конкурентов, однако имеет более низкую цену продукции в сравнении с ними.