

УДК 316.334.22

О.І. Швирков, канд. філос. наук
Сумський державний університет
А.М. Костенко

ЖІНКА І СУЧАСНИЙ БІЗНЕС

У статті розглянуто принципово нові можливості, які відкривають сучасні технології, зокрема Інтернет, перед жінками, бажаними започаткувати власний бізнес. Розглянуто, як саме може змінитися бізнес, правила його ведення, якщо в ньому утвориться достатньо великий сегмент, контрольований жінками.

Ключові слова: бізнес, жінка, гендер, постіндустріальне суспільство, цифрові технології, Інтернет.

Бізнес сьогодні – це висококонкурентне середовище, що потребує від людини сильної волі, високих енерго- та розумових затрат, та й просто немалої фізичної сили й витривалості. Особливо це стосується малого та середнього бізнесу, де конкуренція особливо жорстка (ця ідея проводиться, наприклад, у праці [1]). І, безумовно, ця сфера є максимально недружною для жінки. По суті, портрет типової бізнес-активної людини збігається з гендерним маскуліним типом.

Зрозуміло, що це обумовлено головним чином тим, що першими, хто «окупав» сферу бізнесу, були чоловіки. І саме вони задали та й продовжують задавати тон у цій сфері діяльності. Це не добре і не погано. Це, так би мовити, історичний факт. Але це не означає, що так має бути завжди.

Мета цієї статті – спробувати визначити, які є передумови якісних змін у становищі жінки в сучасному суспільстві, тобто які передумови існують для того, щоб жінка дійсно стала відігравати більш вагому роль у суспільстві, щоб кількість жінок у бізнесі (мається на увазі жінок – власниць бізнесу) суттєво зросла, а «вхід» і просування в бізнесі не були для них настільки затратною та травматичною справою. Також ми спробуємо визначити, які у всього цього будуть наслідки.

Щодо передумов. Дуже легко їх визначити, якщо подивитися на проблему з більш загальних позицій. Які взагалі умови підвищення «конкурентоспроможності» та взагалі можливостей жінки в суспільстві? Основну передумову можна вказати апіорі: у суспільстві має бути практично нівельовано суспільну значимість фізичної сили. Бо саме фізична сила головним чином відрізняє чоловіка та жінку (в контексті нашого розгляду, звичайно).

Таке нівелювання, очевидно, відбувається лише в тому разі, коли суспільство досягає певного рівня багатства (а також його справедливого розподілення), розвитку техніки та технології. Якісні зміни у цій сфері щільно корелюють, або

навіть створюють передумови для таких змін у свідомості членів суспільства, коли перевага у фізичній силі, витривалості тощо перестає бути вирішальною. Якраз історія виникнення та розвитку феміністичних ідей, а потім ідей гендерної рівності добре це ілюструє, бо, як відомо, фемінізм виник наприкінці XVIII ст., однак втілення цих ідей у життя, їх реальний вплив на суспільство почався лише із середини XX ст., коли західноєвропейське суспільство досягло досить високого рівня економічного та технічного розвитку.

Таким чином, підвищення ролі жінок у бізнесі безпосередньо залежить від матеріального розвитку суспільства. Досить високий такий рівень позбавляє жінку необхідності розвивати у собі, або точніше, гіпертрофувати маскулініні якості та риси, тобто якості та риси, які сьогодні є визначальними для досягнення успіху в бізнесі, і дозволяє досягти цього успіху перш за все завдяки розуму.

Як же зміниться бізнес, якщо в ньому суттєво зміниться кількість жінок? Гадаємо, що перш за все впаде конкурентне напруження. Як відомо з психології, «хлопці конкурують, дівчата співпрацюють». Незважаючи на поширену думку про те, що конкуренція підвищує якість товарів та знижує ціни, це буде абсолютно позитивним моментом. Справа в тому, що в «чоловічому» бізнесі конкуренція часто має дуже жорсткий характер, причому настільки, що це може призводити до руйнування бізнесу як такого. По суті, часто-густо все зводиться до звичайної війни на знищення. Можна стверджувати, що конкуренція в чоловічому світі дуже часто переходить межі розумного та пристойності взагалі і перетворюється з конкуренції ідей на конкуренцію кулаків, з інструменту вдосконалення на інструмент тотального знищення.

Навпаки, конкуренція в бізнесі за наявності великої кількості жінок-підприємниць матиме, ймовірно, значно м'якші (а отже, більш позитивні та конструктивні) форми. Що конкретно ми таким чином отримаємо, сказати важко. Гадаємо, що навіть жінки самі не зможуть це спрогнозувати. Хоча б тому, що в них досі не було відповідного позитивного досвіду.

Сьогодні ж жінки змушені приймати чоловічі правила гри. Тому вони й конкурують майже так само, як і чоловіки. Але повторімося, це зовсім не означає, що за наявності суттєво жіночого бізнес-середовища ситуація буде такою самою.

Можливо також очікувати створення суттєво нових видів бізнесу.

Щодо ситуації в Україні. Очевидно, що наші «просунуті» жінки непогано засвоїли ідеї гендерної рівності. Перш за все завдяки західній «пропаганді»: книжкам, телебаченню, Інтернету. Багато хто з них навіть намагається втілити ці ідеї в життя. Але тут на них чекає жорстоке розчарування, яке, очевидно, є наслідком різкої невідповідності нашої економічної реальності та західної теорії. Що ж робити? Змиритися та чекати, коли ситуація покращиться? Гадаємо, що оскільки природа людини така, що просто чекати того, що можливо наступить ще не через один десяток років, мало хто погодиться. Можна, звичайно, податися за кращою долею на Захід. Але, як показує досвід багатьох наших співвітчизниць та

й просто здоровий глузд, вихідцям з «периферії» або «напівпериферії» (терміни І. Валерстайна [2]) особливо розраховувати там нема на що.

Ще один варіант – спробувати повернутися до традиційної ролі жінки-матері, жінки-дружини. Але й це сьогодні дедалі важче, оскільки традиційна нуклеарна сім'я, що є породженням індустріальної цивілізації, йде в минуле разом із цією цивілізацією (так само, як пішла в минуле традиційна патріархальна сім'я – породження сільськогосподарського укладу).

Залишається єдине – боротися. Принаймні цей варіант є єдиним для впевненої в собі жінки, котра хоче чогось досягти в цьому світі, якимось реалізувати себе.

Тепер конкретно щодо започаткування власної справи, тобто того, як саме можна «боротися».

Враховуючи ті обмеження, що їх накладає на жінку «чоловічий» бізнес, або його правила гри (перш за все, обмеження щодо фізичних даних), треба визначити, в яких сферах бізнесу ці обмеження найслабші, тобто в яких сферах від «кандидатів» не вимагається тягати каміння та вміти багато пити спиртних напоїв. Перше, що спадає на думку, – царина новітніх технологій. Воно ж і найголовніше. Як здається, цей найсучасніший вид діяльності недостатньо освоєний жінками. Хоча багато хто з них цілком спроможний його освоїти. Всупереч абсолютно хибній, але досі ще поширеній думці, ніби в жінок схильність до логічного мислення, аналізу розвинена гірше, ніж у чоловіків, більшість жінок цілком успішно можуть конкурувати з чоловіками в царині програмування та інформаційних технологій. Інша справа, що самим жінкам ця справа може не дуже подобатися. Але це можна легко пояснити. Хоча б тим, що й сфера високих технологій давно вже також окупована чоловіками, а відтак і «заточена» під них, під їхній розум, їхню психологію. Але якщо в цій сфері таки з'явиться певна «критична» маса жінок, вона обов'язково почне швидко видозмінюватися, стане більш прихильним, дружнім для жінки середовищем, більшою мірою «заточеним» під жінку. Можливо, в цьому випадку ми зможемо побачити, яким дивовижним чином перетвориться Інтернет, та й взагалі світ цифрових технологій. Можливо, з'являться абсолютно нові мови програмування, абсолютно нові принципи організації віртуального світу. Але для цього, повторюємо, треба, щоб накопичилася певна критична маса жінок у цій сфері. Причому жінок – власниць інтернет-бізнесу, оскільки саме в цьому випадку (тобто, коли жінка є власницею) жінка матиме значно більшу свободу маневру, ініціативи для того, щоб цю сферу змінити.

Олвін Тоффлер ще в «Третій хвилі» писав, що країнам, що розвиваються, не має сенсу будувати в себе великі сталеплавильні, хімічні та інші подібні виробництва, оскільки всі вони – породження індустріальної епохи, яка йде в минуле. Значно розумніше й перспективніше розвивати сучасні технології, оскільки за ними майбутнє [12]. І саме ці технології абсолютно індиферентні до фізичної сили та витривалості. Отже, якщо наші жінки справді спробують окупувати хоча б якусь частину цієї сфери, вони не лише значно покращать своє становище, а ще й опиняться на гребені хвилі, що несе в майбутнє, і в такому разі перед ними

відкриються ще більші перспективи. Єдине, що від них вимагається, – бути активнішими, не боятися діяти, освоювати нові технології, тим більше, що в цих технологіях, якщо виникнути, не так вже й багато чогось надто складного.

Цікавим у цьому відношенні є досвід Індії: «Всі більше залучення жінок до громадсько-політичного життя країни стало можливим завдяки двом факторам: розвитку сучасних технологій у сфері комунікацій (Інтернет, стільниковий зв'язок, тощо) та безпрецедентному зростанню жіночої освіченості» [8].

Прикладів, коли люди, далекі від світу хайтек-технологій досягали успіху, зайнявшись, наприклад, інтернет-бізнесом, більш ніж достатньо. Часто це просто домогосподарки чи взагалі пенсіонери. По суті, щоб долучитися до світової інтернет-спільноти треба просто мати комп'ютер та доступ до Інтернету. Навіть незнання англійської мови на сьогодні не є скільки-небудь суттєвим бар'єром, оскільки сучасне програмне забезпечення допомагає легко такий бар'єр долати (наприклад, завдяки електронному перекладачеві пошукової системи Google). Сьогодні для того, щоб стати цілком вправним користувачем можливостей інтернет-технологій, не треба навіть розбиратися у програмуванні.

Для жінок, що займають традиційну нішу домашнього господарства, така діяльність буде абсолютно необтяжливою, не кажучи вже про те, що різниця в курсах валют та можливість віртуального виходу за кордони власної держави можуть призвести до того, що вони швидко почнуть заробляти більше, ніж їхні чоловіки, за інерцією задіяні в традиційних виробництвах індустріальної епохи.

Принаймні будь-який бізнес (у тому числі дрібний – у першу чергу дрібний) повинен мати свій «дубль» у віртуальному просторі, своє віртуальне доповнення (наприклад, у вигляді простенького сайту). Для багатьох розвинених країн таке дублювання-доповнення давно є майже рутиною.

Почати процес залучення широкої громадськості до використання можливостей хай-тек можна з малого – з елементарного інформування цієї громадськості про ті можливості, що відкривають сучасні недорогі інформаційні технології для малого та середнього бізнесу. Людям просто треба хоча б сказати, що взагалі можна робити за допомогою цих технологій. Це не потребуватиме ні багато грошей, ні часу. Одногосподарів для початку буде цілком достатньо. Це тим легше зробити, що на сьогодні існує безліч курсів з навчання комп'ютерній грамотності. Просто програми цих курсів мають бути дещо модифіковані та доповнені. Гадаємо, що орієнтація на конкретну бізнес-діяльність лише збільшить їхню ефективність.

Є сенс започаткувати курси з підготовки жінок до самостійної бізнес-діяльності в Інтернеті на базі університетів. Реалізувати такі проекти також не складно, оскільки вся необхідна база в університетах давно вже є.

Організаційну роботу можуть взяти на себе гендерні ресурсні центри, мережа яких досить давно створена на базі провідних навчальних закладів, у тому числі й регіональних. Такі центри мають великий досвід організації заходів, пов'язаних, наприклад, з пропагандою гендерної рівності. Також вони мають непогані зв'язки з різноманітними міжнародними організаціями, благодійними фондами, які можуть

суттєво посприяти розвиткові проектів залучення жінок до роботи та відкриття власного бізнесу в Мережі.

Особливо ефективною така робота буде в співдружності з центрами компаній на кшталт Microsoft, Netcracker та ін., що також функціонують при багатьох університетах.

Якщо зважити, що кількість студентів щороку невпинно скорочується, а зарплатня викладачів просто мізерна, то можна припустити, що проблем з кваліфікованими кадрами, які б змогли просто, наочно та на високому професійному рівні пояснити, як і що треба робити та «на які кнопки натискати», не буде.

Взагалі, кошти, потрібні для реалізації такого роду програм, порівняно невеликі – перш за все завдяки розвиненості відповідних технологій, віртуалізації та автоматизації багатьох операцій. Це вам не будівництво великих заводів на Уралі чи в Сибіру.

У цьому контексті цікавим є досвід Фінляндії, що є на сьогодні одним з флагманів будівництва та розвитку інформаційного суспільства та держави добробуту (див. книжку з аналогічною назвою М. Кастельса та П. Хімманена [10]). Також цікавим є футуристичне видіння [див. 9].

Інформаційна ера надає жінці величезні можливості для самореалізації, в тому числі в бізнесі. Навіть у таких країнах, як Україна, що подекуди деградувала вже до феодалізму. Можливо це, перш за все, завдяки тому, що інформаційні технології легко «перетікають» через державні кордони та невибагливі до традиційної інфраструктури (наприклад, доріг), а їх інфраструктура, наприклад необхідна для функціонування Інтернету, легко створюється: не проблема просвердити в стіні дірку та просунути кабель. Більше того, у нас вона давно вже є.

Таким чином, справа за «малим»: жінкам просто треба розповісти про те, як можна заробляти за допомогою Інтернету зокрема та інформаційних технологій взагалі. І це теж не важко, оскільки, як вже було сказано, у нас існує потужна мережа навчальних закладів та різноманітних центрів при них.

З прикладами реалізації державних програм, спрямованих на залучення широких мас населення до використання можливостей Мережі, можна ознайомитися в тій самій книзі М. Кастельса та П. Хімманена [10].

Інша перспективна сфера застосування жіночих зусиль – нанотехнології. Як вважається, саме на них сформується новий, вже шостий, технологічний уклад, який знову, в черговий раз докорінно змінить світ. І це шанс для жінок перехопити ініціативу в чоловіків або, принаймні, відвоювати собі вагому частку того майбутнього бізнесу, який сьогодні тільки народжується. Але, звичайно, для цього їм доведеться звернути увагу на свою освіту, переключити увагу з гуманітарних наук на природничі. І знову ж таки, не треба цього боятися. Вигодка про те, що здібності до таких наук у чоловіків у середньому кращі, ніж у жінок, – це всього лише вигадка.

Перспективна галузь – впровадження готових нано-виробів у життя. Це цілком «потягне» невелике підприємство, очолюване жінкою.

Нарешті, для жінок, які все ж таки вирішили не обтяжуватися високими технологіями, можна порадишити пошукати ті сфері діяльності, які чоловіків просто не цікавлять, або створити такі сфери...

Польові дослідження, проведені українськими науковцями, цілком підтверджують ті висновки та міркування, що були репрезентовані вище. Йдеться зокрема про гендерний портрет українського суспільства, створений колективом дослідників Сумського державного університету [6] на основі власних досліджень та досліджень науковців з інших областей, зокрема [3; 4; 5; 7]. Деякі висновки цього дослідження представлені у збірці [11]. Наведемо декілька його результатів, коментуючи їх у руслі тематики статті. Слід зауважити, що контекст нашого коментування значною мірою відрізняється від контексту, в якому своє дослідження розглядали самі автори (можемо дозволити собі таке твердження, оскільки самі входили до дослідницької групи).

Як свідчить статистика, жінки становлять 54% населення України, при цьому рівень зайнятості жінок у середньому на 8% нижчий рівня зайнятості чоловіків [6, с. 6]. Також відомо, що у сферах економіки із середнім та високим рівнем заробітної плати жінки отримують статистично меншу заробітну платню, ніж чоловіки. У промислово розвинених регіонах економічно активних чоловіків значно більше, ніж жінок [6, с. 26].

Бачимо цілком очевидну картину, що свідчить про домінування чоловіків в економічній сфері. Але він показує й інше – і це вже суто наш коментар, – а саме недоліки аналітичного апарату сучасної соціології, його неповноту. Пояснимо.

Усі дослідження, з яких випливає такий висновок, здійснювалися на основі аналізу гендерної ситуації в традиційних секторах економіки, що залишилися як спадок від індустріальної епохи. Звичайно, що він показує і завжди буде показувати типові результати саме для такої економічної структури. Все, що не вкладається в досить тісні рамки індустріального суспільства (точніше, його соціологічного «дубля»), просто не буде зафіксовано. Постіндустріальне ж суспільство ці рамки руйнує, або, точніше, накладає на них свої структури, здебільшого мережеві. Соціологія – традиційна соціологія – була сформована для потреб саме індустріального суспільства. Для дослідження ж цих мережевих структур необхідні нові соціологічні підходи, критерії, термінологія, які б дозволяли по-новому підійти до структури зайнятості. Більше того, відповідний новий понятійний апарат меншою мірою буде консервувати старі гендерні стереотипи у свідомості тих людей, які будуть ознайомлюватися із соціологічними дослідженнями, ніж той, що застосовується зараз. Розроблення такого апарату – важливе завдання для сучасної соціології.

Проведені дослідження показують також, що у всіх регіонах жінки значно рідше схильні здобувати нові професії порівняно з чоловіками. Про що свідчить цей факт? Про те ж саме: про тиск традиційних соціологічних методів та стереотипів індустріального суспільства. У постіндустріальному суспільстві немає такого усталеного розподілу за професіями, що характерний для індустріальної епохи.

У постіндустріальну епоху людина вчиться все життя та здобуває нові знання та навички, а не професії. Те, чому вона навчається на різноманітних курсах та семінарах, – просто не фіксується за посередництвом віднесення до тієї чи іншої професії. Тобто, рамки професійної класифікації поступово розмиваються. Традиційна ж соціологія не в змозі зафіксувати цей новий соціологічний факт, а отже, по-перше, фіксує те, що вже втратило свою вагомість, а по-друге, закріплює в свідомості ті структури та стереотипи, що притаманні епосі, яка йде в минуле, заважаючи хоча б тим самим жінкам побачити нові перспективи, котрі їм відкриває нова епоха.

Інший висновок дослідження: статистично значущих залежностей між підвищенням кваліфікації жінками та зміною їх соціально-економічного становища, виявлено не було [11, с. 36]. Чому такого підвищення не спостерігається? Та через те, що не ту кваліфікацію жінки підвищують! Вони досі орієнтуються на традиційні галузі та традиційні професії. Саме ці останні вони опановують або вдосконалюють на курсах підвищення кваліфікації. Але ж це ті самі сфери, ті самі галузі, в яких домінували, домінують та й будуть домінувати чоловіки! А треба «бити» в зовсім іншу «мішень». Тобто треба йти на зовсім інші курси, вдосконалюватися в зовсім іншій сфері (в якій саме – див. вище). Інша справа, що далеко не завжди такі нові курси можна легко знайти. Але й про це вже йшлося.

Абсолютно точно вкладається в наведені міркування висновок соціологічного дослідження (хоча, звичайно, зараз він вкладений в зовсім інший контекст). Наведемо його майже повністю:

«Кар'єрне зростання чоловіків орієнтується на формалізовані суспільні структури та механізми... Використання аналогічних стратегій жінками не надає їм запланованих результатів. Зрозуміло, що жінки теж мають можливість кар'єрного та суспільного зростання, але його основні механізми лежать у зовсім інших площинах та потребують подальшого вивчення» [11, с. 36].

Отже, все більше проникнення жінок у бізнес, взагалі підвищення суспільної ролі жінок є процесом абсолютно об'єктивним, таким, що обумовлений всім ходом розвитку людства. Його не можна зупинити, можна лише прискорити або загальмувати, і саме від жінок залежить, який із цих двох варіантів зреалізується.

Немає сенсу витратити зусилля на ті сфери діяльності, в яких традиційно «владарювали» чоловіки, оскільки вже створені та створюються такі галузі, де жінка, якщо вона захоче, зможе реалізувати свій потенціал, причому так, як вона того захоче.

1. *Бродель Ф.* Динамика капитализма : пер. с фр. / Ф. Бродель. – Смоленск : «Полиграмма», 1993. – 128 с.

2. *Валлерстайн И.* Миротестовый анализ: введение : пер. с англ. / И. Валлерстайн – М. : Издат. дом «Территория будущего», 2006. – 248 с.

3. Гендерний паспорт Луганської області. – Луганськ : ММЦ «Консалтинг Групп», 2009. – 36 с.

4. Гендерна політика Хмельницького регіону. – Хмельницький : Хмельн. рай. асоціація «Світанок». – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2008. – 100 с.
 5. Гендерний портрет Волинської області. – Луцьк : ТзОВ «Євро сервіс», 2007. – 397 с.
 6. Гендерний портрет українського суспільства : аналіт. дослідж. – Суми : Вид-во СумДУ, 2009. – 58 с.
 7. Гендерна характеристика Миколаївської області : стат. зб. – Миколаїв, 2007. – 140 с.
 8. Железнова Н.А. Глобализация: индийский ответ на мировой вызов / Н.А. Железнова // Воп. философии. – 2009. – № 7. – С. 59.
 9. Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма : пер. с англ. / Я. Зодерквист, А. Бард. – СПб. ; Стокгольм : Школа экономики, 2004. – 252 с.
 10. Кастельс М. Інформаційне суспільство та держава добробуту : фінська модель : пер. з англ. / М. Кастельс, П. Хімманен. – К. : Вид-во «Ваклер», 2006. – 256 с.
 11. Соціально-психологічний портрет бізнес-активної жінки (на прикладі Сумської обл.) : аналіт. дослідж. – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 116 с.
 12. Тоффлер О. Третья волна : пер. с англ. / О. Тоффлер. – М. : АСТ, 1999. – 784 с.
- Отримано 14.04.10*

А.И. Швырков, канд. филос. наук

А.Н. Костенко

ЖЕНЩИНА И СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС

Рассмотрены принципиально новые возможности, которые открывают перед женщинами, желающими начать собственное дело, современные технологии, в частности Интернет. Рассмотрено также, каким именно образом может измениться бизнес, правила его ведения, если в нем образуется достаточно большой сегмент, контролируемый женщинами.

Ключевые слова: бизнес, женщина, гендер, постиндустриальное общество, цифровые технологии, Интернет.

O.I. Shvyrkov, candidate of Phil. Sci., A.M. Kostenko

WOMAN AND MODERN BUSINESS

It is considered new possibilities opening modern technologies for woman who want starting their own business in particular Internet. It is shown how exactly the business and its rules may change if rather big segment controlled by woman is formed inside it.

Keywords: business, woman, gender, postindustrial society, digital technologies, Internet.