



УДК [316.2:316.346.2](470+571)

Возрастные особенности женской предпринимательской активности (на примере женщин-предпринимателей Саратовской области)



М. Э. Елютина, С. В. Ситникова, Ю. А. Семенова

Елютина Марина Эдуардовна, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии социальной работы, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, elutina133@mail.ru

Ситникова Светлана Викторовна, доктор социологических наук, доцент кафедры социальной информатики, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, skareva@yandex.ru

Семенова Юлия Александровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии молодежи, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, semenofa@gmail.com

В статье рассматриваются возрастные особенности женской предпринимательской активности на примере женщин-предпринимателей Саратовской области. Логика работы выстраивается вокруг выявления возрастного профиля женского предпринимательства в Саратовском регионе, а также возрастной специфики ключевых составляющих женской предпринимательской активности. На основе анализа материалов количественного и качественного исследований составлен социально-демографический портрет женщины-предпринимателя и профиль ее деятельности, а также содержательно охарактеризованы возрастные особенности женской предпринимательской активности на примере женщин-предпринимателей Саратовской области. Для представителей старшей возрастной группы женщин-предпринимателей характерен вынужденный старт предпринимательской деятельности, возможность пролонгирования которой неразрывно связана с персональными характеристиками, присущими лидеру. Начало предпринимательской деятельности у представителей средней и младшей возрастных групп связано с накоплением человеческого и социального капитала, вхождением на рынок через доступную нишу. Для них в меньшей степени значимы протоколы и иерархии, а надежная система финансовой компенсации и возможность личностного роста являются для них значимыми мотивационными факторами.

Ключевые слова: женское предпринимательство, возраст, малый и средний бизнес, мотивация, риски.

Поступила в редакцию: 17.07.2020 / Принята: 10.08.2020 / Опубликована: 30.11.2020

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

The Age-Specific Features of Women's Entrepreneurial Activity (On the Example of Women Entrepreneurs in Saratov Region)

М. E. Elutina, S. V. Sitnikova, Yu. A. Semenova

Marina E. Elutina, <https://orcid.org/0000-0001-5186-2418>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, elutina133@mail.ru

Svetlana V. Sitnikova, <https://orcid.org/0000-0003-2365-8780>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, skareva@yandex.ru

Julia A. Semenova, <https://orcid.org/0000-0001-6832-3795>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, semenofa@gmail.com

The article deals with age-specific features of women's entrepreneurial activity on the example of the women entrepreneurs in Saratov region. The logic of the work is built around the identification of the age profile of women's entrepreneurship, as well as the age specificity of the key components of women's entrepreneurial activity. On the basis of the analysis of quantitative and qualitative research materials, a socio-demographic portrait of a woman entrepreneur and the profile of her activities were drawn up, as well as age-specific features of women's entrepreneurial activity were described in detail. The representatives of the older age group of women entrepreneurs are characterized by the forced start of entrepreneurial activity, the possibility of prolongation of which is inextricably linked with the personal characteristics of the leader. The entrepreneurship of the middle and younger age groups is associated with the accumulation of human and social capital and entry into the market through the accessible niche. For them the protocols and hierarchies are less important but a reliable system of financial compensation and the possibility of personal growth present significant motivational factors.

Keywords: women entrepreneurship, age, small and medium business, motivation, risks.

Received: 17.07.2020 / Accepted: 10.08.2020 / Published: 30.11.2020

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-4-399-406>

Актуальность данной темы связана со следующими содержательными моментами.

Во-первых, произошли существенные изменения в гендерной структуре предпринимательства в направлении увеличения предпринимательской активности женщин. Так, если в 1996 г. женщины составляли 12–15% от общего числа предпринимателей, то сегодня – 30–34%¹. Возникли новые моменты, связанные с особым способом переживания времени, ощущением «сжатия времени» в организации предпринимательской деятельности. Перед современными женщинами-предпринимателями особо остро встает задача совмещения своих семейных и трудовых обязанностей. Им свойственны высокая профессиональная нагрузка, сопряженная с выполнением бытовых функций и, как



следствие, катастрофическая нехватка времени. Логично предположить, что этот факт может накладывать негативный отпечаток на эффективность деятельности женщин в трудовой сфере. Однако на сегодняшний день сложилась неоднозначная ситуация. По результатам одних социологических исследований известно, что женщины-предприниматели оценивают собственный опыт сочетания домашних и производственных обязанностей положительно, они в целом, как и мужчины, удовлетворены своими возможностями в предпринимательстве²; по результатам других – более одной трети женщин отмечают, что проблемы высокой занятости домашними делами и наличие маленьких детей являются весомыми трудностями на пути к началу построения бизнеса.

Во-вторых, одним из катализаторов изменений сферы предпринимательства выступает тот факт, что представители старшей возрастной группы, имеющие хорошие показатели здоровья, либо продолжают предпринимательскую деятельность, либо, не покидая рынок труда, выбирают работу по найму и самозанятость, включая ее частный случай – предпринимательство. Существование по меньшей мере трех поколений в поле предпринимательства порождает конкуренцию, которая тем выше, чем более неравноценен опыт и уровень толерантности в отношении представителей иных возрастных групп. Причем с каждым новым поколением предпринимательская активность растет: по сравнению с началом 2000-х, когда только каждый двадцатый россиянин был вовлечен в предпринимательскую деятельность, сейчас каждый десятый житель России либо создает новый бизнес, либо уже является предпринимателем³.

В-третьих, учет наличия географического неравенства в России обуславливает важность исследования данной проблемы на региональном уровне, социокультурная специфика которого отражается на предпринимательской активности женщин.

Цель данной статьи – показать вариативность стартовых условий, ключевых составляющих женской предпринимательской активности в возрастном измерении на региональном уровне.

В крупном тематическом поле исследований предпринимательской деятельности значительное внимание уделяется исследованию гендерных особенностей в построении и ведении бизнеса. Изучая личные качества женщин, исследователи выявили, что наиболее выраженными оказались такие черты, как креативность, интуиция, желание приумножить капитал, минимальная склонность к риску и низкая, по сравнению с мужчинами, уверенность в себе⁴. О. Ф. Гефеле и О. В. Милюкова проанализировали личностные особенности женщин-предпринимателей. Было обнаружено, что для них характерны многовари-

антность личностной структуры, повышенный психологический темпоритм, высокий уровень работоспособности, изменения в оценке психологического возраста. Были выявлены значимые различия уровня субъективного контроля, мотивации к предпринимательской деятельности у женщин-предпринимателей и мужчин-предпринимателей малого бизнеса⁵.

О. С. Дейнека⁶ в своих работах выделяет три группы свойств, входящие в портрет предпринимателя: мотивационно-волевые (склонность к риску, ответственность, стремление бороться и побеждать, потребность в самореализации и общественном признании, выраженность мотива достижения успеха), коммуникативные (талант координатора усилий сотрудников, способность и готовность к терпимости в общении с другими людьми и в то же время способность идти против течения) и интеллектуальные (компетентность, комбинационный дар, развитое воображение, реальная фантазия, развитая интуиция, перспективное мышление). Конечно, данные характеристики описывают скорее идеального, нежели реального предпринимателя. Как наиболее важный, а точнее, необходимый выделяется мотивационно-волевой блок (склонность к риску, ответственность, стремление бороться и побеждать, потребность в самореализации и общественном признании, выраженность мотива достижения успеха). Женщины-предприниматели главным мотивом для занятия предпринимательской деятельностью называют возможность получения дополнительного дохода (37%) и потребность в самореализации (28%). Мужчины-предприниматели указывают на желание работать на себя (40%), обретение независимости (39%) и возможность увеличения уровня дохода (14%).

Интерес представляют исследования, посвященные как добровольной предпринимательской мотивации⁷, так и вынужденной, обусловленной отсутствием других возможностей зарабатывать на жизнь, кроме предпринимательства⁸. К факторам, определяющим недобровольное (мотивированное необходимостью) предпринимательство, относят: безработицу, плохие перспективы развития карьеры, неприемлемые условия труда, профессиональную неудовлетворенность, отсутствие учреждений по уходу за детьми. Л. Е. Душацкий⁹ предлагает выделять три группы доминирующих мотивов современных российских предпринимателей: деловые (потребность человека в определенном занятии или деле, позволяющем максимально задействовать творческие способности и самореализоваться), потребительские (связанные с двумя противоположными стремлениями – выжить и разбогатеть) и статусные (стремление выбиться в люди и приобрести властные полномочия). Рядом авторов (Brockhaus, Hisrich and Brush, Baker, Orhan and Scott, Alstete, Fox и др.) предлагается разделять «толкающие» и «тяну-



щие» факторы (push and pull factors) мотивации предпринимательской деятельности¹⁰. К толкающим факторам относится неудовлетворенность людей их теперешним положением (отсутствие работы, неудовлетворенность работой: заработной платой, возможностями карьерного роста, отсутствием гибкого графика и т. п.), что *вынуждает* их открыть свое дело. Тянущие факторы мотивации – это причины, *побуждающие* людей становиться предпринимателями, своего рода вознаграждение за предпринимательскую деятельность: независимость, самореализация, достижения, предпринимательский «драйв», денежный доход, социальный статус, власть. При этом желание индивида открыть свой бизнес обусловлено переплетением толкающих и тянущих (нужды и выбора) факторов мотивации, из них ключевыми, по данным зарубежных исследований (Hisrich and Brush, Lee-Gosselin and Grise и др.), являются стремление к независимости и к достижениям, а также (в основном для женщин) потребность в гибком графике труда¹¹.

По данным, подготовленным в рамках проекта Global Entrepreneurship Monitor (GEM)¹², по разряду мотивов предприниматели были разделены на три группы. В первую группу вошли те из них, кто в качестве основного мотива называют увеличение дохода (13,8%). Для представительниц второй группы главный мотив – независимость (19,8%). Третью группу составили те, кто используют возможности предпринимательства для поддержания дохода (49,5%). Фактически эта группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости». смешанную мотивацию имеют 16,9% предпринимателей, они не смогли точно определиться, что побуждает их к созданию своей компании и управлению ею. Предприниматели, мотивированные использованием возможностей для увеличения дохода и получением независимости в работе, образуют группу высоко притязательных предпринимателей. В целом три четверти респондентов в мире мотивированы возможностями. Данные GEM показывают, что по мере экономического развития уровень вынужденного предпринимательства снижается, в то время как добровольная мотивация и уровень высоко притязательного предпринимательства увеличиваются. В России в 2018 г. доля вынужденных предпринимателей составила 39,9%.

Отметим, что на фоне солидной разработанности социологии предпринимательства, растущего корпуса литературы по данной тематике наблюдается дефицит научного анализа возрастных особенностей женской предпринимательской активности. Наша статья направлена на заполнение данной лакуны. Как новое социально-экономическое явление женское предпринимательство, рассмотренное в возрастной перспективе, рождает вопросы. Каков его возрастной профиль? Какие экономические ниши

занимают женщины-предприниматели разного возраста? Какие факторы и условия обуславливают старт предпринимательской активности женщин, относящихся к разным возрастным группам? Каков их потенциал?

Для составления социально-демографического портрета женщин-предприниматель и профиля их деятельности в сентябре–декабре 2018 г. в Саратовской области был проведен формализованный опрос. Объем выборочной совокупности составил 349 человек (с учетом общей численности женщин-предпринимателей 23 311 чел.¹³ из расчета доверительной вероятности в 95% с погрешностью ± 5). Основанием расчета квотно-стратифицированной выборки являлась информация о численности женщин-предпринимателей по г. Саратову и Саратовской области и по типу предприятия (ИП или малое предприятие). По официальным данным, в сегменте среднего и крупного предпринимательства женщины не представлены.

С целью идентификации возрастных особенностей женского предпринимательства в январе–мае 2019 г. были проведены глубинные интервью (N = 34). Применен метод «снежного кома» (использовались личные контакты с теми, кто мог рекомендовать женщин-предприниматель). Опрашивались женщины-предприниматели г. Энгельса и г. Саратова. Для анализа респонденты были разделены по возрасту на три группы: молодой возраст (до 35 лет), средний (36–50 лет), старший возраст (51 год и старше). Количество респондентов обусловлено насыщением кодировочных категорий (интервью с новыми респондентами не дают исследователям нового понимания для раскрытия темы). В качестве методологии исследования были использованы принципы интерпретативной социологии.

Анализ модальных значений результатов статистики формализованного опроса 2018 г. позволил получить социально-демографический портрет женщины-предпринимателя. Средний возраст опрошенных составил 38 лет при минимальном 19 и максимальном 63 года. Представительниц среднего поколения (30–55 лет) было 76,2%, младшего (19–29 лет) – 20,3%, старшей возрастной группы (56–63 года) – 3,4%. Более 70,0% женщин, ведущих предпринимательскую деятельность, состоят в браке и имеют детей. От общей совокупности 70,2% женщин-предприниматель имеют высшее образование. Уровень жизни большинства (51,6%) опрошенных можно условно назвать средним – «Без труда можем покупать вещи длительного пользования»; ниже среднего – «Доходов хватает только на питание и одежду» – 22,9%, уровень бедности отмечают 1,4% опрошенных. Уровень выше среднего определили почти 17% как возможность без труда совершать дорогие покупки. Не имеют вообще никаких материальных затруднений 5,2% респондентов. Самым популярным мотивом на-



чала женщинами предпринимательской деятельности является интерес к делу. Почти 40% опрошенных женщин мотивированы именно этим. Желание быть независимой (28%) и наличие необходимого капитала (21%) также в числе популярных мотивов бизнес-деятельности. Для 18% это было жизненной необходимостью, связанной с отсутствием работы.

Оценивая данные о характеристиках предприятий, отметим тот факт, что большая часть женского бизнеса в Саратовской области представляет мелкий сегмент (64,5%). Формой собственности большинства «женских» предприятий является индивидуальное предпринимательство (84,8%). Численность сотрудников большинства предприятий не превышает 15 чел. Более 70,0% женщин осуществляют деятельность в рамках микропредприятий. От 15 до 50 чел. в штате имеют 16,3% предприятий, от 51 до 100 чел. – 6,9%, от 100 до 250 чел. – 3,2%, до 1000 чел. – 0,9% и свыше 1000 чел. – 0,9% предприятий. Рейтинг сфер, в которых осуществляют экономическую деятельность женщины-предприниматели Саратовской области, возглавляют розничная торговля, сфера бытовых услуг, швейное, текстильное производство, гостиничный и ресторанный сервис. Реже представлены оптовая торговля, сфера оздоровительных услуг, социальные и здравоохранительные услуги, финансовые, риэлторские услуги, производство пищевых продуктов. Объем годового оборота большинства (79,7%) предприятий не превышает 120 млн руб., при этом территория охвата деятельности ограничена локальным рынком – пределами своего города или поселка.

Таким образом, женщина-предприниматель в Саратовской области – представительница среднего возраста, состоящая в браке, имеющая детей, оценивающая уровень благосостояния своей семьи как средний, имеющая высшее образование. Бизнес ее, как правило, представляет мелкий сегмент в сфере розничной торговли и бытовых услуг, реализуемых на локальном рынке региона. Независимо от принадлежности к определенной возрастной группе женщины-предприниматели, по нашим данным, работают в традиционных для женской занятости отраслях (салоны красоты, реализация продуктов питания, текстиля, одежды, обуви, игрушек, канцтоваров).

Анализ результатов качественного исследования 2019 года позволил выделить ряд содержательных моментов.

Мотивы вступления в предпринимательскую деятельность

По результатам нашего исследования, вариативность мотивов вступления в предпринимательскую деятельность связана с контек-

стуальными особенностями начала данной деятельности, с профессиональными стратегиями накопления капитала и борьбы за позицию в поле предпринимательства. Представители младшей возрастной группы медленнее входили и погружались в предпринимательскую деятельность, как бы предварительно примеряя на себе эту роль. Респонденты отмечали наличие некоего предварительного периода, связанного с накоплением информации, опыта, ресурсов, с «прощупыванием» собственных ощущений: понравится или нет. Многие в течение некоторого времени работали по найму или занимались фрилансом. Соответственно, в этот период формировалась и мотивация, ориентированная на возможность «не зависеть от работодателя», «формировать свой рабочий график самостоятельно», «получать удовольствие от результата». Для начала деятельности были использованы, как правило, заемные средства, крупных вложений, по их мнению, не требовалось:

Р.: Изначально была подработка на выходных. Все мне понравилось и пришла идея, чтобы сделать эту подработку постоянной моей работой, потому что именно эта работа приносит мне не только деньги, но и удовольствие (26 лет).

Нередко этот вид деятельности является семейным делом, предполагающим особый период формирования человеческого и социального капитала, а также подготовку к конкуренции с другими акторами рынка:

Р.: Учась в университете, я уже знала, чем буду заниматься. Получив диплом, я окончила курсы для тех, кто начинает свой бизнес. Конечно, не обошлось без помощи моих родных и близких, они направляли меня, делились своим опытом, поддерживали и морально, и материально, за что им огромное спасибо (29 лет).

Дело обстоит таким образом, что на ранних возрастных этапах личный доход стартует с достаточно высокого уровня. Этим объясняется в определенной степени тот факт, что среди достигательных мотивов в этой группе доминирует мотив «интересная работа», «возможность реализовать себя», «престиж сферы деятельности»:

Р.: Я работала визажистом в студии у другой девушки и в какой-то момент все обязанности ведения этой студии переключились на меня, так как она переехала в другой город. У меня уже был опыт, я уже знала какое помещение сниму, были идеи, как дальше двигаться в этом направлении. И я приняла решение о том, чтобы развивать это дело. Никакого капитала не было ни у меня, ни у моих родителей. Я убедилась свою знакомую и запустили наш первый проект на двоих. В тот момент я хотела только одного – заниматься любимым делом и никакой коммерческой выгоды в этом у меня точно не было на начальных этапах (22 года).

Начало деятельности представительниц среднего возраста осуществлялось в более



жестких условиях. В качестве главных мотивов прихода в предпринимательскую деятельность респонденты назвали «сложную жизненную ситуацию», обусловленную материальными трудностями, разводом, невозможностью продолжать жить по устоявшимся правилам:

Р.: Побудил меня заняться предпринимательством развод. Супруг был бизнесменом. После развода стало резко не хватать денег, а дочь надо было растить, в принципе жить. Я открыла ИП. И с небольшого капитала открыла первый небольшой магазин в торговом центре. Арендовала маленький уголок, где стала продавать привезенные вещи. Сначала в малых количествах, потом дела пошли довольно успешно. Я открыла второй магазин. Сейчас я владею восемью магазинами (38 лет).

Помимо сложной жизненной ситуации, респонденты среднего возраста отметили в качестве мотива «личные планы, стремление реализовать свои способности, знания»:

Р.: Мне всегда хотелось открыть зоомагазин, иметь свое дело. Начинала я с продаж через знакомых, друзей, групп в социальных сетях, так как это возможность прощупать почву практически без затрат на аренду. В дальнейшем, когда я поняла, что дела идут неплохо, зарегистрировала ИП, арендовала небольшие помещения для магазина. Выбрала эту сферу по причине любви к животным. Я много знаю и постоянно интересуюсь новостями в этой области (41 год).

Мотивация предпринимателей старшего возраста непосредственно связана с личностными характеристиками, фиксирующими набор черт лидера. Это и понятно, если учесть контекст начала их предпринимательской активности: риски в условиях перемен и новых перспектив. В сложные 90-е гг. XX в. женщина часто становилась опорой и основным кормильцем в семейном хозяйстве. Предпринимательство для нее – способ адаптации к новым условиям жизни, к внешним экономическим изменениям:

Р.: Первые действия предприняла в 1992 году. Решила попробовать свои силы в предпринимательской сфере. Выходили новые законы о предпринимательстве. Веяло большими переменами в обществе. Было интересно. Присутствовал азарт (60 лет);

Р.: Предпринимательством занимаюсь с 1992 года. Начала после закрытия предприятия, распада профсоюзной организации, где я работала председателем профкома. Закрывали деревообрабатывающий цех, станки 1936 года я выкупила, привезла в г. Энгельс, где катастрофически нуждались в пиломатериалах для ремонта крыши школ Энгельса и Энгельского района (62 года).

Отметим, что на этапе старта «вынужденное предпринимательство» воспринималось женщинами, как правило, негативно, но по прошествии лет они получили определенные бонусы от са-

мозанятости, обрели уверенность в своих силах. Поэтому отношение к своему бизнесу не просто положительное, это отношение – «сродни отношению к своему ребенку»:

Р.: Мой бизнес приносит неплохой доход и поэтому это главная мотивация не бросать это дело, и я полностью могу обеспечивать себя и свою семью, а значит, я все правильно сделала. У меня замечательная работа, команда, слаженный коллектив. Мне кажется, что моя жизнь очень изменится, если они исчезнут из нее... (59 лет).

Представители данной возрастной группы – последнее по-настоящему советское поколение, и их отношение и предпочтения в стиле работы отражают в значительной степени менталитет советской системы. Это проецируется на предпринимательскую активность и проявляется в большом уважении к порядку и протоколу, предпочтении структурированной и узко определенной среды и акценте на сильные профессиональные знания, личные отношения и связи. Эти женщины создавали свой бизнес, преодолев огромные риски, трудноизмеримые препятствия, связанные не только со знаниями и умениями, но и с мужеством, смогли обеспечить его развитие, тем самым продемонстрировали высокую степень адаптации к быстро меняющимся условиям.

Субъективное восприятие собственной деятельности

Выявлено, что более критичные оценки дают представительницы старшего поколения:

Р.: Ожидала прогнозы лучшие. Сейчас бизнес уходит на нет, замучили налоги, пенсионные отчисления, НДС 20%. Подорожание пиломатериала, электричества, газа, бензина, железнодорожный тариф на перевозку пиломатериала. Отдыха нет ни у меня, ни у членов моей семьи. За бизнесом надо следить, обслуживающий персонал содержать, вовремя все оплачивать, кредиты дают (65 лет).

Для представителей среднего возраста характерны эффекты смещения в фокусе оценки своей деятельности на внешние обстоятельства:

Р.: На данный момент, в связи с санкциями и довольно тяжелым ведением бизнеса в нашей стране, могу сказать, что мой бизнес не упал. Это уже хорошо (38 лет).

Гораздо чаще характеризуют свой бизнес как успешный представительницы младшей возрастной категории. Типичный ответ:

Р.: Сейчас бьюти индустрия достаточно востребована, так как девушка даже в войну захочет быть красивой, постриженной, с ухоженными ноготками, с бровками. Бьюти индустрия единственная, ну, не единственная, а одна из немногих, которая будет жить всегда и будет актуальна всегда. То есть ей уделяется больше



внимания, это стало модно, все тянутся, особенно девочки, потому что для девушек это творчество, это удовольствие и потребность (22 года).

Для развития бизнеса в нестабильном обществе, с их точки зрения, нужны «амбиции и нестандартные решения». Специфика возрастных оценок обусловлена, на наш взгляд, как когнитивными компетенциями, которые задействуют респонденты в своих действиях, так и особенностями развития региональных рынков. В Саратовской области ситуация такова, что сфера производства становится убыточной. Высокий уровень информатизации влечет за собой адаптацию к новым технологиям розничных продаж, что в свою очередь требует временных и финансовых затрат. Востребованная сфера услуг в индустрии красоты появилась уже в новых социально-экономических условиях с учетом сформированных потребностей клиентов и на базе современных коммуникативных платформ. Индустрия красоты активно развивается, бизнес, связанный с бьюти-товарами и услугами, находит потребителя и становится востребованным. С точки зрения респондентов, в настоящее время это самый предпочтительный вариант для начала своего бизнеса. Во-первых, бьюти-индустрия всегда востребована: женщины готовы жертвовать на красоту значительную часть своего бюджета. Во-вторых, занятие в этой сфере воспринимается как перформативная форма феминности, в ней есть все предпосылки для того, чтобы «почувствовать себя комфортно, заявить и реализовать свои интересы и способности». Бизнес на красоте, по мнению респондентов, «является прекрасной возможностью реализовать себя, при этом зарабатывая достойные деньги». Женщины ведут также бизнес в сфере общепита, открывают гостиницы, занимаются торговлей. Активно развивается в Саратовской области цветочный (цветочные салоны и магазины) и танцевальный (танцевальные школы) бизнесы, в которых работают преимущественно женщины.

Восприятие рисков

В качестве ключевых рисков предпринимательской активности респонденты назвали следующие: «коррупция», «конфликт правил, навязанных сверху, и реакция на них снизу», «взаимодействия с государственными контрольно-надзорными и правоохранительными органами», «спекуляция».

Представители старшей возрастной группы указали на риски, которым подверглись в 90-е гг. Их можно номинировать как «давление стремительных перемен», включающее риск для жизни, угрозу безопасности семьи и близких:

Р.: Риски – вовремя не дать зарплату рабочим, потерять детей, рэкет, угрозы, откаты, крыши, страх за свою жизнь (много было угроз

отобрать дело), вовремя не расплатиться с поставщиками (65 лет).

Для женщин-предпринимателей младшей возрастной группы главными рисками оказались: недостаток средств, потеря деловой репутации.

В качестве одного из ключевых рисков женщины-предприниматели всех без исключения возрастных групп назвали «острую необходимость в государственной поддержке малого бизнеса, поскольку недостаток оборотных средств не позволяет развиваться»:

Р.: Самая большая трудность, я думаю, в развитии малого и среднего бизнеса – недостаток денежных средств для развития этого бизнеса, а в этом все. Это большие ставки кредитований и кабальные условия. Если бы наше государство все же рассмотрело и давало на развитие хотя бы до трех лет беспроцентные кредиты или с минимальной ставкой до трех %, я думаю, что было бы больше желающих развивать и делать нашу страну более успешной, а самое главное обеспечивать людей новыми рабочими местами, ведь сегодня это очень большая проблема (60 лет).

Респонденты обращали внимание на необходимость разных форм государственной поддержки: разнообразных программ, правовой и инвестиционной политики, системы образовательных услуг. Одним из ключевых моментов успешной деятельности, по их мнению, является «оптимально выстроенная система отношений между бизнесом, локальным сообществом и местными властями».

Респонденты средней и младшей групп в качестве рискогенного фактора назвали негативное отношение к их деятельности со стороны супруга. Можно предположить, что это связано с тем, что занятие замужней женщиной бизнесом ведет к росту ее независимости и самостоятельности (в том числе финансовой), усилению ее лидерских позиций в семье и одновременно предполагает уход от традиционной роли хозяйки, «хранительницы очага», иногда невыполнение «женских» функций в рамках домашнего хозяйства в связи с занятостью, что отрицательно воспринимается супругом.

Оценка перспектив и дальнейшее планирование

Здесь наблюдается возрастная специфика. Женщины-предприниматели старшей возрастной группы в этом вопросе исходят из оценки ситуации в целом, учитывая факторы изменения бизнес-климата, препятствия и выгоды текущего бизнеса:

Р.: Большие профессиональные планы на будущее, есть такая идея немножко, как муж говорит, переобуться в другое направление бизнеса. На сегодняшний момент мы это все просчитываем и надеемся, что это у нас получится (54 года).



Они склонны к константному поведению и считают, что использование традиционных методов способствует стабилизации бизнеса. Представители младшей и средней возрастных групп исходят, главным образом, из перспектив собственной жизни, выразили готовность инвестирования в саморазвитие:

Р.: Уехать хочу на моря, к примеру, в Болгарию. То есть там, где красивые люди, красивые внутри люди. Шикарные города, шикарный вид, условия, да, чтобы был приём друзей в доме своём. Эх, там бы вот развернуться со своим бизнесом (36 лет).

Респонденты младшей возрастной группы рассматривают свою половую принадлежность в качестве ресурса, который помогает, по их мнению, «найти правильную модель экономического поведения и решить свои проблемы».

Таким образом, учитывая результаты нашего исследования, сделаем выводы.

1. Возрастной профиль женщин предпринимателей в Саратовской области включает следующие содержательные моменты: представительница среднего возраста, состоящая в браке, имеющая детей, высшее образование. Бизнес ее, как правило, представляет мелкий сегмент в сфере розничной торговли и бытовых услуг, реализуемых на региональном рынке. Надежная система финансовой компенсации является для нее значимым мотивационным фактором.

2. Женщины-предприниматели разных возрастных групп имеют свои стартовые особенности, различаются структурными возможностями. Эффективное включение женщин-предпринимателей младшей группы осуществлялось, главным образом, через уже проложенные ниши с использованием ресурсов родных и близких. В качестве важных мотивов включения в предпринимательскую активность они назвали: возможность быть самостоятельной, свободной и независимой в принятии решений, причем, что немаловажно, не только в сфере труда, но и в личной жизни, получать удовольствие от результата. Они предпочитают уделять меньше внимания протоколам и иерархиям. Диапазон стартовых условий представителей среднего возраста более разнообразный, соответственно, и мотивация к предпринимательской активности определяется разными стремлениями: к самореализации, к самостоятельному распоряжению прибылью, к финансовому благополучию. В появлении мотивации к предпринимательской активности среди некоторых представителей средней возрастной группы свою роль также играют разочарования в построении семейной жизни и последующий за этим развод. Для представителей старшей возрастной группы характерна, как правило, вынужденная предпринимательская активность, которая по мере развития становится личностно выстраданной.

3. Деятельность молодых женщин-предпринимателей менее устойчива не только по причи-

не отсутствия опыта, но и в связи с еще не до конца сформированной системой ценностей и предпочтений. Деловая активность может прерываться, может поменяться профессиональная траектория. Представительницы старшей возрастной группы обладают сформировавшимся, приносящим регулярный доход, относительно устойчивым бизнесом, поэтому, прежде чем что-либо предпринять, они тщательно просчитывают возможные эффекты от изменений.

4. Молодые женщины-предприниматели более оптимистичны в отношении перспектив развития собственного бизнеса, чем женщины среднего и старшего возрастов.

Примечания

- 1 См.: Мальшевская Ю. Ю. Особенности формирования социальной группы «Женщины-предприниматели» (на материалах Республики Бурятия) // Социально-политические науки. 2013. № 4. С. 26–32.
- 2 См.: Абросимова О. В. Возможности современной женщины в сфере предпринимательской деятельности // Изв. Тул. гос. ун-та. Гуманитарные науки. 2015. № 3. С. 105.
- 3 См.: Мой бизнес. Вып. № 1. 13.12.2019 // РБК+ : [сайт]. URL: <https://plus.rbc.ru/issue/5da966f67a8aa95e3ba06163> (дата обращения: 02.07.2020).
- 4 См.: Корсун Т. А. Развитие женского предпринимательства в России на современном этапе // Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2016. Т. 22, № 9. С. 110. DOI: 10.21209/2227–9245-2016-22–9-106-114
- 5 См.: Гефеле О. Ф., Милюкова О. В. Гендерные различия мотивационной сферы предпринимателей малого бизнеса // Современная наука : теоретический и практический взгляд : материалы VI Международ. науч.-практ. конф. / науч. ред. И. А. Рудакова. М. : Перо, 2016. С. 110–113.
- 6 См.: Дейнека О. С. Экономическая психология : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000.
- 7 См.: Segal G., Borgia D., Schoenfeld J. The motivation to become an entrepreneur // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2005. Vol. 11, № 1. P. 42–57. DOI: <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- 8 См.: McClelland E., Swail J., Bell J., Ibbotson P. Following the pathway of female entrepreneurs : A six-country investigation // International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2005. Vol. 11, № 2. P. 84–107. DOI: <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>
- 9 См.: Душацкий Л. Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей // Социс. 1999. № 7. С. 91–95.
- 10 См.: Чурикова А. Е. Российские директора в поисках управленческой стратегии : социально-психологический анализ // Проблемы экономической психологии : в 2 т. / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. Т. 2. М. : Изд-во «Ин-т психологии РАН», 2005. С. 229–266.
- 11 См.: Bobrowska, S., Conrad, H. Discourses of Female Entrepreneurship in the Japanese Business Press – 25 Years and Little Progress // Japanese Studies. 2017. Vol. 37, iss. 1. P. 1–22.



DOI: <https://doi.org/10.1080/10371397.2017.129347> ;
Folkman S., Lazarus R. Manual for Ways Coping Questionnaire. Palo Alto, CA : Consulting Psychologist Press, 1988.

[gsom.spbu.ru/files/folder_17/otchet_fin_rgb.pdf](https://www.gsom.spbu.ru/files/folder_17/otchet_fin_rgb.pdf) (дата обращения: 20.05.2020).

¹² См.: Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства Россия 2018/2019». URL: <https://>

¹³ Согласно официальным данным Сарстата на сентябрь 2018 г. Данные получены по официальному запросу авторов.

Образец для цитирования:

Елютина М. Э., Ситникова С. В., Семенова Ю. А. Возрастные особенности женской предпринимательской активности (на примере женщин-предпринимателей Саратовской области) // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2020. Т. 20, вып. 4. С. 399–406. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-4-399-406>

Cite this article as:

Elutina M. E., Sitnikova S. V., Semenova Yu. A. The Age-Specific Features of Women's Entrepreneurial Activity (On the Example of Women Entrepreneurs in Saratov Region). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2020, vol. 20, iss. 4, pp. 399–406 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2020-20-4-399-406>
