

УДК 316.334.2-055.2(470)

Семенова Юлия Александровна

кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии молодежи,
Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского,
sociol@info.sgu.ru

Yulia. A. Semenova

Saratov State University named after NG Chernyshevsky,
the associate professor of sociology of youth, Candidate of social sciences,
sociol@info.sgu.ru

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОСТОЯНИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

SOCIOLOGICAL RESEARCH OF INDICATORS OF STATE OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN THE REGION

***Аннотация.** В оригинальной статье представлены результаты социологического исследования показателей социального потенциала женского предпринимательства, проведенного автором статьи. В исследовании представлена комплексная характеристика базовых черт, особенностей и социально-экономических функций женского предпринимательства в условиях городской и сельской местности Саратовского региона. Формализованный опрос женщин – предпринимателей Саратовской области был проведен в сентябре – декабре 2018 г. Объем выборочной совокупности составил 349 человек.*

В статье рассмотрены субъективные показатели социального потенциала женского предпринимательства в условиях социально-экономических трансформационных процессов, происходящих в современном российском обществе. Проанализированы социально-преобразующие механизмы, обеспечивающие эффективность женской предпринимательской деятельности: уровень образования, уровень благосостояния, сфера предпринимательской деятельности, характеристика бизнес - сегмента, общий стаж предпринимательской деятельности, качества современной женщины предпринимателя

***Ключевые слова:** женское предпринимательство, гендер, социологические исследования, предпринимательская деятельность, бизнес.*

***Summary.** The original article presents the results of a sociological study of indicators of the social potential of female entrepreneurship conducted by the author of the article. The study provides a comprehensive description of the basic features, characteristics and socio-economic functions of female entrepreneurship in urban and rural areas of the Saratov region. A formal survey of women entrepreneurs in the Saratov region was conducted in September - December 2018. The sample population was 349 people.*

The article considers the subjective indicators of the social potential of female entrepreneurship in the conditions of socio-economic transformation processes taking place in modern Russian society. The socio-transforming mechanisms that ensure the effectiveness of female entrepreneurial activity are analyzed: the level of education, the level of well-being, the sphere of entrepreneurial activity, the characteristics of the business segment, the total length of the entrepreneurial activity, the quality of the modern woman entrepreneur

Keywords: *female entrepreneurship, gender, sociological research, entrepreneurial activity, business*

В современной России в ходе активного проведения экономических реформ и перехода к рыночным отношениям сформировалась и новая социальная группа – предприниматели, объединяющая бизнесменов и просто деловых людей. Один из ключевых факторов, который оказал влияние на происходящие перемены в социально-экономической сфере России, – это личностные качества предпринимателей и их отношение к своей деятельности.

Предприниматели как социально-профессиональная группа достаточно разнообразна по своей структуре. Многоликость группы предпринимателей определяется множеством факторов: конкретной сферой предпринимательской деятельности, степенью развитости бизнеса, индивидуально-психологическими особенностями самих предпринимателей. «К их числу относится также характеристика пола, а точнее – социального пола, формирующегося в процессе жизнедеятельности общества и предполагающего выработку различных моделей поведения людей – маскулинной и фемининной, характерных для конкретной культурной среды, соответственно для мужчины и для женщины, и обозначаемого понятием «гендер» [1]. К числу таких, несомненно, позитивных явлений в современной России следует отнести женское предпринимательство, социальная и экономическая роль которого, несмотря на многие препоны, растет. Еще Г. Спенсер в XIX веке отмечал: «Если, продолжая руководствоваться наблюдением хода эволюции в прошлом, мы спросим себя, каких изменений положения женщин можно ожидать в будущем, то ответ должен быть таков: должно произойти дальнейшее приближение к уравнению положения обоих полов» [2]. Собственно, это и произошло, причем, не только в уравнении положения полов, но и в их реальном вкладе в общественную жизнь, в том числе, и в такую ее составляющую, как предпринимательство. Согласно официальным статистическим данным, женщины составляют 1/5 собственников предприятий и фирм среди лиц, профессионально занятых бизнесом. При этом 40 % женщин относится к категории «полупредпринимателей», сочетающих собственное дело с работой по найму [3].

Т.И. Заславская [4] обозначила шесть бизнес-групп российского предпринимательского слоя:

- предприниматели – собственники частных фирм, преимущественно это мелкие предприятия и фирмы;

- самозанятые – лица, занятые индивидуальной трудовой деятельностью, то есть, управляющие мелким (малым) бизнесом (производство товаров и услуг на дому, «челночная» или мелкооптовая торговля).

Это - довольно значительная по численности группа женщин; бизнес-менеджеры – наемные директора средних (реже малых) предприятий, которые, одновременно с управленческой работой по найму, заняты также и предпринимательской деятельностью; полупредприниматели – наемные работники, которые совмещают неуправленческую основную работу с собственной предпринимательской деятельностью; менеджеры-совладельцы – хозяйственные руководители средних и мелких акционированных предприятий, которые работают по найму и руководят акциями своего предприятия. Большинство женщин этой группы являются руководителями приватизированных предприятий; «Классические менеджеры» – хозяйственные руководители государственных или частных (гораздо реже) предприятий, которые получают зарплату по договору найма. Доля женщин среди руководителей предприятий незначительна.

Женский вопрос остается наиболее проблематичным и обсуждаемым на всех уровнях власти. В настоящее время это одно из приоритетных направлений в социальной политике РФ. основополагающим в концепции улучшения положения женщин должно быть не констатация неблагополучия и не простое рассуждение о том, какие изменения мы хотели бы увидеть, а четкое понимание причин современного неблагоприятного положения женщин и нахождение реальных возможностей, рычагов и механизмов смягчения данного положения их полного его изменения. Эти причины, в общем, достаточно очевидны.

Женское предпринимательство сегодня создает условия для оздоровления экономики, способствует появлению новых рабочих мест, расширению потребительского сектора, развитию конкуренции, насыщению рынка товарами и услугами. С каждым годом все больше женщин приходят к решению заняться собственным бизнесом. Кто-то открывает салон красоты, кто-то магазин одежды или обуви, кто-то – детский клуб, кто-то занимается производством продуктов питания, и очень часто женщина становится успешной в своем деле. Женщина сегодня инициативна, энергична, амбициозна и уверена в своих силах.

Таким образом, анализ российских исследований женского предпринимательства за последние несколько лет выявил ряд профильных подходов к определению основного содержания предпринимательства: правовой, экономической и социологической. Это предполагает наличие у женского предпринимательства общих характерных черт, свойственных предпринимательству вообще безотносительно пола предпринимателя [5].

Цель исследования заключалась в разработке социально-экономических оснований показателей социального потенциала женского предпринимательства в условиях социально-экономических трансформационных процессов, происходящих в современном российском обществе.

Материалы и методы. Объектом исследования являются женщины–предприниматели Саратовского региона. Объем генеральной совокупности (согласно официальным данным Сарстата на сентябрь 2018 года) [6] составил 23311 человек. Из расчета доверительной вероятности в 95% с погрешностью ± 5 , объем выборочной совокупности составляет 378 человек. Основанием расчета квотно-стратифицированной выборки является информация о численности женщин-предпринимателей по г. Саратову и Саратовской области и по типу предприятия (ИП или малое предприятие). В сегменте среднего и крупного предпринимательства женщины не представлены.

Формализованный опрос женщин – предпринимателей Саратовской области был проведен в сентябре – декабре 2018 г. Объем выборочной совокупности составил 349 человек.

Все респонденты получили адекватное разъяснение о целях исследования, а также их юридические права при условии добровольного участия в этой работе. Результаты социологического исследования подверглись качественному и количественному анализу. Разрабатывая методологию, мы опираемся на эвристический потенциал классических и современных социологических подходов и парадигм к анализу предпринимательства как социального явления.

Данный метод количественного исследования, как формализованный опрос, хорошо представлен в научной литературе с точки зрения алгоритмов его использования, в том числе гендерных групп.

Новизна исследования обусловлена тем, что применение формализованного опроса с женщинами-предпринимателями позволило изучить сравнительные характеристики имеющихся моделей и практик женского предпринимательства, в контексте происходящих сегодня в России социально-экономических трансформационных процессов.

Результаты и обсуждение. По результатам проведенного мониторингового исследования, было выявлено, что более 70% опрошенных проживают и осуществляют свою предпринимательскую деятельность в г. Саратове, около 20% в другом городе и 9,2% в сельской местности саратовской области.

Таблица 1 – Место проживания

Место проживания	Частота	Процент
г. Саратов	248	71,1
другой город	69	19,8
село, поселок, деревня	32	9,2
Итого	349	100,0

Средний возраст опрошенных женщин – предпринимателей составил 38 лет, при минимальном 19 и максимальном 63. Медианное значение - 38 (середина ряда распределения) т.е. половине опрошенных до 38 лет. Наиболее часто встречающимся возрастом является 32 года.

Таблица 2 – Средние возрастные показатели

N	Валидные	349
	Пропущенные	0
Среднее		38,16
Медиана		38,00
Мода		32
Стд. отклонение		9,400
Дисперсия		88,365
Минимум		19
Максимум		63
Процентили	25	31,00
	50	38,00
	75	45,00

Поколенческий срез демонстрирует тенденцию доминирования среднего поколения женщин предпринимателей саратовской области. Так, опрошенные в возрасте 19-29 лет составили 20,3%, 30-55 лет – 76,2% и 56-63 года – 3,4% от общей совокупности опрошенных.

Таблица 3 – Возрастное распределение опрошенных. Поколенческий срез.

Поколение	Частота	Процент
младшее	71	20,3
среднее	266	76,2
старшее	12	3,4
Итого	349	100,0

Большая часть (71,3%) опрошенных женщин-предпринимателей состоят в браке, 61,3% - зарегистрированном, 10% - незарегистрированном.

Таблица 4 – Семейное положение

Семейное положение	Частота	Процент
Не замужем	94	26,9
Замужем	214	61,3
Состою в незарегистрированном браке	35	10,0
Разведена	4	1,1
вдова	2	0,6
Итого	349	100,0

Детей имеют более 70% женщин, ведущих предпринимательскую деятельность: 39,3% - одного, 25,8% - двух, 6,3% - трех и более.

Таблица 5 – Наличие детей

Наличие детей	Частота	Процент
нет детей	100	28,7
да, один ребенок	137	39,3
да, два ребенка	90	25,8
да, три и больше детей	22	6,3
Итого	349	100,0

70,2% от общей совокупности женщин – предпринимателей имеют высшее образование. 27,8% - имеют квалификацию бакалавра, 33,2% - специалиста, 8,3% - магистра и 0,9% имеют научную степень. Следует отметить, что среднее специальное образование имеют почти четверть респондентов, 5,2% - основное общее и 0,6% - среднее.

Таблица 6 – Уровень образования

Уровень образования	Частота	Процент
Среднее (8-9 классов)	2	0,6
Основное общее (10-11 классов)	18	5,2
Среднее специальное (среднее техническое)	84	24,1
Высшее (бакалавриат)	97	27,8
Высшее (специалитет)	116	33,2
Высшее (магистратура)	29	8,3
Научное	3	0,9
Итого	349	100,0

Субъективная оценка уровня жизни семей опрошенных женщин – предпринимателей подтверждает региональные тенденции. Чуть более 50% характеризуют его, как условно средний, имеют возможность покупать вещи длительного пользования. Ниже среднего - «Доходов хватает только на питание и одежду» - отметили 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.

Таблица 7 – Уровень благосостояния семей опрошенных женщин-предпринимателей

Уровень благосостояния	Частота	Процент
Едва сводим концы с концами. Денег не хватает даже на питание.	1	,3
Денег хватает только на питание, но покупка одежды вызывает затруднения.	4	1,1
Доходов хватает на питание и одежду, но на покупку вещей длительного пользования (стиральной машины, холодильника, телевизора) приходится брать заем, кредит.	80	22,9
Мы можем без труда покупать вещи длительного пользования, затруднительна только покупка действительно дорогих вещей, например, автомобиля.	180	51,6

Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования, купить машину.	59	16,9
Мы можем позволить себе все, что пожелаем. У нас нет материальных затруднений.	18	5,2
затрудняюсь ответить	7	2,0
Итого	349	100,0

Около 80% опрошенных женщин-предпринимателей отмечают высокий уровень удовлетворенности жизнью, в целом: 45,3% - скорее удовлетворены, 32,7% - полностью удовлетворены. 14,3% - средний – удовлетворены настолько, насколько и неудовлетворены и 6,3% - низкий - скорее неудовлетворенны или совершенно неудовлетворенны.

Таблица 8 – Уровень удовлетворенности жизнью в целом

Уровень удовлетворенности	Частота	Процент
Полностью удовлетворен	114	32,7
Скорее удовлетворен, чем неудовлетворен	158	45,3
Удовлетворен настолько, насколько и неудовлетворен	50	14,3
Скорее неудовлетворен, чем удовлетворен	19	5,4
Совершенно неудовлетворен	3	0,9
Затрудняюсь ответить	5	1,4
Итого	349	100,0

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.

Таблица 9 – Сферы предпринимательской деятельности женщин

Сферы экономической деятельности	Частота	Процент
С/х, охота и лесное хозяйство	8	2,3
Рыболовство	1	0,3
Добыча полезных ископаемых	2	0,6
Производство пищевых продуктов, напитки, табак	12	3,4
Текстильное, швейное производство	37	10,6
Деревообрабатывающее производство	1	0,3
Целлюлозно-бумажное производство, издательская деятельность	2	0,6
Производство резиновых и пластмассовых изделий	2	0,6
Производство готовых металлических изделий	1	0,3
Производство машин и оборудования	2	0,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	6	1,7
Строительство	8	2,3

Оптовая торговля	22	6,3
Розничная торговля	97	27,8
Гостиницы и рестораны	36	10,3
Транспорт и связь	8	2,3
Финансовые услуги	11	3,2
Операции по недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	12	3,4
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	13	3,7
Сфера бытовых услуг	47	13,5
Оздоровительные услуги	17	4,9
Фото услуги	4	1,1
Итого	349	100,0

Большая часть женского бизнеса в Саратовской области представляет мелкий сегмент (64, 5%), почти треть (31,2%) – средний и 4,3% - крупный.

Таблица 10 - Характеристика бизнес – сегмента

Сегмент	Частота	Процент
Мелкий бизнес	225	64,5
Средний бизнес	109	31,2
Крупный бизнес	15	4,3
Итого	349	100,0

Модальным показателем периода существования действующего предприятия является от трех до шести лет (29,8%), более года до трех лет руководят предприятием 25,2% опрошенных женщин, менее года – 6,3%, более шести до десяти лет – 21,8%, более десяти до пятнадцати лет 11,2% и более 15 лет осуществляют деятельность предприятия 5,7% респондентов.

Таблица 11 – Период деятельности предприятия

Период	Частота	Процент
Менее 1 года	22	6,3
Более 1 года до 3 лет	88	25,2
Более 3 лет до 6 лет	104	29,8
Более 6 лет до 10 лет	76	21,8
Более 10 лет до 15 лет	39	11,2
Более 15 лет	20	5,7
Итого	349	100,0

Показатели общего периода осуществления предпринимательской деятельности опрошенными женщинами близки к выше представленным, что говорит о достаточно высокой стабильности женского бизнеса в регионе. Менее года опыт предпринимательской деятельности имеют 6,3% опрошенных, более года до трех лет – 23,8%, более трех лет до шести лет – 25,5%, более

шести до десяти – 23,8%, более десяти до пятнадцати лет – 12% и более пятнадцати лет стажа предпринимательской деятельности имеют 8,6% женщин саратовского региона.

Таблица 12 – Общий стаж предпринимательской деятельности

Период	Частота	Процент
Менее 1 года	22	6,3
Более 1 года до 3 лет	83	23,8
Более 3 лет до 6 лет	89	25,5
Более 6 лет до 10 лет	83	23,8
Более 10 лет до 15 лет	42	12,0
Более 15 лет	30	8,6
Итого	349	100,0

Формой собственности большинства «женских» предприятий является индивидуальное предпринимательство (84,8%). Акционерные общества представляют 10,6%, хозяйственные товарищества – 3,2% и производственные кооперативы – 0,9% предприятий женского бизнеса.

Таблица 13 – Формы собственности предприятий

Форма собственности	Частота	Процент
ИП (индивидуальное предпринимательство)	296	84,8
ХТ (Хозяйственное товарищество)	11	3,2
ПРК (Производственный кооператив)	3	0,9
АО (Акционерное общество) ОАО, ЗАО, ООО	37	10,6
иное	2	0,5
Итого	349	100,0

Численность сотрудников большинства предприятий не превышает 15 человек. Более 70% женщин осуществляют деятельность в рамках микро предприятий. От 15 до 50 человек в штате имеют 16,3% предприятий, от 51 до 100 человек – 6,9%, более 100 до 250 человек – 3,2%, до 1000 человек – 0,9% и свыше 1000 человек – 0,9% предприятий.

Таблица 14 – Численность сотрудников предприятия

Численность	Частота	Процент
До 15 человек	251	71,9
От 16 до 50 человек	57	16,3
От 51 - 100 человек	24	6,9
От 101 до 250 человек	11	3,2
От 251 до 1000 человек	3	0,9
Свыше 1000 человек	3	0,9
Итого	349	100,0

Объемы годового оборота большинства предприятий (79,7%) не превышают 120 млн. рублей. Оборот свыше 120 млн. до 800 млн. рублей осуществляют 12,9% организаций. Оборот свыше 800 млн. рублей имеют 7,5% предприятий «женского» бизнеса.

Таблица 15 – Объем годового оборота предприятия

Объем (руб.)	Частота	Процент
До 120 млн. рублей	278	79,7
Свыше 120 до 800 млн. рублей	45	12,9
Свыше 800 до 2000 млн. рублей	15	4,3
Более 2000 млн.рублей	11	3,2
Итого	349	100,0

Большая часть предприятий реализуют продукцию или услуги «женского» сегмента потребительства. Женский бизнес в саратовском регионе работает для женщин. Доказательством может служить рейтинг продукции и услуг, реализуемых предприятиями опрошенных женщин. Более четверти предприятий представляют сегмент косметологии (12,6% - косметическая продукция, 14,3% - услуги салонов красоты). Значительную долю представляют предприятия по реализации продуктов или услуг питания. Явно выделен сегмент текстиля, одежды, обуви. Игрушки, канцтовары - что представляет также зону женского повседневного интереса. Гостиничный бизнес.

Таблица 16 – Продукция/услуга, реализуемая в ходе деятельности предприятия

Продукт/услуга	Ответы		Процент наблюдений
	N	Процент	
Полиграфия	12	2,3%	3,4%
Нефтепродукты	3	0,6%	0,9%
Газ	1	0,2%	0,3%
Косметическая продукция	44	8,4%	12,6%
Услуги общественного питания (фаст-фуд)	25	4,8%	7,2%
Хлебобулочные изделия	19	3,6%	5,4%
Ткани	24	4,6%	6,9%
Книги, журналы	8	1,5%	2,3%
Игрушки	14	2,7%	4,0%
Текстиль	15	2,9%	4,3%
Услуги салонов красоты	50	9,5%	14,3%
Товары для праздника, сувениры	11	2,1%	3,2%
Стройматериалы	11	2,1%	3,2%
Промышленные товары	6	1,1%	1,7%
Металлоизделия	6	1,1%	1,7%
Доставка еды	5	1,0%	1,4%
Табачная продукция	8	1,5%	2,3%

Мясо, колбасы	23	4,4%	6,6%
Молочная продукция	16	3,1%	4,6%
Алкогольная продукция	5	1,0%	1,4%
Автосервис	6	1,1%	1,7%
Бытовая техника	7	1,3%	2,0%
Двери	2	0,4%	0,6%
Рыбная продукция, раки	11	2,1%	3,2%
Овощная продукция, ягоды	15	2,9%	4,3%
С/х продукция (семена, жмых и т.д.)	8	1,5%	2,3%
Фото услуги	5	1,0%	1,4%
Пошив ткани	16	3,1%	4,6%
Аренда помещения	9	1,7%	2,6%
Бытовая химия	13	2,5%	3,7%
Гостиничный бизнес	20	3,8%	5,7%
Строительство домов/строительные отделочные работы	4	0,8%	1,1%
Медицинские услуги	8	1,5%	2,3%
Одежда, обувь, спец.одежда	26	5,0%	7,4%
Канцтовары	14	2,7%	4,0%
Осветительное оборудование	2	0,4%	0,6%
Безалкогольные напитки	9	1,7%	2,6%
Мебель	1	0,2%	0,3%
Грузоперевозки	8	1,5%	2,3%
Перевозка мусора	1	0,2%	0,3%
Посуда	8	1,5%	2,3%
Садово-огородный инвентарь	7	1,3%	2,0%
с/х техника	4	0,8%	1,1%
Зоо бизнес	2	0,4%	0,6%
Исполнение решения суда	1	0,2%	0,3%
Репетиторство	1	0,2%	0,3%
Клининговые услуги	2	0,4%	0,6%
Ремонт спортивного оборудования	1	0,2%	0,3%
Финансовые услуги	7	1,3%	2,0%

Территория охвата деятельности большинства предприятий опрошенных женщин ограничивается локальным рынком. 63,3% предпринимательниц осуществляют деятельность в пределах своего города, поселка. 23,2% предприятий реализуют продукт или услугу на рынке Саратовской области, 8,6% - нескольких субъектов РФ, 4% - России в целом, 0,6% - имеют охват в пределах стран СНГ и 0,3% - стран дальнего зарубежья.

Таблица 17 – Территория охвата деятельности предприятия

Локация	Частота	Процент
Локальный рынок (город, село, поселок)	221	63,3
Рынок Саратовской области	81	23,2

Рынок нескольких субъектов РФ	30	8,6
Рынок РФ	14	4,0
Рынки стран СНГ	2	0,6
Рынки стран дальнего зарубежья	1	0,3
Итого	349	100,0

Общая оценка деятельности организаций, в рамках которых женщины осуществляют предпринимательскую деятельность, достаточно высока. Большая часть (35,8%) женщин оценивают деятельность своего предприятия положительно, однако, выделяя направления, требующие корректировки, 34,1% предпринимательниц выделяют достаточно много проблемных моментов при общей удовлетворительной оценке деятельности. Пятая часть (20,9%) уверенно говорит об успешности своей предпринимательской деятельности. Низкие оценки дают менее 10% женщин – предпринимателей.

Таблица 18 – Общая оценка деятельности предприятия

Оценка	Частота	Процент
Могу уверенно сказать, что мое предприятие успешно работает на рынке	73	20,9
Предприятие работает хорошо, но есть направления, в которых, требуются корректировки	125	35,8
Не плохо, но проблемных моментов достаточно	119	34,1
До успешной работы предприятию еще очень далеко	30	8,6
Катастрофически мало. Требуется либо реорганизация, либо закрытие	2	0,6
Итого	349	100,0

Прогнозы успешности своей предпринимательской деятельности также достаточно оптимистичны. Стабильный рост прогнозируют почти треть опрошенных женщин – предпринимателей. 42,4% видят перспективы роста, однако не уверены в их стабильности, 20,6% прогнозируют стагнацию и 7,4% - снижение темпов или упадок.

Таблица 19 – Оценка перспектив деятельности предприятия

Прогноз	Частота	Процент
Прогнозирую стабильный рост	103	29,5
Перспективы роста есть, но не уверена в их стабильности	148	42,4
Скорее стагнация (сохраним имеющийся темп и объем производства)	72	20,6
Перспектив мало, скорее снижение темпов производства	20	5,7
Перспектив нет, движемся к "упадку"	6	1,7
Итого	349	100,0

Оценивая общие условия ведения бизнес деятельности в России опрошенные женщины-предприниматели чаще говорят (43,8%) о существующих возможностях при наличии рисков и преодолимых сложностях, 38,4% квалифицируют сложности ведения бизнеса в России, как трудно преодолимые, 8,9% говорят о высоком уровне рискогенности предпринимательства в России, 1,4% женщин считают, что в РФ нет условий для предпринимательской деятельности. О наличии условий начала и ведения успешного бизнеса в России говорят 7,4% опрошенных женщин-предпринимателей.

Таблица 20 – Оценка условий предпринимательской деятельности в России

Оценка	Частота	Процент
В России созданы все условия для успешного начала и ведения бизнес деятельности	26	7,4
В России есть условие для ведения бизнес деятельности, однако существует ряд преодолимых сложностей и рисков	153	43,8
В России есть условие ведения бизнес деятельности, однако существует ряд труднопреодолимых сложностей	134	38,4
В России очень рискогенные условия ведения бизнеса, зачастую непреодолимые	31	8,9
В России нет условий для бизнес деятельности	5	1,4
Итого	349	100,0

К числу наиболее часто упоминаемых сложностей ведения бизнес – деятельности можно отнести: высокие налоги, высокую процентную ставку по кредиту, нестабильность российского законодательства, сложность процедур получения лицензии, коррупцию. Процент упоминаний по этим позициям существенен. Менее значимыми по числу упоминаний оказались: сложность доступа к земельным участкам, оформления кредита, необходимость установления партнерских отношений с органами власти, сложность доступа к работам в рамках госзакупок, ограничение инициатив совместных проектов малых предприятий. По результатам нашего исследования только 12,3% опрошенных женщин не сталкивались ни с какими сложностями в ведении предпринимательской деятельности.

Таблица 21 – Трудности бизнес – деятельности

С какими трудностями осуществления бизнес деятельности вы лично сталкивались	Ответы		Процент наблюдений
	N	Процент	
Я лично не сталкивалась ни с какими сложностями	43	6,5%	12,3%
Сложность получения доступа к земельным участкам	35	5,3%	10,0%
Нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность	81	12,3%	23,2%
Коррупция	57	8,6%	16,3%
Высокие налоги	166	25,1%	47,6%

Сложность/затянутость процедуры получения лицензии	69	10,4%	19,8%
Ограничение/сложность доступа к закупкам компании с гос.участием и суб.естественных монополий	8	1,2%	2,3%
Необходимость установление партнерских отношений органами власти	27	4,1%	7,7%
Ограничение/сложность доступа к поставкам товаров, оказание услуг и выполнение работ в рамках госзакупок	20	3,0%	5,7%
Ограничение органами власти инициатив по организации совместной деятельности малых предприятий	15	2,3%	4,3%
Иные действия/давление со стороны органов власти	4	0,6%	1,1%
Высокая процентная ставка по кредиту	93	14,1%	26,6%
Сложность получения кредита (оформления)	38	5,7%	10,9%
Силовое давление со стороны правоохранительных органов	5	0,8%	1,4%
Всего	661	100,0%	189,4%

Самым популярным мотивом начала 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. Высокий уровень профессионализма в области деятельности бизнеса отметили чуть более 14%, 13% отмечают психологическую поддержку семьи. Наличие нужных социальных связей (11,6%), желание реализовать свой творческий потенциал (11%). Менее 10% упоминаний приходится на такие мотивы как: необходимость продолжить семейное дело, помощь родственникам, друзьям, случайные жизненные обстоятельства (встреча, идея, быстрая возможность при минимизации рисков), надежное партнерство.

Таблица 22- Мотивация начала предпринимательской деятельности

Мотивация	Ответы		Процент наблюдений
	N	Процент	
Наличие необходимого капитала	73	11,5%	21,2%
Наличие нужных соц.связей	40	6,3%	11,6%
Высокий уровень профессионализма в области деятельности бизнеса	49	7,7%	14,2%
Психологическая поддержка семьи и друзей	45	7,1%	13,0%
Надежное партнерство	21	3,3%	6,1%
Интерес к делу	136	21,5%	39,4%
Желание быть независимой	99	15,6%	28,7%
Жизненная необходимость (отсутствие работы, необходимость возможности заработка и т.д.)	61	9,6%	17,7%
Желание реализовать свой творческий потенциал	38	6,0%	11,0%

Случайные жизненные обстоятельства (встреча, идея, быстрая возможность при минимизации рисков)	24	3,8%	7,0%
Была привлечена в помощь родственникам, друзьям	21	3,3%	6,1%
Продолжаю дело родственников (семейный бизнес)	26	4,1%	7,5%
Всего	633	100,0%	183,5%

Респондентам было предложено перечислить качества или умения, которыми должна обладать женщина – предприниматель. Условно их можно разделить на несколько групп по частоте упоминаний: высокозначимые, значимые и малозначимые. К числу высокозначимых можно отнести: целеустремленность, коммуникабельность, уверенность в себе, эрудированность. Значимыми оказались: стрессоустойчивость, трудолюбие, рискованность, сила воли, ответственность, креативность, амбициозность. Малозначимые: лидерство, гибкость, вежливость, ухоженный вид, внимательность, находчивость, честность, позитивность, пунктуальность, адаптивность, мобильность, практичность, исполнительность, независимость.

Таблица 23 – Качества современной женщины – предпринимателя

Какими качествами или умениями, на ваш взгляд должна обладать современная женщина - предприниматель	Ответы		Процент наблюдений
	N	Процент	
Амбициозность	27	3,4%	7,8%
Гибкость	16	2,0%	4,6%
Ответственность	33	4,1%	9,5%
Целеустремленность	127	15,8%	36,7%
Вежливость, уважение	11	1,4%	3,2%
Уверенность в себе	61	7,6%	17,6%
Эрудированность	56	7,0%	16,2%
Коммуникабельность	70	8,7%	20,2%
Выносливость, сила воли	33	4,1%	9,5%
Ухоженный, опрятный вид	13	1,6%	3,8%
Внимательность	12	1,5%	3,5%
Трудолюбие	41	5,1%	11,8%
Находчивость	19	2,4%	5,5%
Честность	23	2,9%	6,6%
Командообразование	8	1,0%	2,3%
Стрессоустойчивость	48	6,0%	13,9%
Креативность	31	3,9%	9,0%
Позитивность	7	0,9%	2,0%
Пунктуальность	13	1,6%	3,8%
Соц.адаптация	13	1,6%	3,8%
Мобильность	15	1,9%	4,3%
Практичность	11	1,4%	3,2%
Конкурентоспособность	10	1,2%	2,9%

Исполнительность	13	1,6%	3,8%
Самоанализ	6	,7%	1,7%
Лидерство	24	3,0%	6,9%
Рискованность	45	5,6%	13,0%
Независимость	18	2,2%	5,2%
Всего	804	100,0%	232,4%

Заключение. На наш взгляд, внушительный объем аналитического материала, полученного в результате обработки анкет, собранных для апробации методологии, демонстрирует обоснованность выбранной нами методологической траектории. На первом этапе исследования формализованный опрос женщин дал комплексную характеристику базовых черт, особенностей и социально-экономических функций женского предпринимательства в условиях городской и сельской местности. Это позволило выявить особенности эволюции характерных черт, определяющих социальный облик женского предпринимательства в условиях социально-экономических трансформационных процессов, происходящих в современном российском обществе и в частности в саратовском регионе.

Однако на последующих этапах исследования планируется внести ряд коррективов и дополнений в программу исследований. Планируется проведение углубленных интервью с центрами развития малого и среднего бизнеса для получения всеобъемлющей картины государственной поддержки предпринимателей в Саратовской области. Следовательно, решающую роль может играть эффективная поддержка со стороны правительства.

Развитие женского предпринимательства неразрывно связано с общим деловым климатом страны. Следует активно вовлекать женщин в государственное и общественное управление, особенно в регионе. Изучение региональных сообществ напрямую связано с изучением управления региональными сообществами, так как сегодня нельзя говорить об одностороннем процессе воздействия на субъект управления – индивида и группы. Современное общество предполагает, что необходимо учитывать «смещение акцента с административного воздействия на воздействие общественное, объект управления становится субъектом через систему общественного воздействия. Феномен общественного воздействия разбирается нами отдельно, в данной статье мы лишь коснемся данного вопроса. Отметим, что чем сильнее и органичнее данный феномен вкрапляется в систему регионального управления, тем в большей степени система становится управляемой (самоуправляемой), в контексте современного общества».

Как было отмечено ранее, успешное и эффективное развитие женской предпринимательской деятельности основывается на разных условиях: благоприятная экономическая ситуация, поддерживающая государственная политика, разработанные и действенные механизмы субсидирования и налогообложения, готовность общества к реализации предоставляемых

государством возможностей. Тем не менее, успешность любой деятельности человека, особенно экономической, зависит еще и от конкретного региона. Кроме того для современного общества и происходящих в нем перемен актуализируется проблема управления социальными процессами», что активно изучается последнее время. Особое внимание в исследованиях социологов уделяется осмыслению методологии социологии управления и вопросам регионального управления, так как они нуждаются в детальном изучении [7].

Литература:

1. Позняков В.П. Социальная психология российского предприниматель-ства: информационно-исследовательская база данных. – М., 2014. С. 403
2. См.: Философия Герб. Спенсеръ. В изложении Г. Коллинса. // Основания социологии. М., 1908. С. 340.
3. Бажин А.С., Светайло Р.В., Овчинников А.С. Влияние гендерных стереотипов на развитие российского предпринимательства // Экономика и социум. – 2014. – № 3(12). С. 122
4. Заславская Т.И. Современное российское общество: социальный механизм трансформации. - М.: Дело, 2004. С.199-200.
5. ПолUTOва М.А. Динамика развития женского предпринимательства в России в постиндустриальную эпоху: понятие, особенности, перспективы. // В сборнике: Теория и практика управления человеческими ресурсами 2016. с. 78-87. С. 82
6. Данные получены по официальному запросу автора.
7. Владимирова К.А., Воржецов А.Г. Социологическое моделирование системы регионального управления в контексте современности. Вопросы управления. Уральский институт управления – филиал РАНХиГС. Электронная версия регулярного бумажного издания. URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2017/03/13/> (дата обращения к ресурсу 05.07.2019)

Bibliography:

1. Poznyakov V.P. Social Psychology of Russian Entrepreneurship: An Information Research Database. - M., 2014.p. 403
2. See: Philosophy of Coat of Arms. Spencer. In the presentation of G. Collins. // Foundations of sociology. M., 1908.p. 340.
3. Bazhin A.S., Svetailo R.V., Ovchinnikov A.S. The influence of gender stereotypes on the development of Russian entrepreneurship // Economics and Society. - 2014. - No. 3 (12). p. 122
4. Zaslavskaya T.I. Modern Russian society: a social mechanism of transformation. - M.: Business, 2004.p.199-200.
5. Polutova MA Dynamics of the development of female entrepreneurship in Russia in the post-industrial era: concept, features, prospects. // In the collection: Theory and practice of human resource management 2016. p.82
6. Data obtained at the official request of the author.
7. Vladimirova K.A., Vorzhetsov A.G. Sociological modeling of a regional management system in the context of modernity. Management Issues. Ural Institute

of Management - a branch of RANEPA. Electronic version of a regular paper publication. URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2017/03/13/> (date of access to the resource 07/05/2019)