

Милованова Марина Юрьевна
кафедра политической социологии и социальных технологий,
Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Российская Федерация
m_milovanova@mail.ru

Социальные ресурсы предпринимательства: гендерные аспекты

Аннотация. В статье проанализировано состояние предпринимательства в гендерном измерении. Автором приведены данные авторского качественного исследования «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства», определяются ключевые элементы и стимулы роста тренда «женское предпринимательство».

Ключевые слова: гендер; предпринимательство; социальные ресурсы; гендерный порядок

Marina Yuryevna Milovanova
Department of political sociology and social technologies,
Russian State University for the Humanities
Moscow, Russian Federation
m_milovanova@mail.ru

Social resources of entrepreneurship: gender aspects

Abstract. The article analyzes the state of entrepreneurship in the gender dimension. The author presents the data of the author's qualitative research "Measures to support small and medium-sized businesses", identifies the key elements and incentives for the growth of the trend "women's entrepreneurship".

Keywords: gender; entrepreneurship; social resources; gender order

Введение.

Соблюдение баланса интересов полов как равноправных имеет огромный социальный ресурс для экономического прогрессивного развития России, определяет новый гендерный порядок» [Силласте, 2019: 3]. Современный контекст гендерных исследований состоит в понимании и объяснении причин, почему «феминизм равенства» не обеспечил «равенства возможностей», почему добившись формальных признаков равенства все острее выявляются социо-гендерные риски (неравная оплата за равный труд, обладание экономическими активами, феминизация бедности и т.д.). При анализе общественных процессов и общественного сознания не стоит сбрасывать со счетов достаточно устойчивое положение принципов андроцентризма как не просто взгляд на мир с мужской точки зрения, а выдача мужских нормативных представлений и жизненных моделей за единые универсальные социальные нормы и жизненные модели, в котором гендерные роли распределяются иначе, без учета передаваемых ресурсов для развития.

Исследование гендерных аспектов развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в цифровом обществе, его восприятия, степени включенности граждан в процессы развития деловой активности чрезвычайно актуальны, как с точки зрения принятых стратегических документов – Национального проекта «Малое и среднее предпринимательства и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Национальный проект «Малое и среднее предпринимательства и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»], Указа Президента от 7 мая 2018 года [Указ Президента РФ, 2018], так и глубочайших процессов в структурах занятости, борьбы с бедностью, социального неравенства, диверсификации экономики, разрыва в региональном развитии.

Весь XX век наполнен борьбой за усиление влияния женщин, утверждение принципа гендерного равноправия. По данным мировых институтов развития рост совокупного мирового валового продукта на 5,3 трлн. долларов к 2025 году станет возможен, если экономическое участие женщин увеличится на 25 % за этот же период. Экономическая практика показывает, что женщины–предприниматели чаще реинвестируют в человеческий капитал (90 % против 40 % для мужчин) и активно создают новые рабочие места, чаще ведут семейный бизнес (32 % компаний против 12 % возглавляемых мужчинами) [От форума к форуму, 2018: 23].

Отметим, что социология предпринимательства успешно разрабатывается и востребована. Колоссальный вклад в создание целостной теории предпринимательства внес Й. Шумпетер [Шумпетер, 1982: 455]. Одним из самых ярких российских исследователей является В. В. Радаев [Радаев, 2008: 602]. Свой вклад в исследование гендерных аспектов предпринимательства внесли О. В. Котоманова [Котоманова, 2012: 186], А. Е. Чирикова [Чирикова, 1998: 358], С. А. Давыдов [Давыдов, 2013: 29], Ю. А. Семенова [Семенова, 2009: 10], Г. Г. Силласте [Силласте, 2016: 640], М. Е. Баскакова [Баскакова 2019: 100]. Востребованность в дальнейшей разработке продиктована самой сутью понимания категорий «предпринимательство», «предприниматель»:

– как трансформационный, творческий, новаторский вид социального поведения;

– как тип личности, обладающий своеобразными знаниями и опытом;

– как настоящая культурная форма.

Современная VUCA реальность, новая цифровая экономика и информатизация общества в целом предопределяет особенности и сферы влияния предпринимательской деятельности, новые возможности, определяет набор черт, необходимых предпринимателю, чтобы преуспеть в бизнесе и противодействовать неопределенности [Милованова, 2019: 156]. Условия ведения бизнеса являются базовым показателем для оценки устойчивости экономического роста и достижения технологического лидерства. Сегодняшняя позиция России в международном рейтинге по условиям ведения бизнеса «Doing Business» – 28 место из 190 стран мира [Доклад Ведение бизнеса, 2020].

В мае 2018 года вышел Указ Президента, меры которого направлены «на повышение уровня жизни граждан, создание комфортных условий для их проживания, а также условий и возможностей для самореализации и раскрытия таланта каждого

человека». Поставлена также задача увеличения в 2 раза численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей до 25 млн человек, определен срок – до 2024 года [Указ Президента, 2018]. Достижение нужного показателя вовлеченности в деловую активность требует человеческого ресурса и слаженных совместных действий государства с гражданским обществом.

Почему именно женщины рассматриваются как тот социальный ресурс, который потенциален для развития предпринимательства? Назовем лишь некоторые устойчивые тенденции:

- более 30 млн женщин России занято в сфере экономики, они образованнее мужчин, 58 женщин из 100 человек имеют высшее образование

- феминизация бедности

- среди безработных до 70 процентов – женщины,

- в группе риска одинокие женщины – пенсионеры, женщины-предпенсионного возраста с достаточным опытом, но недостаточными компетенциями в условиях цифровизации и роботизации труда, неполные семьи с детьми, женщины – мигранты. По исследованию Mastercard [Mastercard Index of Women Entrepreneurs] Россию относят к ряду стран, где преобладает «вынужденное предпринимательство».

По данным НАФИ 25 млн россиян хотели бы заняться предпринимательством, но главным сдерживающим фактором решиться на предпринимательскую деятельность, по мнению опрошенных, является отсутствие знаний и компетенций, нужных для ведения предпринимательской деятельности [НАФИ. Индекс женского предпринимательства (WBI), 5 волна].

О позитивных ожиданиях для будущего развития делового климата показательны и такие данные: в рейтинге профессий для своих детей родители выбирают профессию предпринимателя, бизнесмена, 17 % (мужчины) и 14 % женщин. Профессия предпринимателя, бизнесмена вышла на вторую позицию после врача, предпочтение которой отдают 17 % мужчин и 23 % женщин [Рейтинг профессий и школьных предметов. Опрос Левада – Центра].

Полученные результаты.

Тема женского предпринимательства является трендом экономического развития, вызывает дискуссию в общественно-политическом дискурсе. Для иллюстрации приведем данные авторского качественного исследования «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства». Нами были опрошены участники стратегической сессии-встречи «Женское предпринимательство как устойчивый тренд: преграды и меры поддержки», прошедшей 2 декабря 2019 года в Государственной Думе, а также включенные в онлайн опрос женщины-предприниматели, имеющие опыт ведения бизнеса. Вся выборка экспертная, так как респонденты являются предпринимателями в настоящем времени, либо имели опыт ведения бизнеса. В приведенной ниже Таблице отражен возраст опрошенных. Опрос носил пилотный характер [Авторское качественное исследование «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства»] (Табл. 1).

Таблица 1. Возраст эксперто

Варианты ответа (лет)	Человек
46–55	24
38–45	14
33–37	7
56–65	6
25–32	2
66 и более	1
18–24	0

Эксперты представляют различные сферы занятости: юридические услуги, сфера образования, производство, государственная или муниципальная служба, сфера услуг, информационный и коммуникационный бизнес, сельское хозяйство. География проживания экспертов – около половины опрошенных Москва (26 чел.), 7 – Московская область, далее из других регионов: Архангельская область – 3 чел.; Костромская область – 2 чел.; Кировская область – 1 чел.; Свердловская область – 3 чел.; Самарская область – 1 чел.; Ленинградская область – 1 чел.; Ростовская область – 1 чел.; Тамбовская область – 1 чел.; Республика Чувашия – 2 чел.; Республика Калмыкия – 2 чел.; Ярославская область – 1 чел.; Севастополь – 1 чел.

Осведомленность о мерах поддержки малого и среднего предпринимательства в России в оценках наших экспертов выглядит следующим образом (Табл.2).

Таблица 2. Осведомленность о мерах поддержки МСП в России (любое количество ответов)

Варианты ответа	Чел.
Упрощенный налоговый режим	40
Упрощение бухгалтерского учета	23
Получение субсидий	23
Образовательная поддержка	19
Обеспечение финансовой поддержки со стороны банков	18
Аренда помещения на льготных условиях	15
Меры по развитию инфраструктуры малого и среднего бизнеса	13
Правовая поддержка при осуществлении госконтроля	13
Пользование услугами ресурсных центров по поддержке предпринимательства на уровне регионов, муниципалитетов	11
Экспортно-импортная поддержка предпринимательства	10
Правовая поддержка в случаи конфликтной ситуации	9
Коммуникационная поддержка и помощь в продвижении	7
Инновационная поддержка малого женского предпринимательства	7
Институт государственных и муниципальных закупок как инструмент поддержки предпринимательства	6
Льготный порядок расчета за приватизированное имущество	6

Среди основных барьеров при обращении за поддержкой при ведении бизнеса эксперты выделили (Табл. 3).

Таблица 3. Основные барьеры при обращении за поддержкой

Варианты ответа	Чел.
Большое количество требуемых документов необходимых для получения поддержки	30
Трудности в понимании процедур и порядка при получении поддержки	28
Отсутствие нужных связей, «своих» людей	22
Длительные сроки получения поддержки	21
Проблем нет, было бы желание	3
Алгоритм получения помощи	2
Трудно найти нужную информацию	2

Экспертам также было предложено оценить политику в отношении предпринимательства по шкале от 1 до 10 (где 1 – это минимальный балл, 10 – максимальный балл) (Табл.4).

Таблица 4. Политика в отношении предпринимательства

Оценка	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Количество ответов	7	6	13	6	14	4	2	1	0	0

Видим, что политика в отношении мер поддержки со стороны органов власти оценивается большинством на среднем уровне и ниже среднего. При этом около половины респондентов считают, что органы власти «в чем-то помогают, а в чем-то мешают», одна треть, что «власть не предпринимает каких-либо действий, но их участие необходимо». Категорично высказались только 6 чел. – «органы власти только мешают своими действиями».

На вопрос различия специфики мер поддержки между Москвой и регионами половина респондентов ответила, что разница есть и лишь 8 экспертов не видят разницы. Специфику политики в отношении малого и среднего предпринимательства в сравнении Москвы и регионов определяют так: «в Москве лучшая осведомленность», «много различных программ», «большой объем финансирования», «в регионах надо иметь «своих» людей для получения поддержки» и «отсутствие информационной интеграции между регионами и столицей», «человеческие ресурсы», «доступность образования и переквалификации», «инспекции не мешают деятельности предпринимателя», «большой рынок сбыта и больше возможности для нетворкинга».

Отметим черты наличия укорененности прекарного труда. В ответе на вопрос «Принимали вы на работу человека на условиях неформальной занятости?», ответы распределились следующим образом (Табл. 5):

Таблица 5. Использование неформальных форм занятости

Да	12
Да, но частично	16
Все зависит от пожеланий человека, которого я устраиваю на работу	14
Нет, категорически против	9
Другое	Аутсорсинг, работа с самозанятыми

Мнение экспертов по поводу того, в чем заключается мотивация мужчины и женщины к занятию предпринимательской деятельностью выглядит таким образом (Табл. 6–7):

Таблица 6. Стимулы к предпринимательской деятельности у мужчин по мнению экспертов

Варианты ответа	Чел.
Желание обеспечить семью	21
Желание быть себе хозяином, не работать на «дядю»	10
Желание реализовать свою предпринимательскую жилку и призвание	16
Нет выбора из-за отсутствия достойной занятости	6

Таблица 7. Стимулы к предпринимательской деятельности у женщин

Варианты ответа	Чел.
Желание обеспечить семью	24
Желание быть себе хозяином, не работать на «дядю»	17
Желание реализовать свою предпринимательскую жилку и призвание	26
Отсутствие достаточной опоры со стороны мужчины	24
Нет выбора из-за отсутствия достойной занятости	6

Около половины женщин отнесли к стимулу заниматься предпринимательством отсутствие достаточной опоры со стороны мужчины.

Успешность тренда «женское предпринимательство», на наш взгляд, будет определяться следующими ключевыми элементами и стимулами роста:

- Распространить налоговые каникулы для одиноких молодых и многодетных матерей, занимающихся бизнесом в небольших городах;
- Разработать и реализовать специальные образовательные программы для действующих и начинающих женщин-предпринимателей;
- Развитие и поддержка просветительских проектов, нетворкингов, сообществ в том числе Клубов в области цифровой экономики;
- Разработать комплексную программу по развитию женского предпринимательства в России.
- Создать специализированные финансово-кредитные продукты для женского предпринимательства;
- Закрепить понятие женское предпринимательство на законодательном уровне;
- Законодательное закрепление сбалансированного представительства мужчин и женщин в Советах директоров акционерных обществ;
- Изменение отношения социума к необходимости более активного участия женщин в экономике в предпринимательстве;
- Закрепить порядок экспертизы ФЗ на предмет гендерного равенства;
- Стимулирование создания и реализации корпоративных программ поддержки женского предпринимательства и занятости;

– Учет роли общественных объединений по гендерному признаку и их мнения в продвижении темы «женское предпринимательство» [Стенограмма стратегической сессии – встречи "Женское предпринимательство как устойчивый тренд: преграды развития и меры поддержки"].

Библиографический список

Авторское качественное исследование «Меры поддержки малого и среднего предпринимательства». Архив автора.

Баскакова М. Е. Гендерная асимметрия малого бизнеса (на примере Москвы) / М. Е. Баскакова // Мир новой экономики. 2019. № 3. С. 100–111.

Давыдов С. А. Малое женское предпринимательство в свете концепций маргинальности / С. А. Давыдов, А. А. Юдина // Гуманитарный аспект образовательного пространства. 2013. С. 29–37.

Доклад Ведение бизнеса 2020 [Электронный ресурс] // Всемирный банк: [веб-сайт]. URL: <https://russian.doingbusiness.org/ru/reports/global-reports/doing-business-2020> (дата обращения: 19.01.2020).

Котоманова О. В. Феминизация бедности как результат гендерного разделения труда / О. В. Котоманова // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 1. С. 186.

Милованова М. Ю. Женское предпринимательство: быть или не быть? Гендерные отношения в современном мире: управление, экономика, социальная политика материалы Международной научной конференции. 2019. С. 156–161.

НАФИ. Индекс женского предпринимательства (WBI), 5 волна [Электронный ресурс] // NAFI: [веб-сайт]. URL: <https://nafi.ru/en/projects/predprinimatelstvo/indeks-zhenskoj-predprinimatelskoj-aktivnosti-wbi-5-volna/> (дата обращения: 20.12.2019).

Национальный проект «Малое и среднее предпринимательства, и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации: [веб-сайт]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/nacionalnyy_proekt_po_razvitiyu_malogo_i_srednego_biznesa_odobren_sovetom_pri_prezidente_rf_po_strategicheskomu_razvitiyu.html (дата обращения: 01.02.2020).

От форума к форуму. Сборник информационно–аналитических материалов для участников второго Евразийского женского форума М. 2018. 208 с.

Радаев В. В. Экономическая социология. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. 602 с.

Рейтинг профессий и школьных предметов. Опрос Левада–Центра, 1602 респондентов по репрезентативной выборке взрослого населения Российской Федерации [Электронный ресурс] // Левада-Центр: [веб-сайт]. май 2018 г. URL: <https://www.levada.ru/2018/08/10/rejting-professij-i-shkolnyh-predmetov/> (дата обращения: 17.03.2019).

Семенова Ю. А. Специфика развития женского предпринимательства в России / Ю. А. Семенова // Известия Саратовского университета. 2009. Т. 9. Сер. Социология. Политология, вып. 3. С. 20–22.

Сизова Ю. С. Современный предприниматель в vusa мире – преимущества и сложности // экономика и бизнес: теория и практика, 2019, № 8 [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес: теория и та обращения: 01.02.2020).

Силласте Г. Г. Гендерная социология и российская реальность. М. 2016. 640 с.

Силласте Г. Г. Социальные транзисии и формирование нового гендерного порядка // *Женщина в российском обществе*. 2019. № 2. С. 3–16.

Стенограмма стратегической сессии – встречи «Женское предпринимательство как устойчивый тренд: преграды развития и меры поддержки», Государственная Дума, Зал 304, 2 декабря 2019 года. Архив автора.

Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ: [Правовой портал]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71837200/> (дата обращения: 15.01.2020).

Чирикова А. Е. Женщина во главе фирмы. М.: Издательство Института социологии РАН, 1998. 358 с.

Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; Перевод с нем. В. С. Автономова и др. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

Mastercard Index of Women Entrepreneurs [Электронный ресурс] URL: <https://newsroom.mastercard.cm/ru/press-releases/рейтинг-mastercard-index-of-women-entrepreneurs-показал-в-каких-стран/> (дата обращения: 20.09.2019).