



УДК 316.334.2–055.2(470)

ЖЕНСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ю. А. Семенова

Саратовский государственный университет
E-mail: semenofa@gmail.com

Статья посвящена рассмотрению такого сложного социально-экономического феномена, как предпринимательство. Главное внимание обращается на особенности и перспективы женского предпринимательства в современном российском обществе.

Ключевые слова: предпринимательство, женское предпринимательство, малый и средний бизнес, социальный статус.

Women Entrepreneurship in the Modern Russian Society: Peculiarities and Perspectives

Yu. A. Semenova

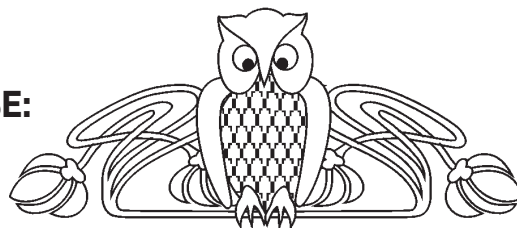
The article is devoted to the studying of such a complicated social and economic phenomenon as entrepreneurship. Special attention is paid to the peculiarities and perspectives of women entrepreneurship in the modern Russian society.

Key words: entrepreneurship, women entrepreneurship, small and middle-sized business, social status.

Исследование женского предпринимательства в современном российском обществе имеет важное теоретическое и практическое значение, что обусловлено необходимостью социологической рефлексии этого феномена в России.

Предпринимательство – сложный социально-экономический феномен определяемый воздействием совокупности не только личных интересов предпринимателей, но и комплексом внешних факторов. Именно от них зависят особенности и перспективы развития этого феномена. Личные интересы предпринимателей могут существенно изменяться в зависимости от достигнутых результатов, внутренней и внешней среды осуществления предпринимательской деятельности. Отметим, что предпринимательство, как правило, довольно четко и успешно адаптируется к внешним факторам, которые в значительной мере влияют на формы и методы достижения предпринимателями своих целей. При этом личные интересы в основном меняются в значительной мере в зависимости от успешности адаптации к внешней среде. Предпринимательство пронизывает ткань социума, опосредуя хозяйственную жизнь людей, превращая ее в экономическую систему, соединяя экономическую и социальную сферы, политическую и духовную жизнь.

Предпринимательство сегодня – один из ключевых объектов внутренней политики со-



временной России. На страницах российских журналов все чаще появляются статьи о деловых женщинах – владельцах компаний, преуспевающих менеджерах. Появились и общественные организации, объединяющие женщин-бизнесменов и руководителей компаний.

Женское предпринимательство сегодня, несмотря на обилие различных научных публикаций, является недостаточно изученным феноменом. О нем пишут философы и экономисты, историки и психологи, юристы и социологи. Однако целостного представления об этом феномене пока не выработано, да и, учитывая динамичность развития современного российского общества, это вряд ли возможно. Иное дело «ухватить», увидеть особенности текущего момента в развитии женского предпринимательства и оценить его перспективы, с тем чтобы всемерно способствовать его становлению и развитию, поскольку налицо вполне очевидное социальное противоречие: с одной стороны, рыночная модель развития современного российского общества позволяет свободно развиваться женской экономической инициативе, самостоятельности и независимости в сфере предпринимательства, а с другой – женщины по-прежнему социально более уязвимы. Женская экономическая активность повсеместно вступает в конфликт с социальной дискриминацией. А между тем ведущими мотивами открытия собственного дела являются самореализация, интерес, самоутверждение, карьера, профессиональный рост, материальная надежность, деньги.

Если говорить об особенностях женского предпринимательства, то мы исходим из того, что «особенность – это характерное, отличительное свойство кого-, чего-нибудь»¹. Женщины, как правило, отличаются большей законопослушностью и надежностью, ответственностью и культурой. Они легче вписываются в незнакомую предпринимательскую среду и придают большое значение межличностным отношениям. Это способствует в конечном итоге успешному освоению «узких» мест современного российского рынка. Многие предпринимательницы показывают успешные примеры ведения социально ответственного бизнеса. Конечно, качества и степень предприимчивости у женщин различны. Одни талантливее, находчивее, другие смелее, третьи трудолюбивее, скромнее, одни доброжелательны к людям, другие бессердечны, сухи, у



некоторых удачно сочетаются разнообразные качества, у других недостает многих свойств², однако все они социально активны и настойчивы в достижении своих целей.

Нам представляется, что в современном российском обществе потенциал гендерной асимметрии, доставшийся в «наследство» от социалистического прошлого, заметно уменьшается, позволяя женщинам осваивать и ранее исключительно «мужские» сферы предпринимательства, такие как освоение различных инновационных технологий и развитие образования – от дошкольного до высшего и послевузовского, и формирования новых видов социальных услуг. Мы солидарны с мнением С. К. Арслановой, которая считает, что сегодня во многом стереотипы роли женщины и мужчины в общественном мнении остаются традиционными по форме: мужчина – добытчик, женщина – хранительница очага. Однако содержание в эти понятия сегодня вкладывается уже другое. Происходит трансформация общественного мнения, которая пока еще не осознается социумом³.

Как правило, «женские» предприятия открываются в таких сферах, как бытовые и образовательные услуги, социальная помощь семье, помощь в социальной адаптации, издательские услуги, полиграфия, производство одежды и продуктов питания, медицина, отдых, туризм, оздоровительные и консалтинговые услуги.

Эти сферы деятельности ориентированы на улучшение качества жизни самых разнообразных групп современного российского общества, что, в свою очередь, обуславливает и социально значимый характер предпринимательской деятельности женщин. Сегодня именно средние и малые предприятия выступают главным инструментом создания новых рабочих мест. Возникновение и рост предпринимательства среди женщин является глобальной тенденцией. Многие страны стимулируют развитие женского предпринимательства, используя его в качестве средства для укрепления экономики. Не является исключением и Россия, где поддержка предпринимательства федеральными и региональными органами власти сегодня остается недостаточно эффективной. Малый и средний бизнес продолжает испытывать серьезные трудности, в результате чего снижается потенциал довольно активной социальной группы современного российского общества – женщин-предпринимателей.

Следует заметить, что использование возможностей регулирующего воздействия государства на сферу женского предпринимательства в регионах явно недостаточное и далеко неравномерное. В современных условиях развития Российского государства многие субъекты РФ имеют региональное законодательство, направленное на поддержку предпринимательства. Однако если такое региональное законодательство и имеется, оно в значительной мере копирует фе-

деральные законодательные акты и мало учитывает или вовсе не учитывает специфику региона, в то время как именно специфика того или иного региона и обуславливает необходимый комплекс мер поддержки предпринимательству на местах.

Вместе с тем следует отметить и тот факт, что малое и среднее предпринимательство находится под серьезным налоговым прессом. Так, в России идет постоянное и систематическое уменьшение ИП: в 2010 г. было закрыто 2,4 млн малых индивидуальных предприятий, в 2011 г. – 3 млн, в 2012 г. – 3,7 млн. Такая ситуация создает серьезную угрозу для рынка труда⁴. При этом она продолжает развиваться. Правительство России приняло закон, согласно которому с 1 января 2013 г. увеличиваются в двукратном размере взносы в Пенсионный фонд – с 12 тыс. рублей до 35 664 руб. 66 коп., из-за чего значительное количество индивидуальных предпринимателей стало закрывать свой бизнес⁵.

Следует отметить и тот непреложный факт, что сегодня индивидуальные предприниматели, в том числе и женщины-предприниматели стали, на наш взгляд, социально ответственнее, думают не только о себе и своем бизнесе, но и о тех людях, которые у них работают. Поэтому вполне обоснованным выглядит и их мнение о том, что Правительство России неосознанно, в погоне за мимолетной выгодой, пытается «задушить» в нашей стране средний класс. При этом они четко осознают, что он является своеобразной опорой правительств западных стран. Однако в России складывается впечатление, что в связи с «закручиванием гаек» и «построением вертикалей» свободолобивый и демократический средний класс абсолютно не нужен⁶.

Одной из причин сложившейся ситуации, как нам представляется, является недостаточность подхода, ориентирующего государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса только на экономическую, организационную и правовую составляющие. По-прежнему в значительной степени вне государственного регулирования остаются система налогообложения и лицензирования, отчетность и бюрократизм; недостаточность или полное отсутствие дешевых кредитов для социально значимых коммерческих проектов; неравный доступ к кредитным и финансовым ресурсам. Все это существенно тормозит создание социально ответственного, государственно ориентированного среднего класса. Естественно, что в полной мере это касается и женщин-предпринимателей.

Как нам представляется, существует известное противоречие между низким статусом женщин в политике, обществе и культуре современного российского общества и связанными с этим ограниченными возможностями в ведении бизнеса, с одной стороны, а с другой – тем, что именно предпринимательство является той областью деятельности, где женщина способна не



только реализовать свой личный творческий потенциал, но и обеспечить улучшение финансового состояния своей семьи. Думается, что разрешение этого противоречия послужит основой для формирования устойчивого роста среднего класса и, как следствие, стабильности экономического развития современного российского общества. По нашему мнению, был прав Г. К. Гинс, который отмечал, что «поощрять таланты предпринимателей, способствовать успеху их деятельности, теснее связать их с общественной средой и государством – это значит способствовать материальному благополучию народа и социальному миру в стране»⁷. Несмотря на устаревшую терминологию, поскольку эта работа Г. К. Гинса была опубликована в далеком 1940 г. в г. Харбин, автор отмечал тесную взаимосвязь государства и предпринимательства, обеспечивающую социальную стабильность и повышение уровня жизни. Женское предпринимательство, в современном российском обществе, самым естественным образом вписавшись в структуру пред-

принимательства в целом, играет важную роль в становлении нового качества жизни россиян и, несомненно, имеет неплохие перспективы для своего дальнейшего совершенствования.

Примечания

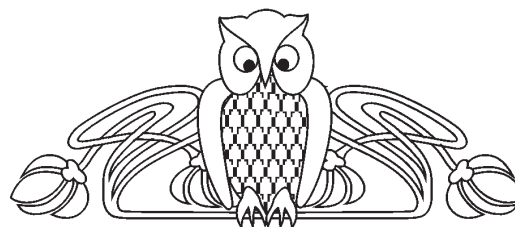
- ¹ Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2002. С. 463.
- ² См.: Гинс Г. К. Предприниматель. М., 1992. С. 13.
- ³ См.: Арсланова С. К. Социальный статус как фактор социального потенциала женщины в современных условиях. Набережные Челны, 2008. С. 117.
- ⁴ См.: Законы России «душат» малый бизнес // ИА «Тема Саратов» : [сайт]. URL: <http://www.temasaratov.ru/news/economics/item/4584/15> (дата обращения: 14.03.2013).
- ⁵ См.: ИА «Тема Саратов» : [сайт]. URL: <http://www.temasaratov.ru/news/economics/item/4584/15> (дата обращения: 14.03.2013).
- ⁶ См.: Гинс Г. К. Указ. соч. С. 210.
- ⁷ Там же. С. 45.

УДК 316.346.32–053.6

ПЕРСПЕКТИВА ПОКОЛЕНИЯ: ДВИЖЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ

В. Н. Ярская, Н. С. Божок

Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю. А.
Email: jarskaja@mail.ru, nikolaybozhok@gmail.com



В статье анализируется категория «поколение» с точки зрения ее соотношенности с концептом времени, приводятся результаты вторичного анализа данных зарубежных исследований, субкультурного анализа движения исторической реконструкции. Анализируются данные интервью, условия сохранения субкультуры. Авторы утверждают, что движение исторической реконструкции формирует новое поколение его участников, а также их глубокое чувство патриотизма.

Ключевые слова: поколение, субкультура, субкультурный анализ, социальное движение, историческая реконструкция, патриотизм.

The Generation Prospect: the Movement of the Historical Reconstruction

V. N. Yarskaya, N. S. Bozhok

The article analyzes category generation from the point of view of its correlation with the concept of Time, and the results of the secondary analysis of data of foreign investigations, subcultural motion analysis of historical reconstruction. The data analyzed interviews, the conditions of preservation of the subculture. The authors argue that the movement of the historical reconstruction is creating a new generation of its participants, but also their deep feeling of patriotism.

Keywords: generation, subculture, subculture analysis, social movement, historical redesign, patriotism.

«Поколение» – центральная категория социального времени. Научный интерес к ана-

лизу поколений и проблемам отношения между ними появился в западноевропейской литературе во второй половине XIX в., в том числе с философским осмыслением категории времени. Методология, создавшая образ мира с абсолютным, объективированным, линейным и субстанциональным временем, могла либо адаптироваться к новой, нелинейной картине мира, либо резко ее пересмотреть. Критерии сравнения различных обществ – это в том числе связь форм времени, темпоральностей социальных и возрастных групп, поколений, поколенческого контракта¹. Сегодня категория «поколение» вызывает интерес исследователей с позиций исторической перспективы от прошлого к будущему, различий в потребительских ориентациях и практиках, наличия или отсутствия у данного поколения чувства патриотизма. Ведь сложность поколенческих конфликтов переживается на микро-, макро- и глобальном уровнях. Интерес к работе с проблематикой поколений в массовом сознании и научном сообществе стимулируется ориентацией на радикальные и быстрые изменения, стремлением к справедливости в распределении ресурсов, глобальными изменениями возрастного состава современных обществ. Фреймы исследования отсылают к методологии социальной динамики, социальному конструктивизму и по-