

Чикер Вера Александровнакандидат психологических наук,
доцент кафедры социальной психологии
Санкт-Петербургского государственного университета**Chiker Vera Aleksandrovna**PhD in Psychology, Assistant Professor,
Social Psychology Department,
Saint Petersburg State University**Котенко Лариса Михайловна**аспирант кафедры социальной психологии
Санкт-Петербургского государственного университета**Kotenko Larisa Mikhaylovna**PhD student, Social Psychology Department,
Saint Petersburg State University**СОЦИАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
СОБСТВЕННИКОВ БИЗНЕСА
В ПЕРИОД ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА****SOCIAL CHARACTERISTICS OF
BUSINESS OWNERS
DURING THE FINANCIAL CRISIS****Аннотация:**

В статье прослеживается динамика социальных характеристик собственников бизнеса города Санкт-Петербурга, полученных в трех исследованиях 2012–2016 гг. Отмечены изменения социально-демографической структуры группы, отношения предпринимателей к бизнесу и вопросу материального дохода за указанный период. Выявлены гендерные различия исследуемых характеристик.

Ключевые слова:

собственник бизнеса, социальные и социально-демографические характеристики, кризис, материальный доход, гендерные различия, предприниматель.

Summary:

The article discusses the dynamics of social characteristics of business owners of the city of Saint Petersburg obtained in three types of research of 2012–2016. They showed changes in social and demographic group structure, entrepreneurs' attitude to business and issue of material income for the period. The authors identified gender differences in the reviewed characteristics.

Keywords:

business owner, social and social and demographic characteristics, crisis, income, gender differences, entrepreneur.

Предпринимательская деятельность – одна из основ благополучия общества – начала развиваться в нашей стране в конце 1980-х гг. Самые решительные и активные представители российского социума, возлагая большие надежды на развитие бизнеса в стране, с энтузиазмом включились в преобразование государственной экономики.

Е.К. Завьялова и С.Т. Посохова были одними из первых авторов, представивших научному сообществу результаты психологических исследований отечественных предпринимателей (собственников бизнеса) [1]. Они изучали мотивы деятельности представителей этой группы. Вопросы психологического обеспечения профессионального отбора и обучения менеджеров, рассмотрением их профессиональных функций, определением особенностей управления персоналом занимались Т.П. Авдулова [2], П.К. Власов, Г.С. Никифоров, А.В. Липницкий, И.М. Лущикина, С.И. Макшанов, С.А. Маничев, Л.Г. Почебут, П.И. Смирнов, Н.В. Ходырева, Н.Ю. Хрящева [3]; ценностные ориентации в бизнесе интересовали В.И. Бакштановского, Ю.В. Согомонова [4], С.Н. Ботавину [5], И.Д. Грачева [6], А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко [7], Г.С. Никифорова [8], Р. Баумхарта [9]; психологические характеристики предпринимателя в рамках экономической психологии изучала О.С. Дейнека [10]. В 2006 г. авторы настоящей работы также начали собственные исследования, в которых раскрываются морально-нравственные и ценностные ориентации женщин-предпринимателей Санкт-Петербурга и Москвы [11].

Сегодняшний день продолжает ставить актуальные вопросы, требующие изучения текущей ситуации: экономической, деловой активности, этических мотивов и установок – устойчивых и подверженных изменениям в процессе протекающего глобального экономического кризиса – уже вполне сформировавшегося в России социального класса предпринимателей. Тем более интересным кажется сравнительный анализ результатов исследований, проводимых в течение последнего десятилетия.

Гипотеза исследования. Мы предположили, что в ходе переживания существенных экономических трудностей, связанных с перманентным финансовым кризисом, изменяются как социальный состав группы предпринимателей, так и их психологические установки по отношению к бизнесу. Для выполнения поставленных задач, кроме различных психологических методов исследования [12], была разработана специальная авторская анкета, направленная на изучение социальных характеристик личности собственников бизнеса. В статье рассмотрим некоторые данные анкетного опроса – социальные характеристики группы.

За эти годы (2012–2016) было проведено три научных исследования (в 2012 г. обследовано 42 предпринимателя, 2013 – 35, 2016 – 74). В общей сложности в опросе принял участие 151 собственник бизнеса города Санкт-Петербурга (89 мужчин и 62 женщины). Таким образом, мы смогли выявить динамику – как сходство, так и существенные различия социальных характеристик личности предпринимателей различного пола, а также их отношение к бизнесу и материальному благополучию методом поперечных срезов в течение пяти лет.

Все опрошенные имеют собственное дело, наемный персонал, относятся к категории малого или среднего бизнеса и самостоятельно управляют своими компаниями. На сегодняшний день малым и средним бизнесом, согласно полученным данным, в большей степени занимаются предприниматели среднего (30–50 лет) и старшего (старше 50 лет) возрастов. Таких в группе опрошенных 76 %. При этом к 2016 г. по сравнению с 2012 г. существенно выросло число собственников бизнеса в возрасте от 18 до 29 лет. Если в 2012 г. их было всего 4,7 % от общего количества выборки, то в 2016 г. – 29,7 %, что говорит о возрастающем желании молодежи прилагать усилия для развития своего бизнеса. По сравнению с 2012 г. в общей выборке на 5 % увеличилась доля женщин-предпринимательниц, что свидетельствует о их большей психической выносливости в стрессовых ситуациях во время кризиса по сравнению с мужчинами и высокой ответственности за уже созданный бизнес.

Как показали все исследования, в выборке среди собственников бизнеса, состоящих в браке, больше мужчин (на 22 %), чем женщин (рис. 1).

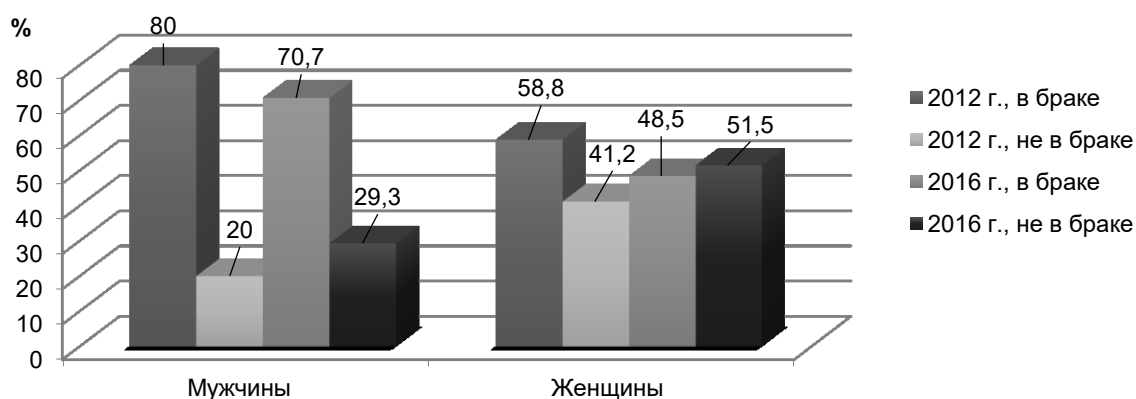


Рисунок 1 – Семейное положение собственников бизнеса

При этом, если в 2012 г. предпринимательниц, состоящих в браке, было 58,8 %, то в 2016 г. количество замужних женщин – собственниц бизнеса уменьшилось до 48,5 %. По нашим данным, более половины женщин, которые посвятили свое время бизнесу, не состоят в браке (51,5 %), что, вполне возможно, связано с психологическими характеристиками этой группы предпринимательниц. Мы предположили, что семья для мужчин – их поддержка и опора, а бизнес – способ ее обеспечения. Женщины же часто решают заняться бизнесом тогда, когда не имеют семьи и мужа. Они открывают свои предприятия и берут на себя ответственность за свое материальное благосостояние. Этот вывод подтверждается данными, полученными по другим диагностическим методикам.

Существуют различия в уровне образования мужчин и женщин – собственников бизнеса.

Таблица 1 – Уровень образования собственников бизнеса, %

Образование	Мужчины		Женщины	
	2012	2016	2012	2016
Среднее	0	9,8	5,9	0
Средне-специальное	8	9,8	5,9	6,1
Высшее	52	61	35,3	63,6
Два и более высших образования	24	17,1	52,9	30,3
Ученая степень	4	2,4	0	0

Как видно из таблицы 1, в 2012 г. женщин-предпринимателей со средним образованием в выборке было 5,9 % и также 5,9 % – со средне-специальным. Высшее или несколько высших образований имели 88,2 % опрошенных. В 2016 г. женщины-предпринимательницы со средним образованием в опросе не участвовали; со средне-специальным образованием в 2016 г. опрошено 6,1 %. 93,9 % респонденток имеют высшее или несколько высших образований. Таким образом, наблюдается тенденция к большей образованности женщин-предпринимательниц в последних опросах.

Мужчины со средне-специальным образованием в 2012 г. составляли 8 % от общего числа. В 2016 г. предпринимателей со средним и средне-специальным образованием оказалось 19,6 %, т. е. по сравнению с 2012 г. их количество возросло более чем вдвое. Мужчин и женщин, имеющих высшее образование, в выборке примерно одинаковое количество (61 и 63,6 %), а мужчин-предпринимателей, имеющих два и более высших образования, в выборке почти в 2 раза меньше, чем женщин, причем пропорция в 2012 и 2016 гг. практически не изменилась (17,1 и 30,3 %). Среди мужчин есть собственники бизнеса, имеющие ученую степень: в 2012 г. их было 4 % в выборке, а в 2016 г. – 2,4 %.

Таким образом, согласно полученным данным, по сравнению с 2012 г. в выборке 2016 г. увеличилось количество мужчин-предпринимателей со средним и средне-специальным образованием.

Поскольку целевая группа исследования – собственники бизнеса, то наиболее важная (если не основная) составляющая их деятельности – получение прибыли, дохода от предпринимательства. Если в 2012 г. материально обеспеченными себя считали только 5,9 % женщин-предпринимательниц, то в 2016 г. таких стало 21,2 % (рис. 2).

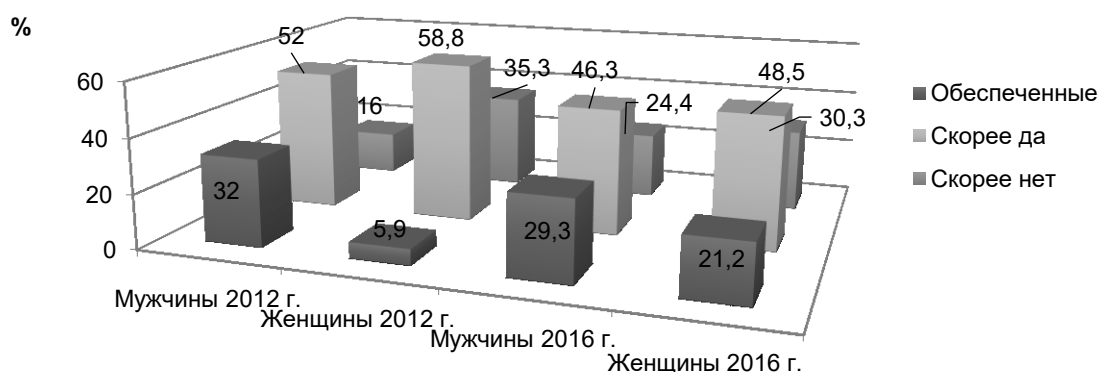


Рисунок 2 – Субъективная оценка уровня благосостояния собственников бизнеса

Среди мужчин тенденция иная: в 2012 г. обеспеченными себя считали 32 % опрошенных, в 2016 г. – 29,3 %. Сравнивая оценку своих доходов предпринимателями в 2012 и 2016 гг., можно констатировать, что женщины стали ощущать себя материально более уверенно, несмотря на то, что в целом субъективно они оценивают свое благосостояние ниже, чем мужчины. Тех, кто чувствует себя в финансовом отношении неуверенно в бизнесе, остается по-прежнему достаточно много – 54,7 % (24,4 % мужчин и 30,3 % женщин). Можем сделать вывод, что глобальный экономический кризис по-разному действует на мужчин и женщин: по сравнению с 2012 г. на 8,4 % увеличилось количество мужчин – собственников бизнеса, считающих себя скорее не обеспеченными, чем обеспеченными. Количество женщин-предпринимателей, считающих себя таковыми, наоборот, уменьшилось на 5 % (35,3 % в 2012 г. и 30,3 % в 2016 г.).

На нестабильность в сфере бизнеса указывают и другие социально-демографические данные исследования. Распределение респондентов по стажу предпринимательской деятельности представлено на рисунке 3.

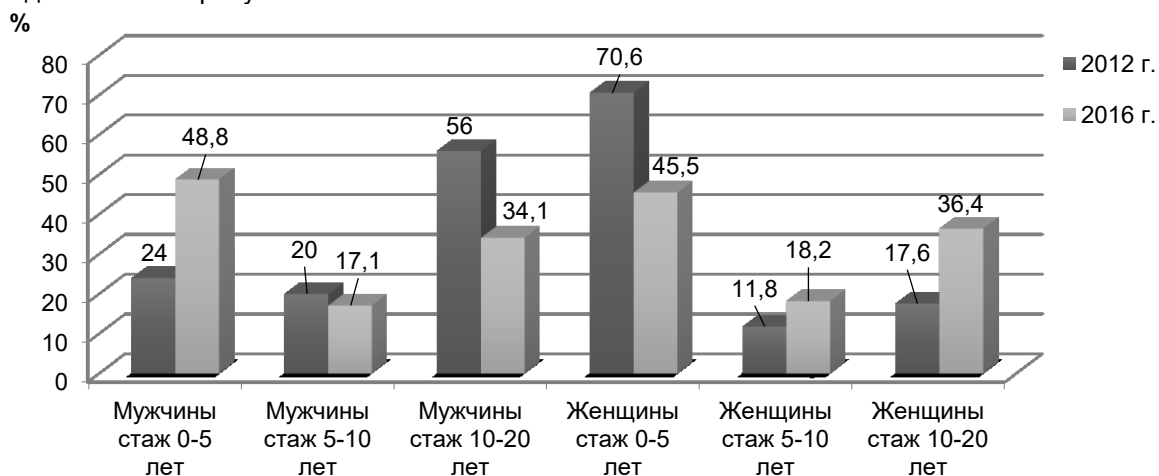


Рисунок 3 – Стаж предпринимательской деятельности опрошенных

Вся выборка была разделена на три группы в зависимости от стажа предпринимательской деятельности: от 0 до 5 лет, от 5 до 10 лет, от 10 до 20 лет и выше. Так, согласно полученным данным, в выборке на 25,1 % уменьшилось количество женщин, имеющих предпринимательский стаж от 0 до 5 лет (70,6 % в 2012 г. и 45,5 % в 2016 г.). Вместе с тем по сравнению с 2012 г. на 6,4 % увеличилось количество женщин-предпринимателей со стажем 5–10 лет и на 18,8 % тех, кто занимается бизнесом 10–20 лет и больше.

У мужчин показатели другие: количество предпринимателей со стажем 0–5 лет в 2016 г. увеличилось по сравнению с 2012 г. на 24,8 %, а со стажем в бизнесе 5–10 лет и 10–20 лет, наоборот, сократилось (на 2,9 и 21,9 % соответственно).

Таким образом, женщина-предприниматель в условиях глобального кризиса продолжает начатое 5–10–20 лет назад дело, а мужчина, несмотря на большой предпринимательский стаж, не выдерживает стресса и уходит из бизнеса. Тем не менее новый бизнес начинают чаще мужчины, чем женщины.

Обсуждение результатов. Исследование показывает, что мужчин-предпринимателей, состоящих в браке, больше, чем женщин. Такие данные могут косвенно указывать на то, что для мужчины важен надежный тыл, тогда он может быть успешным в бизнесе. Женщину-предпринимательницу, наоборот, отсутствие семьи побуждает к открытию собственного дела, таким образом она старается преодолеть проблемы в личной жизни.

В общей выборке 2016 г. по сравнению с 2012 г. стало больше мужчин-предпринимателей со средним и средне-специальным образованием, а женщин – с высшим. Возможно, мужчины, не имеющие высшего образования, меньше задумываются о будущем и последствиях принятых решений и потому начинают бизнес даже в условиях кризиса, бросая вызов окружению и обществу. Женщины-предпринимательницы с одним и более высшим образованием, опираясь на имеющиеся знания и опыт, могут более профессионально управлять компанией и поэтому закрепляются на рынке. Вместе с тем в существующих экономических условиях женщины, в отличие от мужчин, опасаются начинать собственное дело. Можно предположить, что сейчас, когда ситуация на рынке непредсказуема, женщины предпочитают переждать время неопределенности. Полученные в исследовании данные подтверждают различия между мужчинами и женщинами относительно их склонности к риску и стремлению к стабильности. Вероятно, поэтому мужчин-предпринимателей, создавших свой бизнес, когда протекает глобальный кризис, больше, чем женщин, а женщин, сохранивших свой бизнес, больше, чем мужчин.

Несмотря на то что женщины сегодня не стремятся активно создавать собственные предприятия, их деятельность показывает большую выживаемость в условиях нестабильности и кризиса. Те предпринимательницы, которые закрепились на рынке, в основном продолжают работать, их компаниям удается выдерживать разного рода изменения и потрясения, чего нельзя сказать о мужчинах. Мужчины – собственники бизнеса не выдерживают трудностей, несмотря на то что их предприятия существовали уже более 5–10 лет, соответственно, накоплен определенный опыт и навыки – они либо разоряются, либо уходят из бизнеса по собственной инициативе.

Таким образом, исследование показало существующие гендерные и возрастные различия в поведении опрошенных предпринимателей в бизнес-среде. Сегодня в бизнесе в большей степени задействованы предприниматели среднего и старшего возрастов. Можно предположить, что это те собственники бизнеса, которые создавали его на заре перестройки, пережили прошедшие кризисы и в настоящий момент твердо стоят на ногах. Вместе с тем полученные данные говорят и о том, что у современной молодежи интерес к собственному делу также высок, особенно это касается мужчин. На наш взгляд, это обусловлено рядом социальных причин: желанием работать на себя, отсутствием достаточного количества рабочих мест для окончивших вузы, неинтересными предложениями на рынке, растущим уровнем безработицы и др.

Немалый срок проводимых рыночных реформ со всей очевидностью меняет психологию женщин: они подтверждают и укрепляют свое желание независимости и самостоятельности, используя свои возможности в том, чтобы реализовывать и поддерживать личностный потенциал в собственном деле. Исследование показывает, что семья для женщин-предпринимательниц перестает быть единственной сферой приложения сил и стремлений – женщины хотят реализоваться и в сфере бизнеса. Кроме этого, отметим, что женщины в бизнесе более успешно справляются с различными ситуациями и непредсказуемостью существующего кризиса, что подтверждает возросший уровень их доходов, несмотря на сложные условия современной действительности.

Мужчины, в свою очередь, создавая новое дело в трудных экономических условиях и тем самым демонстрируя присущую им склонность к риску, часто не выдерживают сложившихся на рынке условий. В период исследования, совпавший с экономическими кризисами, была выявлена тенденция ухода из предпринимательской деятельности лиц с высоким уровнем образования (два и более высших, ученая степень).

Таким образом, рассмотренные характеристики собственников бизнеса позволяют сделать вывод об изменениях социально-демографического состава этой группы в течение пяти кризисных лет, выявить факторы устойчивости бизнеса и подготовить почву для глубокого изучения психологических причин сложившейся ситуации.

Ссылки:

1. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства. СПб., 2004.
2. Авдулова Т.П. Психологические основы менеджмента. М., 2005.
3. Психология менеджмента / П.К. Власов, Г.С. Никифоров, А.В. Липницкий, И.М. Луцкихина, С.И. Макшанов, С.А. Маничев, Л.Г. Почебут, П.И. Смирнов, Н.В. Ходырева, Н.Ю. Хрящева. Харьков, 2009.
4. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства : в 2 т. Томск, 1992.
5. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. М., 2004.
6. Грачев И.Д., Белова И.В. Развитие малого предпринимательства // Деньги и кредит. 1997. № 1. С. 45–47.
7. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция деловой активности. М., 2003.
8. Никифоров Г.С., Осипов И.Д., Фотиева И.О. Ценностные ориентации российского предпринимателя: исторический аспект // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 6. 1998. Вып. 2, № 13. С. 83–87.
9. Baumhart R.C. How ethical are businessmen? // Harvard Business Review. 1961. Vol. 39, no. 4. P. 6–19.
10. Дейнека О.С. Психологический портрет молодого российского предпринимателя // Актуальные проблемы, психологические теории и практики / под ред. А.А. Крылова. СПб., 1995. С. 124–130.
11. Котенко Л.М. Этические ценности российских предпринимателей в эпоху экономических и социальных реформ общества // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 12. 2011. № 4. С. 103–108.
12. Чикер В.А. Психологическая диагностика организации и персонала. СПб., 2004.

References:

- Avdulova, TP 2005, *Psychological fundamentals of management*, Moscow, (in Russian).
- Bakshtanovsky, VI & Sogomonov, YuV 1992, *Honest game: moral philosophy and ethics of entrepreneurship*, in 2 vols., Tomsk, (in Russian).
- Baumhart, RC 1961, 'How ethical are businessmen?', *Harvard Business Review*, vol. 39, no. 4, pp. 6–19.
- Botavina, RN 2004, *Ethics of business relations*, Moscow, (in Russian).
- Chiker, VA 2004, *Psychological diagnostics of organization and staff*, St.-Petersburg, (in Russian).
- Deineka, OS & Krylov, AA (ed.) 1995, 'Psychological portrait of a young Russian entrepreneur', *Aktual'nyye problemy, psikhologicheskiye teorii i praktiki*, St. Petersburg, pp. 124-130, (in Russian).
- Grachev, ID & Belova, IV 1997, 'Development of small business', *Den'gi i kredit*, no. 1, pp. 45-47, (in Russian).
- Kotenko, LM 2011, 'Ethical values of Russian entrepreneurs in the era of economic and social reforms of society', *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, Series 12, No. 4, pp. 103-108, (in Russian).
- Nikiforov, GS, Osipov, ID & Fotieva, IO 1998, 'Value orientations of the Russian businessman: the historical aspect', *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, Series 6, Issue 2, No. 13, pp. 83-87, (in Russian).
- Vlasov, PK, Nikiforov, GS, Lipnitsky, AV, Lushchikhina, IM, Makshanov, SI, Manichev, SA, Pochebut, LG, Sмирнов, PI, Khodyreva, NV & Khryashcheva, NYu 2009, *Management psychology*, Kharkov, (in Russian).
- Zavyalova, EK & Posokhova, ST 2004, *Psychology of entrepreneurship*, St.-Petersburg, (in Russian).
- Zhuravlev, AL & Kupreychenko, AB 2003, *Moral and psychological regulation of business activity*, Moscow, (in Russian).