

## ДЕЛОВАЯ ЖЕНЩИНА В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ

---

*ЧИРИКОВА Алла Евгеньевна - кандидат психологических наук, старший научный сотрудник  
Института социологии РАН.*

---

Женское предпринимательство в России развивается противоречиво. Сложности экономического и социального характера, переживаемые российскими предприятиями, способствуют устойчивости мифов, согласно которым женский менеджмент не может быть эффективен в условиях кризисной экономики. «России переход к "мягкому" менеджменту пока не грозит, - считает Игорь Бунин, ведущий российский эксперт по проблемам развития предпринимательства. - Успеха в деле добиваются люди с сильным или даже агрессивным началом. Поэтому российское предпринимательство сохраняет традиционные маскулинистские черты»<sup>1</sup>. Насколько подобные представления соответствуют реальности, можно выяснить, предприняв серьезные исследования этого российского феномена.

Стремление определить "внутреннюю картину" переживания риска и страхов, сопровождающих лидерство в бизнесе, описать модели поведения женщин-предпринимателей в ситуации угрозы рэкета, нецивилизованной конкуренции и других неблагоприятных факторов, предопределили замысел и цели исследования, отдельные результаты которого описываются в настоящей статье.

**Принципы, методика и выборка исследования.** В исследовании использовался принцип "многослойного анализа". Этот подход позволяет рассматривать проблему женщин-предпринимателей в экстремальных ситуациях, опираясь на дополняющие друг друга методы исследования. Сочетание независимой экспертной информации по изучаемым вопросам и данных, позволяющих провести углубленный социально-психологический анализ ключевых фигур женского предпринимательства в российских регионах позволило повысить надежность получаемых аналитических выводов.

**Метод глубинного интервью,** с помощью которого проводился опрос, строился по особой схеме. Технология интервью разрабатывалась скорее как ориентир, задающий респондентам требуемый уровень глубины и рефлексивности и рассчитанный не столько на получение однозначных сопоставимых ответов, пригодных для последующей количественной обработки, сколько на максимальную актуализацию размышления, на собственное импровизированное мини-исследование затронутых проблем. Длительность каждого интервью составила 2,5-4,0 часа.

**Выборка исследования и принципы ее формирования.** В число респонденток вошли женщины-лидеры, занимающие первую или вторую позиции на фирмах и акционерных предприятиях. Всего к исследованию было привлечено 45 женщин из пяти регионов России: Архангельской, Владимирской, Самарской областей, Краснодарского края, Республики Татарстан; 20 респонденток представляли Москву. Таким образом, всего в исследовании было получено 65 интервью из пяти регионов и Москвы. Было выделено три возрастные группы: 28-35 лет (25% от общей выборочной совокупности); 36-45 лет (45%) и 46-58 лет (30%). Интервал времени пребывания в бизнесе составил от 2

---

Настоящая статья подготовлена на основе материалов исследований, проведенных автором в 1995—1998 годах, в рамках исследовательского проекта "Лидеры женского предпринимательства - трудный путь к успеху", выполненного в Институте социологии РАН при поддержке Фонда Макаргуров.

до 7 лет. Отбор респонденток проводился на основании нескольких критериев, но решающей была оценка успешности и авторитетности экспертами - представителями различных предпринимательских ассоциаций. Всего в шести регионах России, включая Москву, было проведено 22 экспертных интервью, вскрывающих специфику предпринимательской среды в регионах<sup>2</sup>.

## **Женщины в бизнесе: риск и страхи**

Проблема риска - одна из существенных при изучении российского предпринимательства. "Людьми под камнепадом" назвала российских предпринимателей в своем интервью Ольга Кричевская, генеральный директор рекламного агентства Российской Ассоциации риэлтеров. Этот образ ярко характеризует значимость проблемы, серьезно возрастающую, когда речь идет о женском лидерстве в бизнесе. Особую роль играют, с одной стороны, деловые стратегии, используемые женщинами для минимизации риска, с другой - личностные установки и внутренняя картина переживания риска, а также отличие мужских и женских поведенческих стратегий в ситуации риска.

Интервью 1995-1996 гг. с московскими предпринимательницами дали возможность сделать ряд интересных выводов<sup>3</sup>, основной из которых состоит в том, что субъективно респондентки не выделяли переживание риска как ключевое состояние, включая его в целостное восприятие бизнеса. Это позволило предположить: **риск не является реальным тормозом при реализации женщинами своего дела.** Утверждение, что женщины не выдерживают риска и поэтому менее приспособлены к бизнесу, имеет под собой мало реальных оснований. Наоборот, бизнес уравнивает исходную эмоциональность женщины, способствуя актуализации наиболее продуктивных личностных стратегий.

Увеличение выборки и включение в нее представительниц регионального бизнеса в 1997-1998 гг. существенно не видоизменило выводы, полученные ранее. Однако два года спустя женщины-предприниматели говорят **о существенном росте риска в предпринимательской деятельности в связи с ухудшением ситуации в бизнесе в своих регионах.**

Исследование показало, что возросло число предпринимательниц, убежденных в том, что только стратегии риска способны помочь выжить бизнесу в современных условиях. Причиной этого является, с одной стороны, рост конкуренции, с другой - особенности деятельности региональных предпринимателей, которые вынуждены выживать в более агрессивных условиях.

Более консервативными выглядят установки относительно уровня приемлемого риска у тех региональных предпринимательниц, которые не придерживаются рискованных стратегий в бизнесе и пытаются их минимизировать. Особенно характерна такая установка для женщин, занятых в банковском и страховом бизнесе, что вполне рационально может объясняться «нежеланием рисковать чужими деньгами». Это может объясняться и накоплением определенного опыта в бизнес-деятельности, за счет чего риск в бизнесе становится более осознанным и менее безоглядным, что приводит к освобождению от стратегий "прибыль любой ценой".

Переживание риска как необходимой компоненты деятельности только у примерно пятой части респонденток сопровождается состоянием "ежедневного страха". Большинство опрошенных женщин, как и в "московском" исследовании, убеждены в нецелесообразности переживать риск внутри себя как постоянную угрозу, воспринимая это как "ежедневную зарядку".

В целом можно утверждать - **женщины практически без ущерба своим внутренним состояниям справляются с ситуациями риска в бизнесе.**

Большинство опрошенных женщин считают, что их деловые стратегии в ситуации риска являются не менее адекватными, чем стратегии, свойственные мужчинам-предпринимателям. В то же время материалы интервью дают возможность утверждать: женщины убеждены, что **эффективность стратегий риска не может быть связана с**

**половыми различиями.** *"Способность идти на риск зависит от индивидуальных качеств человека, а не от того, мужчина ты или женщина"*, — считает казанская предпринимательница Муслима Латыпова, которая возглавляет одновременно частное и государственное предприятия.

Исследование диапазона и интенсивности переживаемых страхов, характерных для женщин-предпринимателей, показало фактическое совпадение тех закономерностей, которые были получены ранее.

Интенсивность страха существенно нарастала в ситуации "смены правил игры" и нецивилизованной конкуренции. "Ситуация повседневного управления" практически не сопровождается эмоциональным ощущением страха и неспособностью справиться с ней. *"В жизни всегда есть много вариантов справиться с той или иной ситуацией... — убеждена Ольга Кричевская. - Если ты даешь страху победить себя, ты становишься зависимым от него навсегда, начинаешь с оглядкой вести свой бизнес. Как только ты начинаешь оглядываться - сразу теряешь темп... Я не могу сказать, что я, как обычная женщина, не боюсь. Но в бизнесе ощущение страха пытаюсь свести к минимуму. Пока у меня это получается..."*

В выборке встречались респондентки, которые считали необходимым заранее избавиться от тех ситуаций, которые вызывают у них чувства страха. *"Я сразу сказала своим учредителям-мужчинам, что не буду директором, если ко мне хоть раз придут рэкетеры, - рассуждает архангельская предпринимательница, генеральный директор страховой компании Татьяна Галушкина. - Я просто не умею справляться с этими ситуациями и очень переживаю. Мне просто страшно. Я знала заранее, что это мне не под силу"*.

Весьма интересным результатом исследования можно считать то, что описанный западными исследователями феномен "страха успеха" практически не проявился в процессе интервью у респонденток. Более того, свыше 60% опрошенных женщин утверждали, что они не просто не боятся успеха, а активно стремятся к нему. *"Я просто пьянею от успеха. Для меня это признание результата моей деятельности, - считает Дина Смекалина, - особенно когда я признаю его сама. Когда успех прошел через мои эмоции... Я чувствую полную гармонию с окружающим миром людей"*.

Одновременно около трети респонденток, особенно в маленьких российских городах, отметили, что не всегда могут позволить себе предьявить другим атрибуты своей успешности из-за необходимости вести себя в рамках определенных правил, сложившихся в провинции. *"Я, например, сегодня не могу купить иномарку, — сетует одна из предпринимательниц. - Мне нужна хорошая машина, чтобы делать свои дела быстрее, но не могу. Не могу перешагнуть через страх, что меня осудят или начнут считать мои деньги... Жизнь в просматриваемом городе заставляет со многим считаться"*.

Итак, исследование показало, что женщины способны формировать адекватные стратегии в ситуации риска, отличаясь, с одной стороны, "осознанной осторожностью", с другой - необходимым уровнем рискованности и даже авантюризма, что помогает выживать в ситуации неопределенности российского бизнеса.

Меньшая амбициозность и нежелание достигать победы "любой ценой" позволяют действовать женщине в ситуации риска не менее эффективно, чем мужчине. Признавая тот факт, что, возможно, женщинам изначально риск дается сложнее, можно утверждать, что благодаря своей интуиции женщины быстро научаются "рисковать выгодно" и освобождаются от "неуспешных шагов". Постоянная необходимость рисковать формирует необходимую личностную устойчивость и делает более зрелой личностью женщину-бизнесмена. Женщины со сниженным потенциалом риска компенсируют это за счет превентивных мер по минимизации доли риска или поиска сильных покровителей.

Высокий уровень внутреннего контроля, которые демонстрируют успешные пред-

принимательницы, свидетельствует об удивительной пластичности женской психики, которая дает возможность справиться даже с такими инстинктивными переживаниями, как переживание чувства страха. Это служит, на мой взгляд, дополнительным доказательством того, что возможности женщины как лидера еще не достаточно осознаны и впереди нас ждет много новых открытий и неожиданных находок.

## Женщины и борьба с рэкетом

Эффективность лидерства женщин в российском предпринимательстве весьма часто оспаривается аналитиками именно потому, что уровень криминогенности российского бизнеса продолжает оставаться достаточно высоким. В данной ситуации гуманные стратегии и способность идти на компромисс, на которые чаще всего ориентированы женщины-предприниматели, могут не принести желаемого результата.

Уровень криминогенности бизнеса в России и влияние рэкета исследуются, начиная с конца 1980-х годов. Согласно полученным в 1989 году данным, около 10% из 217 лидеров хозяйственной кооперации признали рэкет одной из острых проблем<sup>4</sup>. В 1991 году А. Гуров, эксперт по борьбе с российской мафией, оценивал влияние рэкета еще более высоко. "По выборочным данным, рэкету подвергаются практически все кооперативы, при этом доход преступников составляет 20-25% от прибыли кооперативов"<sup>5</sup>. Однако по данным, полученным в 1993 году В. Радаевым, влияние рэкета на деловую жизнь начинает несколько ослабевать. Согласно этим данным, часто сталкивались с вымогательством рэкетиров лишь 3,0% предпринимателей; каждый пятый (21,6%) испытывали на себе подобную неприятность иногда; подавляющее большинство (75,4%) утверждали, что вовсе от этого избавлены<sup>6</sup>. Исследование, проведенное этим же автором в 1996 г., уточнило и скорректировало полученные ранее результаты. Силовые вымогательства и угрозы отмечали как частое явление 26,2% респондентов, нередкое - 57,1% и не сталкивались с ними никогда - 16,7%. В этом исследовании В. Радаев склонен придерживаться точки зрения, что влияние рэкета на предпринимательство не только не ослабевает, но нарастает.

По некоторым экспертным оценкам, к теневой экономике в той или иной степени причастны до 90% малых предприятий. Организованная преступность контролирует 3/4-4/5 частного бизнеса<sup>7</sup>.

Согласно данным интервью, давление структур рэкета в последние два года несколько ослабло только в Москве, в то время как в российских регионах рэкет продолжает оставаться серьезным ограничением развития бизнеса. Так, в Татарстане позиции экспертов разделились: одни убеждены, что рэкет в республике преобразовался и принял другие формы, несколько ослабев, другие - что влияние рэкета не только не ослабло, но даже усилилось.

Данные опросов не подтверждают распространенное мнение о том, что женщины не способны оградить себя от криминальных структур и поэтому их бизнес менее эффективен. Большинство респонденток в регионах утверждают, что они **постепенно адаптировались к этому явлению и выработали достаточно эффективные стратегии защиты от рэкета**, которые строят с учетом специфики ситуации, сложившейся в регионе.

Женщины признают, что столкновение с рэкетом - факт их реальной деловой жизни, в 65% случаях. 15% из опрошенных отказались обсуждать эту проблему, а 20% респонденток заявили, что они пока не сталкивались с попытками давления на себя криминальных структур.

Можно выделить несколько различных психологических типов поведения опрошенных женщин относительно рэкета и криминального давления.

Одну из самых распространенных моделей поведения в ситуации давления криминальных структур можно обозначить как **"делегирование защиты сильной фигуре"**. Женщин, придерживающихся данной стратегии, можно отнести к **"сторонницам мужской поддержки"**. В выборке их доля составила 40%. Весьма часто в роли сильных

фигур, способных защитить женщину в бизнесе, выступают близкие родственники, чаще всего "влиятельные" братья или отцы. Иногда защиту на себя берут соучредители фирмы. *"Возле меня есть мужчины, которые могут решить эти проблемы за меня, - убеждена Дина Смекалина. - Я изначально отдала эти проблемы другим. Я посчитала, что это не та проблема, с которой я могу максимально хорошо разобраться..."*

Безусловно, далеко не все женщины могут надеяться "на сильную мужскую руку" и поэтому достаточно часто им самим приходится решать назревшие проблемы с рэкетом. Линией поведения, характерной для "беззащитных женщин", является так называемая **дипломатическая стратегия**, или стратегия "воспитательного поведения". Ее чаще других используют московские предпринимательницы и достигают определенных успехов. В исследовательской выборке таких бесстрашных педагогов было не более 10%.

Вот как видит проблему рэкета и оптимальных моделей поведения в бизнесе московская предпринимательница Татьяна Собко: *"Рэкет — это вполне реально. Низкопобые мальчики появлялись в офисе. Садись на стул... Может быть, мне удавалось разрешать эти ситуации, потому что женщина не идет напролом. Я человек компромиссов... Люди должны уметь договариваться. В любой ситуации. Это еще долго будет сопровождать становление бизнеса в нашей стране... Серьезную роль в размахе рэкета в России играет непорядочное поведение. Если ты некорректно ведешь свои дела с партнерами, то тебя обязательно достанут..."*

В российских регионах **стратегия дипломатических переговоров** не дает необходимых результатов, но позволяет смягчить исходные требования рэкетиров.

Историю своих отношений с криминальными структурами ярко изложила в своем интервью одна из женщин-предпринимательниц курортного города Краснодарского края: *"Когда рэкетеры к тебе заходят - они в тебе человека не видят. Потому что они - короли. Нога за ногу, жвачка: "Так, завтра, в 8 утра за тобой придет машина, и ты поедешь, куда мы скажем". А я - смело, так запросто: "Я никуда с вами не поеду. Если в этом будет необходимость, то я поеду на своей служебной машине, и никак иначе". "Ну, короче, кто у тебя крыша?" Я отвечаю: "Моя крыша — моя голова!" Мне обидно за страну. Все до такой степени открытым текстом делается. За себя - почему я должна работать на их карман! Я задала им этот вопрос: "Почему я должна работать и искать лазейку, удобную для вас, какие гарантии, от чего вы меня прикроете, от налогов?" "Извините, эти деньги идут в зону. Там бедные, несчастные люди". Я не смогла сдержаться и ответила: "А если он кого-то изнасиловал, убил, ограбил -хай он там сидит и отработывает!"*

Наряду с дипломатической линией поведения в ряде случаев женщины демонстрируют **прагматические установки**, которые вписываются в рациональную модель поведения относительно рэкетиров, что позволяет не только смягчать давление, но и добиваться определенных выгод от этого взаимодействия.

*"У меня с рэкетерами хорошие отношения, - утверждает одна из челнинских предпринимательниц. - У меня было три возможности получить крышу. Первая — УВД, вторая - собственно "крыша" КГБ, и я встречалась со всеми. В КГБ сказали, что нет проблем, и попросили у меня заявительные списки. Я всю жизнь живу в этом комплексе. Кого я могу заявить... В УВД ответили, что мы не можем приставить к Вам автоматчика и целыми днями Вас караулить. Тогда я обратилась к "братве" с просьбой объяснить, что они будут делать, если я не буду им платить, и они спокойно ответили: "Подождем!" - "А если я восстановлю..." - "Еще раз подождем..." Это был спокойный разговор, без свидетелей... Тогда я сказала, что я тоже могу им помочь. Напечатать документ, дать консультацию. Они не очень грамотные люди. Теперь у нас дружеские отношения».*

Одна из самарских предпринимательниц описала свою модель взаимоотношений с рэкетом в регионе, построенную на оценке "возможных преимуществ", следующим образом: *«Проблему рэкета в регионе каждый решает в отдельности. Просто спрашиваем друг у друга, у кого какая крыша... Если кому-то мало своей крыши, то мы даем свою... Наиболее эффективно разобратся с рэкетирами можно, просто отдавая деньги. Если возьмешь милицию в качестве защиты, ты отдашь еще больше денег. Мне больше нравится работать с криминальными структурами, чем с милицией. Они люди слова и выполняют свои обещания. Иногда ищешь защиты с их стороны, когда число государственных проверяющих структур уж слишком увеличивается... Со временем активность криминальных структур в регионе снизилась. Они стали на ноги, там сменились люди и принципы работы».*

Еще одна модель поведения (правда, не столь распространенная) - это **стратегия бесстрашного риска**. Женщин, демонстрирующих эту линию поведения, можно назвать "бесстрашными леди". Из 65 респонденток стиль взаимоотношений с криминальными структурами - "не замечать" - избрали только 5 респонденток.

Яркое описание "истории" таких отношений дала самарская предпринимательница Д. Вагапова, бывший президент влиятельного Средневолжского коммерческого банка, ныне президент Самарского филиала банка "Российский кредит": *«Меня рэкетеры одно время просто преследовали, вымогая дань... Я категорически отказалась. Потом стали просить об услугах, совсем небольших. Я потомственный банкир и хорошо знаю, к чему это может привести. Но угрозы были, есть и будут. Я прошла через многое: мне приходилось прятать ребенка, я сама ходила с охраной. Я заходила в подъезд, а там стояла толпа бритоголовых и угрожала. Были разные ситуации. У меня было по 2-3 охранника. У меня менялись маршруты... Я через все это прошла, но сегодня, после одной страшной ситуации, я сняла личную охрану. Однажды, зайдя в подъезд, я увидела людей, которые продемонстрировали мне, что могут меня убить. Поняла, что те мальчики, которые меня прикрывают, очень рискуют. У них семьи. Я отказалась от всякой охраны. Сейчас я езжу с водителем, без охраны. Если тебя хотят убить, то убьют с любой охраной. Охрана помогает только от дураков. Конечно, это страшно. Если меня не будет, что будет с моим ребенком, кому он будет нужен... Страх присутствует постоянно, но это не настолько сильно, чтобы отвращать жизнь. Я знаю, что я на это все равно не смогу повлиять и стоить ли на этом заикливаться...».*

Женщины-предприниматели, используя разные модели поведения, находят оптимально возможные, в сложившихся условиях, пути решения проблемы рэкета, не уступая в бесстрашии и хитрости предпринимателям мужчинам.

## Конкуренция: стратегии успеха

Опросы российских бизнесменов, как мужчин, так и женщин, свидетельствуют о том, что **конкуренция становится важной составляющей российского бизнеса**.

Женщины в региональном бизнесе, как показывают материалы интервью, пока не боятся этого явления настолько, чтобы страховать себя от нецивилизованной конкуренции. С суждением, что конкуренция есть и с ней необходимо считаться, согласно большинство предпринимательниц. В то же время более половины опрошенных считают, что конкуренты пока не способны опередить их в конкурентной борьбе.

Вот что думает по этому поводу казанская предпринимательница Лариса Фоменко: *"Мой бизнес существует уже семь лет. Сильными конкурентами для меня могут стать только новые компании. Старые я все знаю и знаю их возможности. Я достаточно хорошо контролирую ситуацию на своем рынке. Я наработала хорошую репутацию. Прошла те ошибки, на которых люди будут оступаться, даже имея*

*первоначальный хороший капитал. Я чувствую, что сегодня в любой ситуации я выстою и выживу".*

Более половины опрошенных женщин убеждены, что цивилизованная конкуренция является реальным стимулом для развития фирмы и рассматривают ее как благо для себя. Так, региональные банкиры убеждены, что **профессионализм** является лучшим аргументом в конкурентной борьбе. *"Конкуренция между банками у нас существует, но это здоровая конкуренция, - считает Дания Вагапова. - Мы прошли безболезненно ситуацию нездоровой конкуренции и не скатились до нецивилизованных ее форм. Нужно бороться не с конкурентами, а улучшать свою работу. Хочешь вернуть клиента, придумай что-нибудь такое, чтобы он пришел назад".*

Самым парадоксальным результатом исследования является то, что женщины в условиях конкуренции пытаются выстраивать **модели сотрудничества с конкурентами**, четко осознавая, что падение авторитета той сферы бизнеса, в которой они непосредственно заняты, негативно скажется на всем бизнес-сообществе региона: *"Страховой бизнес - это бизнес, где конкуренция и сотрудничество совпадают, - убеждена Татьяна Галушкина, президент Лесной страховой компании. - Партнерские отношения более надежны, чем нецивилизованная конкуренция. Подрывая авторитет одной компании, мы подрываем авторитет клиента к бизнесу в целом. Это означает губить самих себя".*

Наряду с поиском сотрудничества женщины находят также другие способы ухода от конкурентной борьбы - поиск незанятых **ниш**. Пока это вполне разумная стратегия, так как уровень развития предпринимательства в регионах находится в стадии своего становления и дает время и возможность для поиска таких ниш.

Весьма интересно, что некоторые предприниматели пытаются делиться своим опытом с государственными структурами, реализуя совместные проекты. *"Мне бы не хотелось видеть в государственных структурах конкурентов, — считает Елена Шульгина. - У нас с ними задачи, которые мы реализуем на рынке труда, одинаковые. Но методы и средства реализации этих задач разные. Здесь столько нерешенного. Это ниша, в которой всем хватит работы. Сегодня мы друг другу не конкуренты. Вместе мы можем найти интересные решения проблемы, объединив свои возможности...".*

Около пятой части опрошенных предпринимательниц в российских регионах согласились с тем, что им приходилось сталкиваться с конкуренцией, которую нельзя назвать честной. Однако, несмотря на нечестные шаги со стороны своих конкурентов, они считают невыгодным для себя прибегать к таким же ответным шагам, предпочитают систему "предупредительных" мер. Лишь 2 предпринимательницы из 65 опрошенных сочли возможным для себя использование **любых средств в борьбе с конкурентами, в том числе агрессивных** и даже выходящих за рамки закона, "чтобы поставить конкурентов на место или защитить свою жизнь".

Итак, анализ материалов интервью позволяет предположить, что размах конкурентной борьбы не приобрел еще должной величины, а случаи нецивилизованной конкуренции пока удастся "загасить" цивилизованными методами. Существенную роль в снижении накала конкурентной борьбы могут сыграть и играют предпринимательские ассоциации и объединения и их лидеры, авторитет которых может реально влиять на поведение конкурирующих фирм.

Приоритетные для женщин-предпринимателей ценности профессионализма позволяют прогнозировать **"неагрессивные" формы конкурентной борьбы**, хотя реальная ситуация угрозы для бизнеса может привести к отказу от этих ценностей ради защиты своего бизнеса.

Меньшая пространственная протяженность региональных столиц, а тем более маленьких городов, хорошее знание предпринимателями друг друга, уверенность в "нежелательности борьбы" и ее отрицательном влиянии на атмосферу бизнеса в регионе формирует у женщин **ценность моделей сотрудничества с конкурентами**, которые большинство из них реализуют в повседневной деятельности.

## Легко ли подняться после падения...

Интервью с женщинами-предпринимателями позволили определить достаточно высокую долю женщин, которые испытали случаи "обвала" бизнеса и нашли в себе силы начать все с начала. Около 40% опрошенных женщин в разных регионах России утверждают, что им приходилось "начинать свое дело еще раз" в результате неправильно сделанных шагов или неоправданной доверчивости. Около 1/5 женщин считают, что они были на грани провала, но смогли удержаться благодаря поддержке со стороны своих партнеров и эффективным мерам.

Подняться из провала женщинам помогают не только деньги, но и убежденность в том, что нельзя бросить то дело, которое ты начал. Иногда причиной возвращения в бизнес называют "просьбу людей, ни при каких обстоятельствах не покидать фирму и выходить из падения вместе". Некоторые приводят вполне прагматические причины, как, например, самарская предпринимательница Дания Вагапова: *"Когда произошло падение Средневожского банка, и я оказалась в эпицентре событий, мне было трудно. Я пережила все. Гнев толпы, когда ее напор приходилось сдерживать, крики ненависти в мой адрес. И все-таки я выжила. Вернулась в банковский бизнес. Почему? Ничем другим я не умею и не смогу заниматься. Поначалу была страшная растерянность. Полгода я вообще не спала. Потом мы сели вместе с командой людей, с которой я создавала банк, и стали думать, как постепенно разрешить сложившуюся ситуацию, опираясь на собственные силы. На сегодняшний день мы ее практически разрешили. Однако это падение изменило меня".*

Как ни странно, предпринимательницы говорят о появлении "синдрома привыкания" к неожиданным падениям банков в России и не испытывают прежнего переживания катастрофы, а лишь чувство досады от непредсказуемости ситуации в российском бизнесе.

Те из женщин, которые не испытали на себе падения своей фирмы, все-таки убеждены, что падение или крупные финансовые долги не могут стать реальным поводом для прекращения занятия бизнесом. Высокий уровень уверенности в своих силах и неспособность существовать в других сферах деятельности формируют эффективные стратегии женщин в случае провала фирмы.

Несмотря на то, что причиной падения фирмы весьма часто являются "внешние" обстоятельства, женщины не склонны заикливаться на аффективных переживаниях, а стремятся делать "спасающие шаги", мобилизуя все ресурсы на разрешение сложившейся ситуации. Хотя часто с ними в подобных ситуациях поступают не очень этично, женщины не склонны "отвечать тем же" и пытаются сохранить свое лицо и лицо фирмы, "потому что не имеют права на вторую ошибку". Обращает на себя внимание сильный личностный потенциал женщин-предпринимателей, который в ситуации непредвиденного падения служит "якорем", помогающим противостоять ударам судьбы.

## Женское предпринимательство в России на пороге XXI века: "тихая революция"

Исследование моделей поведения лидеров женского предпринимательства в экстремальных ситуациях показало отсутствие **принципиальных различий в поведении мужчин и женщин** в случае необходимости **борьбы за выживание собственного бизнеса**.

Несмотря на большую осторожность в ведении собственного дела, женщины в ситуации угрозы демонстрируют адекватные "защитные" стратегии. Это дает возможность утверждать - женщины способны адаптироваться к непредвиденным ситуациям и адаптировать свой бизнес таким образом, что это позволяет фирме не только выживать, но и развиваться.

Позитивное влияние бизнеса на развитие личности женщины-предпринимателя, которое отражается на системе межличностных отношений, внутреннем самоощущении,



на семейных отношениях, позволяет говорить о переоценке аналитиками уровня страха и внутреннего напряжения, с которыми традиционно связывается участие женщин в бизнесе. Лидеры женского бизнеса, имеющие успешно функционирующие фирмы на протяжении 3-5 лет, как правило, не только справляются со "сверхнагрузками", но и научаются постепенно извлекать из этого "психологическую выгоду", формируясь как более зрелые и эмоционально-устойчивые лидеры.

Исследования женского предпринимательства в России последних лет позволяют утверждать - женщина становится все более заметной фигурой в новой российской экономике.

Динамичное проникновение женщин в экономику многих стран позволило обозначить последнюю декаду XX века десятилетием укрепления женщины в бизнесе. "Тихой революцией в мировом масштабе" назвали этот феномен американские исследователи Р. Петерсон и К. Вермейер.

Именно Россия с ее традиционным уважением к женщине может искать и находить новые модели лидерства женщины ради своего будущего процветания.

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Российские предприниматели. 40 историй успеха. М.: ОКО, 1994. С. 256.

<sup>2</sup> В Москве экспертами выступили министр Правительства Москвы по поддержке малого и среднего бизнеса Е. Егоров, председатель Лиги кооператоров и предпринимателей России И. Абылгазиев, вице-президент Ассоциации Российских банков Г. Тосунян, председатель Совета предпринимателей при мэре и правительстве Москвы М. Масарский. Благодаря их рекомендациям список женщин-предпринимательниц был уточнен и расширен. Региональные эксперты были представлены руководителями администраций, лидерами женских предпринимательских объединений, экспертами и аналитиками, занимающимися исследованием предпринимательского слоя в своих регионах. Исследование включало также 20 интервью с представителями директорского корпуса, банкирами, крупными предпринимателями. Использовались интервью, опубликованные в региональной прессе.

<sup>3</sup> Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. М.: Институт психологии РАН, 1996. С. 78-82.

<sup>4</sup> Рутгайзер В.М., Шпилька С.П., Космарский В.Л. Кооператоры и рэкетеры: кто кого // ЭКО. 1989. №11. С. 11, 16.

<sup>5</sup> Гурон А. Организованная преступность в СССР // Погружение в трясину. М., 1991. С. 183.

<sup>6</sup> Радаев В. О некоторых чертах нормативного поведения новых российских предпринимателей // Мировая экономика и международные отношения. М., 1994. №4. С. 31-38.

<sup>7</sup> Экономика и жизнь. 1996. № 7. С. 30.