

DOI: [10.14515/monitoring.2024.3.2528](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2528)

И. А. Симонова, А. В. Швецова, М. С. Кривощёкова

**«РОДИЛА И РЕШИЛА...»:
МЕХАНИКА ВЫБОРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРАТЕГИЙ
В СРЕДЕ РОССИЙСКИХ МАТЕРЕЙ**

Правильная ссылка на статью:

Симонова И. А., Швецова А. В., Кривощёкова М. С. «Родила и решила...»: механика выбора предпринимательских стратегий в среде российских матерей // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 3. С. 230—255. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2528>.

For citation:

Simonova I. A., Shvetsova A. V., Krivoshechkova M. S. (2024) «I Gave Birth and Decided...»: Mechanics of Choosing Entrepreneurial Strategies among Russian Mothers. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 230–255. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2528>. (In Russ.)

Получено: 30.11.2023. Принято к публикации: 15.05.2024.

«РОДИЛА И РЕШИЛА...»: МЕХАНИКА ВЫБОРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРАТЕГИЙ В СРЕДЕ РОССИЙСКИХ МАТЕРЕЙ

СИМОНОВА Ирина Александровна — кандидат философских наук, доцент, директор департамента философии, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия; старший научный сотрудник, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия
E-MAIL: luboe05@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8669-6376>

ШВЕЦОВА Анастасия Владимировна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник лаборатории сравнительных исследований толерантности и признания, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия
E-MAIL: shvetsovaav@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3379-1959>

КРИВОЩЁКОВА Марина Сергеевна — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры профессионально-ориентированного языкового образования, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия
E-MAIL: kmsolimp@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1853-8629>

Аннотация. Статья посвящена исследованию механики принятия решений о предпринимательских практиках и факторах выбора предпринимательских стратегий российскими женщинами, воспитывающими маленьких детей. Теоретическая рамка работы определе-

«I GAVE BIRTH AND DECIDED...»: MECHANICS OF CHOOSING ENTREPRENEURIAL STRATEGIES AMONG RUSSIAN MOTHERS

Irina A. SIMONOVA^{1,2} — *Cand. Sci. (Philos.)*, Director of Philosophy Department; Senior Researcher
E-MAIL: luboe05@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8669-6376>

*Anastasia V. SHVETSOVA*¹ — *Cand. Sci. (Soc.)*, Senior Researcher, Laboratory of Comparative Studies of Tolerance and Recognition
E-MAIL: shvetsovaav@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3379-1959>

*Marina S. KRIVOSHCHKOVA*² — *Cand. Sci. (Educ.)*, Associate Professor at the Department of Professionally Oriented Language Education Schools
E-MAIL: kmsolimp@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1853-8629>

¹ Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

² Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

Abstract. The study regards the mechanics of decision-making about entrepreneurial practices and factors defining the choice of various entrepreneurial strategies by Russian women raising young children. Theoretically, the study relies on the provisions of modern social topolo-

на положениями современной социальной топологии в прочтении Дж. Ло и теорией сборки (М. Деланда, И. В. Красавин), что дает возможность рассматривать материнское предпринимательство в терминах вариативной самоорганизации, предполагающей изменения отношений, предметности, хронотопа женщины. Авторы обращаются к понятию отчуждения, поскольку общая ориентация на предпринимательскую активность и тактика реализуемых матерями проектов сопряжены с выбором в пользу полных циклов производства (контролем средств производства, реализации продукта и присвоением результатов деятельности), а практики монетизации имеют эмансипационный потенциал.

Эмпирическую основу работы составили кейсы предпринимательских историй матерей, материалы с материнских форумов и сообществ (248 релевантных высказываний матерей), глубинные интервью с матерями ($n = 20$, Свердловская область). Сбор данных проходил с марта 2022 г. по май 2023 г. В результате представлен репертуар ключевых предпринимательских практик по сферам, степени организованности, формам реализации; обозначены изменения в хронотопе матерей, названы ключевые мотивы предпринимательства; выделены и описаны две наиболее распространенные стратегии: мастеровая (осторожная), характеризующаяся локальностью, аритмичностью, вниманием к продукту и процедурам его производства, низкими вложениями и высокой комфортностью; менеджерская (смелая), сфокусированная на процессах организации, росте прибыли, инвестициях, расширении рынков. Выбор предпринимательской деятельности определен потребностями

in the reading of John Law and the assemblage theory based on works by Manuel DeLanda and Igor Krasavin. These grounds make it possible to consider maternal entrepreneurship in terms of variable self-organization, implying changes in the relations, objectivity, and the chronotope of a woman. The authors refer to the concept of alienation, since the general orientation towards entrepreneurial activity and the tactics of projects implemented by mothers are associated with the choice in favor of full production cycles (control over the means of production, product sales and appropriation of the results of activity), and the practices of monetization have emancipatory potential.

Empirically, the study bases on the cases of entrepreneurial stories of mothers, materials from maternal forums and communities (248 relevant statements of mothers), and in-depth interviews with mothers ($n = 20$, Sverdlovsk region). Data was collected in March 2022 — May 2023. The analysis of these data allowed the authors to reveal a repertoire of key entrepreneurial practices by sphere, degree of organization, and forms of implementation, to outline changes in the chronotope of mothers, to list key motives for maternal entrepreneurship, and to identify two most common entrepreneurial strategies. These are artisanal (careful) strategy, characterized by localism, arrhythmicity, attention to the product and its production procedures, low investment, and high comfort, and managerial (brave) strategy, focused on organizational processes, profit growth, investments, and market expansion. The choice of entrepreneurial activity is determined by the to balance employment and family, and the desire to overcome complex aliena-

в балансе занятости и семьи, претензией на преодоление комплексного отчуждения. Такие факторы, как институциональные условия, поддержка домохозяев, подпитывающее окружение могут по-разному влиять на формы предпринимательства. Однако интенсивность предпринимательства является предметом выбора, а не необходимости, сознательно регулируется матерями. Описаны принципиальные для феномена материнского предпринимательства в России особенности: индивидуально-проблемный характер предпринимательских практик, их стремительность, ориентация на процесс, интуитивность, фокус на контроле всех этапов предпринимательского цикла, социальная ориентация деятельности.

Ключевые слова: материнство, материнское предпринимательство, «нематеринские» практики матерей, гендер, выбор, отчуждение, сборка

Благодарность. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00636 «Современные «нематеринские» практики молодых матерей: репертуар, потенциал и общественный риск», <https://rscf.ru/project/22-28-00636/>.

Введение

Современные российские матери редко оказываются в фокусе исследования в качестве активных социальных единиц: интерес вызывают преимущественно отношения в диаде «мать — дитя», здоровье матери, а также ситуации экстремального материнства (матери-подростки, матери из числа мигрантов и пр.). Между тем изменения в жизни женщины, связанные с ситуацией материнства, формируют совершенно новую для нее реальность: новый ритм жизни, другое тело и изменившиеся потребности, смена окружения и социальных позиций, зависимость от близких и ответственность за ребенка — все это заставляет женщину находить релевантные механизмы адаптации, искать новые возможности для развития своего потенциала и компенсации появившихся дефицитов. Такие практики, ко-

tion. Factors such as institutional conditions, household support, and nurturing environment can influence the forms of entrepreneurship in different ways. However, the intensity of entrepreneurship is a matter of choice rather than necessity, and it is consciously regulated by mothers. The paper describes the features fundamental to the phenomenon of maternal entrepreneurship in Russia, namely, the individual-problematic nature of entrepreneurial practices, their swiftness, process orientation, intuitiveness, focus on control of all stages of the entrepreneurial cycle, and social orientation of activity.

Keywords: motherhood, mumpreneurship, “non-maternal” practices of mothers, gender, choice, alienation, assemblage

Acknowledgments. The research was supported by the Russian Science Foundation. Project No. 22-28-00636 «Modern “non-maternal” practices of young mothers: repertoire, potential and social risk».

торые мы обозначаем как «нематеринские» [Швецова, Симонова, 2024] (спровоцированные и определенные ситуацией материнства, но не связанные непосредственно с уходом за детьми), отличаются разнообразием, выполняют множество функций и обладают рядом особых эффектов, заслуживают детального анализа. Некоторые из них в той или иной степени монетизируются женщинами, которые принимают на себя связанные с этим риски и задачи по организации процесса, что переводит практики, приносящие доход, в категорию экономической деятельности, в том числе в форме предпринимательства.

Национальная стратегия действий в интересах женщин на 2023—2030 гг.¹ содержит прямое указание на поддержку женщин в сфере малого и среднего предпринимательства, в том числе социального предпринимательства в качестве одной из задач реализации направления «Повышение роли женщин в развитии общества, улучшение качества их жизни». Ориентация на поддержку предпринимательских инициатив женщин в России отчетливо просматривается и благодаря ряду государственных проектов, например, акселератору «Мама-предприниматель»: как значится на ресурсе проекта, за десять лет участие в нем приняли около 7 тыс. женщин, 247 стали победительницами конкурса². За это же время количество родившихся детей только в 2022 г. составило более 1 млн 306 тыс.,³ так что данное направление продолжает быть точкой роста. Для регулирования вопроса участия матерей в предпринимательской активности, дальнейшего формирования адекватных мер поддержки материнства необходимо детальное изучение феномена материнского предпринимательства, механики выбора женщин в пользу монетизации своих возможностей, а также порядков и сложностей реализации данных практик. Это определило проблему исследования: каковы основания принятия матерями решения о получении дохода от своей автономной деятельности и как это определяет дальнейшие особенности предпринимательства матерей?

Основной интерес (цель) исследования сосредоточен на механике выбора в пользу перевода своих практик в поле экономической деятельности, в том числе предпринимательства и особенностях его последующей организации российскими матерями. Под «механиками выбора» мы понимаем совокупность действия предметно-пространственных факторов, мотивов и стратегий организации материнского предпринимательства. Мы рассматриваем предпринимательство как одну из возможных форм реализации «нематеринских» практик, укрепляющих позиции женщины.

Обзор исследований

В 1990-х годах в англоязычной научной литературе появился термин «*motherpreneurship*» (производное от двух слов «*mother*» и «*entrepreneurship*», обозначающий

¹ Распоряжение Правительства РФ от 29 декабря 2022 г. № 4356-р Об утверждении Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2023—2030 гг. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405965441/#1000> (дата обращения: 23.10.2023).

² Федеральная программа «Мама-предприниматель» // Мой бизнес. URL: <https://xn-90aifddrld7a.xn-p1ai/anticrisis/federalnaya-programma-mama-predprinimatel> (дата обращения: 23.10.2023).

³ Росстат представляет данные о естественном движении населения в декабре 2022 года // Федеральная служба государственной статистики. 2023. 10 февраля. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/197667> (дата обращения: 23.10.2023).

дословно «мампринимательство»), который зафиксировал возникновение нового социального феномена — экономической активности женщин, воспитывающих малолетних детей, не связанной с работой по найму. В классической экономической литературе встречается определение предпринимательства как создание инноваций и их воплощение [Шумпетер, 2008], однако акцент на инновациях ограничивает возможности использования термина «предпринимательство» для описания экономической деятельности широкого круга агентов, использующих известные ранее модели самостоятельного получения дохода. Актуальная для нашего исследования трактовка предпринимательства основана на автономии в управлении процессом и полном принятии на себя рисков [Stevenson, Sahlman, 1991], а также попытке стабилизировать свой социальный статус [Hagen, 1963]. Гражданский кодекс РФ⁴ в пункте 1 статьи 2 определяет предпринимательство (предпринимательскую деятельность) как осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Однако нормативная трактовка признает предпринимательской только деятельность, осуществляемую после ее регистрации в установленном законом порядке, что на практике не всегда происходит, в то время как соблюдаются принятие рисков, автономность управления ресурсами, новаторство, систематический характер деятельности и наличие дохода. Потому в данной работе случаи незарегистрированной экономической деятельности, соответствующие указанным критериям, принимаются нами во внимание.

Е. Парлапиано и П. Коуб [Parlapiano, Cobe, 1996], вводя термин «материнское предпринимательство», имеют в виду инициативную социально-экономическую деятельность, направленную на получение прибыли, реализуемую женщинами, воспитывающими малолетних детей. В рамках данного исследования мы опираемся и на подход К. Ричом-Юэ и коллег: под «mumpreneurship» авторы понимают особый вид предпринимательства, иницируемого женщиной, которая идентифицирует себя и как мать, и как деловая женщина, и которая мотивирована прежде всего достижением баланса между работой и личной жизнью, опирается на свой опыт рождения детей [Richomme-Huet, Vial, d'Andria, 2013: 256]. Сходный подход предлагает группа новозеландских ученых под руководством К. Харрис, рассматривая матерей-предпринимательниц как женщин, которые переходят от традиционной занятости к владению и управлению новыми предприятиями либо для того, чтобы лучше соответствовать своей роли матери, либо вдохновляясь опытом беременности или рождения детей [Harris et al., 2012]. В большинстве актуальных определений «мампринимательства» звучат три главные темы: «быть матерью», «быть хозяйкой самой себе» и «баланс семейной жизни» [Dhaliwal, 2022: 193]. Вместе с тем необходимо учитывать, что возможность предпринимательства для матерей зависит от множества факторов: политики в отношении женского предпринимательства (в том числе юридических и налоговых механизмов), мотивов предпринимательской активности матерей (необходимость зарабатывать, стремление реализовать свой потенциал и др.), наличие соответствующих

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2022) (с изм. и доп. от 06.08.2021) // Справочная правовая система «Консультант плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 19.06.2024).

ресурсов (временных — помощь в уходе за детьми; финансовых — стартовый капитал; образовательных — знание бизнес-процессов; социальных — поддержка предпринимательского сообщества).

Существует стереотип, что предпринимательство — гендерно-нейтральная сфера. Действительно, юридические и правовые условия для предпринимателей одинаковы, чего нельзя сказать о ресурсах (прежде всего, времени и энергии) и принципах управления этими ресурсами (приоритет потребностей детей над потребностями бизнеса). Необходимость выделения матерей-предпринимателей в отдельный подтип предпринимателей, обладающих уникальной идентичностью, мотивацией и признанием новых возможностей под влиянием выполнения материнской роли, а также нуждающихся в специфических условиях и поддержке, является солидарной позицией современных ученых, работающих в этой сфере. Уникальность материнского предпринимательства осознают и поддерживают также представители бизнеса (в частности, Комитет по развитию женского предпринимательства Общероссийской общественной организации «Опора России»⁵).

Появление матери-предпринимателя как одной из современных предпринимательских идентичностей положительно повлияло на взгляды на женское предпринимательство, однако не оказало влияния на доминирующие дискурсы мужского предпринимательства или гендерные властные отношения в предпринимательской сфере. Более того — это подсветило и укрепило доминирующий мужской дискурс в бизнесе [Lewis, Rumens, Simpson, 2022]. С этой точки зрения интересна работа, анализирующая австралийскую фотоиндустрию, где авторы обращаются к отраслевой артикуляции феномена материнского предпринимательства сквозь призму вопросов гендерной политики. Маскулинные конструкции частично усваиваются матерями, свой опыт предпринимательства они формируют как реакцию на вызовы мужской культуры бизнеса. Это позиционирует «мампринимательство» как феминизированную практику, демонстрирует общую политизацию предпринимательства и материнства, где последнее оказывается объектом критики [Mayes, Williams, McDonald, 2020].

Важным результатом предыдущих исследований является понимание того, что среди мотивов материнского предпринимательства финансовый не является ведущим. Такое видение полезно, по крайней мере, с точки зрения возможностей шире взглянуть на феномен «мампринимательства» и обнаружить множественность выполняемых им функций. В частности, Р. Хадсон Брин и А. Люн предлагают использовать реляционную модель, которая позволяет рассматривать предпринимательство как возможность автономии в выборе своей реализации [Hudson Breen, Leung, 2020]. Авторы исследуют предпринимательство как часть более широких контекстов карьеры, социальной и семейной жизни, опираясь на идеи Х. Астин [Astin, 1984], которая подчеркивает значимость восприятия женщинами своих возможностей с учетом состояния экономики, семьи и имеющейся работы. Таким образом, в англоязычных исследованиях сложилась традиция выделять два главных мотива материнского предпринимательства: вносить вклад в семейный доход и управлять своими семейными обязанностями [Ettl, Welter, 2010; Nel,

⁵ Подробнее см.: URL: <https://womanopora.ru/> (дата обращения: 19.06.2024).

Maritz, Thongprovati, 2010], причем второй считается более значимым. Однако нет достаточных данных, чтобы понять, справедливо ли это утверждение для других стран, где уровень экономического комфорта матерей отличается от европейского.

С точки зрения формирования предпосылок к предпринимательству интересно исследование группы авторов под руководством С. Мухамад [Muhamad et al., 2020], которые изучают влияние государственной поддержки и поддержки семьи на предпринимательский интерес матерей-одиночек и их готовность к соответствующим вызовам. К. Хьюз выдвигает гипотезу, что решение женщины начать предпринимательскую карьеру идет вразрез с идеей интенсивного материнства, также набирающей популярность как один из вариантов реализации материнских практик [Hughes, 2006]. Такой выбор оказывается своего рода сопротивлением культурным посылам и общественным предписаниям, связанным как с традиционной ролевой моделью женщины (женщина — мать и хранительница очага), так и с не менее традиционными представлениями о бизнесе как поле мужского действия (мужчина — добытчик), что делает материнское предпринимательство практикой эмансипации [ibid.].

Материнство небезосновательно рассматривается учеными как ресурс для реализации предпринимательства. Так М. Марковска отмечает, что опыт родительства способствует приобретению полезных для предпринимательской деятельности навыков, поэтому рождение ребенка выступает своего рода толчком для предпринимательского старта [Markowska, 2018]. «Мампринимательство» становится компромиссом, позволяя одновременно сохранять экономическую самостоятельность и оставаться хорошей матерью [Duberley, Carrigan, 2012], обеспечивает преемственность между различными сферами жизни матери [Durrain, 2016], положительно влияет на автономию и личный контроль собственной жизни [McGowan et al., 2012].

С другой стороны, М. Фоули и коллеги отмечают необходимость различать материнское видение ситуации и выделяют два типа подходов: «независимость как возможность» и «независимость как функциональную необходимость в управлении временными и воспринимаемыми моральными требованиями материнства» [Foley et al., 2018]. Таким образом, существует фундаментальная разница между желанием независимости для ведения более автономного образа жизни и потребностью в независимости для выполнения семейных обязательств. Для того чтобы материнство могло рассматриваться как предпринимательский ресурс, необходим ряд фундаментальных условий, таких как возможность делегирования части родительских функций, рабочая среда, чувствительная к потребностям семьи, компетенции, позволяющие реализовать сложные предпринимательские задачи.

В отечественной науке отсутствует традиция изучения материнского предпринимательства как особого явления. Работы, которые в первую очередь можно увидеть по запросу «материнство» и «предпринимательство», связаны с феноменом суррогатного материнства, и рассматривают такой вид женского заработка в негативном ключе [Алборов, 2021]. Однако можно выделить ряд значимых для нас исследований, касающихся женского предпринимательства. Ж. Чернова считает, что в России, как и в ряде других стран, именно женщинам приходит-

ся каким-то образом вписывать материнство в свою профессиональную деятельность или, напротив, делать участие в оплачиваемой занятости удобным для выполнения родительских обязанностей, в то время как для мужчины появление ребенка, как правило, не становится фактором изменений в характере труда [Чернова, 2012]. В этом контексте материнство — один из ключевых факторов, определяющих характер и направленность предпринимательских активностей женщин [Райманова, 2019].

Важно, что российские исследователи иначе, чем европейские коллеги, расставляют акценты в определении мотивов женского предпринимательства: желание самореализации, негативные условия работы в найме, запрос на финансовую независимость, реализация себя в семье и материнстве [Дьячкова, Харькова, 2021], — что подчеркивает как сложности ситуации работы в найме для матерей, так и ориентацию на баланс между экзистенциальным комфортом, заработками и потребностью быть хорошей матерью. И. Ершова, приводя результаты исследования женского предпринимательства, фокусируется на дефицитах и необходимости правовых мер поддержки женщин в этом вопросе — необходимости легитимации женского предпринимательства, разработки правового механизма регулирования женского бизнеса, а также целостной экосистемы поддержки женского предпринимательства [Ершова, 2022]. Основными препятствиями женского предпринимательства в России считаются неразвитость рыночной экономики и неравные условия ведения бизнеса женщинами при наличии сильной профессиональной сегрегации; слабое представительство женщин в сферах политики, бизнеса, управления; перегруженность в домашнем хозяйстве; стереотипы об ущербности женщин как менеджеров, сохранение и укоренение в массовом сознании патриархальных представлений о единственном предназначении женщины как жены и матери [Бессчетнова, Крекова, Арзамасова, 2020].

Таким образом, уникальный характер материнского предпринимательства требует подбора специфической оптики для изучения механики выбора в пользу этой деятельности. Анализ актуальной литературы показывает, что социальный запрос на исследования материнского предпринимательства значительно превышает объем и глубину тех ответов, которыми располагает научное сообщество. Существующий пул исследований свидетельствует, что, в отличие от традиционных структур занятости, материнское предпринимательство позволяет влиять на собственный образ жизни, контролировать соотношение семейного и профессионального времени. Дефицит представляют работы, которые объясняют выбор в пользу материнского предпринимательства, что является предметом данной статьи. Нас интересуют механизмы принятия женщинами решений о начале предпринимательской деятельности и форме организации своего дела, будет ли оно временным или произведет транзитивный эффект, а также то, какую роль в этом процессе играет опыт материнства. Для глубокого понимания специфичности материнских предпринимательских практик важно обращать внимание на изменения в сфере пространственно-предметного, временного, коммуникативного положения женщины, абсолютно нового для нее порядка организации жизни, что требует привлечения соответствующей оптики.

Теоретическая рамка и методы исследования

Общим основанием для нашего исследования выступает теория социального конструирования гендера, позволяющая рассматривать гендер и материнство как социальную, историческую и культурную конструкции [Takseva, 2019]. Циркулирующие в обществе представления о материнстве понимаются как социальные конструкции, созданные посредством властных отношений и подразумевающие власть и иерархии, которые определены спецификой социально-исторических, политических и экономических процессов [Haslanger, 1995].

Методологическая рамка исследования также опирается на философские теории социальной сборки и объектно-ориентированной онтологии, позволяющие объяснить механику выбора через пространственную организацию жизни современных матерей. Новая предметная среда формирует новые потребности, определяя выбор предпринимательства как способа взаимодействия с социальной действительностью. Опора делается на теорию сборки М. Деланда в прочтении некоторых ее позиций И. В. Красавиным: «в процессе сборки происходит совпадение изменения формы объекта с эволюцией среды, в которой он находится, изменяются свойства акторов и результаты совершаемых и претерпеваемых действий: акторы приобретают новые свойства и система отношений самоорганизуется» [Красавин, 2019: 143]. Это дает возможность рассматривать материнское предпринимательство как одну из форм сборки, неиерархическую самоорганизацию, протекающую сообразно новым отношениям, возникшим вследствие изменения хронотопа матери. Анализируя механику выбора предпринимательства, мы ориентируемся на встроенность данного решения в общий поток изменений предметно-пространственной среды в условиях материнства. Отношения с предметностью, определяющие практики, которые впоследствии становятся предпринимательскими, изначально не имеют такой цели, а напротив — проявляют себя в ходе реализации и лишь потом осознаются женщиной как практики предпринимательства в результате внешней оценки или оценки самих матерей.

В понимании пространства-времени разворачивания материнских предпринимательских практик мы руководствуемся также положениями современной социальной топологии Дж. Ло [Law, 1999]: вместо единого мирового пространства мы можем говорить о множественных пространствах отношений, в которых складываются свои порядки. Социальную реальность можно рассматривать как соседство подвижных, изменчивых форм социальной координации, где мы видим сложность и уникальность ситуаций родительства. Необходимость установления отношений с вещами и людьми в нетипичных для матери средах формирует ее новую пространственность и предметность, социализирует женщину иначе, чем было до появления ребенка. Вслед за Ло мы рассматриваем механику выбора предпринимательства в логике изменений относительных позиций матери в сети многообразных отношений с другими живыми и неживыми объектами. Нам важно показать, что предпринимательство обусловлено во многом именно такими хронотопологическими сдвигами и является уникальной предметно-социальной ситуацией.

Также важную роль в исследовании играет обращение к понятию отчуждения [Исаченко, 2018; Горозия, 2005; Sengupta Dawn, 2023; Fajardo, 2021], поскольку

возникает необходимость методологически обоснованного разговора о сужении горизонта возможностей доступа к ресурсам и пространствам в период материнства, потере позиций в социальной иерархии. Отчуждению способствует циклический характер уходовых практик, зависимость от графика ребенка и структур обслуживания малышей (поликлиники, пункты выдачи питания и пр.), осуждение женщин с детьми в качестве посетителей общественных мест, недружелюбная инфраструктура. Предпринимательские практики могут рассматриваться как способ преодоления отчуждения. С этой позиции требуют объяснения и специфические подходы матерей к организации своей предпринимательской деятельности, которые, как будет показано, направлены на преодоление разнообразных форм отчуждения.

Выбор в работе рассматривается в свете установок, развиваемых В. А. Лефевром, который доказывает, что наряду с утилитарными мотивами в процессе принятия решения большое значение имеют высшие ценности [Лефевр, 2012]. В основе моделей выбора, которые он предлагает, лежит представление о человеке как о рефлексующем существе, что предполагает наличие у него образов себя и других вместе с их внутренними мирами, где другие с их видением (в нашем случае — домочадцы, релевантные сообщества с их представлениями о материнстве) принимаются в расчет при принятии решения. Мать опирается на многоярусный каскад генерации высших ценностей, которые предопределяют ее выбор.

Методологическая рамка определила качественную стратегию исследования, поскольку при изучении механики выбора предпринимательства определяющее значение имеет погружение в многообразие предметно-пространственных отношений и изменение социального положения матери. Эмпирической основой послужили:

1. Серия глубинных интервью с женщинами, имеющими детей дошкольного возраста ($N = 20$, регион — Свердловская область, сбор данных: май — июнь 2023 г.). Стратегия отбора информанток среди рекомендованных кандидатур предполагала первичный анализ биографии женщины посредством обзора личных страниц и страниц проектов (при наличии) в социальных сетях / сайтов проектов, а также предварительную беседу. Выбор был сделан в пользу женщин из нормотипичных семей (женщина замужем или находилась в браке на момент ухода за ребенком), четко формулирующих суть своих «нематеринских» практик.

2. Интерпретативный анализ высказываний женщин в тематических сообществах в сети VK.com и на форумах для матерей (сбор данных: август — ноябрь 2022 г.). Ресурсы отбирались по релевантности (сообщество посвящено общению на тему материнства, размещаемый контент сфокусирован на проблемах матерей, воспитании детей, поддержке женщин с детьми). Анализу подвергались обсуждения к статьям в тематических рубриках по общим темам «Карьера», «Хобби», «Досуг», «Декрет», «Психология». Всего проанализированы материалы 22 сообществ, собрано 248 высказываний женщин-матерей о практиках, начатых ими в период ухода за детьми в возрасте до трех лет.

3. Интерпретативный анализ 25 кейсов историй женщин-предпринимателей, размещенных на ресурсах о женском предпринимательстве в открытом доступе (победительниц проекта «Мама-предприниматель»). Поиск проводился за пе-

риод пять лет, изучались интервью с женщинами, где они рассказывают о своем проекте.

4. Интервью с экспертами — представителями структур, оказывающих поддержку матерям в сфере предпринимательства и трудоустройства по Свердловской области ($n = 3$).

Основное методическое ограничение заключается в локализации выборки (Свердловская область), поскольку региональная специфика влияет на условия для становления и развития малого предпринимательства. При этом Свердловская область является «усредненным» в плане интересующих нас показателей регионом (нет столичных возможностей, но это крупный промышленный центр; нет ярко выраженной культурно-религиозной детерминированности).

Полученные данные позволили нам определить структуру механики выбора предпринимательства. Появление ребенка формирует новую предметно-пространственную среду и новый порядок отношений, что может быть описано совокупностью *факторов*. Новые условия определяют ряд специфических *мотивов*, побуждающих женщин к новым практикам, которые со временем под воздействием факторов идентифицируются и реализуются как предпринимательские. При этом возможно выделить несколько *стратегий* предпринимательства, определяемых актуальными предметно-пространственными контекстами.

Особенности и репертуар материнского предпринимательства

Полученные данные показали, что по критерию сферы деятельности репертуар предпринимательских практик крайне разнообразен. Он включает такие направления деятельности, как бьюти-сфера (услуги по созданию маникюра, брови, ресницы, парикмахерское искусство, фитнес и др.); изготовление и продажа косметики и средств для дома; кулинария (растительное молоко, шоколад, выпечка, снеки, кисломолочная продукция и др.); пошив одежды для детей и взрослых (дизайнерская одежда, одежда под заказ); дизайн интерьера и изготовление предметов уюта; услуги фото- и видеосъемки; веб-дизайн, графический дизайн, фотошоп, системное администрирование, SMM, IT; психологическое консультирование, коучинг, организация тренингов; информационные онлайн-сервисы, тематический блоггинг; консультирование в сфере сопровождения материнства (консультанты по лактации, детскому сну, логопедия и др.); развивающие сервисы для детей, репетиторство; бэби-ситтинг; продажа и аренда детских принадлежностей и игрушек (коляски, коконы, бизиборды и пр.); туристический сервис; цветочный бизнес; услуги риэлтора.

При этом выделяется яркая особенность материнского предпринимательства — изначальная ориентация на решение своих собственных проблем. Женщины становятся активными пользователями товаров и услуг новой для себя сферы и нередко обнаруживают, что имеющееся на рынке предложение не может закрыть их потребности. Распространены истории, когда женщина ориентируется именно на закрытие своих собственных потребностей, практикует удовлетворение собственного запроса, а позднее, в коммуникации с другими людьми (часто — тоже родителями) обнаруживает, что то, что она делает, соответствует структуре запросов множества людей. И только тогда появляются цели предпринимательского ха-

рактера. То есть определению своих практик как предпринимательских предшествуют новые коммуникации. Более детальный анализ репертуара практик дает возможность говорить о такой связи.

Эксперт⁶ в сфере сопровождения предпринимательских проектов так комментирует данный тезис:

Как я уже говорила, это больше социальное предпринимательство, очень много в сфере образования... Часто обращаются женщины, которые сидят в декрете. Хотят начать что-то, чем-то себя занять, потом хобби перерастает в бизнес. Есть у нее какое-то время, ей хочется что-то поделывать. Часто они оцифровывают свои потребности, потом делают это подругам, знакомым — и поехало... Идут от своих проблем, потом масштабируют: у них появляется проблема, они ее оцифровывают, делают для подружек, потом кому-то еще, оказывается, что это другим очень интересно. Так же и интернет-продажи — сидят дома, есть какое-то время...

Такого рода механизмы проговариваются самими женщинами:

Мне пришла такая идея в голову, потому что я хотела заменить в рационе детей коровье молоко на более питательное (где больше кальция и витаминов). Я поняла, что этот рынок не новый — есть производства в Москве и Санкт-Петербурге, а в Екатеринбурге есть только одна такая компания. (Открытый источник, 28 лет, 1 ребенок, ожидает второго, производство растительного молока)

Интересно, что далеко не всегда женщины, монетизирующие свои «нематеринские» активности, оценивают реализуемые ими практики как предпринимательство. Более того, для определения активностей как предпринимательских и вообще перспективных с точки зрения заработка для них важна внешняя оценка практики как потенциально коммерчески востребованной. Коммуникация предшествует целевому наделению практики.

Многие женщины отметили, что на перспективность дела им указали знакомые или друзья:

Ну, пришла к этому чисто случайно, на самом деле. Подтолкнул к этому друг, который пришел в гости. У меня дома нет кремов никаких, он попросил, так как у него руки сушатся, что-то намазать. Я ему дала масла, ему они дико понравились, он мне на следующий день звонит, говорит: «Почему ты это не продаешь? Я у тебя это буду покупать». Ну вот, так первая мысль и о продаже появилась. (Интервью, 36 лет, 2 ребенка, производит натуральную косметику)

С точки зрения институциональных форм деятельности можно выделить неофициальные и официальные (самозанятые, ИП, ООО) формы реализации предпринимательских практик. Первые распространены, поскольку, не выводя практику в поле легитимных отношений, женщины ощущают большую степень свободы,

⁶ Здесь и далее: данное интервью было получено в ходе серии встреч с экспертами, работающими в структурах поддержки матерей в Свердловской области.

меньшее давление обязательств. Чаще материнские бизнесы характеризуются как малобюджетные: «Как правило, у мам низкие потребности. В смысле неинвестоёмкие проекты», — отметила эксперт.

Также репертуар может быть разделен по критерию пространства реализации. Нередко матери прибегают к онлайн-практикам, в том числе реализуют всю инициативу в интернете. Вместе с тем характерен и смешанный формат: женщины принимают решения либо выходить в офлайн в связи с желанием расширять форматы деятельности (например, организуют тематические встречи, посещают ярмарки и смотрят со своей продукцией или услугами), либо, наоборот, начинают из офлайна выходить в интернет-пространство для продвижения бизнеса, предоставления услуг или продажи продукции за пределами своего населенного пункта. Так или иначе, интернет-пространство играет для мам-предпринимательниц важную роль, поскольку служит основным источником информации как о возможных направлениях развития своего дела, так и о технологиях основного процесса (рецепты, выкройки, видеоуроки, мастер-классы и пр.) и практиках его сопровождения (составление смет, продвижение, технологии продаж и пр.).

Топология, факторы и мотивы, определяющие выбор материнского предпринимательства

Матери отмечают ряд принципиальных изменений в организации своего физического и социального пространства-времени: недоступность перемещений, привязанность к дому, зависимость от графика ребенка и других домочадцев; изменения домашнего пространства, вытеснение индивидуальной территории зонами материнской практики; в коммуникации — разрывы в общении с привычным кругом людей, потеря авторитета в привычных иерархиях, общее снижение статуса, в том числе ощущение «последнего места» своих приоритетов как дома, так и в общественных местах на фоне растущей ответственности за ключевые процессы в семье, тревога за них; потеря финансовой самостоятельности, потеря контроля над финансами в семье; новые потребности в предметах, облегчающих новые же задачи; изменения в иерархии ценностей процессов, предметов, людей. Новые условия, как указывают матери, формируют систему мотивов, обуславливающих выбор в пользу предпринимательства, которое, как ожидается, позволяет стабилизировать новую предметную реальность. Выявлены следующие мотивы.

1. Получение дохода, необходимость обеспечивать семью, иметь личные деньги.

Я развелась, когда ребенку был год. Я не получала никаких выплат ни от государства, потому что предпринимателям не выплачивают, ни от супруга, соответственно, мне приходилось этот доход делать самой. То есть я вынуждена была просто идти и зарабатывать, чтобы содержать нас с ребенком... Ты понимаешь, что ты мама, нужно двигаться, нужно развиваться самой, поднимать ребенка, бизнес чтоб не упал, потому что мне это нравилось... (Интервью, 40 лет, 2 детей, цветочный бизнес / арендный бизнес / сетевой бизнес)

Собранные данные показывают, что матери отмечают значительные изменения своего экономического положения в сторону ухудшения. Наряду с появлением

новых потребностей (дополнительных средств требуют вещи и услуги для ребенка, затраты на физическое и эмоциональное восстановление после родов, затраты на транспорт, питание и пр.) снижается как общий доход в семье, так и личный доход матери. Перевод практик в поле экономической деятельности женщины связывают преимущественно с необходимостью такого шага для преодоления негативных финансовых последствий материнства.

2. Удовлетворение собственных уникальных запросов при отсутствии предложения на рынке (инновационный мотив), восполнение дефицитов.

Идея с детскими раскрасками сразу как-то запала мне в голову, и сразу стал понятен весь процесс от А до Я, что и как мне надо делать. Я посмотрела, что предлагает рынок на эту тему, поняла, что мы не первые в этой нише, но то, что уже продается, я бы не купила. И решила сделать то же самое, только красиво: на свой лад и в своем стиле. Уже на следующий день мы начали действовать. Искать подрядчиков, придумать упаковку, иллюстрации, узнавать про доставку и так далее. (Открытый источник, возраст не известен, 1 ребенок, производство детских раскрасок)

3. Реализация своих склонностей, амбиций и творчества.

4. Автономия, независимость, достойный социальный статус в семье и за ее пределами.

Ну, во-первых, мне очень нравится реакция моего мужа, который переживает: в том, что начал он, что я там лучше сейчас разбираюсь, это очень душу греет. Ну, потому что он у меня умный, технически подкованный и так далее. А теперь я в чем-то лучше, это очень приятно. Ну, и как сказала, морально для самой себя, мне очень нравится финансовая независимость, несмотря на то что у нас там хорошие отношения. Мне спокойнее. То есть именно внутреннее душевное спокойствие, я считаю, что это довольно много значит. Ну, для меня лично. (Интервью, 38 лет, 1 ребенок, производство товаров на 3D-принтере)

5. Желание быть примером для своего ребенка в широком диапазоне общественных практик.

Для меня важно развитие детей (во всех смыслах), без саморазвития никак не обойтись — ты пример детям. (Открытый источник, 41 год, 2 ребенка, оказывает образовательные услуги)

6. Потребность держать себя «в тонусе».

За машинку села только потому, что начала понимать, что начинаю деградировать. Я просто не из тех мамочек, которые зарываются в материнство с головой и забывают о себе и происходящем вокруг. (Открытый источник, 31 год, 2 ребенка, производство одежды под заказ)

7. Ориентация на улучшение жизни общества, достижение комфортности, в том числе для своих практик.

В августе 2019 я ушла в декрет, в котором поняла, что хочу что-то поменять в своей жизни и приносить пользу людям, делать их счастливее. Так родился Центр нейропсихологии и коррекции речи «Здоровый ребенок». (Открытый источник, возраст не известен, 1 ребенок, речевой центр для детей)

8. Потребность избегания рутины, запрос на линейные процессы с явным прогрессом.

9. Потребность в управлении своим временем, выделение «своего» времени, «своего» процесса.

10. Психологический комфорт, снятие стресса.

Находясь в декрете, сложно не потерять себя. Я решила начать заниматься фудфлористикой (изготовлением съедобных букетов и композиций). Близкие поддержали мои начинания, и процесс пошел. Я прошла несколько обучений, начала собирать подарки сначала для близких, потом и на заказ. (Открытый источник, возраст не известен, 1 ребенок, фудфлорист)

Указанные мотивы обнаруживаются в высказываниях преимущественно в сцепке с теми изменениями хронотопа женщин, которые определены материнством.

Матери показали, что как решение переводить свои занятия в способ получения дохода, так и регуляция форм этой деятельности зависит от ряда факторов: наличие/отсутствие поддержки со стороны близких; наличие в поле зрения успешных примеров предпринимательских практик; особенности ребенка (детей); доступность ресурсов для предпринимательской деятельности; уровень материального благосостояния матери; уровень образования матери; осведомленность о программах поддержки матерей, их доступность; специфические личностные характеристики и способности женщины.

Таким образом, при сходном состоянии среды и мотивах решение о переводе своих активностей в экономическую плоскость принимается неодинаково.

Стратегии материнского предпринимательства

Стратегия материнского предпринимательства рассматривается нами как совокупность методов и режимов использования собственных возможностей, привлечения ресурсов, выставления приоритетности задач и организации пространства-времени при ведении предпринимательской деятельности. Для описания выявленных стратегий мы будем использовать следующие характеристики: интенсивность, системность, институционализированность, масштаб, рентабельность, профессиональность, устойчивость практик (см. табл. 1).

Первую стратегию можно обозначить как *мастеровую*, или *крафтовую*. Для нее характерна ориентация на продукт/услугу, где основной интерес женщины сосредоточен вокруг самого процесса создания своего товара. Работа строится на принципах получения удовольствия от производственного процесса, носит не слишком интенсивный характер. Для женщины важна возможность погружаться во все этапы, связанные с объектом предпринимательской деятельности. Фактически происходит слияние творца и его продукта. При этом женщина получает как глубокое

удовлетворение от происходящего, так и тотальный контроль над всем, что происходит на каждом шаге производства: от разработки идеи, закупки материалов и оборудования, разработки технологической карты до непосредственного воплощения, выбора дизайна и изготовления упаковки, продажи, работы с клиентами и продвижения. Неважно, говорим ли мы о производстве предмета или об оказании услуг, главным отличием мастерской стратегии является ярко выраженная ориентация на максимальный контроль над всем циклом производства, а также стремление к независимости при распределении материалов и потоков. Поведение матери в рамках такой стратегии крайне осторожное: нехарактерен стремительный рост, деятельность сохраняет статус своего рода «домашности», может реализовываться в неторопливом темпе с ориентацией на удобство и возможности матери, определяемые режимом заботы о детях. Важно, что такой подход к делу, обеспечивающий женщине полную власть над процессом, дает ей возможность преодолевать отчужденность, связанную с потерей контроля над другими областями своей жизни. Здесь она единолично регулирует темп деятельности, может ускорять или замедлять процессы, может остановить или возобновить то, что делает, в любой момент. Она сама принимает решения, регулирует коммуникацию, зависит только от себя и своих настроений и желаний. Пространство со всей предметностью и функциональной нагруженностью формируется под ее нужды, кухня превращается в офис тогда, когда это требуется. При этом отсутствие других участников, ориентация на себя, малый масштаб работы позволяют чувствовать себя уверенно, быть единоличным держателем результата.

Важный фактор выбора в пользу такой стратегии — возможность осмысленно подходить к процессу, поскольку он виден целиком, от начала и до конца. Все средства и результаты производства, как и логика процесса, присвоены матерью, дают ей возможность быть куратором результирующего действия, что помогает снять напряжение циклических процессов ухода за детьми, не дающих быстрых видимых результатов. Все это позволяет также избежать абстрактности, крайностей стандартизации и тотальной дисциплинарности, не допускать чрезмерного ускорения, характерного для современных форм занятости, отчуждающих человека от общей логики трудового процесса. Женщина, как ремесленник традиционного общества, мастер-универсал, неотчужденная, погружена в процесс.

Инф.: «Нет, это не только финансовые. Это в принципе мне было, мне это в принципе нравится. Заниматься тем, что, так скажем, приносит какую-то, ну красоту. Если так можно сказать. Мне нравится сам процесс, так скажем, этого варения, потому что это все вкусно пахнет. Вся эта кухня, все это в таких ароматах приятных. Все это упаковывать. Сам процесс как бы мне нравится. То есть это, наверное, все-таки, если так задуматься, больше положительной энергии приходит, когда я начинаю об этом думать».

Инт.: «А вот есть какие-то минусы? Видите какие-то минусы для себя, связанные с этой практикой?»

Инф.: «Нет, никаких не вижу. Ну, я потому что, ну ничего, как говорится, в кредит не брала. Делаю и делаю». (Интервью, 36 лет, 2 ребенка, производство натуральной косметики)

Можно предложить следующую концептуальную схему мастерской стратегии: «проблемы — контексты — сообщество — удовольствие и баланс — реализация». Поиск ответов на вызовы изменений в пространстве побуждает женщин к реализации практик, а запросы на тиражирование практик и позитивные примеры стимулируют выводить их в экономическое поле. Регуляция определяется удовольствием от контроля проблем и возможностью сохранять приоритет ценностей семьи.

Стратегию второго типа мы обозначаем как *менеджерскую*, или стратегию процесса. Как правило, такие предпринимательские активности легитимизированы, могут масштабироваться, происходит рост бизнеса, увеличивается прибыль, а вместе с ней — и финансовые обязательства, уровень ответственности. Женщина начинает фокусироваться уже не на продукте и реже занимается непосредственным производством или оказанием услуг, а прибегает к помощи наемного труда и концентрируется на организационных задачах. Такие женщины нередко открывают параллельные бизнесы. Как правило, они больше настроены на серьезный рост и соответствующую отдачу. У женщины формируются новые навыки в бизнесе и именно на них она делает упор, происходит прирост знания. Здесь мы уже имеем дело с выходом на большие маркетплейсы, арендой или приобретением помещений и дорогостоящего оборудования, то есть с инвестициями. Такие матери готовы к серьезному прорыву. Можно предложить следующую схему для менеджерской стратегии: «Проблемы — контексты — потребности — наставник — ресурсы — информированность — реализация». В этом случае старт также определяется проблемностью нового хронотопа (поставщика идей), однако фигура наставника позволяет шире видеть свои и чужие потребности, богатая информационная среда дает возможность легче принимать риски и наращивать темпы развития.

Ну вот начиналось все как просто хобби, то есть совместное с мужем. Потом у меня у сестры бизнес — делают картины по номерам. Я подумала, она начала об этом рассказывать, я думаю, почему бы не начать там свои игрушки собственные выставлять, там хотя бы на Авито. Ну страшно же там всякие Озоны, Вайлдберисы — вот это вау большое. Поэтому полгода для начала мы выставлялись только на Авито, ну Авито такое. То есть с клиентами, много-то нету. Под Новый год было огромное количество заказов, и решила уже, что пора. Пора, наверное, выйти на более глобальный рынок, и вот так вот у нас появился довольно большой магазин. (38 лет, 1 ребенок, производство игрушек на 3D-принтере)

Стратегия предпринимательства определяется не только объемом доходов, но и тем, как оно сказывается на жизни семьи, возможностях качественно заботиться о детях. Выбор, который делают женщины с детьми в вопросе о развитии или сдерживании роста своего бизнеса, сопряжен с признанием собственных возможностей, а также с развитием семейной системы, с личными ценностями внутри семьи. Утилитарный мотив уравнивается высшими ценностями в материнской иерархии.

Таблица 1. Стратегии материнского предпринимательства

Критерии описания стратегии	Стратегии	
	Мастерская / робкая: ориентация на продукт и полный контроль за качеством, наслаждение, сама мастер	Менеджерская / смелая: большие инвестиции, фокус на отладку бизнес-процессов, расширение бизнеса, масштабность (филиалы). Возможно, параллельный бизнес
Интенсивность, устойчивость практик	Эпизодически, разовые заработки	Есть четкий график, регулярно повторяющиеся действия
Системность	Стихийно действует, нет планирования	Есть план, стратегия регулирования по всем позициям, СМК, аналитика
Институционализованность	Частная практика	Самозанятость, ИП, ООО
Масштаб	Локальный, сдерживание	Рост
Рентабельность	Минимальные вложения, небольшая прибыль	Инвестиции, рост прибыли
Профессиональность	Интуитивная практика, преобладает обучение информального и неформального характера	Обучается, привлекает профессионалов, использует ресурсы государственных программ поддержки

В случае с мастерской стратегией высокую значимость имеет возможность быть максимально плотно включенной в жизненные ритмы семьи. При этом возрастает и запрос на возможности самоорганизации, поиск способов эмансипации через возможность быть архитектором мира [Žižek, 2008], хотя бы в масштабах своего локального пространства, пересобрать его на свой лад: неотчужденная жизнь, то есть жизнь, в которой люди сами управляют своей судьбой, — это не собственнический индивидуализм, а экспериментирование, иными словами, жизнь, горизонтом которой является открытость к пересмотру и экспериментам [Jaeggi, 2014: 40].

За разъяснением по полученным данным мы обратились к эксперту, сопровождающему женщин в рамках программ поддержки предпринимателей: «Такие бизнесы — более гибкие, но и более уязвимые. Они все, как правило, держатся на одной женщине, значит, если у нее, скажем, ребенок вырос, сменились приоритеты, в школу надо его водить, она замораживает процесс. С другой стороны, сейчас надо, чтобы бизнес был жизнеспособным. И сейчас более устойчивые проекты с коротким жизненным циклом. И надо, чтобы проект был гибкий и быстро перестраивался. Такие проекты более успешные. Если она сама гибкая, может быстро перестроиться, то все хорошо будет».

Безусловно, семейные обязанности могут удерживать женщин-предпринимателей от достижения высоких темпов роста предприятий, однако регулирование становится результатом ее ценностного выбора, а не необходимости. Распространенность предпринимательства мастерского типа объясняется ориентацией матери на семейный контекст.

Наличие/отсутствие поддержки близких (мужа, ближайших родственников, друзей) — фактор неоднозначного влияния. В ходе исследования были выявлены случаи, когда поддерживающая среда, благоприятный психологический климат способствовали готовности женщины к развитию предпринимательской деятельности по пути смелой стратегии, однако выделены случаи, когда супруг создает хорошие условия, уверенность в благосостоянии семьи, но женщина, напротив, сохраняет бизнес на домашнем уровне, поскольку у нее нет финансовой мотивации к изменению текущего баланса «дом — предпринимательство».

Инф.: «Я, ну, получается, работала с 18 лет и привыкла, что у меня есть всегда свои деньги. Ну, то есть у меня муж хорошо зарабатывает, но просто сидеть в декрете, с профессией мужа, я не могу выйти на полную работу из-за садика ребенка. То есть полноценный график он, предполагается с 10 до 7, с садиком у меня не получится. И немного напрягало, сильно напрягало, что я полностью завишу от мужа, я такое не очень люблю по своим жизненным обстоятельствам. Да, честно скажу, мне нравится, что у меня, условно говоря, есть свой доход. И мне стало немножко спокойнее даже. Даже несмотря на то, что с финансами у меня все хорошо».

Инт.: «То есть это связано с потребностью в финансовой независимости?»

Инф.: «Ну да, самореализации, финансовой независимости. Ну, это психологическое, свое скорее, чем вынужденность». (Интервью, 38 лет, 1 ребенок, производство игрушек на 3D-принтере)

Вместе с тем и недружелюбная атмосфера, сложные отношения с домочадцами, выраженный материальный дефицит нередко стимулируют матерей к поиску смелых путей развития предпринимательства, когда женщина готова на все, чтобы выправить бедственное положение, беспокоясь о будущем детей и испытывая отчуждение хронотопа — невозможность сохранения привычной системы организации пространства-времени. Вместе с тем сложные финансовые ситуации, прессинг со стороны супруга нередко формируют и тревожное видение своих перспектив, а вместе с ними и неготовность к риску, в то время как для успешной предпринимательской деятельности второго типа готовность рисковать крайне важна.

Заключение

Материнское предпринимательство имеет различные по размаху, сферам, институциональной организованности, управленческим подходам формы. В ходе исследования подтверждены предположения относительно принципиальных для феномена материнского предпринимательства особенностей: это индивидуально-проблемный характер предпринимательских практик, их стремительность, ориентация на процесс, интуитивность, фокус на контроле всех этапов предпринимательского цикла, социальная ориентация деятельности. Важным выводом является связь между выбором стратегии предпринимательства в пользу сдерживания или развития в зависимости от возможностей конкретной семейной системы.

Мы выделили два наиболее заметных варианта стратегии материнского предпринимательства: мастерская, более осторожная стратегия, которая достигает

определенного уровня бизнеса, но не предполагает скачков объемов продаж и расширения доли рынка, и менеджерская, смелая стратегия, ориентированная на развитие рынков, интенсивную работу, инвестиции, привлечение наемного труда, институционализацию, использование инструментов государственной поддержки.

Первый тип можно описать как принципиально ориентированный на выбор в пользу самостоятельной реализации полных циклов производства (включая контроль средств производства, реализацию изготовления продукта / предоставление услуги и присвоение результатов деятельности). Однако и для менеджерского типа контроль происходящего, осмысленность деятельности и видение процесса целиком являются важными факторами предпринимательского выбора, что, как было показано, говорит о потребности матерей в преодолении отчуждения в социальной, экономической и политической сфере и должно учитываться при формировании программ их сопровождения.

Развитие материнского предпринимательства возможно с учетом выделенных особенностей. Важно информировать женщин о возможностях, формировать систему наставничества, а также доступные для матерей способы реализации участия в таких программах на местах. Эксперт отмечает: «Я категорически против создания каких-то тепличных условий для женщин. Все попадут потом в равные жесткие условия. Единственное, что можно делать, — это создавать условия, куда им деть детей в это время».

Список литературы (References)

1. Алборов С. В. Суррогатное материнство как предпринимательская деятельность суррогатной матери // Семейный бизнес & самозанятые: взгляд через призму малого предпринимательства / отв. ред.: А. А. Власов, А. Н. Левушкин. М.: Проспект, 2021. С. 351—361.
Alborov S. V. (2021) Surrogate Motherhood as an Entrepreneurial Activity of a Surrogate Mother. In: Vlasov A. A., Levushkin A. N. (eds.) *Family Business & Self-Employed: Looking through the Prism of Small Business*. Moscow: Prospect. P. 351—361. (In Russ.)
2. Бессчетнова О. В., Крекова М. М., Арзамасова Е. Л. Женское предпринимательство в России: pro et contra? // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 12. С. 3059—3074. <https://doi.org/10.18334/epp.10.12.111499>.
Besschetnova O. V., Krekova M. M., Arzamasova E. L. (2020) Women's Entrepreneurship in Russia: Pro et Contra? *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*. Vol. 10. No. 12. P. 3059—3074. <https://doi.org/10.18334/epp.10.12.111499>. (In Russ.)
3. Горозия В. Е. Проблема отчуждения человека в учении Карла Маркса // Человек. Государство. Глобализация. Вып. 3: сборник философских статей / под ред. В. В. Парцвания. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2005. С. 98—117.

- Gorozia V. E. (2005) The Problem of Human Alienation in the Teachings of Karl Marx. In: Partsvania V. V. (ed.) *Man. State. Globalization. Vol. 3: Collection of Philosophical Articles*. Saint Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society. P. 98—117. (In Russ.)
4. Дьячкова О. А., Харьковская О. А. Причины, по которым современные женщины занимаются предпринимательской деятельностью: качественное исследование // *Инновационная наука*. 2021. № 8—1. С. 72—74.
Dyachkova O. A., Kharkovskaya O. A. (2021) The Reasons Why Modern Women are Engaged in Entrepreneurial Activities: A Qualitative Study. *Innovative Science*. No. 8—1. P. 72—74. (In Russ.)
5. Ершова И. В. Женское предпринимательство: от эмпирики и доктрины к правовому регулированию // *Lex russica*. 2022. Т. 75. № 8. С. 9—22. <https://doi.org/10.17803/1729-5920.2022.189.8.009-022>.
Ershova I. V. (2022) Female Entrepreneurship: From Empirics and Doctrine to Legal Regulation. *Lex russica*. Vol. 75. No. 8. P. 9—22. <https://doi.org/10.17803/1729-5920.2022.189.8.009-022>. (In Russ.)
6. Исаченко Н. Н. Отчуждение как социальный феномен современного общества // *Вестник Челябинского государственного университета. Философские науки*. 2018. № 5. С. 66—70. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2018-10508>.
Isachenko N. N. (2018) Alienation as a Social Phenomenon of Modern Society. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philosophy Sciences*. No. 5. P. 66—70. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2018-10508>. (In Russ.)
7. Красавин И. В. Устройство сборки, или Симуляция онтологии у Мануэля Деланда // *Социология власти*. 2019. Т. 31. № 2. С. 136—154.
Krasavin I. V. (2019) Assemblage Arrangement, or Manuel Delanda's Simulation of Ontology. *Sociology of Power*. Vol. 31. No. 2. P. 136—154. (In Russ.)
8. Лефевр В. А. Высшие ценности и формальная теория выбора // *Вопросы философии*. 2012. № 4. С. 154—157.
Lefebvre V. A. (2012) The Supreme Values and Formal Theory of the Choice. *Problems of Philosophy*. No. 4. P. 154—157. (In Russ.)
9. Райманова З. И. Развитие женского предпринимательства в современной России // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. 2019. № 1. С. 102—104.
Raimanova Z. I. (2019) Development of Women's Entrepreneurship in Modern Russia. *Economics and Management: Scientific and Practical Journal*. No. 1. P. 102—104. (In Russ.)
10. Швецова А. В., Симонова И. А. Пока ребенок спит: репертуар «нематеринских» практик российских матерей // *Социологическое обозрение*. 2024. Т. 23. № 1. С. 185—211. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2024-1-185-211>.
Shvetsova A. V., Simonova I. A. (2024) While the Child Sleeps: The Repertoire of “Non-Maternal” Practices of Russian Mothers. *Russian Sociological Review*. Vol. 23. No. 1. P. 185—211. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2024-1-185-211>. (In Russ.)

11. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2008.
Schumpeter J. A. (2008) *Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy*. Moscow: Eksmo. (In Russ.)
12. Чернова Ж. В. Баланс семьи и работы: политика и индивидуальные стратегии матерей // Журнал исследований социальной политики. 2012. Т. 10. № 3. С. 295—308.
Chernova Zh. V. (2012) *The Work-Family Balance: Politics and Individual Mothers' Strategies*. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 10. No. 3. P. 295—308. (In Russ.)
13. Astin H. S. (1984) *The Meaning of Work in Women's Lives: A Sociopsychological Model of Career Choice and Work Behavior*. *The Counseling Psychologist*. Vol. 12. No. 4. P. 117—126. <https://doi.org/10.1177/0011000084124002>.
14. Dhaliwal A. (2022) *The Mompreneurship Phenomenon: An Examination of the Antecedents and Challenges of Mothers in Business*. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)*. Vol. 13. No. 1. P. 1—17. <http://doi.org/10.4018/IJSSMET.290334>.
15. Duberley J., Carrigan M. (2012) *The Career Identities of 'Mumpreneurs': Women's Experiences of Combining Enterprise and Motherhood*. *International Small Business Journal*. Vol. 31. No. 6. P. 629—651. <https://doi.org/10.1177/0266242611435182>.
16. Durrah D. (2016) *Mompreneur Networks in Germany: Multiple-Case Study on How Women Entrepreneurs Utilize a Mompreneur Network In Germany*. Master's thesis. Enschede: University of Twente.
17. Ettl K., Welter F. (2010) *Gender, Context and Entrepreneurial Learning*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. Vol. 19. No. 2. P. 108—129. <https://doi.org/10.1108/17566261011050991>.
18. Fajardo C. (2021) *Mystified Alienation: A Discussion between Marx, Foucault and Federici*. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Journal for a Global Sustainable Information Society*. Vol. 19. No. 2. P. 287—300. <https://doi.org/10.31269/triplec.v19i2.1277>.
19. Foley M., Baird M., Cooper R., Williamson S. (2018) *Is Independence Really an Opportunity? The Experience of Entrepreneur-Mothers*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 25. No. 2. P. 313—329. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2017-0306>.
20. Hagen E. E. (1963) *How Economic Growth Begins: A Theory of Social Change*. *Journal of Social Issues*. Vol. 19. No. 1. P. 20—34. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1963.tb00428.x>.
21. Harris C., Lopes Morrison R., Lewis K., Ho M. (2012) *Recreating Boundaries in Boundaryless Careers: The Career Transitions of Mompreneurs*. *Academy of Management Proceedings*. Vol. 2012. No. 1. P. 13278. <https://doi.org/10.5465/AMB-PP.2012.13278abstract>.

22. Haslanger S. (1995) Ontology and Social Construction. *Philosophical Topics*. Vol. 23. No. 2. P. 95—125. <https://doi.org/10.5840/philtopics19952324>.
23. Hudson Breen R., Leung A. (2020) Choosing Mothering and Entrepreneurship: A Relational Career-Life Process. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. Vol. 12. No. 3. P. 253—271. <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2019-0130>.
24. Hughes K. D. (2006) Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Vol. 19. P. 107—120. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593362>.
25. Jaeggi R., Neuhouser F. (2014) Alienation. New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/jaeg15198>.
26. Law J. (1999) After Ant: Complexity, Naming and Topology. *The Sociological Review*. Vol. 47. No. 1. P. 1—14. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1999.tb03479.x>.
27. Lewis P., Rumens N., Simpson R. (2022) Postfeminism, Hybrid Mumpreneur Identities and the Reproduction of Masculine Entrepreneurship. *International Small Business Journal*. Vol. 40. No. 1. P. 68—89. <https://doi.org/10.1177/02662426211013791>.
28. Markowska M. (2018) Motherhood as a Springboard for Women's Entrepreneurial Action. In: Green P., Brush C. (eds.) *A Research Agenda for Women and Entrepreneurship: Identity through Aspirations, Behaviors and Confidence*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. P. 187—206.
29. Mayes R., Williams P., McDonald P. (2020) Mums with Cameras: Technological Change, Entrepreneurship and Motherhood. *Gender, Work & Organization*. Vol. 27. No. 6. P. 1468—1484. <https://doi.org/10.1111/gwao.12526>.
30. McGowan P., Redeker C. L., Cooper S. Y., Greenan K. (2012) Female Entrepreneurship and the Management of Business and Domestic Roles: Motivations, Expectations and Realities. *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 24. No. 1—2. P. 53—72. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>.
31. Muhamad S., Rashid N. K. A., Hussain N. E., Akhir N. H. M., Ahmat N. (2020) Resilience as a Moderator of Government and Family Support in Explaining Entrepreneurial Interest and Readiness among Single Mothers. *Journal of Business Venturing Insights*. Vol. 13. Art. e00157. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00157>.
32. Nel P., Maritz A., Thongprovati O. (2010) Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*. Vol. 3. No. 1. P. 6—34.
33. Parlapiano E. H., Cobe P. (1996) Mompreneurs: A Mother's Practical Step-by-step Guide to Work-at-home. New York, NY: Berkley Publishing Group.
34. Richomme-Huet K., Vial V., d'Andria A. (2013) Mumpreneurship: A New Concept for an Old Phenomenon? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. Vol. 19. No. 2. P. 251—275.

35. Sengupta Dawn L. (2023) (Re)Exploration of the Influence of Marxist Feminism on 21st-Century Women in the Workplace. *IJNRD*. Vol. 8. No. 5. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4500085 (accessed: 19.06.2024).
36. Stevenson H. H., Sahlman W. A. (eds) (1991) Introduction to the Entrepreneurial Venture. Boston, MA: Harvard Business School Press.
37. Takseva T. (2019) One Is Not Born but Rather Becomes a Mother: Claiming the Maternal in Women and Gender Studies. *Journal of the Motherhood Initiative*. Vol. 10. No. 1—2. P. 27—44.
38. Žižek S. (2008) The Sublime Object of Ideology. London: Verso.

Приложение. Список информантов

Псевдоним	Возраст	Количество детей	Сфера «нематеринской» практики	Семейное положение
1Sh_eco	32	1	Экотренинг	Замужем
2Sh_cake	37	3	Кондитерское дело	Замужем (дети от первого и второго браков)
3Sh_vyz	24	1 (ожидает второго)	Вязание	Замужем
4Sh_poet	47	4	Тренинги, литература	Замужем (дети от первого и второго брака)
5Sh_arch	39	2	Архитектура, дизайн	Замужем
6Sh_vol	37	1	Медицина, волонтерство	Замужем
7Sh_jur	39	3	Юриспруденция	Замужем
8Sh_flow	40	2	Продажа цветов	Замужем (дети от первого и второго брака)
9Sh_sport	37	1	Фитнес-тренер	Разведена
10Sh_dance	39	2	Танцы	Замужем
1Si_psy	34	1 (ожидает второго)	Индустрия красоты, психоанализ	Замужем
2Si_candl	38	2	Интерьерные изделия	Замужем
3Si_smm	36	2	СММ	Замужем
4Si_i-mark	33	1	Интернет-маркетинг	Замужем
5Si_cl	22	2	Пошив детской одежды	Замужем
6Si_blog	39	3	Блогинг	Замужем
7Si_mask	36	2	Производство косметики	Замужем
8Si_sci	35	1 (ожидает второго)	Преподавание иностранных языков, научные исследования	Замужем
9Si_city	35	2	Городское благоустройство, волонтерство	Замужем
10Si_3d	38	1	3D-печать	Замужем (сожительство)