

УДК 316.35:323.328:338.25

Предпринимательский ресурс торговцев городских рынков**Ульянкина О.В.**

Аспирант кафедры социологии

Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарева

В статье рассматривается группа торговцев городских рынков. Особое внимание уделено предпринимательскому ресурсу представителей данной группы. Автор исследует мотивы, побудившие торговцев работать на рынке, личностные характеристики и ценностные ориентации работников рынков.

Ключевые слова: торговец, челнок, рынок, предпринимательство, мотив.

Если в 90-е гг. XX века «челночество» скорее представляло собой кризисное и неформальное мелкое предпринимательство, то спустя два десятилетия торговля на рынках приобрела формальный и институционально закреплённый вид. По мнению Е.Н. Ядовой, челноки были вынуждены выстраивать свою жизнь в условиях рушащихся ценностей и «проявили быструю и неподготовленную адаптацию к новым условиям» [1, с. 44].

В условиях активно развивающейся экономики России особый интерес представляет рассмотрение темы предпринимательского потенциала торговцев рынков. Если обратиться к литературе, то можно найти не так много трудов социологов и экономистов, затрагивающих данную тему. Среди них особое место занимают работы В.И. Ильина и М.А. Ильиной. Авторы считают, что «поведение рыночных торговцев можно описать с помощью двух противоположных моделей» – «модель выживания» и «модель предпринимательства». В модели выживания заложено отношение к бизнесу как источнику средств существования. Основным приоритетом выступает не рост, а стабильность и безопасность. Предпринимательскую модель отличает: отношение к бизнесу как к спортивной азартной игре, где главной целью является победа; динамичность, расширение рыночной ниши, наращивание оборотов. Зачастую эта модель связана с ориентацией на высокодоходные, но рискованные виды деятельности, также может сопровождаться аскетическим образом жизни, когда личное потребление сокращается с целью скорейшего наращивания оборотов [2, с. 126-127].

Е.Н. Ядова утверждает, что «в среде челноков формировались такие постсоветские ценности, как индивидуализм, предпринимательская инициатива, отношение к деньгам как к капиталу, восприятие карьеры как развития своего дела» [3, с. 62]. В.В. Иванов, Ю.Ю. Комлев, Л.Г. Толчинский в своих работах рассматривают торговцев рынков в экономическом ракурсе, полагая, что в торговле на рынках сложился определенный тип людей, умеющих действовать успешно в новых условиях. Челноки во многом создали в торговле рыночную ситуацию, позволили потребителям с низкими доходами найти доступные товары [4, с. 44]. Во времена зарождения и развития челночного движения социальная группа челноков представляла собой слой «протопредпринимателей». Труд челноков носил характер эпизодического, преимущественно теневого предпринимательства [5, с. 140-141]. Сегодня многое в деятельности рынков и их работников изменилось.

Под предпринимательским ресурсом мы понимаем комплексный показатель, включающий в себя высокую мотивацию к занятости в предпринимательской сфере, формирующуюся на основе соответствующих потребностей, установок, интересов и ценностных ориентаций, позитивную самоидентификацию с профессиональной деятельностью, а также определенные психологические характеристики, способствующие предпринимательской деятельности.

Чтобы получить представление о предпринимательском ресурсе торговцев городских рынков, в сентябре-ноябре 2011 г. было проведено анкетирование 330 торговцев на рынках двух самых крупных городов Республики Мордовия – Саранска и Руза-

евки. Среди респондентов преобладают женщины 86,7 %, мужчин – 13,3 %. По возрастным группам торговцы распределились следующим образом: до 29 лет – 7,9 %; 30-34 года – 9,7 %; 35-39 – 15,8 %; 40-44 – 20,3 %; 45-49 – 27,3 %; от 50 лет и старше – 19 %.

По форме занятости 48,2 % составляют лица, работающие на себя, 51,8 % – нанятые. Если говорить о продолжительности работы на рынке, то самую многочисленную группу представляют лица, торгующие 5-10 лет, – 33,9 %. Почти каждый четвертый (24,8 %) проработал 10-15 лет. 19,7 % торговцев занимаются торговлей на рынке 1-5 лет; 10,9 % – 15-20 лет; 7,3 % – менее 1 года; 2,4 % – 20-25 лет и только 1 % – свыше 25 лет.

Обращая внимание на наиболее значимые личностные характеристики предпринимателей, можно отметить такие как инициативность, готовность пойти на риск, ответственность, целеустремленность, уверенность в себе, трудолюбие, организованность, коммуникабельность и т.д. С целью выявления подобных качеств в среде рыночных торговцев им был задан вопрос: «По Вашему мнению, какие качества характера свойственны людям, занятым торговлей на рынке (укажите не более трех ответов)?». Торговцы характеризуют себя и своих коллег как людей, умеющих торговать (38 %); целеустремленных, смелых, обладающих силой воли (24 %); предприимчивых и работоспособных (13 %); расчетливых и хитрых (12 %). Можно сказать, что часть торговцев рынков имеет качества, присущие предпринимателям. Однако эти качества находятся на разном уровне развития у разных респондентов, у кого-то они раскрываются и развиваются в процессе трудовой деятельности, а кто-то даже не подозревает о наличии и возможности использования своего предпринимательского потенциала.

Люди приходили работать на рынок по разным причинам. В ходе анкетирования респондентам задавался вопрос: «Каков Ваш основной мотив торговли на рынке?». Мотив безысходности указали 55,8 % респондентов, отметив вариант «торгую на рынке вынужденно, т.к. не было других вариантов». 22,4 % торговцев выбрали ответ: «это наиболее подходящая для меня работа». Вариант «устраивает заработок» в качестве мотива отметили 10,6 % респондентов; 2,1 % указали ответ «место работы находится близко от дома». Вариант «другое» выбрали 6,4 % опрошенных, затруднились ответить 2,7 %. Наиболее подходящей работу на рынке считают торговцы, работающие на себя, – 93,2 % респондентов среди общего числа выбравших этот вариант. В числе работающих на рынке вынужденно преобладают наемные работники (75 %). «Устраивает заработок» 65,7 % работающих на себя и 34,3 % нанятых работников. Среди тех, кого устраивает близкое расположение места работы к дому, оказались только наемные торговцы женского пола. Мужчины чаще, чем женщины склонялись к

вариантам: «это наиболее подходящая для меня работа» и «устраивает заработок». Таким мужчинам, как правило, свойственна более активная жизненная стратегия, опирающаяся на предприимчивость и напористость в достижении целей.

Из личных бесед с торговцами становится понятно, что в процессе трудовой деятельности на рынке их мотивация в определенных ситуациях изменялась. Так, придя на рынок вынужденно, человек задерживался там на долгие годы, потому что втягивался в работу, стиль жизни, приобщался к традициям данной группы, привыкал к коллективу, получал достойный доход и т.д. В некоторых случаях торговцы, способные к мобильности и готовые к риску, из наемных работников переходили в статус предпринимателей – «хозяев торговых точек». Такие люди, как правило, обладают необходимым предпринимательским потенциалом, активной жизненной стратегией и стремятся профессионально развиваться.

Торговцы рынков изначально представляли собой хаотичную массу, только со временем они стали социальной группой, сформировали свои поведенческие практики. В связи с этим интересно проследить какие чувства испытывают торговцы при соотнесении себя с данной группой. Работающие на себя торговцы преимущественно отмечали положительные чувства. Так, «уверенность» испытывают 59,1 % среди «хозяев торговых точек». В то время как данный показатель среди наемных торговцев составил всего 8,2 %. Отрицательные чувства нанятые торговцы отмечали гораздо чаще, чем работающие на себя. Так, чувство неудовлетворенности из общего количества наемных продавцов отметили 43,3 %, а чувство униженности – 11,1 %. Работающие на себя торговцы также испытывают чувство неудовлетворенности, но его отметили всего 14,5 % среди них; чувство униженности не отметил никто из них. При этом индифферентное отношение при ассоциировании себя с торговцами рынка выражают 14,5 % среди работающих на себя и 25,7 % среди нанятых торговцев, выбравшие ответ «безразличие». Можно говорить о том, что работающие на себя торговцы рынков более уверены в завтрашнем дне. Их предпринимательский потенциал дает не только определенное материальное благосостояние, но и положительные навыки работы: ответственное ведение бизнеса, предприимчивость, самостоятельность и т.д. Подобный опыт незаменим, он способствует выработке качеств, которые позволяют человеку найти себя в разных сферах жизни, особенно в трудовой деятельности.

Каждая профессиональная сфера связана с формированием определенного образа жизни человека и членов его семьи. Важным моментом при исследовании социального портрета группы является выявление первостепенных ценностей для ее представителей. Так, торговцы рынков, отвечая на вопрос «Какие из приведенных ниже ценностей являются

для Вас наиболее значимыми (укажите не более пяти ответов)?», в числе лидирующих отметили семью (20,2 %), здоровье (20,1 %), материальный достаток (15,8 %), хорошую работу (12,2 %), ценности религии (6,1 %). Среди респондентов, отметивших ценность взаимопомощи, 63,2 % составили работающие на себя торговцы. Вероятно, благодаря тому, что у них есть, к кому обратиться за помощью, они смогли стать «хозяевами» рыночных торговых мест. Торговля на рынке требует больших временных и физических затрат, с которыми тяжело справиться в одиночку. Также положительное влияние оказывает поддержка близких людей. Внимания заслуживает ценность частной собственности, свободы предпринимательства. Из общего числа отметивших данный вариант 89,6 % составили работающие на себя торговцы. Это вполне обоснованно, ведь именно осознание частной собственности и свободы предпринимательства как значимой ценности стимулирует к развитию бизнеса и обогащению.

Любая предпринимательская деятельность сопряжена с постоянным риском. Работа на рынке сопровождается множеством рисков, связанных с реализацией товара покупателям, транспортировкой, вложением капитала и т.д. Для выявления степени рисков в работе на рынках респондентам был задан вопрос: «Как Вы оцениваете степень риска такого рода занятий как торговля на городском рынке в нашем регионе?». Среди респондентов, отметивших высокую степень риска, 76,9 % работают на себя, а 23,1 % работают «на хозяина». По мнению 72 % работающих на себя и 28 % наемных торговцев, торговле на городских рынках присуща степень риска выше среднего. Среднюю степень риска обозначили 45,6 % «хозяев» рыночных точек и 54,4 % наемных работников. Степень риска ниже среднего отметили 21,4 % первых и 78,6 % вторых. В числе респондентов, отметивших низкую степень риска, были 25 % работающих на себя и 75 % наемных торговцев. При этом среди затруднившихся ответить на вопрос оказалось 81,3 % наемных работников и всего 18,7 % работающих на себя. Возможно, наемные торговцы зачастую не представляют насколько непросто труд их «хозяев», не вникают в финансовые и организационные вопро-

сы. Из полученных данных можно сделать вывод, что работающие на себя торговцы по сравнению с наемными оценивают риски работы на рынке как более высокие. Этот факт обусловлен тем, что «хозяевам» торговых мест необходимо постоянно следить за потребительским спросом, инвестировать капитал в товар, следить за наемными работниками (если они есть), взаимодействовать с поставщиками. Несмотря на эти сложности некоторые из торговцев все же готовы пойти на риск ради развития своего дела и получения прибыли, что, несомненно, характеризует их предпринимательские способности.

Наличие у определенной части торговцев рынков высокой степени мотивации к предпринимательству и позитивной самоидентификации с профессиональной деятельностью говорит о том, что представители данной группы обладают предпринимательским потенциалом. Многие из них являются людьми инициативными, трудолюбивыми, целеустремленными. Именно такие качества свойственны настоящим предпринимателям.

Литература:

1. Ядова Е.Н. Челночество как социальный ресурс трансформационного периода: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2009. – 207 с.
2. Ильина М.А., Ильин В.И. Российский базар: Социальная организация и маркетинг. – Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского ун-та, 2001. – 196 с.
3. Ядова Е.Н. Предпосылки смены профессиональной занятости первой волны челноков // Социс. – 2008. – № 4. – С. 62-66.
4. Иванов В.В., Комлев Ю.Ю., Толчинский Л.Г. «Челночный» бизнес в Казани // Социологические исследования. – 1998. – № 11. – С. 40-44.
5. Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. – 2004. – Т. XIII. – № 1. – С. 116-145.

Entrepreneurial Resources of the Tradesmen of City Markets

O.V. Ulyankina

The Mordovian State University named after N.P. Ogaryov

The paper deals with the group of tradesmen of city markets. The attention is focused on the entrepreneurial resource of the members of the group. The author analyzes the motives that made the tradesmen work in the market, and their personal and axiological orientations.

Key words: tradesman, shuttle trader, market, entrepreneurship, motive.