

На правах рукописи

Гильманова Гульнара Харасовна



**Развитие женского предпринимательства
в условиях трансформации российского общества:
социологический анализ**

22.00.03 экономическая социология и демография

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук



Волгоград- 2008

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении
высшего профессионального образования
«Башкирский государственный аграрный университет»

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор
Галлямов Рушан Рахимзянович

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, доцент
Бурханова Флюра Булатовна
кандидат социологических наук, доцент
Николенко Наталия Александровна

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Уфимская государственная
академия экономики и сервиса»

Защита диссертации состоится «22» декабря 2008 г. в 10 часов на заседании диссертационного совета Д 212.029.06 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Волгоградском государственном университете по адресу: 400062, г. Волгоград, проспект Университетский 100, ауд. 2-05 «В».

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Волгоградского государственного университета по адресу: 400062, г. Волгоград, проспект Университетский 100.

Автореферат разослан «19» ноября 2008 г

Ученый секретарь

диссертационного совета,
доктор политических наук, доцент



С.А. Панкратов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Конец XX века ознаменовался процессом разнообразных социально-экономических и общественно-политических преобразований отечественного общества. Под влиянием происходящей трансформации возникли и формируются новые социальные институты и процессы, которые играют определяющую роль в современном общественном развитии. К числу подобных явлений относится феномен предпринимательства, играющий ключевую роль в развитии рыночной экономики. Нарождающийся класс предпринимателей оказывает существенное влияние не только на экономическую, но и на социальную жизнь. Поэтому важной проблемой отечественной науки является исследование социально-демографических процессов, сопровождающих развитие современного бизнеса, изучение динамики и форм рекрутации в предпринимательский класс, диахронных и синхронных характеристик эволюции российского предпринимательства на современном этапе.

В условиях формирования нового типа общественных отношений определенным образом изменяется и роль женщины в обществе, она интенсивно вовлекается в систему предпринимательства. Гендерный аспект современных экономических отношений приобретает особенное значение не только потому, что женщины и в условиях рыночной экономики продолжают оставаться решающим фактором общественного производства, но и в связи с тем, что они формируют типично «гендерные ниши» современной экономической активности населения. Поэтому, проблема диссертации имеет не только научный, но и значительный практико-прикладной смысл.

В то же время, развитие экономической социологии в области исследования бизнеса в нашей стране пока отстает от современных требований, что также усиливает актуальность темы диссертации.

Разработанность темы исследования. Проблема развития женского предпринимательства находится в «зоне ответственности» двух направлений социологической науки: экономической социологии и гендерной социологии, а

поэтому носит междисциплинарный характер. Как известно, научные основы исследования предпринимательства были заложены в работах классиков мирового обществоведения, таких как: М. Вебер, К. Маркс, В. Зомбарт и др. Свое дальнейшее развитие они получили в исследованиях современных авторитетов экономической и социологической науки Й. Шумпетера, Ф. Хайека, Э. Гидденса, Н. Смелзера, Ф. Мизеса. В трудах этих и других западных авторов были проанализированы общие закономерности развития предпринимательства, изучены характерные черты эволюции предпринимательского класса, осмыслены некоторые новейшие тенденции в развитии предпринимательских отношений. Признавая значительный вклад работ авторов классической и современной западной обществоведческой науки в изучение феномена предпринимательства, необходимо отметить, что они имеют в большей степени общеметодологическое значение, не всегда адекватно отражая различные аспекты развития предпринимательства в условиях трансформации общества, и практически не затрагивают важных и специфически сложных проблем современного российского бизнеса.

С началом радикальных общественных преобразований в нашей стране в 90-х годах двадцатого столетия в отечественной науке развернулись исследования предпринимательства, в рамках которых сформировались несколько основных направлений. Во-первых, большой вклад в разработку данной тематики внесли работы отечественных экономистов (Л.А. Абалкин, А.Г. Аганбегян, А.И. Агеев, В.М. Гальперин, Б.М. Ракитский и др.). В работах этих авторов предпринимательство рассматривается главным образом как функция развития современной экономики. Во-вторых, с середины 1990-х годов началось интенсивное формирование российской экономической социологии (Т.И. Заславская, А.И. Кравченко, В.В. Радаев, Р.В. Рывкина, О.И. Шкаратан и др.). Данная группа авторов рассматривает предпринимательство в значительной степени как особую форму экономической жизни, без анализа более узких социальных аспектов его функционирования. В-третьих, большой вклад в изучение предпринимателей

как особой социальной группы внесли исследования В.Т. Гимпельсона, Б.С. Моделя, О.В. Перепелкина, О.В. Ромашова, В.Г. Смолькова, П.П. Черникова. В-четвертых, можно выделить направление, которое занимается изучением транзитологических проблем производственных отношений и духовно-нравственных аспектов современного предпринимательства. К этому направлению можно отнести работы В.В.Радаева, Б.А. Райзберга, Э.Н. Фетисова, Г.Р. Хасаева, Т.И. Шанина, В.М. Яковлева, И.Г. Яковлева и т.д.

При большом объеме статей, посвященных исследованию проблем предпринимательства, число работ, в которых изучается «гендерное поле» эволюции современного российского бизнеса, чрезвычайно мало. Как правило, гендерные проблемы предпринимательства частично затрагиваются в рамках изучения современных гендерных отношений в отечественном обществе в целом. В качестве примера можно привести работы С.А. Айвазовой, Л.В. Бабаевой, Е.А. Здравомысловой, Н.М. Римашевской, А.А. Темкиной, И.В. Черновой. Одновременно вопросы гендерных отношений в предпринимательстве освещаются при научном исследовании различных профессиональных и других корпорационных групп современных женщин. Это, например исследования Г.Г. Силласте, Е. Тончу, Г.В. Турецкой, А.Е. Чириковой. В течение последних лет появилось несколько исследовательских работ, посвященных либо непосредственно женскому предпринимательству, либо затрагивающих некоторые его аспекты, в том числе такие как: карьера, занятость, сфера деятельности и т.д. В качестве примера подобных работ необходимо упомянуть исследования С.А. Автономовой, С.Ю. Барсуковой, С.А. Демьяновой, И.Т. Зайцевой, Г.Н. Кареловой, Л.В. Корель, Т.Г. Малютиной, Е.В. Машковой.

Вместе с тем, по-видимому, из-за незавершенности в нашей стране институционализации гендерной социологии, специализированных социологических исследований развития женского предпринимательства, особенно на региональном уровне, практически нет. Например, в

Башкортостане, несмотря на то, что женской проблематике посвящено несколько диссертаций, в том числе и докторского уровня (Г.Ф. Ахметова, Ф.Б. Бурханова, Э.Ф. Каллимулина, С.Ю. Цепкова), работ, комплексно анализирующих особенности становления и ведущие направления развития предпринимательства в женской среде, нет. И если на общероссийском уровне существуют отдельные публикации о развитии женского бизнеса, то в специфических условиях регионов данные вопросы изучены мало.

Таким образом, проблема женского предпринимательства является актуальной и мало разработанной, что вызывает к ней научный интерес.

Объектом диссертационного исследования является женское предпринимательство в современной России как особое социальное явление.

Предметом диссертации является женский бизнес в условиях российского региона, как особый вид предпринимательской деятельности, обусловленный гендерными факторами развития современного общества.

Цель исследования заключается в выявлении, на основе осуществления социологического анализа, содержания и особенностей женского предпринимательства применительно к конкретному российскому региону – Республике Башкортостан, в определении путей совершенствования отечественного женского бизнеса на современном этапе.

Поставленная цель достигается на основе решения **следующих задач:**

- анализ исследования проблем предпринимательства в целом, а также – женского бизнеса, в частности, в современной обществоведческой науке;
- разработка теоретико-методологических основ исследования женского предпринимательства в российском обществе на региональном уровне;
- выявление общих тенденций формирования и развития женского предпринимательства в нашей стране на современном этапе;
- исследование и анализ специфических особенностей эволюции женского бизнеса в условиях конкретного российского региона – Республики Башкортостан;

- определение направлений совершенствования развития женского предпринимательства в Башкортостане как одном из российских регионов.

Теоретические и методологические основы исследования. Теоретико-методологической основой исследования избраны системный (женский бизнес как элемент системы предпринимательства, региональные особенности предпринимательской мотивации и т.д.) и структурно-функциональный (взаимодействие различных факторов в структуре предпринимательской мотивации, роль социальных функций женщин в осуществлении бизнес-деятельности и т.д.), основоположниками которого общепризнано считаются Т. Парсонс и Р. Мертон, подходы, а также - методы экономической социологии, рассматривающие предпринимательство как специфический вид общественных отношений. Наряду с этим в качестве теоретической основы избран также гендерный подход (анализ новейших общественных явлений сквозь «призму» социально-половых ролей мужчин и женщин), наиболее интенсивно разрабатываемый в трудах И. Гофмана, Г. Рабина, И. Хирдман и признающий приоритетное значение гендерных различий и их преодоления в качестве базового показателя современного общественного прогресса.

Эмпирическая база диссертационного исследования основана на использовании нескольких групп источников:

1. Материалы официальной государственной и ведомственной статистики, находящейся в архивах Госкомстата, а также в министерствах и ведомствах РБ.

2. Нормативно-правовые материалы (законы, указы, постановления и др.), затрагивающие проблемы развития женского бизнеса в Республике Башкортостан.

3. Информация, полученная из различных общественных организаций, в том числе, таких как: Союз предпринимателей Республики Башкортостан, Ассоциация женщин-предпринимателей Республики Башкортостан и т.д.

4. Результаты повторного анализа итогов социологических исследований, в той или иной степени затрагивающих проблемы женского предпринимательства и адаптированных к теме данной диссертации.

5. Итоги и материалы авторского социологического экспертного опроса женщин-предпринимателей Башкортостана, проведенного в форме стандартизированного (формализованного) интервью в марте – мае 2007 года. Выборка, репрезентативная по основным социальным показателям, составила 157 женщин-предпринимателей.

В результате проведенного исследования в диссертации сформулированы теоретические выводы и положения, выносимые на защиту:

1. В российской науке сформировались три основных и несколько внутривидовых подходов к определению предпринимательской деятельности. К основным подходам относятся правовая традиция, экономическая концептуальная модель и социологическая концепция. В самой социологической модели наиболее четко детерминируются такие подходы к оценке феномена предпринимательства как: «узко-социальный» (Г.В. Осипов), «императивно-инициативный» (А.И. Кравченко), «лично-ориентированный» (А.Б. Курлов).

Исследование проблемы женского предпринимательства в отечественной науке характеризуется следующими особенностями: а) неразработанность теоретических аспектов, отсутствие не только общепринятых, но и авторских дефиниций базового понятия; б) отсутствие обобщающих работ, наличие лишь нескольких постановочных статей; в) ориентированность имеющихся публикаций только на описание делового и профессионального статуса, на анализ сфер бизнес-занятости и объемов предпринимательской деятельности, взаимодействия с негативными практиками и эволюции предпринимательской элиты, на сравнительную характеристику с зарубежным опытом участия женщин в бизнесе.

2. Женское предпринимательство представляет собой особый, выполняемый женщинами вид экономической активности личности, направленный, в

основном, на самореализацию социальных качеств, самоутверждение в обществе, доказательство своих способностей, посредством создания новых форм и совершенствования прежних видов производства, путем самостоятельно избранного риска, несмотря на различие в сравнении с мужчинами стартовых позиций и разнообразных предпосылок бизнеса (образование, капитал и власть), а также - сохраняющуюся необходимость осуществления специфических женских семейно-бытовых функций.

При этом гендерная стратификация в бизнесе представляет собой процесс состояния и основные тенденции в преодолении различий между женщиной и женщиной, а так же восприятие этих различий в обществе по поводу: а) занятий бизнесом в целом; б) «специализации» на различных видах предпринимательства; в) возможностей для управления бизнесом, основанных на различиях в образовании, доступности к власти, наличия капитала.

3. Основными факторами и тенденциями развития российского женского бизнеса являются: 1) значительное абсолютное и относительное отставание женщин от мужчин по уровню занятия предпринимательством; 2) увеличение доли и объемов женской безработицы, распространение среди женщин «хронических» ее форм как фактор развертывания женского бизнеса; 3) резкое сокращение и вытеснение женщин из сферы управления производством, меньшие возможности в приватизации государственных предприятий; 4) искаженные показатели женского предпринимательства в связи с регистрацией предприятий на женщин при фактическом мужском руководстве; 5) образовательные и отраслевые диспропорции, ведущие к соответствующим гендерным предпосылкам бизнеса; 6) больший, чем у других групп женщин, у бизнес-леди – уровень семейного благополучия; 7) ориентированность женщин на занятия бизнесом в основном с целью самовыражения и приобретения независимого от мужчин положения; 8) преобладание среди женщин-предпринимателей менеджеров, работающих по найму, меньшее их число среди совладельцев или владельцев фирм.

4. Социальный портрет женского предпринимательства в российском регионе (Башкортостане) характеризуется следующими особенностями: 1) корреляция возрастных характеристик предпринимательниц Башкортостана с общероссийскими показателями; 2) наличие среди женщин-предпринимателей РБ этнической стратификации, согласующейся со средне-этническим составом городского населения; 3) преобладание среди женщин-предпринимательниц, высокообразованных и имеющих опыт управленческой деятельности работников; 4) наличие у бизнес-леди высокого уровня самоидентификации, с точки зрения статусного положения; 5) развитость у женщин, занятых бизнесом в РБ, профессиональных черт, характерных для малого и среднего бизнеса; 6) ярко выраженная ориентация женщин-предпринимательниц на семью.

5. В качестве основных направлений совершенствования женского бизнеса в условиях российского региона (Башкортостана) выступают: 1) создание и проведение системной разнонаправленной рекламной кампании, направленной на преодоление гендерных стереотипов в отношении женского предпринимательства; 2) создание на государственном, региональном и муниципальном уровнях необходимой правовой базы, стимулирующей женский бизнес, и организация органов управления, ответственных за развитие этой сферы деятельности; 3) разработка и реализация определенных преференций для женского бизнеса в области социально-экономической политики: создание схем льготного кредитования и моделей упрощенной регистрации; налоговые послабления для предприятий, зарегистрированных и управляемых женщинами; 4) формирование информационно-образовательных условий для развития женского бизнеса: финансирование консалтинговых центров, разработка профессиональных тренингов, целевое спонсирование общественных некоммерческих организаций, объявивших своей целью содействие организации и развитию женского бизнеса.

В ходе работы над диссертацией были получены следующие результаты, составляющие научную новизну исследования:

1. Выявлены и описаны основные подходы к определению детерминирующих признаков предпринимательской деятельности, сформировавшиеся в мировой науке. Определены и охарактеризованы ведущие и промежуточные подходы к сущности предпринимательства и его женского направления в отечественном общественном сознании.
2. Разработаны некоторые теоретические проблемы социологического исследования феномена женского предпринимательства в том числе: сформулировано авторское определение таких понятий как «женское предпринимательство», «гендерная стратификация в бизнесе»; определены факторы социальной идентичности женского предпринимательства; выявлены и рассмотрены основные функции женского предпринимательства.
3. Выявлены и систематизированы ведущие тенденции в развитии женского бизнеса в современном российском обществе.
4. Определены и изучены специфические особенности эволюции женского бизнеса, как гендерного направления современного предпринимательства, в условиях такого российского региона как Республика Башкортостан.
5. Определены основные направления совершенствования женского бизнеса в условиях российского региона.

Теоретическое и практическое значение диссертации состоит в том, что в ней предпринята попытка социологического исследования развития женского предпринимательства в российском регионе. Полученные в диссертации выводы и результаты могут быть использованы при разработке законодательных документов, концепций по поддержке и программ по совершенствованию развития женского предпринимательства, по социальному управлению этими процессами, для разработки различных методик по научному исследованию гендерных аспектов современного бизнеса.

Итоги и материалы диссертационного исследования могут быть также использованы в преподавательской деятельности: как в общих социологических курсах, так и при прочтении элективных курсов.

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты, выводы и обобщения, полученные в диссертации, были изложены на 8 международных, всероссийских и республиканских научных и научно-практических конференциях, в таких городах как Уфа, Саратов, Пенза, Пермь, Бирск в том числе: Международная научно-практическая конференция «Опыт и проблемы социально-экономических преобразований в условиях трансформации общества: регион, город, предприятие» (Пенза, 2006); Всероссийская конференция «Вавиловские чтения-2006» (Саратов, 2006); VIII Всероссийская научная конференция «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» (Пермь, 2006); Всероссийская научно-практическая конференция "Неравновесный подход в анализе экономики: теория и практика" (Уфа, 2006); Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в агропромышленном производстве» (Уфа, 2007); Международная научная конференция «Национально-культурные аспекты торговли, экономики и предпринимательства в России и Республике Башкортостан» (Уфа, 2007); Всероссийский Конгресс «Семейные отношения в полиэтничном социуме» (Уфа, 2007); Межрегиональная научная конференция молодых ученых «Этносы и культуры Урало-Поволжья: история и современность» (Уфа, 2007); Всероссийская научно-практическая конференция «Социально-экономический и духовно-культурный потенциал малых городов» (Бирск, 2008).

Основные результаты исследования отражены в 11 научных публикациях общим объемом 3 п.л.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих пять параграфов, заключения, библиографического списка и приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень научной разработанности, излагаются цель и основные задачи, определены объект и предмет, охарактеризована методологическая основа и эмпирическая база, раскрыта научная новизна и положения, выносимые на защиту, описаны различные формы апробации результатов исследования.

В первой главе «Женское предпринимательство как проблема экономической социологии» осуществляется анализ основных теоретико-методологических подходов и ведущих направлений в изучении предпринимательства в целом и женского его типа в классической, современной зарубежной и отечественной науке.

В первом параграфе первой главы «Исследование феномена предпринимательства и его женского типа в современной обществоведческой науке» автор, на основе сравнительного изучения ведущих зарубежных подходов к характеристике феномена предпринимательства, пришел к выводу, что в классической и современной зарубежной социологии, у различных авторов (Й. Шумпетер, Ф. Хайек, В. Зомбарт, Н. Смелзер, Д. и Дж. Джери, Н. Аберкромби) в качестве основных детерминирующих признаков предпринимательской деятельности выделяются различные факторы. При этом, наряду с перечислением большинства имеющихся признаков, во всех подходах различается в основном их иерархия и доминирующее значение. Этот анализ имеет для исследуемой проблемы особое значение в связи с необходимостью выявления специфического набора признаков женского предпринимательства.

В российской науке, по мнению автора, наиболее четко детерминируются три основных и несколько внутривидовых подходов к дефиниции явления предпринимательства, в том числе: правовое определение, экономическая характеристика и социологическая концептуальная модель. В юридическом определении понятия предпринимательство определяющим эту сферу жизнедеятельности признаком объявляется рискованная во многом

деятельность, направленная на получение прибыли в установленном законом порядке. В экономическом подходе предпринимательство трактуется как инициативная, самостоятельная деятельность граждан без образования юридического лица, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени и под имущественную ответственность юридического лица-предприятия. То есть, в экономической концепции подчеркивание самостоятельной инициативности и подробного описания ответственности человека, занимающегося бизнесом, выступают дополнительными элементами характеристики предпринимательства.

В социологической традиции главным выступает не то, что человек занимается предпринимательской деятельностью, а почему он это делает, какова основная система его мотивации и какие цели в социальном смысле преследуются. Внутри самой социологической модели наиболее четко детерминируются такие подходы к оценке феномена предпринимательства как: «узко-социальный» (Г.В. Осипов), когда предпринимательство, вслед за юридико-правовым определением, рассматривается как незапрещенная законом негосударственная хозяйственная деятельность во всех отраслях народного хозяйства; «императивно-инициативная» интерпретация (А.И. Кравченко), делающая акцент на такие характеристики предпринимательской деятельности как наличие большой инициативы, постоянный поиск инновационных решений, стремление и реализация рискованного поведения; «лично-ориентированный» подход (А.Б. Курлов), который подчеркивает, что главной мотивационной установкой выступает необходимость «реализации собственных потребностей» предпринимателя.

Если феномен предпринимательства в целом довольно интенсивно исследуется в современной российской науке, то его женскому типу «повезло» в значительно меньшей степени. В отечественной социологии существуют буквально отдельные работы, посвященные специально феномену женского предпринимательства. Это статьи таких известных авторов, как: Т.И. Заславская, С.Ю. Барсукова, А.Е. Чирикова, а также – некоторые интернет-

публикации (Е.В. Машкова, И.Т. Зайцева, С.А. Демьянова), в которых анализируются некоторые аспекты современного женского бизнеса в нашей стране. При этом, и в этих публикациях и, как отмечают специалисты, в правовых документах, отсутствуют как определение женского предпринимательства, так и описание его составляющих. Таким образом, проблема женского предпринимательства остается мало разработанной и в теоретическом значении этого явления, и с точки зрения изучения его основных тенденций и противоречий, а также – в смысле разработки проблем совершенствования развития женского бизнеса.

Во втором параграфе первой главы «Теоретико-методологические и методические основы социологического исследования женского предпринимательства» автор пришел к выводу о том, что предпринимательство представляет собой: во-первых, особый вид социальной активности, направленный на реализацию личных потребностей, посредством создания и развертывания новых форм производственной деятельности, применения новых видов технологий или радикального их совершенствования в уже существующих организационных структурах; во-вторых, деятельность, основанную на свободе выбора средств и направлений, самостоятельности принятия решений, на полной ответственности за их исполнение посредством возможного получения прибыли или краха, т.е. полного «обеспечения» риска деятельности; в-третьих, деятельность, имеющую в виде своеобразных предпосылок определенный экономический потенциал (объем собственности, финансовые возможности первоначальных инвестиций и т.д.), статусно-политические характеристики (объем и уровень властно-управленческих функций), и социокультурный уровень (направленность и качество образования, профессиональная квалификация, коммуникативные данные: владение языками, способности к общению и т.д.).

Одновременно, категориальный анализ проблемы диссертационного исследования позволил прийти к выводу о том, что женское предпринимательство представляет собой особый, выполняемый женщинами

вид активности личности, направленный на самореализацию социальных качеств, самоутверждение в обществе, на основе создания новых форм и совершенствования прежних видов производства, посредством самостоятельно избранного риска, несмотря на различие в сравнении с мужчинами разнообразных предпосылок бизнеса (образование, капитал и власть) и необходимость осуществления специфических женских семейно-бытовых функций.

Автор рассмотрел также явление гендерной стратификации в бизнесе, которая, на наш взгляд, представляет собой процесс состояния и основные тенденции в преодолении различий между мужчиной и женщиной, а так же восприятие этих различий в обществе по поводу: а) занятий бизнесом в целом; б) «специализации» на различных видах предпринимательства; в) возможностей для управления бизнесом, основанных на различиях в образовании, доступности к власти, наличия капитала. В последнем случае различия между мужчиной и женщиной, занимающихся бизнесом, очень существенные.

Во второй главе «Развитие женского предпринимательства в современном российском обществе: общие тенденции, региональные особенности и проблемы совершенствования» автор предпринял попытку исследовать основные тенденции и противоречия развития женского бизнеса в стране и на уровне такого региона как Республика Башкортостан.

В первом параграфе второй главы «Особенности формирования и развития отечественного женского бизнеса» диссертант выделил, на основе анализа различных статистических данных и материалов социологических опросов, а также - проанализировал основные тенденции и ведущие факторы развития бизнес-слоя современных российских женщин.

Во-первых, на общефедеральном уровне ведущими тенденциями в развитии своеобразных «предпосылок» формирования женского предпринимательства, имеющих в значительной степени негативный характер, являются: вытеснение женщин из сферы занятости в целом, рост безработицы и

хронической безработицы женщин, снижение доли «женских», т.е. не индустриальных форм труда.

Во-вторых, непосредственно в ходе формирования предпринимательства как особого вида экономической деятельности происходило: отставание женщин от мужчин по уровню занятия предпринимательством и увеличение доли и объемов женской безработицы; распространение среди женщин «хронических» форм безработицы, значительный их переход в состояние домохозяек.

В-третьих, решающую роль в создании женского предпринимательского слоя сыграли: резкое сокращение и вытеснение женщин из сферы управления производством, повлекшее за собой значительно меньшие возможности в приватизации государственных предприятий, а, следовательно, для возможности развития женского бизнеса; ориентированность значительной части женщин на работу в государственных учреждениях и крупных акционерных компаниях в качестве наемных рабочих; значительно меньшие показатели реального женского предпринимательства в связи с регистрацией предприятий на женщин, а фактическим руководством ими со стороны мужчин.

В-четвертых, наряду с тенденциями возникли и некоторые противоречия, повлиявшие на формирование современного положения женского бизнеса: высокие показатели потенциального развития женского предпринимательства на основе не реализованных установок женщин на бизнес-деятельность; образовательные (женщины - гуманитарии, мужчины - технологи) и отраслевые (женщины – сервис и торговля, мужчины - нефтедобыча, финансы и т.д.) диспропорции, ведущие к соответствующим гендерным предпосылкам бизнеса; существенное «старение» за последние 15 лет женского бизнеса, как с точки зрения современного состояния, так и с позиции вступления в бизнес; преобладание среди женщин-предпринимателей служащих, работающих по найму, меньшее их число среди совладельцев или владельцев фирм.

В-пятых, женский бизнес в нашей стране характеризуется следующими проявлениями. У женщин-предпринимательниц отмечается больший, чем у

других групп женщин, уровень семейного благополучия и обустроенности личной жизни. Прослеживается ориентированность женщин на занятия бизнесом в основном с целью «самовыражения», приобретения независимого от мужчин положения и желания зарекомендовать себя в бизнесе, как и в любой другой производственно-трудовой сфере деятельности.

Во втором параграфе второй главы «Женское предпринимательство в российском регионе: социальный портрет явления (на примере Республики Башкортостан)» диссертант приводит основные результаты авторского социологического экспертного опроса и, сопоставляя авторские материалы с результатами социологических исследований по различным российским регионам, выделяет основные черты социального портрета феномена женского предпринимательства в таком российском регионе как Республика Башкортостан.

На основе анализа статистических данных и результатов разных социологических опросов автор отмечает, что женское предпринимательство в РБ (при общей схожести с общероссийским) в силу выраженного и продолжающегося процесса регионализации социально-экономической и политической жизни имеет определенные особенности. По результатам опроса наблюдается полная корреляция возрастных характеристик предпринимательниц Башкортостана с общероссийскими показателями. Автор отмечает наличие среди женщин-предпринимательниц этнической стратификации, согласующейся со средне-этническим составом городского населения: 51,3% предпринимательниц – русские женщины, 38,5% - татарки и 7,7% - башкирки. Результаты опроса свидетельствуют о высоком уровне образованности бизнес-леди республики: 60% из них имеют высшее образование, еще почти 8% из них окончили магистратуру и аспирантуру.

Приводимые автором результаты социологических опросов свидетельствуют о том, что женщины-предпринимательницы в Республике Башкортостан представляют собой высокообразованную и имеющую опыт организационно-управленческой деятельности социальную группу. Боль-

большинство предпринимательниц имели определенные социальные амбиции и соответствующий статус еще до прихода в бизнес. Полученные автором результаты говорят о том, что женщины-предпринимательницы в большей степени начали заниматься бизнесом после серьезных и продолжительных жизненных размышлений, а к самому бизнесу пришли с большей долей ответственности. Кроме того женщины, занявшись бизнесом, достигли высокого уровня самоидентификации, с точки зрения статусного положения, они ценят свое свободное положение, независимость от начальства.

Приводя итоги сравнительного анализа, автор показывает, что у опрошенных женщин-предпринимательниц, с точки зрения их самооценки, развиты качества, характерные для предпринимателей в целом и женщин-предпринимательниц в частности, в том числе: ответственность, рискованность, умение объединять людей, коммуникабельность. Хуже предпринимательницы оценивают свои качества, граничащие с криминальным поведением. Респондентки самокритично и строго оценивают показатели своего профессионализма и опыта работы в бизнесе. Они отмечают, что характерное для мужчин умение все тщательно рассчитывать и взвешивать также свойственно и бизнес-леди, но при этом дают низкую оценку своему инновационному типу мышления.

Весьма примечательным с точки зрения автора являются следующие факты. Только 12,7% респонденток ответили, что дети и семья препятствуют занятию бизнесом. Несмотря на загруженность на работе, больше половины женщин-предпринимательниц стараются заниматься воспитанием детей сами, только 2,5% нанимают для воспитания нянь. Еще в 8,3% случаев воспитанием детей занимается муж. Также показательно, что большинство предпринимательниц имеют относительно невысокий уровень прибыли. Затраты на содержание семьи у них составляют от 5 до 30% получаемого в бизнесе дохода. При этом 59 % респонденток отметили, что авторитарно распоряжаются расходами семейного бюджета; 36% в равной степени совместно с мужем; у 5% семейный бюджет находится в ведении только мужа.

В третьем параграфе второй главы «Основные направления совершенствования российского женского бизнеса» автор выделяет следующие группы причин, препятствующих развитию женского бизнеса. К первой группе относятся причины, имеющие юридический характер (отсутствие необходимой законодательной базы, регламентирующей женский бизнес, и государственных программ поддержки женского предпринимательства), а также причины, основанные на непонимании данной проблемы политическим руководством и отсутствии специализированных ведомственных органов в различных ветвях государственной власти. Вторая группа объединяет идеологические препятствия и социально-культурные барьеры развертывания женского бизнеса. Это традиционные для женщин процессы социализации, стереотипы о роли женщин в бизнесе и обществе, социально-психологические установки самих женщин по этому поводу. Сюда же относятся различные образовательные и информационные проблемы: отсутствие консультационных услуг, ограниченный доступ к знаниям и информации, высокая стоимость профессионального обучения и т.д. Третья группа включает в себя экономические барьеры развития женского предпринимательства, в том числе: недостаточный стартовый капитал и ограниченный доступ к кредитным ресурсам; трудности, вызванные низким уровнем развития экономики; неблагоприятная государственная экономическая политика по отношению к женскому бизнесу.

На основе проведенного анализа препятствий в развитии женского предпринимательства автор предлагает определенный набор управленческих мероприятий, которые при их системности способны решить основные проблемы, характерные именно для женского бизнеса.

В заключении диссертации подведены итоги исследования, сформулированы обобщенные выводы и определены задачи дальнейшей научной разработки рассмотренной проблемы.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

1. Гильманова, Г.Х. Региональные особенности развития женского предпринимательства в российском обществе / Г.Х. Гильманова // Вестник Оренбургского государственного университета, Оренбург, 2007. - С.31-36.

2. Гильманова, Г.Х. Женское предпринимательство в российском регионе: специфические особенности развития / Г.Х. Гильманова // Опыт и проблемы социально-экономических преобразований в условиях трансформации общества: регион, город, предприятие. Материалы IV международной научно-практической конференции. – Пенза, 2006. - С.88-90.

3. Гильманова, Г.Х. Современный агробизнес: гендерные аспекты / Г.Х. Гильманова // Вавиловские чтения-2006. Материалы межрегиональной конференции, ч.1.- Саратов, 2006. – С.39-41.

4. Гильманова, Г.Х. Гендерные процессы в современном Башкортостане: проблемы развития женского предпринимательства / Г.Х. Гильманова // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. Материалы VIII Всероссийской научной конференции. – Пермь, 2006. - С.150-152.

5. Гильманова, Г.Х. Женское предпринимательство: основные факторы и мотивационные установки / Г.Х. Гильманова // Неравновесный подход в анализе экономики: теория и практика. Материалы всероссийской научно-практической конференции - Уфа, 2006. - С. 230-233

6. Гильманова, Г.Х. Специфические особенности развития женского предпринимательства в российском регионе (на примере РБ) / Г.Х. Гильманова // Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в агропромышленном производстве. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Ч.1. – Уфа, 2007. - С.244-247.

7. Гильманова, Г.Х. Развитие предпринимательства в российском регионе: гендерные аспекты / Г.Х. Гильманова // Национально-культурные аспекты торговли, экономики и предпринимательства в России и Республике Башкортостан. Сб. научных трудов. - Уфа, 2007. - С.84-86.

8. Гильманова, Г.Х. Семейное благополучие как фактор развития женского предпринимательства / Г.Х. Гильманова // Семейные отношения в полиэтническом социуме. Материалы Всероссийского Конгресса. - Уфа, 2007. - С.217-220.

9. Гильманова, Г.Х. Женское предпринимательство в российском регионе: этнические аспекты / Г.Х. Гильманова // Этнос и культуры Урало-Поволжья: история и современность. Материалы межрегиональной научной конференции молодых ученых. – Уфа, 2007. – С. 23-28.

10. Гильманова, Г.Х. Предпринимательство в малых городах: гендерные аспекты / Г.Х. Гильманова // Социально- экономический и духовно-культурный потенциал малых городов. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Бирск, 2008.- С.24-27.

11. Гильманова, Г.Х. Гендерные аспекты развития современного агробизнеса в российском регионе / Г.Х. Гильманова // Потребительская кооперация и отрасли экономики Башкортостана: инновационные аспекты развития. Сб. научных статей. – Уфа, 2008. – С. 56-60.

Гильманова Гульнара Харасовна

**Развитие женского предпринимательства
в условиях трансформации российского общества:
социологический анализ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Отпечатано с готовых диапозитивов
в типографии Башкирского государственного аграрного университета

Подписано в печать 18.11.2008 г. Формат 60×84¹/₁₆
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 1,0
Тираж 100 экз. Заказ № 747