

На правах рукописи

Лыгденова Юлия Юрьевна

**ЖЕНЩИНЫ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ:
НРАВСТВЕННЫЕ ОСНОВЫ
ЖИЗНEDEЯТЕЛЬНОСТИ**
(на материалах Республики Бурятия)

Специальность 22.00.04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Ю. Лыгденова



Улан-Удэ – 2009

Работа выполнена на кафедре философии
Бурятского государственного университета

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Цырендоржиева Дари Шойбоновна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, доцент
Бояк Татьяна Леонидовна

кандидат социологических наук
Абзаев Панфил Борисович

Ведущая организация: Восточно-Сибирский государственный технологический университет

Защита диссертации состоится 29 января 2009 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.022.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Бурятском государственном университете по адресу: 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24 «а», конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Бурятского государственного университета.

Автореферат разослан 28 декабря 2008 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор философских наук,
доцент



Кузнецова А.М.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В условиях социально-экономической и духовно-культурной трансформации российского общества произошло изменение социального статуса женщины и нравственных основ ее жизнедеятельности.

Рыночные преобразования, развитие демократических отношений, расширение прав и свобод человека, рост деловой активности женщин привели к перераспределению социальных ролей в обществе. В результате радикальных экономических реформ 90-х годов весьма актуальной в существующих условиях становится проблема развития женщин-предпринимателей как особой социальной группы, которая, в свою очередь, оказывает решающее влияние на динамику семейно-брачных отношений, на условия развития института брака и семьи, трансляции межпоколенческих ценностей и т.д. В период реформ женщина была поставлена в неравные условия с мужчиной. Дискриминационные явления усиливались с ростом инфляции, безработицы, отсутствием нормативно-правового регулирования в решении женского вопроса и т.д. Это предопределило изменение и переосмысление системы ценностей российского общества и женщины в частности, наблюдалась смена приоритетов в ценностной парадигме в сторону материальной и трансформация морально-нравственных и этических принципов построения жизненной стратегии. Становление предпринимательской деятельности женщин в современной России происходит медленно, наталкиваясь на множество социальных, экономических проблем. Женщина, как субъект предпринимательской деятельности, сталкивается с особым классом социальных проблем: конфликты ролей, выполняемые в общественной и частной жизни, деформирование в сторону патриархата и другое.

В современной России четко прослеживается взаимосвязь духовно-нравственного кризиса с кризисом экономическим, последствиями которого являются негативные изменения духовно-нравственных ценностей современной российской женщины, имеющих, в свою очередь серьезные и глубокие последствия для общества в целом и для женщины в частности. Однако важнейшими составляющими духовно-нравственных ценностей женщин являются: стремление реализовать себя как мать, жену, работницу и про-

фессионала. Комплексное изучение этих элементов духовно-нравственной системы и определяют трудности и актуальность настоящего исследования:

Степень научной разработанности проблемы. Проблема женского предпринимательства является объектом научных исследований главным образом в странах Запада. Среди них особую известность в России получили труды Э.М. Барбьери, Г.С. Беккера, Г. Бланки, Э. Гидденса, Т. Иствуда, М.Р. Дедерихса, М. Питерса, Б. Фридана, Р. Хизрича. Исследователь С. Хьюолит выпустила труд, где автор приводит пессимистические доводы о том, что совмещение успешной карьеры и материнства невозможно – даже в такой развитой стране как США¹. Весьма распространеными в США являются исследования, направленные на построение социально-психологических портретов преуспевающих женщин, изучение стилей женского руководства (Дж. Розенер)².

В исследованиях европейских ученых большое внимание уделяется причинам, способствующим развитию женского предпринимательства или тормозящим его. В итоговом докладе по материалам исследований Департамента новых возможностей для Комиссии Европейского сообщества, в центре внимания авторов доклада находятся следующие темы: состояние женского предпринимательства в странах Европейского сообщества, основные черты и особенности женского предпринимательства, проблемы равных возможностей для мужского и женского бизнеса³.

В отличие от западных стран практика изучения женского предпринимательства в России достаточно нова. Анализ социологической, демографической, экономической литературы по проблемам женского предпринимательства позволяет выделить несколько направлений в изучении данной проблемы в России:

- Экономическое направление представлено в основном исследователями, для которых основной темой изучения являются процесс развития экономики и роль в нем человеческого фактора. Рассматривая женщину как специфический фактор производства, предста-

¹ Хьюолит С.Э. Деловые женщины и миф о том, что можно иметь все / С.Э. Хьюолит - М., 2002.

² [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.owl.ru/rights/undp2003/50.html/>

³ Женское предпринимательство: мотивации, положение и перспективы. – М.: РАН ИНИОН, 1992.

вители экономического направления не считают эффективным вовлечение женщин в бизнес, считая их не способными полностью посвятить себя бизнесу из-за необходимости решать семейные проблемы, ответственности за воспитание детей и т.д. (П. Бабаева, А. Логинов и др.);

- Патриархатное направление. Исследователи данного направления склонны связывать все негативные процессы, происходящие в семье с ориентацией женщины на работу в производстве как главную сферу жизнедеятельности. Авторы этого направления считают, что предпринимательская деятельность разрушает материнский инстинкт, подрывает в женщине желание исправно выполнять ее естественные функции, приводит к падению нравов, разрушению семьи и т.д. (О. Дудченко, Л. Ясная, Г. Силласте и др.);

- Демографическое направление. Представители этого направления считают, что женщина, прежде всего, должна выполнять репродуктивную функцию, то есть воспроизводить новое поколение (М. Баскакова, Э. Васильева и др.);

- Эгалитарное направление характеризует равенство женщин и мужчин, пропагандирует демократизм семейной власти, полоролевое разделение труда при выполнении различных семейных функций, а также равенство женщин и мужчин в экономической, социальной сферах (Т.Клименкова, Е. Тончу, А. Чирикова и др.).

В доперестроичном советском обществе сами понятия «предприниматель», «предпринимательство», а тем более «женщина-предприниматель» отсутствовали в научном обороте. Эти ключевые понятия в экономической жизни десятилетиями игнорировались. После легализации предпринимательства в России появился ряд российских авторов, которые свои работы посвятили проблемам развития предпринимательства. В советские годы гендерная тематика сводилась в основном к изучению практических аспектов трудовой деятельности женщин, сочетая их семейные и профессиональные обязанности, чему посвящены работы С. И. Голода, Е.Б. Груздевой, А.Э Котляра, Л.С. Ржаницыной, Н.М. Римашекой, А.Г. Харчева и др.

Проблемы трудовой занятости женщин в России стали подниматься на рубеже 1980-1990-х годов и получили свое отражение в работах С.Г. Айвазовой, Л.В. Бабаевой, М.Е. Баскаковой, Е.Б. Груздевой, Е.Б. Мезенцевой, С.М. Моор, Н.М. Римашевской, Г.Г. Силласте.

Российскими учеными изучались отдельные аспекты женского предпринимательства. Большой вклад в разработку экономической деятельности малых предприятий, возглавляемых женщинами, в условиях трансформации общества внесли Л.В. Бабаева, С.Ю. Барсукова, Л. Нельсон. В исследованиях Л.В. Бабаевой исследуется роль женщины в становлении и развитии малого бизнеса, где удалось установить некоторые факторы мотивации прихода женщин в бизнес⁴. Изучению личностных и деловых качеств женщин-предпринимателей, их поведение в экстремальных ситуациях посвящены работы В.И. Герчикова, Е.С. Гвоздевой, Е.П. Комарова, А.Е. Чириковой⁵. Организационно-экономические проблемы развития женского предпринимательства в современных условиях нашли отражение в работах Л.В. Родионовой, Е. Тончу⁶.

Проведен ряд социологических исследований коллективом «ГАЛСИ» Международной ассоциации «Женщины и развитие» под руководством Г.Г. Силласте в 1991-1996 годах⁷: «Женщины и демократизация», «Женщины – рынок - конверсия»; «Женщины в российском обществе». Кроме того, центром политических технологий под руководством И.М. Бунина и В.В. Радаева⁸ по заказу Center of Independent Private Enterprise (CIPE) в 1997 г. было проведено исследование, которое показало, что карьера в бизнесе женщин сложнее сочетается с выполнением семейных ролей, чем карьера в полотипичной профессии, а также на то, что успешные в деловой сфере женщины имеют специфические переживания и стратегии совмещения двух сфер.

⁴ Бабаева Л.В. Деловая активность женщин в новых экономических структурах / Л.В. Бабаева, Л. Нельсон // Социс. – 1992. - № 5. – С. 107-111.

⁵ Гвоздева Е.С. Штрихи к портрету женщин-менеджеров / Е.С. Гвоздева, В.И. Герчиков// Социс. – 2002. - № 11. – С. 36-44; Комаров Е.П. Женщина-предприниматель, или роза в букете бизнеса / Е.П. Комаров // Управление персоналом. – 1999. - № 3. – С. 12-17; Чирикова А.Е. Деловая женщина в экстремальных ситуациях / А.Е. Чирикова// Социс. – 1998. - № 10. – С. 68-76.

⁶ Родионова Л.В. Бизнесом управляют женщины / Л.В. Родионова // США: экономика, политика, идеология. – 1991. - № 10. – С.108-112; Тончу Е. Женское предпринимательство в России / Е. Тончу // Как организовать свое дело. Спб.: Общество «Знание», 1998. – С. 1-32.

⁷ Силласте Г.Г. Социально-психологический облик россиянок. Доклад на III Международной конференции «Мужчина и Женщина: меняющиеся образы и роли» / Г.Г. Силласте. - 14-16 октября 1997. - М., 1997.

⁸ Барсукова С.Ю. Женское предпринимательство: специфика и перспективы / С.Ю. Барсукова // Социологические исследования. - 1999, - № 9. - С. – 67-69.

Несмотря на многообразие литературных источников, в которых анализируются особенности развития женского предпринимательства, вопросы нравственных ценностей для новой социальной группы женщин-предпринимателей в целом остаются недостаточно изученными. Проблема духовно-нравственных ценностей женщин-предпринимателей не раскрывается ни в социологическом, ни в культурологическом, ни в философском исследовании. Начиная с Античности и заканчивая современными разработками, отдается предпочтение теоретико-методологическому обоснованию понятий «духовность», «нравственность», «духовные ценности» и т.д., так как они оставались неизменно актуальными на протяжении развития всей научной мысли. В осмыслении проблем духовно-нравственных ценностей существенный вклад внесли Н.А. Бердяев, И.А. Ильин и др.⁹

В работах П.Б. Абзаева, Ц.Б. Будаевой, В.В. Гельмана, А.Д. Нанзанова, Ю.А. Романова Ц.Ц. Чойропова¹⁰ исследуются проблемы становления предпринимательства в Бурятии, анализируются функции, социально-экономическая природа, особенности формирования и функционирования в переходный период.

Несмотря на наличие значительного числа работ по предпринимательству Бурятии, следует признать, что социальная группа женщин-предпринимателей Республики Бурятия, нравственные основы жизнедеятельности в современный период остаются недостаточно исследованными. Высоко оценивая вклад ученых в разработку проблем предпринимательства, следует отметить, что существующая система научных знаний о предпринимательстве, его структуре и развитии недостаточно отражает это сложное и многогранное социальное явление. Отсутствие работ, посвященных выявлению и

⁹ Бердяев Н.А. Философия свободного духа / Н.А. Бердяев. – М., 1994; Ильин И.А. Путь к очевидности / И.А. Илбин. – М., 1993. и др.

¹⁰ Абзаев П.А. «Предприниматели Бурятии: проблемы формирования». Автограферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Улан-Удэ, 1998. -19 с.; Гельман В.В. Социокультурные факторы развития предпринимательской деятельности в трансформирующемся обществе: на материалах Республики Бурятия: автореф. канд.социол. наук / В.В. Гельман. – Улан-Удэ, 2005. – 21с.; Чойропов Ц.Ц., Нанзанов А.Д., Будаева Ц.Б. Социальный портрет предпринимателя малого и среднего бизнеса. Улан-Удэ: ТПП РБ,1998; Романов Ю.А. Развитие малого предпринимательства в условиях современного российского общества: социологический анализ (на материалах республики Бурятия): автореф. канд. социол. наук / Ю.А. Романов. – Улан-Удэ, 2006. – 24 с.

анализу духовно-нравственных ценностей женщин-предпринимателей в период реформирования российского общества, позволяет определить тему и цель данного исследования.

Объектом исследования являются женщины-предприниматели Республики Бурятия в условиях реформирования российского общества.

Предмет исследования – духовно-нравственные ценности женщин-предпринимателей в условиях переходного периода.

Цель диссертационного исследования заключается в выявлении содержания духовно-нравственных ценностей женщин-предпринимателей, а также их трансформации, факторов, оказывающих влияние на данную трансформацию в условиях реформирования российского общества.

Достижение поставленной цели определило необходимость постановки и решения следующих задач:

- определить положение женщин-предпринимателей в структуре современного российского общества, выявить специфику, особенности развития социальной группы «женщины-предприниматели»;
- исследовать основные формы предпринимательской деятельности женщин и разработать критерии ее типологизации;
- осуществить теоретико-методологический анализ проблемы на основе обобщенного научного опыта: уточнить содержание понятий «ценности», «духовно-нравственные ценности», соотнести их с ценностями женщин-предпринимателей в контексте данного исследования;
- раскрыть содержание нравственных основ предпринимательской деятельности женщин;
- рассмотреть характер содержания и динамики нравственных ценностей в сфере брачных отношений.

Гипотеза исследования. Развитие предпринимательства, растущая трудовая активность женщин повлекла образование социально-профессиональной группы женщин-предпринимателей, а также изменения в формировании нравственных основ их жизнедеятельности, которые, с одной стороны, демонстрируют усиление значимости духовно-нравственных ценностей как защитного гендерного эффекта, с другой стороны, изменения вызвали функциональные и ролевые установки женщин-предпринимателей.

Теоретические и методологические основы исследования. Теоретической основой диссертационного исследования послужили

работы зарубежных и отечественных специалистов в области социологии женского предпринимательства, а также современные исследования, посвященные проблемам духовно-нравственных ценностей.

В своем исследовании мы опирались на труды М. Вебера, О. Конта, К. Маркса, Э.О. Райта, при категориальном анализе понятия «класс», «социальная структура», на концепции теории социальной стратификации Т. Парсонса, Э. Гидденса, П.А. Сорокина. Большое значение для разработки темы имели концепции нравственных ценностей Ф. Бэкона, Т. Гоббса, концепция ценности как метафизического абсолюта В. Виндельбанда и Г. Риккерта.

Значительное теоретико-методологическое влияние на авторское видение проблемы оказали работы отечественных социологов О. Здравомысловой, В.А. Ядова, М.С. Кагана, С.Ф. Анисимова и др.

В процессе работы использовались общенаучные методы познания: структурно-функциональный, конкретно-исторический, системный анализ, ориентированный на всестороннее рассмотрение общественной жизни, методы анализа и синтеза, сравнения и аналогии, позволяющие рассматривать явления во взаимодействии, динамике, положения социологии женского предпринимательства как частной социологической теории. Для получения эмпирических данных применялись такие методы социологических исследований, как анкетирование, метод экспертных оценок, анализ статистических данных, наблюдение, глубинное интервьюирование.

Предпринятое нами рассмотрение духовно-нравственных ценностей женщин-предпринимателей в диссертационной работе осуществляется на основе социологического концептуального аппарата, разработанного российскими и зарубежными учеными. Наряду с монографическими изданиями также были использованы материалы периодической печати, сборники научных трудов, государственной статистики и материалы из сети Интернета.

Эмпирической базой исследования являются результаты социологического опроса, проведенного автором среди женщин-предпринимателей в январе-марте 2007 года. Исследование проводилось с использованием специально разработанной анкеты. Общий объем выборки составил 712 человек. В соответствии с многоступенчатой квотной выборкой в схему исследования были включены 22 района и столица Республики Бурятия.

Для вторичного анализа использовались следующие исследова-

ния:

- 1) Аналитический доклад Института комплексных социальных исследований РАН: «Женщина новой России: Какая она? Как живет? К чему стремиться?», Москва, 2002;
- 2) Результаты исследования Н.Д. Стрекаловой «Деловая женщина в современном бизнесе». – СПб., 1999.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Женщины-предприниматели - это объективно складывающаяся социально-профессиональная группа, объединенная общими условиями формирования и функционирования, с определенными социально-психологическими, сходными духовными ценностями, образом жизни. Особенностью данной социально-профессиональной группы является наличие организационно-правовой формы деятельности, отраслевая специфика: женщины-предприниматели работают в традиционных для женской занятости отраслях.

2. Формы предпринимательской деятельности женщин имеют существенные различия в зависимости от таких факторов как возраст и образование. В зависимости от масштаба предпринимательской деятельности различают следующие формы: крупный, средний и малый бизнес. В сфере предпринимательства четко обнаруживается асимметрия: чем крупнее бизнес, тем меньше в нем женщин.

3. Духовно-нравственные ценности женщин-предпринимателей предстают как система ценностей, сформировавшаяся в результате радикальной перестройки социально-экономической и культурной жизни российского общества. Важнейшими составляющими духовно-нравственными ценностями женщин являются: стремление реализовать себя как мать, жену, работницу, профессионала.

4. Предпринимательская деятельность оказывает влияние на нравственные основы личности женщины. При этом предпринимательская деятельность имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Положительные моменты связаны в основном с улучшением материального положения, с обретением уверенности в себе и будущего своих детей. К негативным моментам относится дефицит времени для отдыха и занятия домом, семьей.

5. Несмотря на сохранение в брачно-семейных отношениях определенной традиционности у современных российских женщин, идет формирование новых ценностных ориентаций под влиянием глобального процесса трансформации семьи. В современном мире женщины-предприниматели включаются в новую систему гендер-

ных отношений, добиваясь равноправия, стремятся к преобразованию в семейной жизни, к более полной самореализации в супружеских отношениях, в отношениях с детьми.

Научная новизна исследования. Диссертационная работа представляет собой одно из первых исследований нравственных основ жизнедеятельности женщин-предпринимателей в Республике Бурятия в современных условиях. Применительно к исследуемой проблеме проанализированы понятия: «женщины-предприниматели», «нравственные ценности», предложена авторская интерпретация понятия «женщины-предприниматели». Определены значение, роль традиционных ценностей в развитии социально-профессиональной группы женщин-предпринимателей и специфика ее ориентаций на эти ценности в условиях переходного периода.

Исследованы формы, факторы образования социальной группы женщин-предпринимателей, а также мотивы предпринимательской деятельности. Проанализированы основные концепции аксиологии женщин-предпринимателей в рассмотрении понятий «ценности», «духовно-нравственные ценности»; рассмотрен позитивный и негативный характер воздействия предпринимательской деятельности на систему нравственных основ женщин-предпринимателей. Выявлено содержание и показана динамика нравственных ценностей женщин-предпринимателей в сфере брачно-семейных отношений.

Теоретическая и практическая значимость исследования. На основе обобщения и анализа теоретических подходов к исследованию проблемы в работе расширены социологические представления о женщинах-предпринимателях как одной из социальных групп. Материалы диссертации могут использоваться для дальнейших научных исследований по проблемам женского предпринимательства, на основе данного исследования можно прогнозировать дальнейшие изменения в структуре общества, создания крупных обобщающих трудов, посвященных проблемам динамики духовно-нравственных ценностей, традиционных ценностей в современных социальных условиях. Основные положения и идеи диссертационного исследования могут быть использованы в процессе преподавания курса социологии, учебных пособий, курсов по проблемам предпринимательства, а также для разработки спецкурсов по проблемам занятости женщин в современных условиях и гендерным проблемам. Результаты исследования могут быть учтены при разработке республиканских программ социально-экономического развития, про-

грамм социальной помощи женщинам и совершенствование предпринимательской деятельности женщин в условиях рыночной экономики.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования были изложены автором на различных научных конференциях, в частности: международной научной конференции «Социально-стратификационная дифференциация российского общества» (Улан-Удэ, 2006 г.); VI международной научной конференции («Байкальская встреча») «Интеллигенция и взаимодействие культур» (Улан-Удэ, 2007 г.); VII всероссийской научно-практической конференции «Кулагинские чтения» (Чита, 2007 г.); городской научно-практической конференции «Женщина в современном мире» (Улан-Удэ, 2007 г.); VII международной научно-методической конференции «Современный российский менеджмент: состояние, проблемы, развитие» (Пенза, 2007). По теме исследования опубликовано 8 статей, в том числе три в реферируемом издании.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, библиографического списка использованной литературы и приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень научной разработанности проблемы, определяются объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи диссертационной работы, раскрываются теоретико-методологическая и эмпирическая база исследования, научная новизна, научно-практическое значение, указываются формы ее апробации.

Первая глава «Теоретико-методологические основы исследования женщин-предпринимателей в современном российском обществе», включающей три параграфа, посвящена анализу теоретико-методологических вопросов, касающихся исследования социально-профессиональной группы женщин-предпринимателей.

В первом параграфе «Женщины-предприниматели как особая социальная группа» анализируется социальная группа женщин-предпринимателей в структуре российского общества. В этом па-

графе рассматриваются основные понятия, связанные с характеристикой социально-профессиональной группы женщин-предпринимателей: социальная структура, социальная группа, на основе методологического опыта, накопленного отечественной и зарубежной наукой, обосновывается теоретическая база исследования.

В первую очередь раскрывается понятие «социальная структура общества», которое рассматривается как многомерно иерархически организованное социальное пространство, в котором социальные группы и слои различаются степенью обладания собственностью, властью и социальным статусом. Далее определяются многоплановость социальной структуры, различные теоретические подходы к ее изучению.

Женщины-предприниматели являются социально-профессиональной группой класса предпринимателей. Вследствие этого в работе были рассмотрены признаки предпринимательства. Основным критерием, выделяющим предпринимателей в самостоятельный социальный класс, является характер труда. Предпринимательство как форма занятости – это целесообразная деятельность, основанная на личной инициативе, самостоятельности и ответственности, направленная на получение трудового дохода и обусловливающая самореализацию и самоутверждение индивида как личности. На этой основе определяются признаки, позволяющие выделить женщин-предпринимателей в особую социально-профессиональную группу с учетом демографического, социологического, исторического подходов.

В демографическом понимании, женщины-предприниматели – это особая социальная группа женщин, преимущественно от 25-50 лет, имеющие социальный статус предпринимателя, имеющие ценностные ориентации, мировоззрение, интересы, потребности и социально-психологические свойства, обусловленные трансформирующимся обществом. В социально-демографическую группу женщин-предпринимателей входят женщины и до 25 лет, но их удельный вес сравнительно небольшой, деятельность молодых женщин-предпринимателей менее устойчива, не только из-за отсутствия жизненного опыта, но и так как личностные качества, интересы, ценности молодых женщин, занимающихся бизнесом, еще до конца не сформировались.

С точки зрения исторического развития процесса предпринимательства, понятие «женщина-предприниматель» является новым.

Анализ истории женского предпринимательства в республике Бурятия показывает, что оно не получило широкого распространения, однако весьма важен был сам факт участия женщин в экономической деятельности. В советский период предпринимательство по-прежнему оставалось мужским занятием, но уже по причине того, что оно практически полностью развивалось в рамках теневой экономики. Приток в предпринимательскую сферу был крайне неравномерен по времени. Первые женщины-предприниматели начинали свою деятельность в кооперативном движении в конце 1980-х годов. Наиболее интенсивным приход женщин в сферу бизнеса был в 1996-1997 годах. [Экономическое раскрепощение женщин происходило по мере активного вовлечения их в торговое предпринимательство, которое не требовало наличия крупных капиталов и специального образования.

На основе анализа различных подходов о содержании понятия «женщины-предприниматели» автор предлагает собственную дефиницию данной социально-профессиональной группе, определяются признаки, позволяющие выделить женщин-предпринимателей в отдельную социально-профессиональную группу. На наш взгляд, женщины-предприниматели - это объективно складывающаяся социально-профессиональная группа, объединенная общими условиями формирования и функционирования, с определенными социально-психологическими, сходными духовными ценностями, образом жизни. Особенностью данной социально-профессиональной группы является одинаковый статус предпринимателя, то есть наличие какой-либо организационно-правовой формы деятельности (Индивидуальный предприниматель, общество с ограниченной ответственностью, закрытое акционерное общество и т.д.).

Во втором параграфе первой главы «Основные формы предпринимательской деятельности женщин» критериями отнесения женщин к той или иной форме предпринимательской деятельности определены следующие: возраст женщин, образование, место проживания.

В соответствии с выделенными критериями основными формами предпринимательской деятельности женщин могут быть: крупный, средний и малый бизнес. Результаты проведенного исследования показали, что наиболее распространенными формами предпринимательской деятельности является малый бизнес.

Первой базовой характеристикой деления всей совокупности

женщин на различные формы предпринимательской деятельности, как, оказалось, служит возраст. Возраст является, прежде всего, демографическим показателем, однако, как установлено во многих исследованиях, именно этот фактор предопределяет взгляды, позиции, установки, а в нашем случае, формы предпринимательской деятельности. Здесь прослеживается следующая зависимость: чем старше женщина, тем меньше по масштабу организационно-правовая форма, и наоборот, чем моложе женщина, тем чаще они регистрируют большую по масштабу форму деятельности их бизнеса (таблица 1).

Таблица 1

Масштаб предпринимательской деятельности	до 30 лет	31-40	41-50	старше 50
крупный	0%	2,4%	1,5%	1,2
средний	10,7%	9%	6,2%	5,3%
мелкий	21%	22,8%	24,5%	10%

Установка на определенную форму предпринимательской деятельности связана с уровнем и соответствующим образованием женщин-предпринимателей. Женщины-предприниматели с высшим образованием в основном заняты бизнесом в сфере услуг: имеют парикмахерские, кафе, закусочные, туристические фирмы, то есть являются владельцами какой-либо коммерческой недвижимости. Заметна разница с женщинами-предпринимателями, имеющими среднее образование. Они заняты в основном челночным бизнесом, содержат места в торговых центрах, имеют магазины смешанных товаров.

Нами отмечено, что большая часть женщин-предпринимателей имеет высшее образование, а пик карьерной активности приходится на возраст 36-40 лет, из этого вытекает, что при большей возможности самореализовываться в Улан-Удэ, чем в районах Республики Бурятия, молодые женщины эмигрируют в столицу республики. Так, на 1 января 2007 года в г. Улан-Удэ зарегистрировано 6874 женщин-предпринимателей. В совокупности всех районов республики женщины-предприниматели составили 4706. В городе Улан-Удэ возраст женщин-предпринимателей значительно меньше по сравнению с районами Республики Бурятия. Это говорит о наибольшей активности женской части молодого поколения.

Изучив основные тенденции развития бизнеса женщин, мы сделали вывод о том, что преобладание тех или иных форм предпринимательской деятельности зависит не только от возрастных характеристик, но и от места жительства. Основной сферой, в которой занято наибольшее количество женщин-предпринимателей на селе, является сфера торговли. Такая ситуация характерна для всей республики в целом. Из опрошенных нами предпринимательниц торгово-посреднической деятельностью занимается 52,4% женщин. Можно констатировать, что торговля является наиболее крупным сектором малого бизнеса не только в нашей республике, но и в целом по стране. Кроме того, одной из распространенных стратегий выживания для женщин в Республике Бурятия стал «рынок» - розничная или мелкооптовая торговля, «челночество». На сегодняшний день 52,4% женщин-предпринимателей занимаются торговово-посреднической деятельностью. Челночество, торговля на рынке, о которых пишут многие исследователи¹¹, выступают специфической формой предпринимательской деятельности женщин в Бурятии.

Представленный в работе анализ форм предпринимательской деятельности женщин позволил определить гендерную структуру предпринимательства в республике. В сфере предпринимательства четко обнаруживается асимметрия: чем крупнее бизнес, тем меньше в нем женщин. Распределение женщин-предпринимателей по отраслям экономики Республики Бурятия воспроизводит так называемый стереотип женского предназначения и свидетельствует о феминизации ряда сфер. Наиболее предпочтительная отраслевая структура занятости женщин, где они действуют успешнее, чем мужчины, касается традиционных женских занятий. К группе отраслей, активно осваиваемых женщинами, можно отнести непроизводственные виды бытового обслуживания населения, общественное питание, легкую промышленность, розничную торговлю, социальное обеспечение, услуги по туризму, образовательные услуги. Количество женщин-предпринимателей, работающих в этих отраслях, колеблется от 65 до 80%.

Во втором параграфе «Методология социологического исследования нравственных основ жизнедеятельности женщин-предпринимателей» раскрывается технология социологического

¹¹Абзаев И.А. Предпринимательство Бурятии: проблемы формирования: автореф. дис. ... канд. социол. наук / П.Б. Абзаев. - Улан-Удэ, 1999. – 24 с.

исследования, которая является связующим звеном между теоретическим знанием и его практическим применением, обосновывается применение методов социологического исследования.

В данном параграфе разработан инструментарий исследования. Его основой является социологический анкетный опрос женщин-предпринимателей Бурятии, проведенный автором в 1 квартале 2007 года с использованием многоступенчатой квотной выборки.

В диссертации обосновывается и проектируется выборочная совокупность объекта исследования, которая рассчитана на основе статистических данных о количестве женщин-предпринимателей в Республике Бурятия. Выборочная совокупность пропорциональна генеральной совокупности, что позволяет говорить о репрезентативности исследования и распространять полученные результаты на всю генеральную совокупность. Полученные в исследовании данные дополняются результатами проведенного автором наблюдения в сочетании с глубинным интервьюированием женщин-предпринимателей.

Инструментарий в углубленном исследовании содержит четыре взаимосвязанных между собой блоков вопросов. Первый блок анкеты представляет информацию о социально-демографических данных респондента, которая была использована для сравнительного анализа ряда переменных. Данный раздел является неотъемлемой частью любого опроса и позволяет получить полную информацию о респонденте. Второй блок вопросов анкеты направлен на выявление основных причин, проблем и трудностей при открытии собственного дела, что позволило выявить основные факторы, способствующие развитию женского предпринимательства в Республике. Третий блок анкеты выясняет главные приоритеты женщин в предпринимательской деятельности, критерии, объединяющие женщин-предпринимателей в социальную группу, определяются основные формы предпринимательской деятельности. Четвертый блок анкеты характеризует результаты формирования нравственных принципов и норм женщин-предпринимателей через субъективную оценку степени удовлетворенности: 1) материальным положением; 2) супружескими взаимоотношениями; 3) воспитанием детей; 4) предпринимательской деятельностью; 5) семейной жизнью в целом.

Предложенный инструментарий социологического анализа позволил собрать необходимую первичную информацию, которая стала эмпирической базой диссертационного исследования.

Вторая глава «**Нравственные ценности женщин-предпринимателей в условиях перехода российского общества к рыночным отношениям**», состоящая из трех параграфов, посвящена изложению основных результатов социологического исследования, анализу содержания понятий «ценности», «духовно-нравственные ценности», соотношению их с ценностями женщин-предпринимателей в условиях перехода российского общества к рыночным отношениям; раскрываются нравственные основы предпринимательской деятельности женщин, характер и динамика нравственных ценностей в сфере брачно-семейных отношений.

В первом параграфе «**Понятия «ценности», «духовно-нравственные ценности»**» отмечается, что проблема ценностей становится наиболее актуальной в периоды ломки сложившихся устоев общества, пересмотра ранее принятых взглядов на взаимоотношения личности, общества и государства. Рассматривается природа ценностей, приводятся и анализируются трактовки понятия «ценности», существующие в западной отечественной научной мысли, а также классификации ценностей по различным критериям.

Радикальная перестройка социально-экономической и культурной жизни российского общества повлекла за собой смену духовно-нравственных ориентиров женского населения. Глубокие перемены в системе духовно-нравственных ценностей современной женщины связаны с выдвижением на первый план ценностей личностной самореализации, индивидуальной успешности, социальной престижности. Традиционные установки россиянок на семью и детей, как главные смысложизненные ценности, постепенно уходят на второй план и все более архаизируются. Формирование системы ценностных ориентаций означает становление личности женщины как активного субъекта социальной действительности.

Анализ духовно-нравственных ценностей женщин-предпринимателей, как новой социальной группы в российском обществе осуществляется в диссертационном исследовании с точки зрения аксиологии. С позиций аксиологического подхода открываются перспективы для анализа связи духовно-нравственного потенциала женщин-предпринимателей с системой морально-нравственных ценностных установок не только на внутриличностном уровне, но и с оценкой духовно-нравственной жизни всего общества в целом. Данный подход позволяет рассмотреть специфику профессиональных, семейных, нравственных ценностей женщин-

предпринимателей. В контексте изучения духовно-нравственных ценностей женщины автор акцентирует свое внимание на выявление ее нравственной позиции, которая позволяет охарактеризовать основные факторы и реальные тенденции формирования и проявления у женщин ценностных ориентаций различного спектра. Женщины-предприниматели на современном этапе стремятся совместить карьеру и семью, при этом семья для них занимает лидирующее положение. Вероятно, в условиях бездуховности, коммерциализации культуры в сознании женщин сработал защитный гендерный эффект. Сознание женщин как бы стало на защиту традиционных и моральных ценностей, символом которых в традиционной патриархальной жизни всегда являлась семья. Таким образом, ценностные ориентации женщин-предпринимателей формируются или определяются социальным устройством, экономическим благосостоянием, социально-психологической комфортностью, социальной политикой государства в отношении женщин. Равная с мужчинами степень свободы необходима женщинам не только просто для поддержания чувства собственного достоинства и возможности самовыражения во всех сферах жизни, она составляет основу формирующихся духовно-нравственных ценностей женщин Новой России.

Во втором параграфе первой главы «**Нравственные основы предпринимательской деятельности женщин**» исходным стало положение о том, что профессия предпринимателя объективно содержит в себе потенциальную угрозу монетаризации мировоззрения, так как цель любой коммерческой операции – извлечение максимальной прибыли, следовательно, аксиологическая сторона бизнеса вполне исчерпывается шкалой денежных эквивалентов. Рассмотрение ценности человека через призму уровня его благосостояния во многом определяется условиями современного российского социального бытия. Провозглашение равных для всех условий в достижении социального неравенства, с одной стороны, и принцип морального поощрения общественно полезных действий, с другой стороны, создали субъективную систему ценностей, в которой обладание капиталом превратилось в универсальный способоценки статуса и потенциальных возможностей личности.

По результатам исследования определены нравственные основы предпринимательской деятельности женщин, которые начинаются с мотивов выбора данной профессии. Выявлено, что у большинства женщин-предпринимателей основным мотивом послужило обеспе-

чение нормальной жизни себе и своей семье – 57% опрошенных. Вторым по значению назван мотив самореализации, реализация собственных идей – 38% респондентов. 30% опрошенных женщин-предпринимателей занялись предпринимательской деятельностью, чтобы обеспечить финансовую независимость. Весьма скромную позицию в системе мотивов женщин-предпринимателей занимает мотив самоутверждения. Его низкий рейтинг, как регулятора деятельности и карьерных устремлений, свидетельствует об уникальной структуре мотивов женщин-предпринимателей в России. Ответы респондентов свидетельствуют о том, что подавляющее большинство женщин-предпринимателей, приняли решение заниматься этой деятельностью осознанно и добровольно. Главным мотивом для них явилось желание повысить свое благосостояние. Значительно меньше количество тех респондентов, которые хотят реализовать свой творческий потенциал, заниматься любимым делом. Это говорит о том, что основную часть женщин-предпринимателей Республики Бурятия волнует проблема выживания, улучшения уровня жизни. Проблемы, связанные с моральной удовлетворенностью, с реализацией собственных идей отходят на второй план. Небольшая часть респондентов была, в какой-то мере, вынуждена заниматься предпринимательской деятельностью в связи с сокращением на основном месте работы или с отсутствием возможностей для служебного роста.

Данные нашего исследования позволили выявить динамику жизненных ценностей женщин-предпринимателей, характеризующие их аксиологические основы жизнедеятельности. Для анализа ценностных ориентаций женщин-предпринимателей респондентам был предложен ряд ценностей, из которых нужно было выбрать наиболее значимые. На вопрос «Что для Вас важнее всего в настоящем времени?» 65% женщин-предпринимателей ответили, что профессиональная деятельность и семья имеют одинаковое значение, для 30% женщин в структуре жизненных ценностей доминирует работа и карьера, для 9% респондентов – семья стоит на первом месте. Таким образом, для большинства женщин-предпринимателей одинаково важны как личные ценности, так и ценности, связанные с профессиональной деятельностью.

В диссертации отмечается, что переосмысление жизненных ценностей меняется с возрастом. Для женщин, занятых предпринимательством такая жизненная ценность как материнство с возрастом

приобретает все большую ценность. Такие ценности как здоровье, материальное благополучие, имеющие высокие ранги во всех возрастных группах, приблизительно одинаково распределены в иерархии жизненных ценностей представителей разных поколений. Однако значимость ценности «воспитание детей, продолжение рода» с возрастом сначала увеличивается, приобретая наиболее высокое значение в среднем возрасте, а затем, соответственно, несколько уменьшается. Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что связь между возрастными характеристиками респондента и его жизненными ценностями достаточно сильная.

Наряду с повышением уровня жизни большинства женщин-предпринимателей можно констатировать позитивное влияние предпринимательской деятельности на развитие личности женщины, которое отражается на внутреннем самоощущении и системе межличностных отношений. Женщины, имеющие собственный бизнес, получают определенную психологическую выгоду, формируются как более зрелые и эмоционально устойчивые лидеры. Основными негативными моментами, которые имеет предпринимательская деятельность для женщины, респонденты считают дефицит времени для занятия домом, семьей и отдыха. Нехватку времени для занятия домом и семьей как отрицательный момент из-за занятия предпринимательской деятельности выделили большинство респондентов - 59%; 24,5% указали на ухудшение здоровья; 6,4% - сузился круг общения; 5,7% - ухудшение отношений в семье. При этом говорить о несовместимости женского бизнеса с полноценной семейной жизнью не приходится, так как 80% из обследованных женщин-предпринимателей считают себя счастливыми в семейной жизни.

Таким образом, нравственные основы женского предпринимательства мы рассматриваем как часть культуры, особый вид производственного бизнеса на основе профessionализации, связанный с экономической инициативой, самостоятельностью и способностью к внедрению не только технических и технологических, но и социально-культурных инноваций.

В третьем параграфе второй главы «Нравственные ценности в сфере брачно-семейных отношений» в качестве основных критериев исследования нравственных ценностей в сфере брачно-семейных отношений явились удовлетворенность браком, семейными отношениями; распределением ролей в семье; уровнем дохо-

дов; жилищными условиями; личной свободой, степенью независимости; организацией семейного досуга. Социокультурные процессы привели к пересмотру порядка распределения социальных ролей в семье, создав тем самым условия для самореализации женщин. Утратил свою незыблемость принцип, согласно которому, вся домашняя работа является обязанностью женщин. В ходе проведенного социологического исследования в Республике Бурятия было установлено, что в семьях женщин-предпринимателей 73,9% четко распределены обязанности между всеми членами семьи. 14,3% респондентов указали, что в их семьях вообще нет распределения обязанностей, и кто может, тот и выполняет домашнюю работу (муж, дети). Это свидетельствует о хорошем психологическом климате в семьях и позволяет строить отношения на доверии и взаимном уважении. 11,8% женщин-предпринимателей нанимают работников для выполнения домашних обязанностей, поскольку они сами и их мужья очень много работают. В целом, распределением домашних обязанностей удовлетворена большая часть женщин-предпринимателей (52,3%), 15,7% - абсолютно удовлетворены и лишь 10,2% не удовлетворены степенью распределения обязанностей.

Анализ распространенности различных типов семейного положения женщин-предпринимателей показал, что 56,9% женщин-предпринимателей замужем, 14,4% - живут в гражданском браке. Гражданский брак особенно популярен в возрастных группах от 21 до 40 лет. Доля женщин, не состоящих в браке – 15,5%, разведены – 7% опрошенных женщин-предпринимателей. Супружеские взаимоотношения нами рассмотрены с лидерских позиций женщин-предпринимателей в семье, на вопрос «Кто является «главой» в вашей семье?» были получены следующие результаты (таблица 2):

Таблица 2

Муж	33,3%
Жена	23,7%
Никто, все вопросы решаются сообща, супруги равноправны	30,7%
Другой член семьи	1,7%
Ваш вариант	3,3%

Несмотря на сохранение в брачно-семейных отношениях определенной традиционности у современных российских женщин, идет

формирование новых ценностных ориентаций под влиянием глобального процесса трансформации семьи. В современном мире, женщина включается в новую систему гендерных отношений, добиваясь равноправия, стремится к преобразованию и в семейной жизни, к более полной самореализации в супружеских отношениях, в отношениях с детьми. Однако возникает парадоксальная ситуация с женщинами-предпринимателями Республики Бурятия. На вопрос «Кто в Вашей семье зарабатывает больше?» ответили: муж – 44%, жена – 49,6%. Полученные данные свидетельствуют о том, что женщины-предприниматели, зарабатывающие больше своего супруга, главой семьи называют мужа. При этом большинство женщин, находящихся замужем занялись бизнесом по причине тяжелого материального положения, а это говорит о том, что в их семьях мужья не играют роли добытчиков и не служат основным источником семейных доходов, как принято считать в обществе разделения семейных ролей, то есть можно сказать о трансформации института семьи, в которой женщина занимается предпринимательской деятельностью.

Проблема трудовой и семейной ориентации женщин, на наш взгляд, тесным образом связана с вопросом о социальной роли женщины в обществе. О серьезных изменениях в женской идеологии и психологии свидетельствует распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, какая модель семьи должна существовать в обществе?». 84,3% опрошенных выбирают эгалитарную модель семьи, когда домашние и семейные обязанности делятся между супругами поровну, традиционную или патриархальную модель предпочли 8% женщин.

Таким образом, результаты исследования подтверждают мнение о стремлении российских женщин к эгалитарному типу отношений между супругами. 74,5% домохозяек считают, что равноправие супругов является необходимым условием семейного союза, 34,7% предпочитают в сложных ситуациях предоставить все права мужу, а 3,8% из числа опрошенных домохозяек не рассматривают эгалитарность в отношениях с мужем в качестве ценности.

Что касается личной свободы и степени независимости, то здесь наблюдается удовлетворенность у большей части женщин-предпринимателей – 66,7%. Именно предпринимательская деятельность позволила многим женщинам проявить инициативность, обрести не только финансовую независимость, но и свободу в своих

действиях. Ведь предпринимательская деятельность, основана на целеосознанной творческой инициативе субъекта. Очевидно, что для реализации этой инициативы необходима определенная свобода выбора траектории действия и средств достижения цели. По этим причинам понятие свободы приобретает смысл ценности, определенного блага, которое обеспечивает достижение целей бизнеса. Это так же подтверждается результатами вопроса, «Как Вы считаете, какой критерий является объединяющим для предпринимателей?» 17,9% респондентов указали на такой критерий как «определенная независимость».

В целом семейной жизнью удовлетворены 46,2% женщин-предпринимателей, полную удовлетворенность ощущают 22,2% респондентов, и только 5,2% указали, что не удовлетворены семейной жизнью. Данные показывают, что понимание и поддержка семьи является главным источником внутренней силы для многих женщин. Нами отмечено, что, в группе женщин-предпринимателей, удовлетворенных семейной жизнью в целом, мужья принимают значительное участие в выполнении семейных ролей. Но обратной стороной преимуществ семьи для женщин является существование и более острое проявление межролевого конфликта «работа-семья». К числу факторов, которые влияют на ценности в сфере брачно-семейных отношений, является нехватка времени у женщин для занятий домом и семьей. Полученные данные дают нам основания предполагать, что женщины-предприниматели должны быть готовы справляться с межролевым конфликтом «работа-семья».

Таким образом, подходы к решению данных проблем могут исходить из грамотного планирования работы женщин-предпринимателей, умением управлять своим временем, правильно его организовывать, устанавливать приоритеты в работе, вести здоровый образ жизни и т.д. Несмотря на сохранение в брачно-семейных отношениях определенной традиционности у современных российских женщин, идет формирование новых ценностных ориентаций под влиянием глобального процесса трансформации семьи. В современном мире, женщины-предприниматели включаются в новую систему гендерных отношений, добиваясь равноправия, стремятся к преобразованию и в семейной жизни, к более полной самореализации в супружеских отношениях, в отношениях с детьми.

В заключении автор подводит общие итоги, формулирует основные выводы и результаты исследования.

Основные положения и выводы диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Лыгденова Ю.Ю. Женщины-предприниматели как особая социальная группа (на материалах Республики Бурятия) / Ю.Ю. Лыгденова // Вестник Бурятского государственного университета. Серия 5. Философия, социология. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2007. – Вып. 9. – С. 144-149 (статья по списку ВАК).
2. Лыгденова Ю.Ю. Духовно-нравственные ценности женщин-предпринимателей в современном российском обществе (на материалах Республики Бурятия) / Ю.Ю. Лыгденова // Вестник Бурятского государственного университета. Серия 5. Философия, социология. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2008. – Вып. 6. – С. 115-122 (статья по списку ВАК).
3. Лыгденова Ю.Ю. Нравственные ценности женщин-предпринимателей в сфере брачно-семейных отношений (на материалах Республики Бурятия) / Ю.Ю. Лыгденова // Вестник Бурятского государственного университета. Серия 5. Философия, социология. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2008. – Вып. 12. – С. 132-137 (статья по списку ВАК).
4. Лыгденова Ю.Ю. Женщины-предприниматели в социальной структуре российского общества / Ю.Ю. Лыгденова // Социально-стратификационная дифференциация российского общества: материалы Междунар. науч. конф.: в 2 т. / отв. ред. И.И. Осинский. – Т. 2. - М.; Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2007. - С.216-220.
5. Лыгденова Ю.Ю. Основные формы предпринимательской деятельности женщин (на материалах Республики Бурятия) / Ю.Ю. Лыгденова // Современный российский менеджмент: состояние, проблемы, развитие: материалы VII Междунар. науч.-метод. конф. -- Пенза: Изд-во АНОО «Приволжский Дом знаний», 2007. – С. 161-163.
6. Лыгденова Ю.Ю. Женское предпринимательство как социальное явление в условиях переходного периода / Ю.Ю. Лыгденова // Кулагинские чтения: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. – Чита: Изд-во РИК ЧитГУ, 2007. – С. 35-39.
7. Лыгденова Ю.Ю. Особенности духовно-нравственной культуры женщин-предпринимателей в условиях перехода российского общества к рыночным условиям / Ю.Ю. Лыгденова // Интеллигенция и взаимодействие культур: материалы VI Междунар. науч. конф. «Байкальские встречи». – Т. 2. - М.; Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2007. – С.138-142.
8. Лыгденова Ю.Ю. Особенности женского предпринимательства как формы занятости в Республике Бурятия / Ю.Ю. Лыгденова // Женщина в современном мире: материалы город. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ: Изд-во ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2007. – С. 44-49.

Св-во РПУ-У №1020300970106 от 08.10.02.

Подписано в печать 25.12.08. Формат 60 x 84 1/16.
Усл. печ. л. 1,5. Тираж 100. Заказ 303.

Издательство Бурятского госуниверситета
670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а