

Женское предпринимательство: социально-экономические мотивации и факторы

Абриталина, Анастасия Сергеевна

Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat

<http://www.dissercat.com/content/zhenskoe-predprinimatelstvo-sotsialno-ekonomicheskie-motivatsii-i-factory#ixzz3FLP07skY>

Год:

2006

Автор научной работы:

Абриталина, Анастасия Сергеевна

Ученая степень:

кандидат социологических наук

Место защиты диссертации:

Саратов

Код специальности ВАК:

22.00.03

Специальность:

Социология -- Социология семьи, брака, родства. Социология пола и половых отношений

-- Социология женщин

Количество страниц: 153

Введение

Глава 1 Теоретико-методологические и исторические аспекты 13 женского предпринимательства

§ 1 Развитие социально-экономических подходов к изучению женского предпринимательства

§2 Генезис института женского предпринимательства в России и за рубежом

Глава 2 Мотивация деятельности женщин предпринимателей в сфере малого и среднего бизнеса: эмпирический аспект

§ 1 Социально-демографический портрет женщины предпринимателя

§2 Социально-экономические факторы, обуславливающие предпринимательскую деятельность женщин

§3 Активизация господдержки женского предпринимательства

Введение диссертации (часть автореферата) На тему "Женское предпринимательство: социально-экономические мотивации и факторы"

Становление частного бизнеса женщин в современной России идет медленно, наталкиваясь на множество социальных, экономических и юридических барьеров. Женщина, как субъект предпринимательской деятельности, сталкивается с особым классом социальных проблем: конфликты ролей, выполняемые в общественной и частной жизни, массовое сознание, деформирование в сторону патриархата и другое. Неизбежная при переходе к рыночной экономике структурная перестройка требует пересмотра концептуальных и методологических подходов к формированию женского предпринимательства. Речь идет о создании благоприятных условий для раскрытия творческого потенциала женщин. Это важно не только для формирования политики занятости женщин на перспективу, но и для решения текущих, порой весьма острых проблем их определения в области карьеры. Тем более, что в числе безработных большинство по-прежнему составляют женщины.

Очевидна и социальная уязвимость женщин на рынке труда. В частности, на высших руководящих должностях женщин во много раз меньше, чем мужчин, а их заработная плата, как правило, ниже. Подобное положение характерно для большинства индустриально развитых стран. Высокая мотивация женщин к производительному труду и недооценка работодателями их способностей и трудового вклада, невозможность реализации ими своего образовательного и личностного потенциала, -причины того, что многие женщины, будучи высококвалифицированными специалистами, сталкиваясь с отторжением на рынке труда, принимают решения открыть собственный бизнес. И в этой области сталкиваются с дискриминацией в период вхождения на рынок. В силу психологических особенностей чаще всего женщины воспринимают дискриминацию как личную драму. Объективно же это весьма негативно сказывается на экономике и социальных отношениях. В интересах экономического и социального прогресса нужно новое понимание их роли в жизни общества, результатом которого должно стать утверждение нового социального статуса женщин.

Исходя из признания значимости повышения профессионального статуса женщин, важно выявить их индивидуальные особенности. Разработать способы, влияющие на мотивацию и ориентацию на определенный, наиболее подходящий вид профессиональной деятельности, показать социальные, экономические и нравственные преимущества трудовой карьеры. В этом - сущность нового концептуального подхода к обеспечению эффективного профессионального роста женщин.

Получающий все большее признание принцип "непрерывного обучения", или "обучения на протяжении всей жизни", применительно к женщинам означает, что мотивы и формы обучения должны учитывать особенности их жизненного цикла. Большинство из них на три-пять лет, а некоторые на больший период "вырываются" из сферы профессиональной деятельности в связи с рождением и воспитанием детей. Если не предусмотреть этого "зигзага" в системе обучения женщин, неизбежной становится значительная или полная утрата профессиональных знаний и навыков. Общество не должно скупиться на помощь женщинам, желающим вернуться к профессиональному труду.

Таким образом, необходимо провести научный анализ существующих теоретических подходов к развитию женского предпринимательства, сравнить социально-экономические мотивации и факторы женщин предпринимателей проживающих в городах с разной

численностью населения и оценить перспективы развития женского предпринимательства в России.

Степень разработанности проблемы женского предпринимательства в сфере малого и среднего бизнеса в исследованиях отечественных социологов представлена недостаточно широко, хотя за рубежом эта сфера социологии успешно развивается. В трудах зарубежных авторов проблема отражена в недавно изданной книге Сильвии Энн Хьюлит «Executive Women and Myth of having it all» («Деловые женщины и миф о том, что можно иметь все»)1. Эта книга приводит пессимистические доводы о том, что совмещение успешной карьеры и материнства не возможно - даже в такой развитой стране как США. В 2001 году Сильвия Хьюлит совместно с компанией Harris Interactive and the National Parenting Association руководила общенациональным исследованием профессиональной и личной жизни успешных в карьере женщин. Для опроса она выбрала две группы таких женщин: старшее поколение - от 41 до 55, и младшее - 28 до 40. Кроме того, она разделила бизнес-леди по их доходам: тех, кто зарабатывает меньше 55 тысяч долларов годового дохода - в младшей группе, и тех, кто получает 65 тысяч - в старшей. Была выделена и особая группа ультрауспешных леди, чей годовой доход превышает 100 тысяч долларов. Результаты исследований сама Сильвия Хьюлит называет сенсационными. Оказалось, что от 30 до 50 процентов успешных в карьере женщин не имеют детей, даже достигая возраста 40-50 лет. Проинтервьюировав тысячи бизнес-леди, она пришла к выводу, что такое положение ни в коем случае не является их личным свободным выбором. Автор книги пишет и о причинах такого положения женщин, полностью принесших себя на алтарь бизнеса. Прежде всего, большое количество своей жизни тратят на работе. По данным вышеупомянутого опроса, 29% успешных женщин и 34% особо успешных в карьере женщин работают более 50 часов в неделю, и со временем количество затраченного на бизнес времени у них только увеличивается. Сильвия Хьюлит упоминает также результат исследований социологов Джерри Якобса и Кетрин Герсон, которое установили, что рабочий день бизнес-леди других капиталистических стран еще дольше, чем в США. Автор книги не забыла написать и о том, что не смотря на многолетнее развитие феминистического движения, разница в оплате одинакового труда для мужчин и женщин до сих пор остается. Она приводит также данные: в недавних исследованиях экономисты Сьюзан Гарннх и Джейн Вальдфогель выявили, чем в других развитых странах. К примеру, во Франции зарплата женщины составляет 81%) от зарплаты мужчины, в Швеции - 84%), в Австралии - 88%, а США - 78%.

В другом исследовании, но уже отечественным автором А.В. Корелем, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, Новосибирск. Было проведено пилатажно-экспертное обследование 26 женщин-предпринимателей Новосибирска (1997г) проявило как отдельные стороны социального портрета данной группы женщин, так и проблемы пути к успеху в бизнесе. В обследование вошли женщины 22-56 лет. Из исследования ясно, что бизнес слой Сибири пополняет та часть женского социума, которая уже на «входе» реформы обладала необходимым социально-психологическими и статусными характеристиками, выступает носителем либеральных ценностей (свобода, независимость и др.). Высокая степень готовности к предпринимательской деятельности дала возможность 80% опрошенных «довольно легко» или «со средней тяжестью» освоить новую социальную роль «войти в рынок». В исследование Лилии Бабаевой^ о

1 Сильвия Энн Хьюлит «Деловые женщины и миф о том, что можно иметь все» М. 2002г.

2 Корель Л.В. Бизнес леди. Новые возможности или новые ограничения//ЭКО 1998 №7

1 Бабаева Л.В. Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь // Российский общественный научный фонд. Научные доклады 34. М., 1996. роли женщин в становлении и развитии малого бизнеса, опираясь на формализованный анкетный опрос, удалось установить некоторые факторы мотивации прихода женщин в бизнес, «желаемую картину развития дела». Исследование Елены Здравомысловой,⁴ также не может остаться незамеченным в исследуемой проблематике.

Социологические исследования, проведенные коллективом «ГАЛСИ» Международной ассоциации «Женщины и развитие» под руководством Г. Силласте⁵ в 1991-1996 годах: «Женщины и демократизация», «Женщины -рынок - конверсия»; «Женщины в российском обществе», «Труд, Занятость, Безработица». Экспертный опрос участников Всероссийского женского Конгресса: «Женщины и выборы-93»; «Русская семья в республиках России в новой межнациональной ситуации». По данным исследования Силласте «карьера» занимает лишь пятую позицию в «шкале представленной о

6 7 счастье». Франсуаза Латреду создала портретную галерею «великолепной семерки», которая позволяет увидеть живое лицо женского бизнеса и оценить особый почерк женского менеджмента французских предпринимательниц. Марлен Россман, президент компании «Россман Грэхэм эсошиейтс», в своей о книге описывает, используя портретный метод, 9 историй прихода женщин в международный бизнес и те пути, благодаря которым они достигли успеха в международной предпринимательской карьере. К подобному приему прибегает также журналистка М. Биллард, описывая восемь портретов женщин, играющих важную роль в фирме, в своей работе «Женщины на 9 пороге занятия высшей управленческой должности в корпорации» .

Исследование под руководством В.А Суковатой проблемы участия женщин в бизнесе в Украине.¹⁰ В исследование выделяется изучение конкретных жизненных историй тех украинок, которые несмотря на неблагоприятные условия, приняли решение заняться бизнесом. Исследование не претендует на полноту охвата всех жизненных ситуаций.

4 Здравомыслова Е .Коллективная биография современных российских феминисток // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. Центр независимых социальных исследований. СПб., 1996. С. 34.

3 Силласте Г.Г. Социально-психологический облик россиянок. Доклад на 3 Международной конференции «Мужчина и женщина: меняющиеся образы и роли». 14-16 октября 1997. М., 1997.

6 Силласте Г.Г. Социогендерные отношения в период социальной трансформации России // Социологические исследования. 1994.№3 с. 15-22.

7 Laiitredou F. Femme manager specimen d'avenir. 1987. 259 p.

8 Rossman M. Breaking down barriers: Nine stories // Rossman M. The international businesswoman of the 1990-s. A guide to success in the global marketplace. N.Y. etc., 1990. P. 111-123.

9 Billard M. Women on the verge of being CEO // Business month: Corporate America's mag. N. Y., 1990. Vol. 135. №4. P.26-47.

10 Суковатая В.А. «Бизнес леди: мифы и реальность»//Социологические исследования 2002 №11

Однако позволяют увидеть как женщины предпринимательницы «вписывают» в свой жизненный сценарий реальность бизнеса. Цель работы -попытка выявления ценностных и тендерных моделей достижения «успеха», взаимозависимости между брачным статусом и достижениями в бизнесе, влияние типа брачной модели на самооценку своих достижений. В качестве методологии выбран текстуальный анализ нарративных интервью. Были опрошены женщины от 25 до 45 лет, профессионально занятые в бизнесе от 3 до 7 лет и маркирующей как «успешные». По семейному положению респондентки распределились следующим образом: около половины состоят в законном браке, при этом часть из них начала заниматься бизнесом до замужества, часть позже. Социологическое исследование, проведенное в декабре 1997г. Центром политических технологий (руководитель И.М. Бунин) по заказу Center of Independent Private Enterprise (CIPE), руководитель проекта - В.В. Радаев.¹¹ Методом анкетирования было, опрошено 227 респондентов составили женщины. Помимо анкетных данных были использованы материалы 15 интервью с женщинами предпринимателями Москвы и Новосибирска, возглавляющими фирмы в области финансов и аудита, торгово-закупочной деятельности, туризма, детского дошкольного воспитания, рекрутских услуг промышленности и др. (ноябрь 1997-февраль 1998г.) В ряде исследований было отражено, что карьера в бизнесе женщин сложнее сочетается с выполнением семейных ролей, чем карьера в полотиичной профессии¹², а также то, что успешные в деловой сфере женщины имеют специфические переживания и стратегии совмещения двух сфер.¹³

Саратовские ученые (Гордеев А.Е., Кравцова А.П., Кузнецова-Касимова Н.В., Лукьянова Е.В., Семёнова Ю.А. и др.)¹⁴ также уделяют внимание

¹¹ Барсуковая С.Ю. «Женское предпринимательство: специфика и перспективы. »//Социологическме исследовании 1999 №9

¹² Long B.C. Sex Role Orientation, Coping Strategies and Self-efficacy of Women in Traditional and "Nontraditional Occupation //Psychology of Women Quartely. 1989. V.13(3); Olson J.E. Fries I.H. Detlesen E.G. Having It Ail? Combining Work and Family Lyfe in Male and Female Profession // Sex Roles. 1990.V.23 (9-10).

¹³ См. например: Хащенко В.А., Турецкая Г.В. Социально-психологический портрет деловой женщины // Психологическое обозрение №1 (2), 1996; Журавлев А.П., Хащенко В.А., Хащенко Н.Н. Влияние фактора пола на стиль руководства производственным коллективом. // Социально-психологические резервы повышения эффективности деятельности трудового коллектива. М., ИПАН, 1989; Журавлев А.Г1., Хащенко В.А., Хащенко Н.Н. Влияние фактора пола на стиль руководства производственным коллективом. // Социально-психологические резервы повышения эффективности деятельности трудового коллектива. М., ИПАН, 1989; Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Социально психологические проблемы становления женского предпринимательства. М., ИПРАН, 1996.

¹⁴ Гордеев А.Е. «Предпринимательство как социальный элемент современной российской экономики». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 1996; Кузнецова-Касимова Н.В. Социальная роль малого и среднего бизнеса в формировании рынка труда Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 1997; проблемам предпринимательства, только в диссертационных советах при СГУ им. Н. Г. Чернышевского защищён ряд диссертаций, посвященных указанной тематике.

Исходя из вышесказанного, следует, что проблема женского предпринимательства в сфере малого и среднего бизнеса остается малоизученной и требует более глубокого и детального изучения, в том числе в разных по численности проживания городах, что и обуславливает выбор темы данного исследования.

Цель исследования состоит в том, чтобы выявить специфику социально-экономических мотиваций и факторов предпринимательской деятельности женщин в современной России.

Для реализации поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- раскрыть социально-экономические подходы к изучению женского предпринимательства;
- проследить генезис социально-экономических концепций женского предпринимательства как общественно значимого явления;
- выявить основные мотивации и факторы деятельности женщин предпринимателей, проживающих в городах с разной численностью населения;
- сравнить социально-демографический портрет женщины предпринимателя России и США;
- сформулировать практические рекомендации по активизации государственной поддержки женского предпринимательства. Объектом исследования является предпринимательство в сфере малого и среднего бизнеса.

Предметом исследования являются социально - экономические мотивации и факторы женщин предпринимателей в современной России.

Методологическую основу и теоретические источники исследования составляет структурно-функциональный подход Т. Парсонса ключевым понятием которого, является понятие «социального действия», выражающее

Лукиянова Е.В. «Предпринимательство в аграрной сфере современной России: состояние и тенденции развития». Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук, 2005; Семенова Ю. А. «Развитие малого предпринимательства в условиях формирующегося местного самоуправления современной России». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 2005; Кравцова А.П. «Предпринимательская культура в современном российском обществе». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 2000. устойчивый спонтанный результат возникающих между людьми социальных действий. Социальное действие «бизнес-леди» представляет собой универсальный способ организации социальной жизни, который возникает в результате взаимодействия на базе диктуемых социальных ролей. Понятие-структура «бизнес-леди» выявляется через совокупность устойчивых стандартизированных характеристик (возраст, место жительства, сфера деятельности и т.д.) Отличительной чертой социальных структур является то, что действующие лица выполняют определенные роли относительно друг друга. Понятие роли здесь соединяют действия, имеющие обязательную силу.

Эмпирическую базу исследования составляют материалы статистики, в том числе и по Саратовской области, результаты социологических исследований, проведенных в различных регионах страны. Наряду с этим использованы результаты авторского социологического исследования, проведенного в 2005 г. Было опрошено 181 человек, среди которых женщины-предприниматели, проживающие: в городе Москва - 39% респондентов, в городе Саратове - 49%, в поселке городского типа Александров Гай - 12%.

Научная новизна диссертационного исследования связана с актуальностью предложенной темы, постановкой проблемы, не получившей достаточно полной социологической интерпретации и освещения в научной литературе. В качестве конкретных элементов новизны выступают следующие положения:

- раскрыты социально-экономические подходы к изучению женского предпринимательства;
- предложена авторская интерпретация понятия «бизнесвумен»;
- прослежен генезис социально-экономических концепций женского предпринимательства как общественно значимого явления;
- социально-экономические мотивации и факторы женщин предпринимателей раскрыты с учётом региональных специфических особенностей городов: мегаполис Москва, областной центр Саратов, райцентр поселок Александров-Гай;
- дана сравнительная характеристика социально-демографических портретов женщины-предпринимателя России и США;
- выявлены основные мотивации и факторы деятельности женщин предпринимателей;
- сформулированы практические рекомендации по активизации государственной поддержки женского предпринимательства.

В ходе диссертационного исследования, полученные обобщения и выводы предлагаются как положения, выносимые на защиту, которые имеют не только теоретический интерес, но и практическую значимость.

1. Терминология, связанная с предпринимательской деятельностью в сознании русского человека сформировалась достаточно ясно около 15 лет назад, когда экономика России переживала трансформацию системы из административно-командной в рыночную. Перемены, связанные с переходом экономической системы внесли в русскую речь два новых понятия англоязычного происхождения «бизнесмен» и «бизнесвумен». При этом определение «бизнесмен» в экономических словарях нашло достаточно чёткое определение, а термин «бизнесвумен» фигурирует только в периодике. В работе даётся авторская трактовка понятия «бизнесвумен» - деловая женщина, предприниматель, антрепренер, лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее свое дело в целях получения прибыли. Учитывая что, в российском сознании и в экономических словарях понятие бизнес и предпринимательство существенным образом друг от друга не отличаются, понятие «бизнесвумен», отличается от понятия «предприниматель» тем, что указывают на половую принадлежность.

2. Социально-демографические портреты женщин предпринимателей России и США имеют существенные различия. В России женщины, занимающиеся предпринимательской деятельностью, имеют высшее образование, состоят в браке, имеют одного или двух детей, рожденных чаще всего до 30 лет, и пик её карьерной активности приходится на 36-40 лет. А бизнесвумен, проживающие в США, до 30 лет, строят свою карьеру на базе высшего образования, откладывая реализацию репродуктивной функции на более поздний период, и в связи с этим возможность совмещать предпринимательскую деятельность с выполнением семейных ролей удастся значительно реже.

3. Существенным фактором в формировании карьеры женщин предпринимателей является высшее образование. Большинство женщин получивших высшее образование решили строить карьеру не по принудительным причинам: «мечта всей жизни», «случайное обстоятельство», «надоело сидеть дома», «знакомые уговорили». Доля участников процесса с высшим образованием уменьшается по мере отягощения моральными и материальными обстоятельствами, такими как «тяжелое материальное положение», «осталась одна, и нужно было чем-то заняться», «нужно воспитывать детей».

4. В вопросе о половой дискриминации в сфере женского предпринимательства складывается парадоксальная картина. Большинство российских женщин предпринимателей уверены в том, что половая дискриминация существует, но лишь 4% опрошенных признались, что ч испытывали ее на себе и 20% скорее испытали, чем нет.

5. Большое значение для сложившейся демографической обстановке в стране имеет тот факт, что для женщин предпринимательниц России главной целью в жизни является продолжение рода. Карьерный рост стоит на пятой ступени по шкале жизненных приоритетов. Этот факт опровергает сложившееся в обществе мнение о том, что женщина карьеристка - свободна, независима и живет ради себя.

6. К основным направлениям государственной поддержки, позволяющим реализовывать потенциальный эффект от развития малых предприятий относятся: формирование благоприятного предпринимательского климата; устранение нормативно-правовых, административных и организационных барьеров; расширение доступа малого предпринимательства к финансовым ресурсам; развитие лизинга оборудования и технологий; системное развитие инфраструктуры для предоставления малым предприятиям интегральной финансовой, материальной, информационной, консультационной и организационно-методической помощи.

Теоретические положения, методологические подходы, практические результаты, предложения и рекомендации, содержащиеся в диссертации, излагались и обсуждались на научных конференциях преподавателей, аспирантов и докторантов социологического факультета СГУ, а также на Всероссийской научной конференции «Социальные идеалы в стратегиях общественного развития», которая проходила в ноябре 2004г. в Институте социального и производственного менеджмента Саратовского государственного технического университета, и отражены в шести публикациях.

Диссертация обсуждена на заседании кафедры социологии регионов социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского и рекомендована к защите.

Диссертация состоит из введения, двух глав, содержащих 5 параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Заключение диссертации по теме "Социология -- Социология семьи, брака, родства. Социология пола и половых отношений -- Социология женщин", Абриталина, Анастасия Сергеевна

Заключение

Подводя итоги проведенного исследования, надо отметить, что на сегодняшний день исследования проблемы женского предпринимательства проводятся различными методами: методом построения индивидуальных и коллективных портретов; биографическими методами; аксиобиографической методикой; методом мягкого интервью; традиционными социологическими и социально-психологическими методами. Споры о том, какие методы изучения реальности являются более валидными и надежными, и в связи с этим затянущееся противостояние количественных и качественных методов, представляются скорее теоретической, нежели практической проблемой. Как те, так и другие методы обладают своими недостатками, однако отображение «предмета реальности» как в том, так и в другом случае, имеет свой фокус. Автор в своем исследовании использовал традиционные социологические и социально-психологические методы. Исследования по изучению женского предпринимательства с использованием формализованных анкетных измерений позволяют через ответы «да - нет» вскрывать важные закономерности становления этого процесса.

Опираясь на формализованный анкетный опрос, в диссертационном исследовании удалось установить некоторые мотивационные причины прихода женщин в бизнес, стимулирующие и сдерживающие факторы развития бизнеса, а также влияние профессиональной предпринимательской деятельности на семейную жизнь женщин. Статистически надежные тенденции позволяют увидеть общее направление движения того или иного процесса, чего не может обеспечить ни один из качественных методов, хотя бы потому, что не ставит перед собой задачу массового измерения явления, а ограничивается относительно небольшими выборками.

В результате проведенной интерпретации и операционализации понятий связанных с исследуемой проблемой женского предпринимательства, сформулировано новое понятие «бизнесвумен».

«Бизнесвумен» - деловая женщина, предприниматель, антрепренер, лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее свое дело в целях получения прибыли. По результатам проведенного исследования вырисовывается портрет женщины предпринимателя в России. Бизнесвумен это женщина среднего возраста которой 36-40 лет, с высшим образованием, состоящая в браке и воспитывающая одного или двух детей. Гипотеза о том, что бизнес женщина в возрасте 36-40 лет, не состоящая в браке и воспитывающая одного или двух детей одна, подтвердилась лишь частично. Средний доход на одного члена семьи женщины предпринимателя от 5 до 10 тысяч рублей. Сферу деятельности для построения карьеры женщины чаще выбирают в торговле и услугах. В подчинении руководителей слабого пола, как правило, не более 10 подчиненных, работой которых она удовлетворена. Причины, по которым большинство респондентов занялись бизнесом - тяжелое материальное состояние или случайное обстоятельство, что частично доказало выдвинутую гипотезу. Большинство использующих демократический стиль управления, принимают решения, учитывая мнения подчиненных. В условиях пребывающей в стране рыночной экономики необходимым движущим стимулирующим элементом бизнеса является конкуренция, только, по мнению опрошенных женщин предпринимателей, подобное обстоятельство скорее препятствует развитию бизнеса. В отношении с

партнерами респонденты стараются не конфликтовать. Опыт работы большинства женщин в бизнесе от 3-6 лет, чуть меньшее количество занимается бизнесом от 7-14 лет. К стимулирующим развитие бизнеса функциям респонденты относят по степени убывающей значимости следующие: налаженные связи в деловом мире; авторитет профессионалов, подтвержденный опытом; социально-экономическая обстановка в стране; поддержка влиятельных лиц; не загруженность семейными делами; помощь друзей; весомое положение в обществе; отсутствие детей и необходимость ухода за ними; помощь криминальных структур. Ко внутренним факторам стимулирующим развитие бизнеса в убывающей значимости бизнесвумен относят: общительность; настойчивость в достижении цели; воля и энергия; упорство и постоянство; обаяние; «легко внушаю доверие»; интеллект; умение оценивать людей; восприимчивость к инновациям; дипломатичность; умение постоять за себя; умение «подать себя»; эффектная внешность; жесткость и бойцовские качества. При распределении мнений респондентов на вопрос о внешних препятствиях, влияющих на предпринимательскую деятельность в убывающей значимости расставили следующие факторы: налоговое бремя; экономическая нестабильность в стране; отсутствие поддержки со стороны государства; конкуренция; противоречивость законов о предпринимательстве; «отсутствие связей в деловом мире»; неважное здоровье и необходимость ухода за детьми; недостаток финансов; «криминальные структуры». Среди внутренних факторов препятствующих для развития бизнеса на первое место вышел такой фактор как: законопослушность, а далее по степени уменьшения значимости: недостаток бойцовских качеств; недостаток опыта; консервативность; непостоянство; отсутствие стойкости и выдержки; недостаток воли и энергии. В вопросе о дискриминации больше половины женщин уверены, что она существует, но в реальности сильно испытали ее на себе только 4%, скорее испытали, чем нет 21%. При распределении мнений респондентов по поводу профессиональных качеств наиболее важным оказалось - умение налаживать контакты с людьми. Что касается личностных качеств респондента, на первом месте оказалась интуиция. Главным жизненным принципом для большинства женщин было и остается материнство, а карьерный рост на последнем месте по рейтингу ответов. С утверждением о том, что семейная жизнь страдает, когда женщина работает большинство респондентов не согласно.

В вопросе о помощи женщине по дому выясняется, что в большей степени все ложится на плечи женщины, то есть самый распространенный ответ «успеваю все сама». При распределении мнений опрашиваемых о месте проведения досуга выяснилось, что большую часть свободного времени проводят с друзьями и семьей, иногда посещают рестораны, театры, кино, казино, ночные клубы.

В целом можно сказать, что женское предпринимательство еще относительно молодо, так как у 60% респондентов опыт работы в сфере предпринимательства только до 6 лет. При этом так же стоит учитывать, что рыночная экономическая система России значительно моложе, чем система западных стран. При выявлении причин приведших женщин в сферу предпринимательства, выяснилось, что большинство женщин занялись предпринимательством по причине тяжелого материального положения. Заметим, что в одной из гипотез предполагалось, что женщины занялись предпринимательством по случайным обстоятельствам. Гипотеза опровергнута.

Основная проблема предпринимателей находится за рамками бизнеса. Большинство респондентов отметили, что налоговая политика является основным наболевшим вопросом в деятельности предпринимателей. Рассматривая влияние различных факторов на процессы, протекающие в женском предпринимательстве можно сделать следующие выводы:

Согласно демографическим данным о составе народов населяющих г. Москву складывается картина многонационального мини-государства. Большое количество эмигрантов с разных регионов России приезжают в Москву, чтобы построить свою карьеру. Смена места жительства для любого человека это шаг очень ответственный и чаще всего вынужденный, который обуславливается чаще всего стремлением к самореализации, увеличению собственного дохода и во многих случаях духом авантюризма, что подтверждается фактами проведения исследования на примере ответов респондентов проживающих в г. Саратове. Если учитывать тот факт, что большая часть женщин руководителей имеет высшее образование, а пик карьерной активности приходится на возраст от 36-40 лет, то из этого вытекает, что при большей возможности самореализоваться в Москве, чем в Саратове, женщины эмигрируют в столицу России. Что касается г. Саратова, то возраст женщин-предпринимателей значительно меньше по сравнению с Москвой. Это говорит о наибольшей активности женской части молодого поколения. Поселок городского типа Александров Гай имеет картину возрастной характеристики респондентов схожую с г. Москва, то есть женщина переживает пик карьерной активности от 36-40 лет, что обуславливается скорее сдерживающими факторами карьерного роста. На плечи женщин такого рода поселения ложится еще большее количество забот по хозяйству, по сравнению с женщинами предпринимателями проживающими в городе.

Больше 50% респондентов с высшим образованием решили строить карьеру по не принудительным причинам: мечта всей жизни, случайное обстоятельство, надоело сидеть дома, знакомые уговорили. Доля участников процесса с высшим образованием уменьшается по мере отягощения моральными и материальными обстоятельствами, такими как тяжелое материальное положение, осталась одна и нужно было чем-то заняться, нужно воспитывать детей. Отягощающие обстоятельства в принятии решения заняться бизнесом актуальны в большей степени для людей со средним, средним специальным и незаконченным высшим образованием. А для респондентов с неполным средним образованием по итогам исследования причиной построения карьеры было одно обстоятельство -осталась одна и нужно было чем-то заняться. Значит, образование респондента сильно повлияло на причину подтолкнувшую респондентов заняться бизнесом.

Идущих к своей цели по причине «это мечта моей жизни» бизнесумен в наибольшей концентрации наблюдается в г. Саратове, а в наименьшей концентрации в г. Москве. Для женщин строящих карьеру в г. Москве, главной причиной подтолкнувшей заняться бизнесом стало тяжелое материальное положение, равно как и в поселке городского типа Александров Гай. Такая причина как «случайное обстоятельство» сыграла решающую роль в формировании карьеры респондентов проживающих в г.Саратове.

Большинство женщин находящихся замужем занялись бизнесом по причине тяжелого материального положения, это говорит о том, что в их семьях мужа не играют роли добытчиков и не служат основным источником семейных доходов, как принято считать в обществе разделение семейных ролей, то есть можно сказать о трансформации института семьи в которой, женщина занимается предпринимательской деятельностью. Для респондентов находящихся в тяжелом моральном состоянии, связанным с разводом, не состоящих в браке или овдовевших причиной для создания бизнеса послужили уговоры знакомых. Респонденты, находящиеся в гражданском браке люди наиболее демократического склада мышления занялись бизнесом в большей степени по причине удачного стечения обстоятельств, адаптируясь к изменяющимся условиям экономической реальности, но на втором месте стоит причина «нужно воспитывать детей», что подтверждает тот факт, что отцы детей рожденных в гражданском браке менее

ответственно подходят к вопросам воспитания и содержания семьи. Размышляя на тему о счастье женщины, на основе полученных данных о том, что в большей степени женщина может позволить себе мечтать, находясь в браке, можно сделать вывод, что замужние женщины наиболее счастливы по сравнению со всеми остальными.

Максимальное количество респондентов, в размере 45% от общего количества опрошенных, испытавших на себе половую дискриминацию в той или иной форме находятся в возрастном периоде от 31 до 35 лет. В возрасте от 36 до 40 лет респонденты на вопрос о половой дискриминации ответили отрицательно в наименьшей доле к опрошенным. Этот факт доказывает гипотезу о том, что в возрасте от 31 до 45 лет женщина в своей карьере проходит этап продвижения по карьерной лестнице наталкивается на череду входящих барьеров со стороны противоположного пола в бизнес. Возрастная группа от 46 до 50 менее всего испытывает на себе дискриминацию, а возрастная группа более 50 лет в размере 72% ответили вообще отрицательно на вопрос о присутствии в их карьерном росте половой дискриминации. Данные исследования послужили доказательством гипотезы о том, что в период от 45 до 55 лет женщины проходят этап сохранения в своей карьере, занимая свою нишу на рынке, имеют определенный статус в бизнес кругах и уважение. Значит, возрастные характеристики повлияли на половую дискриминацию респондентов, но не в большой степени.

Ни для кого не секрет, и исследование это подтверждает, что главной целью в жизни все-таки является продолжение рода, в большей степени для замужних женщин, но ряд женщин состоящих в другом положении, также присоединяются к этому мнению. На втором месте стоит возможность делать то, что нравится и опять большую часть опрошенных респондентов в этой области составляют женщины замужем. Чуть меньшая часть респондентов не замужем, чем замужем считают своей главной жизненной ценностью удачный брак. И почти в равных долях распределилось единое мнение между замужними, не замужними и разведенными в отношении преумножения капитала. И что самое важное женщины, для которых главной жизненной ценностью является карьерный рост все замужем. Этот факт опровергает сложившееся в обществе мнение о том, что женщина карьеристка - свободна, независима и живет ради себя.

С возрастом происходит переосмысление жизненных ценностей. Для женщин занятых предпринимательством такая жизненная ценность как материнство с возрастом приобретает все большую ценность. Об удачном браке респонденты чаще думают до 30 лет и вспоминают в возрасте от 41 до 45 лет и свыше 50 лет. Несмотря на то, что причиной заняться бизнесом для большинства стало тяжелое материальное положение. Такая главная жизненная ценность как преумножение капитала не превышает 24% в возрастной группе от 31 до 35 лет. Женщин предпринимательниц, предпочитающих жить в свое удовольствие и делать то, что нравится во всех возрастных категориях в среднем по 12%. Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что связь между возрастными характеристиками респондента и его жизненными ценностями достаточно сильная. Значит, возрастные характеристики лишь в некоторой степени повлияли на жизненные ценности респондента.

На основе анализа воздействия образовательного уровня респондентов на мнение о совместимости семейной жизни и работы можно сделать следующие выводы: концентрация полностью и частично согласившихся с мнением о негативном влиянии подобной занятости женщины на семейную жизнь возрастает по мере уменьшения образовательного уровня, следовательно, связь между образованием респондента и взаимоотношениями в семье прямая и сильная.

Подводя итоги вышеизложенной зависимости можно сделать вывод, что влияние возрастных характеристик на мнение о совместимости работы женщин и семьи, оказалось прямым, с увеличением возраста увеличивается количество согласившихся респондентов с утверждением о негативном воздействии занятости женщины предпринимательской деятельностью на семейную жизнь. Это говорит о том, что между возрастными характеристиками и совместимости семейной жизни и работы связь прямая и слабая. Значит влияние возрастных характеристик на совмещения работы и семейной жизни в значительной мере слабое. Возможно, что на совместимость семейной жизни и работы повлиял более сильный фактор.

Надо отметить, что концентрация затрудняющихся ответить на вопрос о стиле управления увеличивающихся с уменьшением образовательного уровня, это говорит о том, что данная категория респондентов либо не задумывалась над этим вопросом, либо использовали смешанный стиль. Интересен тот факт, что действующих властно в управлении в наибольшей концентрации находится в группе с незаконченным высшим образованием, это говорит о том, что скорее всего это группа респондентов, которая берет не умом, а силой характера. Этот способ управления может быть актуален во все времена. Таким образом, между образовательным уровнем респондента и способом управления связь слабая, но есть.

Интересен тот факт, что авторитарный стиль управления используют женщины руководители, преимущественно в возрасте более 45 лет. Это период, когда прошел пиковый момент карьерного роста, и наступило состояние, в котором важно удержание позиции, видимо именно поэтому респондентами прибегают к стилю авторитарного управления. Наиболее демократичной в стиле управления оказалась возрастная группа от 31 до 35 лет. Это период становления в карьерном росте. Это говорит о том, что между возрастными характеристиками и выбранным способом управления связь прямая и слабая. Значит, возрастные характеристики в малой степени повлияло на выбор управления. Возможно, что на выбранный способ управления повлиял другой более сильный фактор, который не вошел в исследование, но дает повод провести более подробное исследование вновь.

На основе анализа проведенного исследования и сложившейся в нашей стране ситуации разработана программа активизации господдержки направленная на развития женского предпринимательства. Основные положения активизации государственной поддержки женского малого бизнеса следующие: государственная поддержка создает условия, при которых малые предприятия закрепляют свои позиции в экономике, начинают самостоятельно развиваться и оказывать влияние на социально -экономические показатели региона, а затем и страны в целом.

К основным направлениям государственной поддержки, позволяющим реализовывать потенциальный эффект от развития малых предприятий относятся: формирование благоприятного предпринимательского климата; устранение нормативно-правовых, административных и организационных барьеров; расширение доступа малого предпринимательства к финансовым ресурсам; развитие лизинга оборудования и технологий; системное развитие инфраструктуры для предоставления малым предприятиям интегральной финансовой, материальной, информационной, консультационной и организационно-методической помощи и т.д.

Развитие малого предпринимательства в ближайшие пять лет, в значительной мере будет зависеть от масштабов его финансовой поддержки со стороны государства и от нескольких условий: первое условие связано с формированием благоприятного

предпринимательского климата; второе условие - необходимость скорейшего и резкого уменьшения налоговой нагрузки, прежде всего для начинающих предпринимателей; третье условие - необходимость концентрации финансовых средств, поступающих на поддержку малых предприятий из федерального и региональных бюджетов; четвертое условие - налаживание межведомственной координации и установление контроля в сфере малого предпринимательства на федеральном уровне за реализацией решений президента РФ; пятое условие - активизация потребительского спроса и постепенное преодоление доминирующего консервативного типа потребительского поведения.

Список литературы диссертационного исследования кандидат социологических наук Абриталина, Анастасия Сергеевна, 2006 год

1. Айвазова С.И. Женское движение и политика/ Массовые движения в современном обществе. М., 1990. С.117-125;
2. Айвазова С. К истории феминизма/ЮОбщественные науки и современность, 192, N 6;
3. Айвазова С. Идеиные истоки женского движения в России/ЮОбщественные науки и современность, 1991, N 4;
4. Бабаева Л.В. Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь// Российский общественный научный фонд. Научные доклады 34. М., 1996.
5. Барсуковая С.Ю. «Женское предпринимательство: специфика и перспективы»// Социологические исследования 1999 №9
6. Батыгин Г.С. , Девятко И.Ф. Миф о качественной социологии// Социологический журнал. 1994. № 2. С. 28-43.
7. Белановский С.А. Сравнительный анализ свободного и формализованного интервью в социально-экономических исследованиях // Сравнительный анализ и методика социологических исследований. М: Институт социологии АН СССР, 1989. С. 121.
8. Бизнесмены России. 40 историй успеха М.: ОКО, 1994
9. Бовуар С., де. Второй пол. Введение//Иностранная литература, 1993, N 3;
10. Ю.Боханов А.Н. Деловая элита России 1914 г. М.: Институт российской истории РАН, 1994.
11. П.Бурыйшкин П. Морозовы // 1000 лет русского предпринимательства. М.: Современник, 1995. С. 142
12. Биографический метод: История. Методология и практика. / Под редакцией Е. Мещеркиной, В. Семенов. М.: Институт социологии РАН, 1994. С. 147.
13. Вардомацкий А.П. Аксио-биографическая методика // Социологические исследования. 1991. №7. С.80
14. И.Васильева М.Н. Использование мягких интервью в социологии (на примере изучения социо-ментальных систем). Автореферат диссертации. М.: МГУ, 1997

15. Вертячих А, Капитал в Архангельске: вчера, сегодня, завтра. М: «Крипто-логос», 1994. С.55
16. Воронина О.А. Идеология феминистского движения//США: Экономика.Политика.Идеология. 1980,
17. Воскресенская Н.С., Овсянникова Н.Д. Регион Верхней Волги в период империализма. Калинин, 1979. С.7.
18. Гавлин М.И. Из истории российского предпринимательства: династия Мальцевых. М.: ИНИОН 1997. С.9-12.
19. Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. СПб.: Центр независимых социальных исследований, 1996.
20. Гендерные аспекты социальной трансформации. М., 1996.
21. Гордеев А.Е. «Предпринимательство как социальный элемент современной российской экономики». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 1996.
22. Давыдов Л.В. Проблемы применения метода интервью в социологических социально-психологических и комплексных прикладных исследованиях // Активность человека в системах управления. М.: РАУ, 1990.
23. Дедерихс М.Р. Хиллари Клинтон и власть женщин: Пер. с нем. М.: ЦСЭИ, 1995. С. 228
24. Декларация Пекинской Конференции (Пекин 4-15 сентября 1995 г.) ООП-А/Conf. 177/20. С. 11.
25. Ефремова О.И. Женщина и успех. Женщина элегантного возраста. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. С. 198-20
26. Женщины в бизнесе. М.: ИНИОН РАН, 1993 . С. 62
27. Иванин Н.А. Кошелев А.С. Заводская сторона: очерки истории Дятьковского промышленного района. Тула, 1983. С. 15-16, 18, 568.
28. Исполатова С. Самосознание женщины как фактор обновления общественного строя. Речь на Первом Всероссийском женском съезде в декабре 1908г.// Женщина и Земля, 1992, март. С. 46.
29. Корель Л.В. Бизнес леди. Новые возможности или новые ограничения // ЭКО 1998 №7
30. Константинов а В. Интерактивное интервьюирование: концепция Энн Оукли //Материалы семинара «Возможности использования качественной методологии в тендерных исследованиях». М., 1997. С. 135-144.
31. Кузнецова-Касимова Н.В. Социальная роль малого и среднего бизнеса в формировании рынка труда Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 1997.

32. Клименкова Т.А. Философские проблемы неофеминизма 70-годов//Вопросы философии, 1988, N 5;
33. Коллонтай А.М. Избранные статьи и речи. М.,1972. С.61.
34. Кравцова А.П. «Предпринимательская культура в современном российском обществе». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 2000.
35. Концепция улучшения положения женщин в Российской Федерации. Утверждена Постановлением Правительства РФ от 8 января 1996 г. № 6. С. 1
36. Локшина Э.Х., Часова Т.Д. Социально-экономические проблемы предпринимательства: адаптация женщин, организационное обеспечение. СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 1994.
37. Либоракина М. Женщина, собственность, благотворительность // Деньги и благотворительность. 1996. №1
38. Лукьянова Е.В. «Предпринимательство в аграрной сфере современной России: состояние и тенденции развития». Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук, 2005.
39. Малышева М. Способы кодирования и анализа качественных данных // Возможности использования качественной методологии в тендерных исследованиях. М-лы семинаров. Часть I. М., 1997. С. 66.
40. Материалы для оценки недвижимых имуществ Тверской губернии. Тверь, 1906. Вып.7
41. Малютина Т. Женское предпринимательство: проблемы, перспективы // Бизнес и политика. 1997. № 9. С. 57
42. Малое предпринимательство в Саратовской области. 2003год. Статистический сборник. Саратов, 2004
43. Мишель-Альдер Э. Стиль женского руководства. Лекция. Высшая коммерческая школа МВЭС. М., 1991.
44. Ноэль Э. Массовые просы. Введение в методику демоскопии. М., 1978. С. 54-56.
45. Пекинская декларация ООН. Доклад Четвертой Всемирной конференции по положению женщин (Пекин, 4-15 сентября 1995 года). С. 156-158.
46. Орлова Е.В. «Социальная эффективность предпринимательской деятельности в трансформирующемся российском обществе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук. Саратов, 2003.
47. Пизан К., де. Книга о Граде Женском/ Пятнадцать радостей брака и другие сочинения французских авторов XIV-ХУвв.М.,1991.
48. Проблемы женской безработицы в России. Материал подготовлен Федеральной службой занятости. М., 1996. С. 1.

49. Предприниматель и благотворительность// Деньги и благотворительность. 1996. № 1.С. 18-23.
50. Погосян Г.А. Метод интервью и достоверность социологической информации. Ереван: Институт философии и права, 1985.
51. Погосян Г.А. Интервьюер как источник экспертной информации// Социологические исследования. 1981. № 4. С. 158
52. Постановление Правительства РФ № 1024 от 9 сентября 1999г.
53. Рабочие в фабричной промышленности // Россия в конце XIX века. Под общей ред. В.И. Ковалевского. СПб., 1900. С. 560-565.
54. Римашевская Н. Тендерные аспекты социально-экономической трансформации в России // Социальные последствия рыночных реформ в России. М, 1997, с.150.
55. Рыбников Н.А. Биографический метод. М., 1918.
56. Рощин С., Рощина Я. Мужчины, женщины и предпринимательство // Человек и труд. 1994, № 2.
57. Самарцева О.К., Татарникова Ю.В. Женщины в бизнесе: мотивация и ценностные ориентации // Социальная феминология. Самарский государственный университет. Самара, 1997. С.58.
58. Семенова Ю. А. «Развитие малого предпринимательства в условиях формирующегося местного самоуправления современной России». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Саратов, 2005.
59. Сильвия Энн Хьюлит «Деловые женщины и миф о том, что можно иметь все» М. 2002г.
60. Силласте Г.Г. Женские элиты России: эволюция и особенности // Политические элиты. Состояние и перспективы становления. М: РАУ, 1993.
61. Силласте Г.Г., Кожамжарова Г. Ж. Социальная дискриминация женщин как предмет социологического анализа. // Социс. 1997. № 31.
62. Силласте Г.Г. Социогендерные отношения в период социальной трансформации России. // Социс. 1994. № 3.
63. Силласте Г.Г. Социально- психологический облик россиянок. Доклад на 3 Международной Тендерной Конференции "Мужчина и женщина: меняющиеся роли и образы". 14-16 октября 1997. М., 1997.
64. Силласте Г. Г. Тендерная социология как частная социологическая теория. (Будущее России и новейшие социологические подходы. Материалы конференции. Москва, 10-12 февраля 1997 г. Ч. II. С. 7).
65. Статистический сборник «Женщины России». М.: Госкомстат, 1995. С. 19, 29,33.

66. Смелзер Н. Социология / Пер. С англ. М., 1994. С. 330.
67. Сенека Фоллз (Seneca Falls) город в штате Нью-Йорк - считается местом рождения американского феминизма, здесь в июле 1848 г. была принята первая конвенция по правам женщин - прим. ред.
68. Социальная психология. Под ред. А.М.Столяренко М. 2001. С. 536
69. Суковатая В.А. «Бизнес леди: мифы и реальность» // Социологические исследования 2002 №11
70. Теория и методология тендерных исследований. Курс лекций / Под общ. ред. О.А. Ворониной. М.: МЦГИ, 2001, с. 139
71. Теория и методология тендерных исследований. Курс лекций / Под общ. ред. О.А. Ворониной. М.: МЦГИ, 2001, с. 132.
72. Теоретическая и прикладная социальная психология / Отв. ред. Уледов А. К.-М, 1998. С. 31-32.
73. Учет тендерных факторов в процессе принятия экономических решений // Хроника ООН, ноябрь 1995. Т. XXXVI. №2. С. 45.
74. Феминизм: проза, мемуары, письма. Под ред. М.Шнеир. М., 1992;
75. Фриден Б. Загадка женственности. М, 1994;
76. Феминизм: перспективы социального знания. М, 1992;
77. Феминизм: Восток. Запад. Россия. М., 1993;
78. Феминизм: проза, мемуары, письма. С. 392, 407.
79. Фурье Ш. Теория четырех движений и всеобщих судеб. М., 1938. С. 174.
80. Хасбулатова О.А. Опыт и традиции женского движения в России (1860-1917). Иваново, 1994;
81. Хасбулатова О. Указ. соч. С. 104; Stites R. Op.cit. P. 203
82. Чамокова Э.А., Чеснокова В.Ф. Фокусированное интервью в исследовании восприятия искусства. М.: НИИ культуры РСФСР, 1977
83. Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы. М.: Изд-во Института социологии РАН, 1998, с. 28.
84. Щербин Л.И. Карьера женщины: ее смысл и значение // Социальная феминология. Самарский государственный университет. Самара, 1997. С. 52.
85. Щербин Л.И. Карьера женщины: ее смысл и значение // Социальная феминология. Самарский государственный университет. Самара, 1997. С. 52

86. Эванс С. Рожденная для свободы. С. 101-152; Феминизм: проза, мемуары, письма. С.384-407.
87. Юлиа Н.С. Проблемы женщин: философские аспекты (феминистская мысль в США) //Вопросы философии, 1988, N5.
88. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы М., 1987.91.1000 лет русского предпринимательства. М.: Современник, 1995. С. 298.
89. Lautredou F. Femme manager specimen сTavenir. 1987. 259 p.
90. Rossman M. Breaking down barriers: Nine stories // Rossman M. The international businesswoman of the 1990s. A guide to success in the global marketplace. Women in business: A world of opportunity. N.Y. etc., 1990.
91. Billard M. Women on the verge of being CEO // Business month: Corporate America's mag. N. Y., 1990. Vol. 135. №4. P.26-47.
92. Rokeach M. Trie nature of human values. New York London, 1973.
93. Allport G. W. Vernon P.E. Lindsey C. Study of values. 3-d ed. Boston: Houghton Mifflin. 1960.
94. Kelly. G.A. The psychology of personal constructs. Vol. 1. New York: Norton, 1955.
95. Osgood C.E. Method and Theory in Experimental Psychology. New York: Oxford Univ. of Nebraska Press, 1953.
96. Thomas W., Znaniecki F. The polish peasant in Europe and America. Volumes 1-5. 1918-1920.
97. Selltiz C. Research Method in Social Relations, Metlluen, London. 1965.
98. Henson R.M., Cannel C F Lawson S A Ehhecls ot interviewer style on quality of reporting in a survey intervien // Journal in Psychology. 1976. Vol. 93. №2.
99. The research interviews. Uses a. Approaches (M. Brenner. Ed.) London, 1985.
100. Feminism and History .Ed. by Scott J.W. London, 1996;
101. Banks O. Faces of Feminism. Basil Blackwell,1993;
102. Rendall J. The Origins of Modern Feminism: Women in Britain, France and the United States, 1780-1860. London, 1989;
103. Rowbotham Sh. Women in Movements:Feminism as a Social Action. London, 1992;
104. Feminism in Our Time. Ed. by M.Schneir. N.Y.,1994;
105. Stites R. The Women's Liberation Movement in Russia:Feminism, Nihilism, and Bolshevism, 1860-1930. New Jersey,1990;

106. Kaplan G. Contemporary Western Feminism. New York, 1992;
107. Lerner G. The Creation of Feminist Consciousness. New York, 1993;
108. Rowbotham Sh. Op.cit. P. 168; Rendall J.Op.cit. P.2.
109. Becker G. The Economics of Discrimination. 2nd ed. Chicago, University of Chicago Press, 1971.
110. Fergusson Moira (ed.). First Feminists: British Women Writers, 1578-1789. Bloomington, 1975; Smith, Hilda. Reason's Disciples: Seventeenth Century English Feminists. Univ.of Illinois Press, 1982.
111. The Blackwell Twenties-Century Dictionary of Social Thought. Ed.by T.Bottomore. New York,1995. P.712.
112. Rendall J. Op.cit.; Tuttle L. Op.cit. P.370; Feminism. A Reader. Ed.by M.Humm. New York, 1992. P. 1-2.
113. Rendall J. Op.cit.; Kelly J. Women, history, and theory. The University of Chicago Press, Chicago, 1984. P.96. Tuttle L. Encyclopedia of Feminism. Longman, 1986.P.107.

Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat

<http://www.dissercat.com/content/zhenskoe-predprinimatelstvo-sotsialno-ekonomicheskie-motivatsii-factory#ixzz3FLPRaFwR>