

Статьи и сообщения

**БИЗНЕС-ЛЕДИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА:
ВЫБОР ЖИЗНЕННОЙ СТРАТЕГИИ**

Караханян Н.Ю., Клушина И.В.

Российский государственный социальный университет, филиал в г. Майкоп,
Россия

Аннотация. В статье рассматриваются причины и мотивы выбора жизненной стратегии бизнес-леди в условиях современного российского общества.

Ключевые слова: бизнес-леди, мотив, российское общество.

Феномен деловой женщины стал неотъемлемой частью жизни современной России. По данным Ассоциации женщин-предпринимателей России, на долю женщин приходится около 30 % руководящих постов в производственной и социальной сферах. Российские женщины все чаще становятся предпринимателями, все больше проникают в традиционные сферы мужской деятельности (бизнес, политику, управление, рекламно-издательское дело, финансы, СМИ). Средства массовой информации способствуют формированию образа деловой женщины, преподносят его как новый социальный идеал. При этом образ успешной женщины в сфере бизнеса сводится, как правило, к властной, сильной, независимой женщине, которая четко представляет свою жизненную стратегию и все делает для того, чтобы ее реализовать. Однако и средства массовой информации, и общество недостаточно представляют себе те трудности, с которыми сталкивается деловая женщина в российском обществе.

Несмотря на имеющиеся социологические, гендерные исследования участия женщин в предпринимательской деятельности, данная проблема не потеряла своей научной значимости.

Целью данного исследования является выявление положения женщин в бизнесе, мотивов, определяющих выбор их жизненной стратегии, а также существующих в современном российском обществе укоренившихся стереотипов о бизнес-леди.

В первую очередь обратимся к определению в целом положения и роли женщин в России. Привычное представление о том, что главное место женщины у домашнего очага в заботах о детях трансформировалось. Исследо-

вания последних лет показывают, что треть женского населения страны однозначно ставит на первое место в жизни работу и карьеру, а не материнство [1]. По сравнению с 2003 г. деловая, материально независимая дама стала вдвое популярнее хранительницы домашнего уюта. Подобную перемену настроений объясняют тем, что механизмы социальной защиты, которые существовали в Советском Союзе, при всей их неэффективности позволяли женщинам быть просто матерями и иметь гарантию выживания. Сейчас, в условиях рынка, редкая женщина может позволить себе не работать, а совмещать работу и семью получается далеко не у всех. В результате значительная доля женщин вынуждена выбирать работу и материальный достаток. Одним из следствий такого выбора является падение рождаемости.

Современное общество расширило возможности россиянок добиться делового успеха, многие из них поняли, что им это по силам. В то же российские мужчины в большинстве своем смотрят на перспективы женщин в бизнесе скептически: лишь 13 % согласились с тем, что женщине сегодня нужно, прежде всего, быть «деловой» (среди женщин — сторонников такой точки зрения — оказалось в три раза больше) [2]. Скорее всего, такой низкий показатель среди мужчин продиктован еще актуальным стереотипом о том, что бизнес — сугубо мужское дело. Однако многочисленные исследования в данной области показали — современная рыночная экономика более не нуждается в преимущественно напористом, силовом, даже несколько агрессивном «мужском подходе» к решению бизнес-задач. Предпочтительнее оказывается гибкий, взвешенный, креативный «женский подход», не лишенный, кстати, амбиций и желания добиться максимального успеха.

Интенсивное вовлечение женщин в предпринимательскую деятельность накладывает явный отпечаток и на семейную жизнь. Большинство деловых женщин считают себя лидерами в супружестве. В то же время почти половина из таких женщин ощущают потребность быть настоящей женщиной — слабой, незащищенной, чувствительной. Конечно, подобные «домостроевские» эмоциональные настроения не всегда эффективны при деловых отношениях, особенно с мужчинами, которые чутко улавливают момент, когда женщина готова уступить в бизнесе, и пользуются этим. Мужчины, зачастую более свободно ориентируясь в вопросах деловых отношений, чаще прибегают к интенсивной экспансии и даже авантюрам, которые, впрочем, могут привести к краху предприятия или фирмы. Такая ситуация предъявляет к женщине повышенные требования: оставаясь женщиной, проявлять деловые, «мужские» качества.

Особенно заметен интерес женщин к участию в предпринимательской деятельности среди молодежи. Не случайно опросы показывают, что около 20 % девушек в возрасте от 16 до 19 лет считают, что они в состоянии открыть собственное дело [3]. При этом сохраняется стереотип, что женщина сама в состоянии добиться успехов, без поддержки состоятельного покровителя или родителей. Причем недоверие это ощущается как со стороны мужчин, так и женщин. Общественное мнение формирует предвзятое, искаженное восприятие данной категории женщин, которые встречаются зачастую не-

адекватное к себе отношение в виде зависти, сомнений в их способностях, злой иронии и ожидания их полного краха.

В декабре 2006 г. в г. Белореченске нами проводился социологический опрос женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью [4]. Результаты опроса подтвердили итоги общероссийских исследований, в частности, в сфере мотивации женщин, выбирающих бизнес. Опрос показал, что 45 % респондентов главным мотивом выбора их жизненной стратегии определили «стремление к достижению материального благополучия», другие 45 % рассматривают свою деятельность как самый быстрый способ обретения независимости. Наконец, оставшиеся 10 % респондентов считают бизнес той сферой, где они могут максимально проявить свои способности, определяют для себя предпринимательскую деятельность как наиболее интересный и привлекательный.

Таким образом, вступая в эту сферу деятельности, подавляющее количество женщин руководствовались необходимостью обрести стабильный источник дохода и личностную независимость, получаемую через финансовую свободу. Также бизнес позволил этим женщинам мобилизовать все свои внутренние ресурсы: имеющуюся энергию, талант, способности — и направить в нужное русло ради достижения своих целей. Вероятно, именно поэтому 75 % опрошенных сказали, что ничего не хотят менять в своей жизни.

Также проведенный опрос позволил выяснить, что 95 % респондентов испытывают трудности относительно бытовых тягот. Если провести сравнительный анализ положения деловых женщин в США и в России, то окажется, что и у наших, и у западных женщин возникла проблема совмещения ролей «дом-работа». Проблема эта ощущается одинаково остро, но проявляется по-разному, т.к. материально-бытовые условия большинства наших женщин несопоставимы с условиями большинства американок, а службы сервиса в Америке помогают решать данную проблему более эффективно [5].

Таким образом, общим и для российских, и для американских женщин является активное участие в сфере экономики и выход за пределы «внутренней» домашней сферы во «внешнюю», когда женщины делят роль «добытчика» наравне с мужчинами. Однако для современных российских женщин необходимость этой роли проступает гораздо четче, явственнее, т.к. большинство российских семей нуждаются в заработках обоих супругов. В то же время мужские роли не изменились так сильно, как женские: мужчины не включились в домашние дела так активно, как женщины в работу, что вылилось для женщин в проблему совмещения ролей, ограничивающую возможность их профессионального роста. Современное развитие российского общества демонстрируют большую эмоциональную устойчивость, в некоторой степени превосходство женщин в их способности адаптироваться к стремительным изменениям, готовности бороться за достойное существование своей семьи. В этой ситуации мужчины должны изменить себя, если они не хотят оказаться в роли аутсайдеров.

Примечания:

1. **Всероссийский опрос «Ромир мониторинг» [Электронный ресурс].** Режим доступа: <http://www.izvestia.ru> // Известия. 2005. № 3.
2. Там же.
3. **Бабаева Л., Чирикова А. Женщины в бизнесе // Социс. 1996. № 3. С. 75–80.**
4. Опрос проводился при помощи метода анкетирования, объем выборки — 30 чел.
5. **Бондаренко Л.Ю. Мир, в котором мы живем. Ролевые сходства и различия между российскими и американскими женщинами // Общественные науки и современность. 1997. № 3. С. 184–188.**