



УДК 316.34:338

© З. А. Грицаюк, 2006

ДИСКРИМИНАЦИЯ ЖЕНЩИН В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Грицаюк З. А. – аспирантка кафедры «Социология, политология и социальная работа» (ТОГУ)

В статье рассматриваются вопросы дискриминации женщин в бизнесе, гендерные стереотипы и участие женщин в становлении российского бизнеса. А также на конкретном эмпирическом материале дана оценка отличия женского менеджмента от мужского. Выявлены оптимальные стратегии женского поведения в бизнес-пространстве.

The paper considers women discrimination in business, in Russia. The author represents some empirical on estimating the female and male inequality in business management. Business space optimum strategy of female behavior is revealed.

Истоки социальной дискриминации женщин следует искать в глубокой древности. Уже тогда ученые и политики прикрывали неравноправное положение женщины в обществе, ее угнетение и эксплуатацию спорами о том, является ли женщина человеком и имеет ли она душу. Взгляд на женщину как на неполноценное существо нашел свое отражение в теологических и философских трудах древнего мира. Чувство примитивно-грубого мужского превосходства над женщиной Сократ выразил следующими словами: «Три вещи можно считать счастливым: что ты не дикое животное, что ты грек, а не варвар, и что ты мужчина, а не женщина».

Со времен Сократа прошло почти два с половиной тысячелетия. Но и в наши дни многие государственные и общественные деятели, ученые и в их числе социологи выступают против самого понятия «социальная дискриминация женщины». Необходимой прелюдией к равноправию полов является преодоление всех форм ущемления прав и интересов женщин, особенно в сфере труда.

В постсоветской России проблема социальной дискриминации женщин приобрела особую злободневность в связи с распадом социалистического общественного строя, сменой всего социально-



экономического уклада и фактической ликвидацией социальных гарантий для семьи, детей, женщин [1, с. 112–113].

Таким образом, проблемная ситуация заключена в глубоком противоречии, которое сложилось между формальным курсом на демократизацию российского общества, на претворение в жизнь конституционного принципа «равных прав и возможностей» полов, – с одной стороны, и фактической дискриминацией в сфере труда и занятости, ущемлением их социальных прав в экономической жизни, – с другой.

Немалую роль в исследовании проблемы имеет международный документ, принятый ООН в 1979 г., – «Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин». Эта конвенция предусматривает реализацию принципа равноправия. Статья 3 гласит: «Государства-участники принимают участие во всех областях, в частности, в политической, социальной, экономической и культурной областях, все соответствующие меры, включая законодательные, для обеспечения всестороннего развития и прогресса женщин с тем, чтобы гарантировать им осуществление и использование правами человека и основными свободами на основе равенства с мужчинами» [2, с. 68].

Установлено на официальном уровне, что на рынке труда нарастают дискриминационные тенденции по отношению к женщинам: падает их конкурентоспособность, возможность повысить квалификацию, возрастает риск потерять работу. Растет безработица среди женщин, и увеличивается разрыв в заработной плате женщин и мужчин. Адаптация женщин к условиям рынка происходит со значительными издержками. Идет процесс снижения профессионального статуса [2, с. 74].

Руководствуясь международными документами и соглашениями и опираясь на анализ российской действительности, правительство России 8 января 1996 г. приняло постановление «О концепции улучшения положения женщин в Российской Федерации». Согласно концепции права женщин являются неотъемлемой частью общих прав человека. Полное и равноправное их участие в политической, экономической, социальной и культурной жизни на федеральном, региональном и международном уровнях должно стать главной целью государственной политики в области улучшения положения женщин в Российской Федерации [3].

Принятие правительственной концепции придает особую актуальность исследованию социальной дискриминации женщин в сфере труда в условиях перехода России к рыночной экономике.

Проблема дискриминации женщин в России постепенно стала проникать в научные издания и за время экономических реформ в России. Все вдруг осознали, что женщина в нашей стране претендует на большее, чем ей могут дать, и что совсем не каждая российская женщина является лишь «хранительницей домашнего очага».

Трудности переходного периода усилили дискриминационные тенденции. Сегодня женщины наиболее незащищены и наименее конкурентоспособны на рынке труда. Эта ситуация сложилась в России в



результате проводимой многие годы патерналистической политики, которая строилась на всевозможных льготах, запретах и специальном регулировании, подчеркивающих особый, закрепленный законодательно статус женщины-матери, ответственной за рождение, уход и воспитание детей и обслуживание семьи. Экономически этот неблагодарный труд никогда не оценивался нашим государством. Государство же в лице работодателей рассматривает женщин, имеющих детей, в качестве вторичной рабочей силы и предлагает им заниматься менее статусной и низкооплачиваемой работой. Происходит феминизация бедности. В российском трудовом законодательстве сохраняются положения, создающие предпосылки для дискриминации женщин: запрет на работу в ночное время и на некоторые виды работ; ограничение рабочего времени и т. п. По данным, примерно треть руководителей предприятий различных форм собственности признают, что предпочитают при приеме на работу мужчин, а не женщин.

Вытеснение женщин с рынка труда происходит путем не только более интенсивного их увольнения, но и ограничения их доступа к рабочим местам. Среди безработных выпускников учебных заведений женщин 21%, что в два раза больше, чем мужчин.

Перемены, произошедшие за годы реформ, принципиально изменили соотношение численности занятых в государственном и негосударственном секторах экономики. На смену всеобщей и обязательной занятости пришла переходная модель, соединяющая черты планового хозяйства и черты формирующейся рыночной экономики.

Возникли новые формы экономической активности такие, как самозанятость и предпринимательство. Произошло перераспределение занятого населения в пользу потребностей рыночной экономики: в сфере обслуживания, посреднических услуг, кредитования, финансов, страхования и др.

Выходом из создавшегося положения является помощь государства в развитии малого предпринимательства и самозанятости для женщин.

Динамичное завоевание женщинами позиций в бизнесе, давало надежду, что если их притесняют в государственных структурах, то в частном бизнесе женщины смогут взять реванш. Они претендуют не на многое, а работать умеют хорошо, и даже справляются с типично мужскими проблемами мягко и по-женски непредсказуемо.

По мере того как отдельные представительницы женского пола постепенно завоевывали место «под солнцем» в российском бизнесе, побеждая жесткие и неприспособленные для женщин правовые условия ведения российского бизнеса, стало казаться, что вот этим-то женщинам-победителям вряд ли можно жаловаться на дискриминацию. Да и сами женщины производили благополучное впечатление, что проблема более низких стартовых возможностей для женщин в бизнесе при одном только взгляде на нее отпала сама собой.

Таким образом, был проведен ряд социологических исследований среди лидеров женского предпринимательства сначала в Москве, а



затем в региональном бизнесе. Необходимо было ответить на вопрос: подвергались ли дискриминации в бизнесе те из женщин-лидеров, которым удалось вывести свой бизнес на заметный уровень и не считаться с которыми, в связи с этим было бы просто невозможно.

Учет позиций и мнений женщин этого типа не характеризовал ситуацию в целом. Ведь бизнес, в котором работают женщины, весьма многообразен, а женщины-бизнесмены далеко не успешны. Такой подход давал возможность понять, как процессы дискриминации проявляются в группах женщин, обладающих высоким ресурсным потенциалом. Это позволяло дифференцировать такие процессы и оценить, в каких группах дискриминация проявляется наиболее явно, а в каких нет.

Исследование 1995-1996 гг. показало, что уровень дискриминации, который можно было ожидать в связи с желанием мужчин утвердить себя в условиях рыночной экономики, не столь значителен. Было похоже, что мужчины просто не заметили, как активно женщины просачиваются в бизнес и достигают там успеха.

Опрос, проведенный в московском регионе, зафиксировал относительно небольшое число респондентов (40 %), утверждающих, что они испытывают на себе некоторые проявления дискриминации женщин в бизнесе. Однако большинство из них настаивало на том, что им удается позитивно разрешать эти ситуации, и со временем они научаются не замечать попыток «мужского ущемления».

Исследование 1997-1998 гг. показало, что «консервативность ценностей» и «социальная инерция» выше, что предопределило желание проанализировать выраженность этого явления на региональном уровне.

Исследование становления женского предпринимательства в российских регионах показало большую субъективную неудовлетворенность женщин-предпринимателей отношением к их бизнесу, как со стороны партнеров, так и со стороны людей власти, а также массового сознания. Но различия эти были не столь существенны, чтобы можно было говорить об особом уровне дискриминации в российских регионах, в отличие от Москвы.

Если в Москве на определенном уровне дискриминации настаивали около 40 % женщин, то региональные предпринимательницы утверждали похожее в 45 % случаев, однако формы проявления недовольства могли быть более резкими, по сравнению с Москвой.

В ходе исследования 1999-2000 гг. пытались понять, как отличаются деловые стратегии директоров, мужчин и женщин, и всегда ли деловое поведение мужчин-руководителей является дискриминационным по отношению к женщинам, если речь идет о карьерном росте



женщины внутри управленческих команд. И наоборот, всегда ли женщины-руководители являются сторонниками недискриминационного поведения по отношению к своим коллегам женщинам, когда речь идет о возможностях карьерного роста в командах, которые они возглавляют.

Существует ли дискриминация при продвижении женщин на высшие посты в российских компаниях?

Тезис о том, что женское лидерство воспринимается настороженно как мужчинами, так и женщинами, что чаще всего приводит к дискриминации при продвижении женщин на лидирующие позиции в командах предприятий, не нашел подтверждения в ходе проведенного исследования. Как показало исследование, карьерный рост женщин в управленческих командах сдерживается гендерными стереотипами, однако сами женщины по мере развития рыночных отношений склонны придерживаться позиции, согласно которой женщина может и должна быть руководителем.

Гендерные стереотипы в современной России при рассмотрении возможности занятиями женщинами лидирующих позиций в управлении предприятием достаточно сильны, однако условия рынка привели к их смягчению [4, с. 34]. Это выразилось в том, что число женщин, занимающих лидирующие позиции в фирмах, за последние 5 лет неуклонно растет.

Однако пока это неравномерно от региона к региону и имеет отраслевую специфику, что отмечается в ряде как российских, так и зарубежных исследований. По мнению некоторых западных авторов существуют «традиционно женские отрасли»: общественное питание, бытовое обслуживание, розничная торговля, гостиничное хозяйство и др. Российские исследователи также склонны утверждать, что отраслевая специфика «женского бизнеса» в условиях России прослеживается достаточно отчетливо. Так, по данным исследования Центра политических технологий, проведенного в 1997 г., к наименее освоенным женщинами отраслям принадлежат строительство и транспорт [5]. В промышленности, сельском хозяйстве, оптовой торговле, деятельности по обеспечению функционирования рынка, финансовой сфере доля женщин-предпринимателей составляет от 13 (в промышленности) до 20 % (финансы). И наиболее активно осваиваются женщинами розничная торговля, общепит, наука, культура, здравоохранение, где доля предпринимательниц составляет от 39 (в розничной торговле) до 56 % (в науке). Такие выводы согласуются с данными других опросов, что подтверждает их обоснованность [6].

Традиционно предполагали, что женщины склонны переоценивать мужские достоинства и недооценивать достоинства других жен-

щин и самих себя. Также отмечалось, что у женщин, как у членов низкостатусной группы, менее развито чувство идентификации со своей группой.

Как показывают данные исследований 1997–1998 гг. и др., реальная картина женского лидерства в оценках, как самих женщин-предпринимателей, так и мужчин имеет иной вид. Хотя некоторые из выделенных качеств присутствуют в оценках как тех, так и других, свыше 70 % женщин, лидеров частных фирм, оценивают свои менеджерские качества не ниже мужских, а 30 % убеждены в своем преимуществе перед мужчинами в умении управлять людьми.

Около 70 % женщин-лидеров предпринимательства в своих регионах считают, что женские технологии управления более адаптированы к современным условиям неопределенности. Высокий уровень самооценки женщинами своих лидерских качеств совпадают с оценками, которые дают им подчиненные – мужчины.

Опрос мужчин-вице-президентов фирм, которыми руководили женщины, показал высокий уровень удовлетворенности последних техникой женского менеджмента. Особенно успешно, по мнению мужчин, женщины действуют в кризисных ситуациях, стратегия их делового поведения отличается меньшей амбициозностью и непредсказуемостью. Свыше 80 % мужчин-вице-президентов не хотели бы сменить женщины-руководителя на мужчину ни при каких обстоятельствах [7, с. 76].

Многие женщины-менеджеры отмечали, что их первое серьезное продвижение наверх было связано с тем, что компания оказалась в структурном кризисе, при котором активно разрушаются управленческие стереотипы. В этой ситуации женщины-менеджеры, готовые к нестандартным решениям, новым иерархическим организационным структурам и методам руководства, доказали эффективность и преимущества руководства через взаимодействие.

С начала 90-х гг. продолжается активное проникновение женщин на позиции руководителей.

Взгляд на подобные процессы в российском директорском корпусе позволяет сделать вывод о том, что рыночные реформы способствовали, с одной стороны, стабилизации численности женщин в составе директоров для отраслей, где женщины традиционно занимали руководящие позиции, а с другой, привели к появлению женской прослойки в директорате тех предприятий, где требовалось кризисное управление. По данным Института социологии, полученным в 1996 г., доля женщин в директорском корпусе составила 8–11 %, а в ряде отраслей с традиционно мужской занятостью – 1 %. К 2000 г., согласно данным Министерства труда и социального развития РФ, доля женщин-



директоров составляла уже 15,1 %, но их директорский стаж был меньше, чем у мужчин [8]. Общая тенденция – завоевание новых сфер деятельности женщинами-директорами все-таки обозначилась. Женщины согласны брать на себя груз кризисных предприятий, причем таких, которые не привлекательны для крупных бизнесменов.

Исследование, проведенное Международным женским форумом [9, с. 39], также показало, что между мужчинами и женщинами в стилях управления имеются различия и совпадения. Женщины-руководители достигают успеха в руководстве фирмой за счет своих технологий, отличных от применяемых мужчинами.

Серьезные различия, по мнению исследователей, проявляются в оценках, которые дают мужчины и женщины своей руководящей роли. Мужчины рассматривают свою деятельность как серию сделок с подчиненными: выдачу вознаграждения за удачно выполненную работу или применение наказания за неадекватное исполнение задания. Мужчины чаще, чем женщины, используют власть, которую дает им положение или формальный авторитет. Женщины-руководители считают, что в основе их стиля руководства лежит превращение интересов подчиненных в общие цели рабочего коллектива. Они приписывают свою власть личностным характеристикам таким как повышенная интуиция, умение устанавливать личностные контакты, трудоспособность в большей степени, нежели официальному положению. Психологически женщина больше склонна заниматься ежедневным доказательством своего «права на лидерство», по сравнению с мужчиной.

Женщины-руководители, в отличие от мужчин, охотней делятся информацией и властью, считая, что обмен создает обстановку доверия в коллективе. Они чаще склонны отказываться от привилегий, даваемых служебным положением. Чаще подчеркивают ведущую роль вклада своих подчиненных, нередко преуменьшая собственную роль. Моральная поддержка подчиненных и их поощрение – основные характеристики женского менеджмента, которые помогают достижению целей в собственном деле.

Женщины больше заботятся о социальных проблемах и более активно подталкивают правительства к решению этих проблем. Кроме того, они меньше уверены в завтрашнем дне и более осмотрительны, нежели мужчины, и потому больше внимания уделяют таким расходам, как налог на профилактику здоровья, детские учреждения и пенсии. Для социальной государственной помощи такого рода женщины готовы платить более высокие налоги [10, с. 47].

По оценке мужчин, женщины отличаются важными качествами: они умеют управлять командой и персоналом, опираясь на технику «знаков внимания», сочетают в себе качества директивного и инструктивного лидера, владеют «мягкими» конфликтными технологиями.

Около трети опрошенных мужчин, находящихся в непосредственном подчинении женщин руководителей, к слабым сторонам женского менеджмента относят склонность к коллективным решениям и сниженный потенциал риска. По мнению 40 % опрошенных мужчин, женщины уступают мужчинам в честолюбии, что не позволяет достигать им высот в бизнесе. Убежденность мужчин в преимуществах мужского менеджмента над «мягким» менеджментом женщин также базируется на уверенности, что женщины – «худшие стратеги» и не умеют принимать необходимые решения столь быстро, как того требует ситуация [7, с. 76-77]. Но материалы исследований показали, что видение женского менеджмента как более замедленного не отвечает реальности и не поддерживается самими женщинами-предпринимателями.

Большинство зарубежных исследований не обнаруживает различий между мужчинами и женщинами в эффективности руководства, но выявляет ситуационную специфику его проявлений – в одних ситуациях и ролях более эффективны мужчины, в других – женщины.

Традиционный взгляд состоит в том, что женщины выбирают ориентированное отношение на руководство, поскольку по природе более эмоциональны, а мужчины демонстрируют ориентацию на задачу, так как чаще характеризуются настойчивостью и целеустремленностью. Однако российские психологи предполагают, что соответствующие качества не взаимоисключают друг друга, и приписывание преобладания той или иной ориентации в стратегии руководства только одному полу неправомерно: оно обуславливается личностными особенностями или ситуационным запросом, а совсем не половыми характеристиками [11, с. 53].

Исследование, проведенное в 2000-2001 гг., повторило полученные ранее закономерности, но, с одной стороны, показало низкий уровень чувствительности как мужчин, так и женщин-директоров к половым характеристикам руководителей, с другой, позволило вскрыть в оценках директоров широкий спектр преимуществ женского менеджмента. Около 60 % женщин-директоров и более 80 % мужчин-директоров не выделяют пол как значимый фактор при рассмотрении качеств руководителей.

Гендерная нечувствительность вызвана многими факторами, но прежде всего она есть результат управленческого опыта.

Наиболее представительной в исследовании была позиция мужчин-директоров, которые убеждены не только в способности женщин выполнять хорошо управленческие функции, но и в явных преимуществах женщин-руководителей перед мужчинами (30 %). При этом стили их лидерства не уступают в эффективности мужским методам руководства, однако некоторые психологические различия все же существуют.

Наряду с директорами, которые признают идею равных возможностей мужчин и женщин, не зависящих от выполняемых функций, можно выделить директоров, которые связывают возможность



выполнять функции руководства мужчиной или женщиной со спецификой выполняемой работы.

Обращает на себя внимание тот факт, что более половины опрошенных женщин-директоров не чувствуют дискриминации по отношению к себе со стороны мужчин-директоров. Около трети из них убеждены в том, что принадлежность к женскому полу не только не мешает, но даже помогает им в контактах с мужчинами-директорами [12].

Таким образом, исследования показали, что дискриминационные процессы в женском бизнесе существуют, но их масштаб не столь значителен, и определяются не внешними факторами, а внутренними возможностями женщин адаптироваться к западной системе ограничений при ведении своего бизнеса.

Женщины убеждены в том, что их биологический пол ни позитивным, ни негативным образом не влияет на продвижение и успехи в бизнесе. Реально единственным механизмом формирования отношения к женщине-бизнесмену выступает надежность и эффективность бизнеса, – считают они в своем большинстве. Однако некоторые мужчины, которые работают вместе с женщинами, убеждены, что женщинам в бизнесе даже легче, чем мужчинам.

В основе дискриминации женщины лежит их социальное неравенство с мужчинами. Это неравенство американский социолог Н. Смелзер определяет как «условия, при которых люди имеют неравный доступ к таким социальным благам как деньги, власть, престиж» [13].

Только социальное равенство мужчин и женщин обеспечивает им равный доступ к экономическим и трудовым ресурсам, к формированию политики на всех ее уровнях, к участию в общественной жизни, в принятии решений по экономическим, социальным, культурным и политическим вопросам.

Анализ гендерных различий в менеджменте российских предприятий еще раз подтвердил, что эти различия нередко преувеличиваются. Материалы, полученные в ходе исследования, дают основание для утверждения, что успешный менеджмент не имеет половой специфики и определяется реальным социально-экономическим положением предприятия. Антикризисные стратегии мужчин и женщин директоров практически не различаются между собой, однако женщины большое внимание отводят «фактору персонала», демонстрируя выраженные патерналистические ориентации по отношению к своим работникам. Работники предприятий вполне удовлетворены «женским менеджментом», в то время как члены управленческих команд оценивают эффективность женщины-руководителя не столь однозначно. Женщины члены управленческих команд менее удовлетворены женским руководством, нежели мужчины-управленцы. Персонал предприятий не оценивает женщину-менеджера как менее волевого лидера и не согласен с тем, что женщина-руководитель отличается психологической податливостью. Это означает, что женщины-предприниматели будут в мень-



шей степени подвержены гендерным стереотипам и будут занимать в бизнесе равные позиции с мужчинами.

В России, как показывают исследования, процесс включения женщин в предпринимательскую деятельность осложняется целым рядом обстоятельств экономического и социокультурного характера. Для развития женского бизнеса, преодоления социальной дискриминации, повышения экономического статуса женщин необходимы: 1) наличие специального раздела федеральных программ поддержки малого предпринимательства, занятости в них женщин; 2) организация обучения женщин основам предпринимательства; 3) обучение, передача технологий, организация и поддержка новых рабочих мест и помощь в открытии собственного дела; 4) финансовая поддержка, дешевые кредиты, низкие налоги, доступные производственные помещения; 5) увеличение заинтересованности коммерческих банков в финансировании малого бизнеса; переход от регистрационного к заявительному порядку открытия дела (что для женщин, обремененных семьей, существенно облегчило бы процесс вхождения в рынок) и др.

Библиографические ссылки

1. Силласте Г. Г., Кожамжарова Г. Ж. Социальная дискриминация женщин как предмет социологического анализа // Социс. 1997. № 12.
2. Зуйкова Е. М., Ерусланова Р. И. Феминология: Учеб. пособие. – М., 2001.
3. Концепция улучшения положения женщин в Российской Федерации. Утв. Постановлением Правительства РФ от 8 янв. 1996 г. // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 185.
4. Чирикова А. Е. Женщина во главе фирмы. М., 1998.
5. Барсукова С. Ю. Специфика женского предпринимательства // Социол. исслед. 1999. № 8.
6. Васильева Г. Первые шаги женщин-предпринимателей // Человек и труд. 1995. № 1.
7. Чирикова А. Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний // Социол. исслед. 2003. № 1.
8. Гендерное равенство в России. Доклад / Министерство труда и социального развития РФ. М., 2001.
9. Женщины в бизнесе. М., 1993.
10. Чирикова А. Е., Кричевская О. Н. Женщина-руководитель: деловые стратегии и образ «я» // Социол. исслед. 2000. № 11.
11. Турецкая Г. Социально-психологические типы деловой активности женщин. М., 1999.
12. Чирикова А. Е. Дискриминация женского бизнеса: взгляд лидеров женского предпринимательства // Права женщин в России: законодательство и практика. 2002. № 3–4.
13. Смелзер Н. Социология. М., 1994.