

УДК 159.9.072

Мухарлямова А.Ю.

**ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СФЕРЕ
ТОРГОВЛИ**

Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский)

Федеральный университет»

Елабуга, Казанская 89

UDC 159.9.072

Mukharlyamova A.Yu.

**VALUABLE ORIENTATIONS OF BUSINESSMEN IN THE TRADE
SPHERE**

Yelabuga institute (branch) of FGAOU VPO "Kazan (Volga) Federal

университет"

Yelabuga, Kazan 89

Аннотация. В работе дан сравнительный анализ ценностных ориентаций предпринимателей торгового бизнеса в зависимости от биологического пола. Выявлены терминальные и инструментальные ценности и предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин.

Ключевые слова: предприниматели, ценностные ориентации, торговый бизнес.

Summary. In work the comparative analysis of valuable orientations of businessmen of trade business depending on a biological floor is given. Are revealed terminal and tool values and the male businessmen and the female businessmen.

Keywords: businessmen, valuable orientations, trade business.

На современном этапе развития предпринимательство является важным явлением, влияющим на экономику страны и развитие общества в целом. В российском обществе формируется слой предпринимателей со специфической ценностной системой, не всегда соответствующей стандартам современного общества. Выявление особенностей ценностных ориентаций

предпринимателей является актуальным в теоретическом и практическом аспектах.

Для изучения ценностей было проведено исследование среди предпринимателей, занимающихся торговым бизнесом в возрасте от 20 до 55 лет. Выборка исследования составила 50 предпринимателей торгового бизнеса (19 мужчин, 29 женщин).

С целью сравнительного анализа ценностей предпринимателей нами была проведена и проанализирована методика «Ценностные ориентации» М. Рокича, основанная на прямом ранжировании списка ценностей. М. Рокич различает два класса ценностей:

терминальные – убеждения в том, что конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться;

инструментальные – убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации. Это деление соответствует традиционному делению на ценности-цели и ценности-средства. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1.
Групповая иерархия терминальных ценностей предпринимателей

№	Ценности	предприниматели-мужчины		предприниматели-женщины	
		Средний ранг	Групповой ранг	Средний ранг	Групповой ранг
1	Здоровье	3,2	1	2,6	1
2	Счастливая семейная жизнь	4,4	2	3,6	2
3	Любовь	4,5	3	7,0	3
4	Материально обеспеченная жизнь	6,1	4	7,9	6
5	Наличие хороших и верных друзей	7,2	5	7,6	5
6	Интересная работа	8,2	6	8,6	7
7	Активная деятельная жизнь	9,0	7	9,7	10
8	Уверенность в себе	9,4	(8)8,5	9,9	11
9	Общественное	9,4	(9)8,5	11,0	(13)

	признание				13,5
10	Развитие	9,6	10	9	9
11	Продуктивная жизнь	9,8	11	10,4	12
12	Жизненная мудрость	10,6	12	7,5	4
13	Свобода	11,9	13	8,9	8
14	Познание	12,2	(14)14,5	11,0	(14) 13,5
15	Развлечения	12,2	(15)14,5	14,6	18
16	Счастье других	12,4	16	14,0	16
17	Творчество	14,7	17	14,3	17
18	Красота природы и искусства	15,9	18	13,3	15

Из данной таблицы видно, что для мужчин наибольшую ценность представляют здоровье, счастливая семейная жизнь и любовь. Так же не маловажно для них материальное благополучие, хорошие верные друзья и интересная работа. В нижней части иерархии расположились следующие ценности-цели: познание, развлечение, счастье других, творчество, красота природы и искусства. Эти ценности наименее значимы для предпринимателей мужчин.

Как и мужчины, женщины главными ценностями жизни определяют здоровье, счастливую семейную жизнь и любовь. Однако материальная обеспеченность играет менее значимую роль, чем у мужчин. Так же важным они считают жизненную мудрость и наличие верных друзей.

Наименее значимыми ценностями предпринимателей-женщин, как и у мужчин, стали красота природы и искусства, счастье других, творчество и развлечения.

Для выявления различий между терминальными ценностями предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин был использован статистический критерий t-Стьюдента, рассчитанный в программе Excel. Полученный статистический показатель (-0,002) попал в зону не значимости.

Таким образом, можно говорить, что терминальные ценности предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин статистически не отличаются.

Результаты изучения инструментальных ценностей представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Групповая иерархия инструментальных ценностей предпринимателей

№	Ценности	предприниматели-мужчины		предприниматели-женщины	
		Средний ранг	Групповой ранг	Средний ранг	Групповой ранг
1	Аккуратность	8,5	5	8,5	7
2	Воспитанность	5,9	3	7,2	3
3	Высокие запросы	10,4	13	14,8	18
4	Жизнерадостность	9,8	9	9,6	12
5	Исполнительность	6,2	4	7,3	4
6	Независимость	5,5	1	6,5	1
7	Непримиримость к недостаткам в себе и других	12,3	16	13,8	17
8	Образованность	8,6	6	9,5	11
9	Ответственность	5,6	2	7,5	5
10	Рационализм	11,0	14	10,5	13
11	Самоконтроль	9,2	7	8,0	6
12	Смелость в отстаивании своего мнения	9,3	8	10,7	14
13	Твердая воля	10	(11)11,5	9,0	9
14	Терпимость	11,7	15	8,9	8
15	Широта взглядов	13,6	(17)17,5	10,8	15
16	Честность	9,9	10	6,9	2
17	Эффективность в делах	10	(12)11,5	9,3	10
18	Чуткость	13,6	(18)17,5	12,1	16

Наиболее значимыми инструментальными ценностями для предпринимателей-мужчин являются независимость, способность действовать самостоятельно; ответственность, умение держать свое слово; воспитанность; исполнительность; аккуратность. Возможно стремление к независимости, самостоятельности и ответственности определено гендерными особенностями, требованием общества к так называемому «сильному полу».

Наименее значимы для мужчин-предпринимателей такие ценности-средства как терпимость, непримиримость к недостаткам в себе и других, широта взглядов (умение понять чужую точку зрения), чуткость, заботливость. Данные ценности, качества личности определяются как феминные, свойственные в большей степени для женского пола. Возможно, именно поэтому они находятся на последних позициях у предпринимателей-мужчин.

Для предпринимателей женщин наиболее значимыми ценностями стали независимость, честность, воспитанность, исполнительность как проявление дисциплины. Данные качества более подходят для андрогинного типа личности, они не являются чисто «женскими».

Наименее важными стали такие качества личности как широта взглядов, способность понять другую точку зрения, чуткость, заботливость, непримиримость к недостаткам, высокие запросы.

Сравнив инструментальные ценности предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин с помощью статистического критерий t-Стьюдента, был определен статистический показатель, равный 0,024. Таким образом, можно сказать, что статистически значимых различий в инструментальных ценностях между предпринимателями мужчинами и женщинами не обнаружено. Возможно, такие результаты связаны с тенденцией в современном обществе к смешению ролей мужчин и женщин и формирование нового «усредненного» пола – андрогинного типа гендера.

Литература:

1. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. - СПб.: Питер, 2008. – 304 с.
2. Курбатов В.И. Анатомия и психология бизнеса. –Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с.

Статья отправлена 9.02.14

© Мухарлямова А.Ю.