

Оригинальная статья

УДК 314

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-2-52-63>

Ценности современного руководителя-женщины в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере

Елена Сергеевна Гуренко

*Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия,
ges1000@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2237-4033>*

Введение. В статье рассматриваются ценности современного руководителя-женщины в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере с точки зрения гендерной принадлежности. Автором ставится задача сравнить ценностные позиции руководителя-женщины и руководителя-мужчины по нескольким индикаторам (финансовая независимость, карьерные амбиции и ожидания, баланс между работой и семьей, образование и саморазвитие) для выявления гендерных различий в их деятельности, в том числе влияющих на успех организации в целом.

Методология и источники. С помощью методов комплексного анализа, а также данных, полученных в ходе социологического опроса, охватившего руководителей различного уровня в управленческой иерархии российских и зарубежных компаний разных форм участия и сегментов рынка, через призму ценностей была исследована специфика трудового статуса руководителя-женщины в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере. Для проведения исследования был разработан опросник, затрагивающий ценностные ориентации современного руководителя в бизнес-сфере и отношение к успеху в профессиональной жизни. Территориальные рамки: Россия. Хронологические рамки: осень 2019 – январь 2022 г. Выборка репрезентирована по критерию «место сотрудника в управленческой иерархии организации». В исследовании приняли участие 130 чел.

Результаты и обсуждение. Было установлено, что ценностная структура у женщин и мужчин различается незначительно, а те качества, которыми в силу своей природы обладают женщины, могут оказаться «полезными» в бизнесе. Также было обнаружено, что семья и дети больше не являются для современной женщины препятствием для профессионального роста и развития, позволяя ей легко конкурировать с мужчинами в разных сегментах бизнеса, в том числе в управленческой деятельности.

Заключение. Автор делает вывод о том, что в современных условиях изменились не только ценностные ориентации женщины, но и ее поведение в социальной жизни общества. Это объясняется тем, что ценности, в частности социальные, являются продуктом социализации женщины, освоения ею общественных, нравственных, эстетических, этических идеалов и требований, предъявляемых к ней как к члену общества. Так же и базовые ценности – их структура изменилась и выражает сегодня фундаментальные, общечеловеческие ориентации и нормы поведения человека, продиктованные современными реалиями – цифровизацией, экономическим кризисом, политической нестабильностью, пандемией.

© Гуренко Е. С., 2023

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Ключевые слова: женщина-руководитель, гендерные различия, карьера, ценности, цифровые ценности, цифровизация

Для цитирования: Гуренко Е. С. Ценности современного руководителя-женщины в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 2. С. 52–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-2-52-63.

Original paper

The Values of Modern Female Manager in Social and Structural Relations of the Business Sphere

Elena S. Gurenko

*The Kosygin State University of Russia, Moscow, Russia,
ges1000@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2237-4033>*

Introduction. This article discusses the values of a modern female manager in social and structural relations of the business sphere from the gender point of view. The author sets the task of comparing the value positions of a female and a male manager in terms of several indicators (financial independence, career ambitions and expectations, balance between work and family, education and self-development) to identify gender differences in their activities, including those that affect the success of the organization in general.

Methodology and sources. Using the methods of complex analysis, as well as data obtained in the course of a sociological survey that covered managers of various status in the employment of Russian and foreign companies of various forms of participation and different market segments, through the prism of values, the specifics of the labor status of a female manager in socio-structural relations in business area. A questionnaire on the value orientations of modern manager in business and their attitude towards success in professional life was developed for the study. Territorial scope: Russian Federation. Timeframe: autumn 2019 – January 2022. The sample is represented according to “the employee level in organizational hierarchy” criteria. The study involved 130 participants.

Results and discussion. It was found that the value structure of women and men differs slightly, and those qualities that women possess by “their nature” could be “useful” in business. It was also found that family and children are no longer an obstacle to professional growth and development for a modern woman, allowing her to easily compete with men in various business segments, including management.

Conclusion. The author concludes that in modern conditions not only the value orientations of a woman have changed, but also her behavior in the social life. This is explained by the fact that values, in particular social ones, are the product of a woman's socialization, her assimilation of social, moral, aesthetic, and ethical ideals and the requirements placed on her as a member of society. The same is true of the basic values – their structure has changed and today expresses the fundamental, universal orientations and norms of human behavior dictated by modern realities – digitalization, the economic crisis, political instability, and the pandemic.

Keywords: female manager, gender differences, career, values, digital values, digitalization

For citation: Gurenko, E.S. (2023), “The Values of Modern Female Manager in Social and Structural Relations of the Business Sphere”, *DISCOURSE*, vol. 9, no. 2, pp. 52–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-2-52-63 (Russia).

Введение. Исследования гендерной проблематики в социологии и в частности в социологии управления постоянно развиваются. Так, первые работы, рассматривающие гендерные аспекты в организационной среде, появились лишь во второй половине прошлого века в англоязычной литературе [1]. До этого данная область оставалась практически неизученной, а немногие проводившиеся тогда исследования носили андроцентричный характер, т. е. включали в себя в основном теоретические размышления, сосредоточенные вокруг фигуры руководителя (того или иного уровня), который описывался на основе типичных мужских черт и атрибутов [2]. Женщина в организации в ранних исследованиях была все еще ограничена рамками своей роли матери – жены – домохозяйки и рассматривалась скорее как исключение, представляющее интерес. Однако с начала 1980-х гг. интерес к руководителям-женщинам сильно возрос, в том числе в междисциплинарной перспективе (социология, менеджмент, психология, экономика), что послужило предпосылкой для формирования феминизма, который сыграл первостепенную роль в возникновении новой управленческой парадигмы, основанной на ценностях [3]. В отличие от того, что было раньше, даже несколько лет назад, современный мир – это «цифровой» мир, в котором в отношениях мужчин и женщин нет субординации, но есть партнерство. И это настоящий прорыв. Более того, женская повестка развивается сегодня не только на уровне частного бизнеса, но и на государственном уровне, доказательством чего является создание Евразийского женского форума при поддержке Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [4], который еще раз подчеркивает усиление роли женщины в достижении глобальных целей.

Ядром любой социальной организации (в том числе в бизнес-сфере) согласно этой парадигме являются не люди в целом, а мужчины и женщины, выполняющие свои профессиональные и статусные роли. Все они стремятся достичь желаемого успеха в выбранном виде деятельности, сделать карьеру, получить всеобщее признание и т. д. И гендерная дифференциация, основанная на ценностях, является непосредственным отражением всех этих процессов. Другими словами, подход к изучению управленческой деятельности требует оценки различий между руководителями-мужчинами и руководителями-женщинами, поскольку он предполагает как существование определенных общих ценностей, присущих всем руководителям независимо от их гендерной принадлежности, так и существование различных ценностей, присущих исключительно руководителям-мужчинам и руководителям-женщинам. Это, в свою очередь, влечет за собой дополнительные исследования, результаты которых нашли свое отражение в нашей работе и будут полезны руководителям обоего пола, так как они дают более целостное понимание социально-структурных отношений в управленческой деятельности и ориентируют их на успех.

Методология и источники. Цель исследования – через призму ценностей оценить статус современного руководителя-женщины в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере в сравнении с деятельностью руководителя-мужчины. Были поставлены следующие задачи: 1) выявить круг задач, решаемых руководителем-женщиной для профессионально-личностного развития; 2) эмпирически определить системы ценностей руководителя-женщины и руководителя-мужчины; 3) сравнить полученные результаты и выявить гендерные различия в управленческой сфере. Объектом исследования выступила ценностная система руководителя-женщины в управленческом контексте.

Проблемы женского руководства (от боязни лидерства до «стеклянного потолка») сегодня широко обсуждаются в обществе. Более того, уже накоплен большой объем статистических материалов и социологических исследований, изучающих стили руководства мужчин и женщин и их специфику, роль и функции женщины в системе управления, а также связь между гендерными стереотипами и оправданием задержки продвижения женщин по карьерной лестнице (К. Ломбард, Э. О’Лири, К. Бартол, Д. Мартин, Я. Джорстад, Т. В. Бендас, В. А. Хащенко, Н. Н. Хащенко, А. Е. Чирикова, В. А. Шахова, И. Ф. Рековская, А. Л. Журавлев и т. д. [5, 6]). Эти и другие факторы позволяют нам рассматривать данный вопрос в более узком и углубленном смысле – в рамках ценностного подхода.

В качестве основы была выдвинута гипотеза о том, что мужчины и женщины руководят по-разному, что обуславливается различными факторами, включая личностные и ценностные ориентации.

Основное влияние гендерного фактора на управленческую деятельность, по мнению многих исследователей, заключается в недостаточной социальной компетентности женщин в этой области [7, 8]. Другими словами, руководители подстраиваются под ожидания своих подчиненных и коллег, обусловленные гендерной ролью – в обществе, семье и на работе. Поэтому руководители-женщины часто воспринимаются другими, и в первую очередь мужчинами, как менее эффективные сотрудники из-за их так называемой «дополнительной» неоплачиваемой работы в качестве матери, жены и домохозяйки. При этом такая социально принятая стереотипная роль женщины влияет и на самих женщин, заставляя их сомневаться в своем успехе и выбирать «карьеру» в семье, а не на работе. Однако стоит отметить, что за последние десятилетия отношение к социальной стереотипизации в бизнесе заметно изменилось, что привело к формированию на рынке труда нового гендерного порядка, затрагивающего взаимодействие двух системообразующих социальных общностей (мужчин и женщин) в интересах их равноправного положения в рабочей среде [9]. Особенно данная тенденция наблюдается в крупных городах.

Процессу нейтрализации стереотипов в бизнесе также способствовало проникновение информационных технологий во все сферы жизни человека [10], о чем в своем трехтомном труде «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» еще в 1996 г. говорил известный социолог М. Кастельс, когда ввел в обиход понятие «сетевое общество» [11]. Цифровизация открыла широкие возможности для онлайн-обучения, удаленной работы и построения собственного бизнеса, позволив многим женщинам вырваться за рамки финансовой неустроенности, общественного мнения, а иногда даже глубоко укоренившихся патриархальных традиций, особенно характерных для некоторых регионов нашей страны. Кроме того, столкнувшись с цифровыми технологиями в рамках Индустрии 5.0, современное бизнес-сообщество приобрело новые навыки, отличающие руководителей цифровой трансформации (поиск инноваций, способность мыслить глубоко и аналитически, внедрение принципов культуры и мотивации сотрудников, развитие общей стратегии ведения бизнеса в цифровой направленности, внедрение технологий искусственного интеллекта, использование систем управления Битрикс24 и ERP и др.) [12]. Как следствие, мы видим руководителя, который руководствуется в своей деятельности в том числе и цифровыми ценностями, позволяющими ему с учетом технологий улучшить как свой бизнес, так и дело клиента, сделав его более ценным для всех участников процесса [13].

В то же время оценить, в какой именно степени гендерный фактор влияет на управленческую деятельность, достаточно сложно. Бесспорным, однако, остается тот факт, что мужчины и женщины различаются в восприятии мира, общении, отношении к успеху, в своих ценностных установках и т. д., что напрямую влияет на то, как они относятся друг к другу и как управляют отношениями в рабочей среде. Так, многочисленные исследования показывают, что в целом женщины больше мужчин склонны к риску, имеют более высокую социальную чувствительность и делают больший упор на коммуникацию и сотрудничество [14]. Мужчины же больше проявляют самоуверенность, оптимизм и, как правило, реагируют действием. Также женщины более эмоциональны и страстны, в том числе и в бизнесе – они буквально живут им. Для них любая неудача – вопрос жизни и смерти. С другой стороны, они более организованы, мультизадачны и ответственны. Мужчины же относятся к делу более расчетливо, но в то же время они готовы на прорыв, готовы менять правила. При этом очень часто у представителей обоего пола, особенно на топ-уровнях, более развиты качества противоположного пола по сравнению с подчиненными своего пола – мужчины лучше считают эмоции, а женщины являются хорошими стратегами. Это дает нам основание предполагать, что у женщин на всех управленческих уровнях есть все необходимые качества руководителя (помимо профессиональных навыков и компетенций), которые в определенных сферах (например, в системе социальной защиты, клиентском сервисе) помогают им добиваться даже большего успеха, чем мужчинам [15].

Поскольку в гендерной структуре населения нашей страны соотношение женщин и мужчин составляет 54 % к 46 % (на январь 2020 г.) [16], т. е. она характеризуется гендерной асимметрией (как и в нашем исследовании), а доля женщин на руководящих должностях, особенно в сегменте малого и среднего бизнеса, постоянно растет, можно говорить о том, что российскому бизнесу в целом свойственна «женская» модель управления. Она в свою очередь формирует соответствующую корпоративную культуру с семейными ценностями, где акцент делается на коллективной работе и единстве, и определяет тем самым, согласно Г. Хофстеде, национальную модель бизнеса [17]. Безусловно, в России эта модель имеет свои особенности, но по основным параметрам данной концепции – «мужественность/женственность», «индивидуализм/коллективизм», «долгосрочность/краткосрочность ориентации на перспективу» – имеет все признаки японской модели управления: приверженность к коллективным формам труда, сохранение традиций, значение стажа работы для продвижения по службе, дружественные отношения в коллективе. Однако нельзя не отметить, что в последнее время российская модель управления бизнесом приобретает и отдельные черты американской («мужской») модели: единоличное управление, борьба за лидерство, самоутверждение, быстрое перемещение в должности, краткосрочный найм, овладение сразу несколькими смежными специальностями. В основном это касается американских, канадских, австралийских и новозеландских компаний.

Основными методами нашего исследования являются методы комплексного анализа, а также социологического опроса – анкетирования (методом «снежный ком»). Эти методы исследования базируются на принципах детерминизма, системности и развития, отражающих идеи целостности, причинности и непрерывного изменения и развития под воздействием субъективных и объективных факторов.

Информационной базой исследования стали международные и российские научные публикации, периодические издания, литература и интернет-источники в открытом доступе по изучаемой тематике, практической базой являются результаты нашего первичного опроса.

Для проведения исследования был разработан опросник о ценностных ориентациях современного руководителя в бизнес-сфере и отношении к успеху в профессиональной жизни. В выборку исследования вошли руководители различного уровня управленческой иерархии российских и зарубежных компаний разных форм участия и сегментов рынка (строительство, транспорт и логистика, нефтегаз, сервис и др.). Территориальные рамки исследования определяются в первую очередь крупными городами России – это Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Нижний Новгород. Хронологические рамки исследования охватывают период с осени 2019 г. по январь 2022 г. Выборка репрезентирована по критерию «место сотрудника в управленческой иерархии организации». В исследовании приняли участие 130 чел. Женщины составили 69,3 %, мужчины – 30,7 %. По занимаемым должностям были выделены две основные группы респондентов: руководители – собственники бизнеса (66,7 %) и наемные руководители (29,3 %), к которым относятся руководители среднего звена и топ-менеджеры. Доля женщин в группе руководителей-собственников составила 48 %, в группе наемных руководителей – 16 %. Опросник из 25 вопросов (с возможностью оставить комментарии и дополнения) распространялся среди респондентов в электронном виде (Google-форма) посредством прямой рассылки на электронную почту, в соцсети и мессенджеры. Для обработки результатов использовался статистический анализ данных.

Результаты и обсуждение. Исследование показало, что важность гендерной принадлежности зависит в первую очередь от уровня управленческой иерархии. Результаты можно обобщить следующим образом.

Как видно из рис. 1, для большинства опрошенных женщин (44 %) работа сегодня – это источник дохода, и она занимает большую часть их жизни (40 %). Объяснить это можно тем, что роли перемешались: женщины поняли, что они ничем не хуже мужчин и их труд должен цениться не меньше, а многие бытовые вопросы можно решить с помощью няни, клининга, службы доставки и т. д. Кроме того, Интернет и социальные сети дают каждому, в том числе и женщинам, массу возможностей зарабатывать и запускать стартапы практически без вложений, реализовываться там, где действительно интересно.

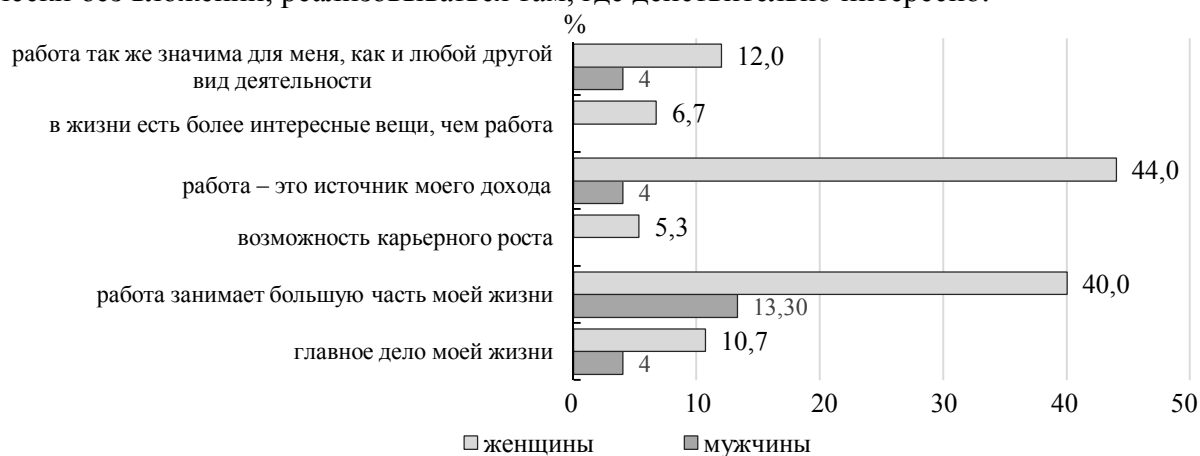


Рис. 1. Работа как часть жизни
Fig. 1. Work as a part of life

Вверх по карьерной лестнице современных женщин также толкает стремление к свободе и независимости в материальном и профессиональном плане: почти половина опрошенных женщин среди критериев, важных для успешной работы, называет высокую оплату с возможностью карьерного роста (44 %), улучшение профессиональных навыков (38,7 %) и творческую работу (32 %). Интересно, что согласно результатам нашего опроса, руководителями-женщинами чаще, чем представителями сильного пола, движет желание реализовать свои карьерные амбиции (44 % против 16 %). Возможно, это связано с тем, что мужчинами продвижение по карьерной лестнице воспринимается как нечто само собой разумеющееся, а не как отдельный фактор успеха. В то же время мы видим, что для женщин важен удобный график, позволяющий совмещать работу и личные дела (18,7 % против 8 % у мужчин), что указывает на их готовность не только активно трудиться, делать карьеру, но и уделять много времени семье, детям. Это зачастую приводит к «двойной занятости», когда женщина вынуждена полностью выкладываться и на работе, и дома. И хотя желания (или проблемы) мужчин и женщин в отношении баланса между работой и семьей практически одинаковые, то, с чем они сталкиваются на работе, например, когда становятся родителями, зачастую ставит их в совершенно разные условия.

Главными факторами своего карьерного успеха руководители-женщины считают способность принимать решения (56 %), ориентацию на результат (45,3 %), стрессоустойчивость (42,7 %), постоянное саморазвитие (36 %), системное мышление и организаторские способности (29,3 %). В несколько меньшей степени для успешного развития карьеры, по мнению женщин, участвовавших в нашем опросе, важны ответственность (22,6 %), коммуникабельность (16 %), а также способность к самоанализу, уверенность в себе и творческое мышление (по 14,7 %). Интересно, что приоритеты мужчин в данном вопросе располагаются приблизительно в таком же порядке: способность принимать решения (21,3 %), ориентация на результат (20 %), стрессоустойчивость, системное мышление и ответственность (по 16 %). Это можно объяснить как наработкой определенных навыков, которая происходит со временем у всех руководителей, так и сложившейся ситуацией в мире (пандемия, кризис), которая заметно меняет требования к управлению, позволяя форсировать гендерный баланс и повышая шансы женщин на успешную карьеру руководителя. Стоит также отметить, что женщины в отличие от мужчин больше времени уделяют саморазвитию и образованию в целом (третья строчка в иерархии ценностей против восьмой у мужчин), реализуя первичные потребности в получении образования, в том числе дополнительного, прежде чем начать движение по карьерной лестнице. Если говорить о женщинах-собственниках с этой точки зрения, то они подходят к идее заниматься бизнесом более осознанно.

Ранжирование ценностей, связанных с успехом бизнеса, выявило, что сильных различий в системе ценностей руководителей-женщин и руководителей-мужчин также нет (рис. 2). И женщины, и мужчины на первое место ставят экономические ценности (49,3 % и 16 %), что вполне предсказуемо, поскольку любой бизнес – это прежде всего цифры и финансовый результат. На второе место они ставят социальные ценности (12 % и 6,7 %), на третье – духовные ценности (4,6 % и 5,3 %) и на четвертое – семейные ценности (4 % и 2,7 %).

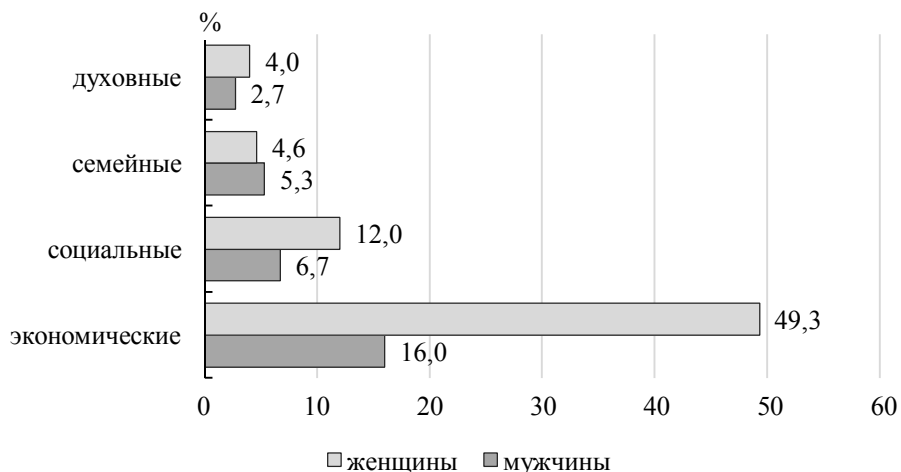


Рис. 2. Ценности, которые двигают бизнес вперед
Fig. 2. Values that drive business forward

В то же время, отвечая на вопрос о важнейших ценностях человека, они называют в первую очередь здоровье (91 %), семью (86,7 %) и любовь (70,7 %), что как нельзя лучше отражает наиболее важные векторы развития государственной политики в области защиты традиционных ценностей – «верность правде и справедливости, уважение к семье, любовь к детям» [18]. При этом, как мы видим, руководители-женщины более склонны проявлять заботу о своем здоровье, в том числе в силу своих природных особенностей (вынашивание и рождение ребенка) – 64 % и 25,3 % у мужчин (первая и третья строчки в иерархии жизненных ценностей), в то время как мужчины на первое место в своей структуре ценностей ставят семью – 26,7 % и 61,3 % у женщин (вторая строчка).

Анализ субъективных представлений респондентов о стиле управления, согласно проведенному опросу, показал, что руководители-женщины чаще выбирают демократический стиль – 46,2 % (34,6 % – авторитарный, 11,5 % – либеральный), т. е. ориентируются на мнение большинства при выборе единой стратегии, а мужчины – авторитарный – 47,8 % (39 % – демократический, 8,7 % – либеральный), т. е. руководствуются исключительно своими знаниями, умениями, навыками, предыдущим опытом и интересами. Это указывает на то, что, даже несмотря на одну и ту же организационную роль, мужчины и женщины руководят по-разному. Более того, женщины выполняют свои управленческие функции в определенном, свойственном только им «женском» стиле, который характеризуется набором таких качеств, как доброта, спокойствие, мягкость, осторожность, эмоциональность, гибкость и др. В той или иной степени именно эти качества помогают им в достижении профессионального успеха. При этом авторитарный стиль управления чаще встречается у руководителей-женщин – собственников бизнеса (38,9 %), чем у наемных руководителей среднего и высшего звена (25 %). Это может быть связано с боязнью потерять контроль над своим детищем, а также с неспособностью делегировать полномочия, особенно если компания находится на начальной стадии развития.

Анализ полученных данных также указывает на положительную динамику в ориентации руководителей на будущее. Больше половины респондентов, мужского и женского пола, на вопрос «сколько вы планируете проработать в данной организации» ответили, что не планируют менять место работы (61,5 % женщин и 65 % мужчин). Лишь незначительная

часть респондентов ответила, что планирует проработать в конкретной организации от нескольких месяцев до двух лет (9,6 % женщины, 4,3 % мужчины). Такие показатели говорят об увлеченности современных управленцев своим делом, которые реализуют себя творчески, понимают важность своего труда для других людей и меньше зависят от внешних факторов (колебания зарплаты, общественное признание и др.). Тем не менее мы также видим, что руководители-женщины чаще готовы к переменам в профессиональной жизни, особенно это касается руководителей по найму: 12,5 % планируют проработать в конкретной организации всего несколько месяцев, 31,3 % – до 3 лет и 3,8 % – до 5 лет, в то время как женщины – собственники бизнеса, как правило, или вообще не собираются менять место работы (58 %), или планируют оставаться на руководящей должности в одной компании дольше 5 лет (27,8 %). Такую тенденцию, если говорить про малый бизнес, можно объяснить тем, что многие руководители по найму, в отличие от тех же рядовых сотрудников, например, просто не видят впереди карьерной перспективы, поскольку выше них – только генеральный менеджер (руководитель), который обычно еще и владелец бизнеса. Кроме того, основателям собственного бизнеса без опыта работы по найму гораздо сложнее найти работу в силу их свободолюбивого характера и нежелания подчиняться.

Заключение. Настоящее исследование было направлено на оценку статуса современного руководителя-женщины в контексте ценностного подхода и выявление гендерных различий в социально-структурных отношениях в бизнес-сфере. Автором было обнаружено, что ценностная структура руководителей-мужчин и руководителей-женщин отличается незначительно (первые строчки у представителей обоего пола занимают здоровье, любовь, семья), на основании чего можно сделать вывод о том, что мужчины и женщины гораздо более схожи в своих профессиональных задачах, целях и установках, чем нас зачастую заставляет верить общественное мнение. Различия, в том числе и в рабочей среде, есть, но они заключаются не в конкретных гендерных характеристиках, а вытекают из организационной структуры, моделей взаимодействия, которые по-разному позиционируют мужчин и женщин, создавая для них разный опыт. Другими словами, сталкиваясь с разными обстоятельствами, люди по-разному реагируют на них – не вследствие принадлежности к своему полу, а из-за ситуации. Поэтому наблюдается проявление мужских качеств, моделей поведения у женщин (они становятся более властными, авторитарными), и, наоборот, тенденцию роста мужчин с такими женскими чертами, как лояльность, мягкость и т. д. Однако ярко выраженного мужского или женского стиля руководства нет, есть одинаковый для людей обоего пола стиль руководства, направленный на рост эффективности организации.

В целом сегодня найдется не так уж много женщин, готовых поступиться семьей или карьерой и выбрать для себя что-то одно. Мир поменялся, общество поменялось – можно всегда найти более гибкие варианты или делегировать полномочия, бытовые и профессиональные. Возможно, именно поэтому доля руководителей-женщин, в том числе с детьми, в российском бизнесе с каждым годом растет, особенно в сегменте среднего и малого бизнеса. Это происходит в том числе благодаря различным инициативам, направленным на привлечение женщин в предпринимательство (образовательные онлайн-программы и проекты, форумы и т. д.). Кроме того, и сами мужчины начинают видеть позитивную связь между выросшей долей женщин в руководстве компаний и организационной и финансовой результативностью.

Исследование подтвердило актуальность гендерной проблематики и определило важное место современной женщины в сфере социально-структурных отношений в бизнесе, не видящей барьеров и препятствий в развитии собственной карьеры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: a Critical Review of Underlying Assumptions: Female Entrepreneurs and Economic Growth / H. Dean, G. Larsen, Ja. Ford, M. Akram // *International J. of Management Reviews*. 2017. Vol. 21 (1). P. 24–49. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijmr.12173>.
2. Schwartz E. B. Entrepreneurship: a new female frontier // *J. of Contemporary business*. 1976. Vol. 5. P. 47–76.
3. Feather N. T. Masculinity, femininity, psychological androgyny, and the structure of values // *J. of Personality and Social Psychology*. 1984. Vol. 47 (3). P. 604–620. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.3.604>.
4. В Санкт-Петербурге прошел Третий Евразийский женский форум // Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. 15.10.2021. URL: <http://council.gov.ru/events/news/130430/> (дата обращения: 15.02.2022).
5. Резник С. Д., Макарова С. Н. Гендерные особенности карьерного роста: женщины в менеджменте // ЭКО. 2006. № 3. С. 125–136.
6. Lombard K. Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules // *Economic Inquiry*. 2001. Vol. 39, iss. 2. P. 214–237. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2001.tb00062.x>.
7. Eagly A. H., Johannesen-Schmidt M. C. The leadership styles of women and men // *J. of Social Issues*. 2001. Vol. 57, iss. 4. P. 781–797. DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00241>.
8. Heilman M. E. Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder // *J. of Social Issues*. 2001. Vol. 57, iss. 4. P. 657–674. DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00234>.
9. Силласте Г. Г. Рынок труда, занятости и профессий: пространство гендерных перемещений и их социальная динамика в условиях формирования нового гендерного порядка // Женщины в профессиях XXI века: тенденции, проблемы, перспективы: мат. Всерос. науч. конф. с междунар. уч., Москва, 3 марта 2020 г. / Иван. гос. ун-т. Иваново, 2020. С. 3–5.
10. Центр изучения Цифровой (электронной) экономики представил Программу развития Цифровой (электронной) экономики в РФ до 2035 года // Ассоциация электронных торговых площадок. 24.04.2017. URL: <https://aetrp.ru/news/item/410256> (дата обращения: 23.01.2022).
11. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
12. Сибел Т. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху / пер. с англ. Ю. Гиматовой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
13. Гуренко Е. С. Особенности динамики ценностных процессов в современной России // Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2020): тез. докл. 72-й внутривуз. науч. студ. конф. Москва, 16–20 марта 2020 г. / РГУ им. А. Н. Косыгина. Москва, 2020. Ч. 3. С. 237–238.
14. Weber E. U., Blais A.-R., Betz N. E. A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors // *J. of Behavioral Decision Making*. 2002. Vol. 15, iss. 4. P. 263–290. DOI: <https://doi.org/10.1002/bdm.414>.
15. Фирсов М. В., Вдовина М. В. Женщина в системе социальной защиты: статус и удовлетворенность трудом // *Женщина в российском обществе*. 2021. № 3. С. 117–126.
16. Женщины и мужчины России. 2020: стат. сб. / под ред. П. А. Смелова. М.: Росстат, 2020.

17. Дырин С. П. Российская модель управления персоналом в условиях промышленного предприятия. СПб.: Питер, 2006.

18. Никто не сможет разрушить традиционные ценности России, заявил Путин // РИА Новости. 21.09.2022. URL: <https://ria.ru/20220921/putin-1818505541.html> (дата обращения: 22.09.2022).

Информация об авторе.

Гуренко Елена Сергеевна – аспирантка кафедры социологии и рекламных коммуникаций Российского государственного университета им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), ул. Садовническая, д. 33, стр. 1, Москва, 117997, Россия. Автор 18 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология, социология управления.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 24.10.2022; принята после рецензирования 15.01.2023; опубликована онлайн 24.04.2023.*

REFERENCES

1. Dean, H., Larsen, G., Ford, Ja. and Akram, M. (2017), "Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: A Critical Review of Underlying Assumptions: Female Entrepreneurs and Economic Growth", *International J. of Management Reviews*, vol. 21 (1), pp. 24–49. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijmr.12173>.

2. Schwartz, E.B. (1976), "Entrepreneurship: A new female frontier", *J. of Contemporary business*, vol. 5, pp. 47–76.

3. Feather, N.T. (1984), "Masculinity, femininity, psychological androgyny, and the structure of values", *J. of Personality and Social Psychology*, vol. 47 (3), pp. 604–620. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.3.604>.

4. "St Petersburg hosted the Third Eurasian Women's Forum" (2021), *Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation*, available at: <http://council.gov.ru/events/news/130430/> (accessed 15.02.2022).

5. Reznik, S.D. and Makarova, S.N. (2006), "The Gender Aspects of Career Development: Women in Management", *ECO*, no. 3, pp. 125–136.

6. Lombard, K. (2001), "Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules", *Economic Inquiry*, vol. 39, iss. 2, pp. 214–237. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2001.tb00062.x>.

7. Eagly, A.H. and Johannesen-Schmidt, M.C. (2001), "The leadership styles of women and men", *J. of Social Issues*, vol. 57, iss. 4, pp. 781–797. DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00241>.

8. Heilman, M.E. (2001), "Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder", *J. of Social Issues*, vol. 57, iss. 4, pp. 657–674. DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00234>.

9. Sillaste, G.G. (2020), "The market of labor, employment and professions: the space of gender displacement and their social dynamics in the context of the formation of a new gender order", *Women in the Professions of the XXI Century: Trends, Problems, Prospects: materials of the All-Russian scientific conference with international participation*, Moscow, RUS, 3 March 2020, pp. 3–5.

10. "The Center for the Study of the Digital (Electronic) Economy presented the Program for the Development of the Digital (Electronic) Economy in the Russian Federation until 2035", *Association of Electronic Trading Platforms*, 24.04.2017, available at: <https://docs.cntd.ru/document/420204138> (accessed 23.01.2022).

11. Castells, M. (2020), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Transl. by Shkaratan, O.I., Higher School of Economics, Moscow, RUS.

12. Siebel, T. (2020), *Digital Transformation. Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction*, Transl. by Gimatova, Yu., Mann, Ivanov & Ferber, Moscow, RUS.

13. Gurenko, E.S. (2020), "Features of the dynamics of value processes in modern Russia", *Molodye uchenye – innovatsionnomu razvitiyu obshchestva (MIR-2020): tez. dokl. 72-oi vnutrivuz. nauch. studen. konf.* [Young scientists for the innovative development of society (WORLD-2020): abstracts of the 72nd intra-university scientific student conference], part 3, Moscow, RUS, 16–20 March 2020, pp. 237–238.

14. Weber, E.U., Blais, A.-R. and Betz, N.E. (2002), "A Domain-Specific Risk-Attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors", *J. of Behavioral Decision Making*, vol. 15, iss. 4, pp. 263–290. DOI: <https://doi.org/10.1002/bdm.414>.

15. Firsov, M.V. and Vdovina, M.V. (2021), "Women in the social protection system: status and job satisfaction", *Woman in Russian Society*, vol. 3, pp. 117–126.

16. *Zhenshchiny i muzhchiny Rossii* [Women and Men of Russia] (2020), in Smelov, P.A. (ed.). Rosstat, Moscow, RUS.

17. Dyrin, S.P. (2006), *Rossiiskaya model' upravleniya personalom v usloviyakh promyshlennogo predpriyatiya* [Russian model of personnel management in the industrial enterprise], SPb., Piter, RUS.

18. "No one can destroy traditional values of Russia, said Putin" (2022), *RIA News*, available at: <https://ria.ru/20220921/putin-1818505541.html> (accessed 22.09.2022).

Information about the author.

Elena S. Gurenko – Postgraduate at the Department of Social Studies and Advertising Communications, The Kosygin State University of Russia, 33 Sadovnicheskaya str., bld. 1, Moscow 117997, Russia. The author of 18 scientific publications. Area of expertise: sociology, management sociology.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 24.10.2022; adopted after review 15.01.2023; published online 24.04.2023.*