

Г. Б. Кошарная, Е. А. Киселев

СТИЛЬ ЖИЗНИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного среди предпринимателей города Пензы и Пензенской области. На основе полученных данных проанализированы и выявлены основные характеристики стиля жизни предпринимателей, связанные с работой, семьей, досугом. Определены наиболее важные моменты и характеристики стиля жизни российских предпринимателей как специфических субъектов социальной деятельности и социального воспроизводства.

Ключевые слова: социальная структура, предпринимательский слой, бизнес-слой, потребительское поведение, престижное потребление, ценностные ориентации, образ и стиль жизни.

G. B. Kosharnaya, E. A. Kiselev

ENTREPRENEUR LIFE STYLE IN MODERN RUSSIAN SOCIETY

Abstract. The article introduces results of the survey carried out among the businessmen of the Penza and Penza region. The objective was to identify the most important aspects and characteristics of the life style of Russian entrepreneurs as specific subjects of social work and social reproduction. Based on the data the authors analyze and identify the main characteristics of entrepreneur lifestyle.

Key words: social structure, entrepreneurial layer, business layer, consumer behavior, prestigious consumption, values lifestyle.

Главным условием формирования рыночной экономики является развитие малого предпринимательства. Ведь непосредственно предпринимательскими структурами происходит реализация и продвижение основной массы инноваций в экономике страны как средства решения производственных и коммерческих задач. Этот факт объясняет проявление повышенного внимания правительства страны к созданию благоприятных условий и поддержке предпринимателей, что еще более актуализировалось в посткризисный период.

Важная роль малого предпринимательства заключается в том, что малые предприятия обеспечивают социальную и политическую стабильность. Люди, имеющие свое небольшое дело, заинтересованы в стабильности политической, социальной обстановки в стране и постоянном экономическом росте. Известно, что в периоды экономического спада в первую очередь страдают малые предприятия. Только в условиях стабильного экономического роста малый бизнес имеет шансы на успех, а риск потерпеть крах минимален. Отсюда можно сделать вывод о том, что чем больше людей вовлечено в малое предпринимательство, тем стабильнее социально-политическая обстановка в стране [1].

Изучение предпринимательского слоя через призму стиля жизни его представителей, которое подразумевает анализ их обыденной, повседневной

жизнедеятельности, позволяет увидеть как позитивные, так и негативные черты российского бизнес-слоя, уровень его зрелости и цивилизованности.

Внимание к тематике стиля жизни в мировой социологии в последние годы стало устойчиво расти. Данное обстоятельство важно оценивать не само по себе, а в контексте социальной структуры. Стиль жизни, трактуемый как совокупность устойчиво воспроизводимых образцов поведения, стал способом преодоления трудностей социально-структурного анализа в условиях быстрых социальных перемен [2]. Суть данного способа заключается в переводе исследований на микросоциологический уровень, позволяющий зафиксировать тесную связь социального неравенства и стиля жизни.

На данный момент в обществе происходят неизбежные процессы трансформации социальной структуры. Экономические и политические преобразования, происходящие во всех странах, приводят к распаду традиционных классов и слоев, что несет за собой появление нового неравенства. Дискриминация, бедность, неравенство являются неотъемлемыми атрибутами даже самых высокоразвитых обществ. Все более сложными становятся механизмы преобразования простых различий в социальное неравенство. Все это вносит серьезные изменения в стиль жизни представителей различных классов общества, заставляет исследователей учитывать стилизменные критерии социальной идентификации в стратификационной структуре.

С целью выявления основных характеристик стиля жизни предпринимателей, связанных с работой, семьей, досугом, было проведено социологическое исследование среди представителей данной профессии. Задача исследования состояла в определении наиболее важных моментов и характеристик стиля жизни российских предпринимателей как специфических субъектов социальной деятельности и социального воспроизводства. В статье представлены результаты исследования стиля жизни предпринимателей. Выборочная совокупность была сформирована методом «снежного кома» ($n = 390$) среди предпринимателей, проживающих в городе Пензе и Пензенской области.

Среди опрошенных представителей предпринимательского слоя чуть более половины (50,8 %) занимается предпринимательской деятельностью более десяти лет, 22,5 % – от одного года до пяти лет, 13,3 % – от пяти до десяти лет, 13,3 % – менее одного года.

Как было установлено в ходе нашего исследования, почти треть респондентов (32,5 %) имеет высшее образование. Помимо этого, 6,7 % респондентов получили два и более высших образования. Несмотря на это, преобладающее число опрошенных (45 %) окончило только лишь среднее специальное учебное заведение, что свидетельствует о недостаточно высоком уровне образованности и отсутствии стремления к накоплению знаний.

Важнейшей характеристикой стиля жизни предпринимателей является их занятость, ведь главная особенность деятельности бизнес-слоя заключается в непропорциональном распределении времени на деловую активность за счет других сфер – дома, семьи, дружеских отношений, досуга. Так, было выявлено, что у более половины респондентов (64,2 %) трудовой день длится свыше восьми часов: из них восемь-десять часов в день работе отводят 30,8 %, до 12 часов работают 17,5 %, а свыше 12 часов – 15,8 % (рис. 1).

При этом, как показало наше исследование, 74,2 % опрошенных предпринимателей постоянно работают в выходные. Можно было бы предполо-

жить, что всем бизнесменам приходится много работать, чтобы обеспечить высокий уровень дохода себе и своим близким. Однако оказалось, что треть респондентов (33,3 %) предпочитает работать от двух до восьми часов в день, а 2,5 % и вовсе до двух часов.

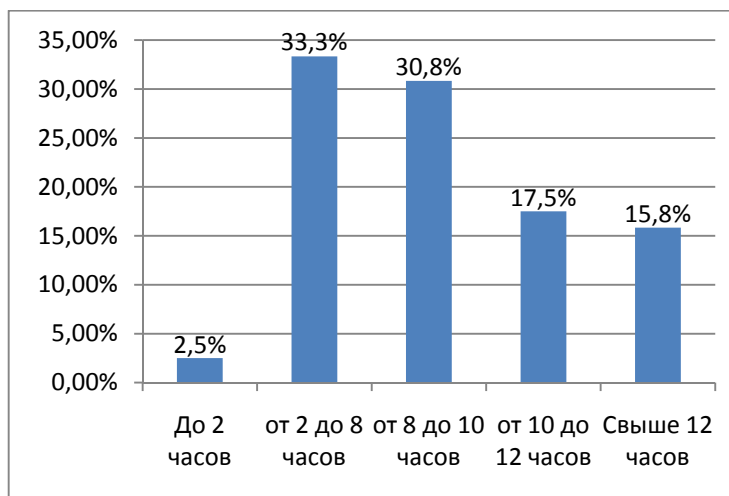


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Сколько времени длится Ваш рабочий день?» (в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Данная дифференциация мнений опрошенных предпринимателей относительно времени трудового дня скорее связана с различиями в способах и стиле ведения бизнеса, нежели с внутренними мотивами заниматься трудовой деятельностью, где преобладает стремление к улучшению своего материального положения (66,7 %).

Сегодня социально-экономическая ситуация в России становится все динамичнее: кардинально поменялся рынок труда, появились новые виды бизнеса. Процессы трансформации в различных сферах общества, интенсивное развитие экономики, финансово-экономические кризисы усиливают изменения в трудовой сфере предпринимательского слоя. Эти изменения повлекли за собой изменения ценностно-нравственных и профессиональных ориентаций.

По результатам опроса было выявлено, что доминирующим среди ценностных приоритетов у предпринимателей выступает семья – 60 %, затем идет материальная обеспеченность – 55 %, и на третьем месте располагается здоровье – 51,7 % (табл. 1). Однако такие предпочтения не являются сугубо предпринимательскими, выделяющими предпринимателей как особых, отличных от других субъектов жизнедеятельности. Подобные идентификации практически типичны и для населения в целом, о чем свидетельствует сравнение наших данных с данными других исследований [3].

Необходимо отметить, что вариант «Быть независимым, свободным» находится лишь на четвертом по популярности месте, хотя при ответе на вопрос «Что более всего привлекает Вас в занятии предпринимательством?» большинство респондентов выбрало ответ «Независимость» (60 %), а 40 % – «Отсутствие вышестоящего начальства» (рис. 2).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Что для Вас означает хорошо жить?»
(в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Вариант ответа	%
1. Иметь хорошую семью	60
2. Быть материально обеспеченным	55
3. Быть здоровым	51,7
4. Любить и быть любимым	25,8
5. Быть независимым, свободным	24,2
6. Иметь хорошую работу	23,3
7. Чувствовать себя защищенным, в безопасности	15,8
8. Иметь власть, занимать высокое положение в обществе	6,7
9. Совсем не работать	3,3
10. Жить не для себя, а для людей	2,5
11. Другое	1,7

Примечание. Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому общее количество ответов превышает 100 %.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Что более всего привлекает Вас в занятии предпринимательством?» (в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Примечание. Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому общее количество ответов превышает 100 %.

Объяснить данную особенность можно тем, что цель жизнедеятельности — это воображаемый, не всегда обоснованный с точки зрения ресурсного обеспечения и способностей субъекта, несколько идеализированный результат деятельности. Деньги, богатство сами по себе малопривлекательны в качестве жизненной цели. Другое дело те блага, которые можно приобрести с их помощью: ту же свободу, ощущение себя хозяином своей судьбы и даже властные полномочия.

Важно отметить, что ценности, привлекающие представителей предпринимательского слоя в их труде, с возрастом изменяются (рис. 3). Если предпринимателей в возрасте от 18 до 25 лет в трудовой деятельности более всего привлекает высокий заработок (42,9 %) и возможность самореализации (50 %), то с увеличением возраста представителей данной профессии происходит смена приоритетов в сторону независимости (38,9 %).

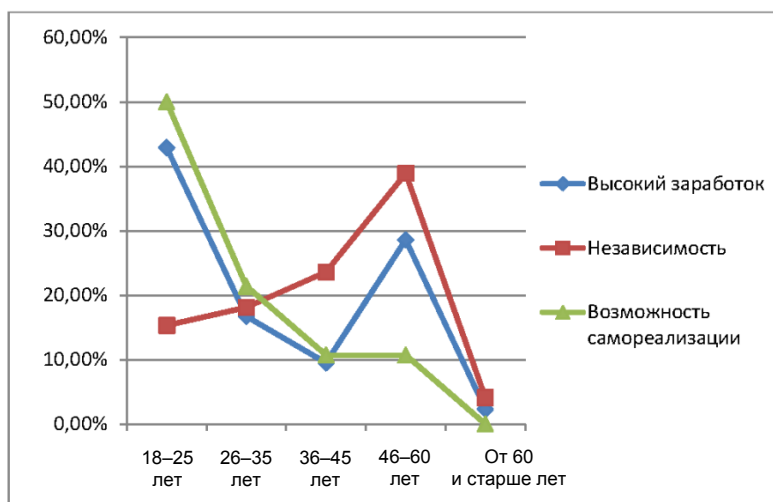


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что более всего привлекает Вас в занятии предпринимательством?» в зависимости от пола респондента (в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Как уже было отмечено выше, напряженный рабочий график, которого придерживаются предприниматели, отрицательно отражается на времени, уделяемом другим сферам жизни. В связи с этим большинством респондентов (74,2 %) была отмечена нехватка свободного времени для реализации своих интересов, причем это связано прежде всего с тем, что работа отнимает слишком много времени.

Говоря о нетрудовой сфере, нужно обратить внимание на высокий процент состоящих в браке среди предпринимателей. Как показало проведенное исследование, более половины респондентов (67 %) состоит в браке. Необходимо обратить внимание на то, что у подавляющего большинства опрошенных (75 %) есть дети.

Эта особенность связана с тем, что на начальной стадии предпринимательской деятельности семья очень часто выступает трудовым коллективом, распад или отсутствие которой экономически не выгоден. С другой стороны, когда речь идет о более крупном бизнесе, которым чаще всего занят один член семьи, а остальные либо вообще не работают, либо их вклад в семейный бюджет чаще всего чисто символический, то в таком случае семья служит убежищем в полной стрессов жизни бизнесмена, дает ощущение спокойствия и надежности. Очевидно, что семейная форма организации личной жизни полнее удовлетворяет потребности предпринимателей и более адекватна особенностям их трудовой деятельности и стиля жизни в целом.

Определенной спецификой обладает и досуг предпринимателей. Это связано с отличным от других социальных групп характером трудовой деятельности, более высокими доходами и другими факторами. Важнейшим из них, безусловно, являются особенности бизнеса как интенсивной и стрессовой профессиональной деятельности. У предпринимателей основной акцент в их образе жизни смещен на работу, все же остальное подчинено ей. Свободное время необходимо предпринимателю для того, чтобы поддержать соответствующую интеллектуальную и физическую форму, необходимую

для напряженной и сложной работы. Неудивительно поэтому, что структура досуговых занятий предпринимателей не отличается большим разнообразием, а предпочтение отдается незамысловатым и пассивным видам отдыха. Подтверждают сказанное выше результаты нашего исследования (рис. 4). Как было установлено, большинство респондентов (76,7 %) предпочитает проводить время дома, немаловажно, что при этом более половины из них (64,1 %) состоит в браке первый раз.



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Чем Вы обычно занимаетесь в свободное от работы время?» (в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Примечание. Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому общее количество ответов превышает 100 %.

Вторым по популярности видом досуговой активности у опрошенных выступает занятие своим здоровьем и уходом за собой (29,2 %). Несмотря на это, наше исследование показало, что лишь 5 % предпринимателей постоянно проверяются у врача, а 90 % отметили, что внимание своему здоровью уделяют только по мере возникновения проблем. С уходом за собой, а именно с занятием спортом, ситуация несколько иная: 13,3 % регулярно уделяют внимание спортивным тренировкам, 31,7 % периодически занимаются спортом, а 12,5 % планируют начать регулярные занятия.

Во время своего досуга представители предпринимательского слоя находят время для посещения баров, кафе, ресторанов (14,2 %), а также развлекательных центров (10,8 %). При этом среди респондентов, посещающих увеселительные заведения, преобладают представители мужского пола, которые выбирают бары, кафе, рестораны (88,2 %) и развлекательные центры (84,6 %).

К более культурным и интеллектуальным развлечениям относится посещение музеев, театров, картинных галерей, которые занимают в иерархии обычных досуговых занятий предпринимателей практически последнее место (6,7 %), что свидетельствует о невысоком уровне духовного развития данного слоя общества.

В последнее время все чаще бытует мнение, что одно из преимуществ занятия предпринимательством – это возможность больше и лучше отдыхать. В действительности ситуация складывается таким образом, что отдых для предпринимателей является скорее необходимостью, чем преимуществом. С одной стороны, люди, занимающиеся бизнесом, не обременены вышестоящим начальством и располагают достаточными средствами для отдыха. Однако груз личной ответственности за результат своего труда, да и круговорот дел, в котором ежедневно находятся предприниматели, не позволяют устроить отпуск более одного раза в год практически для половины респондентов (48,3 %), а третья часть (33,3 %) и вовсе не отдыхала уже несколько лет. Немногие представители бизнеса (14,2 %) позволяют отпуск два-три раза в год, и лишь 4,2 % отдыхают более трех раз.

Значимо доминирующих предпочтений касательно места проведения отпуска у респондентов выявлено не было. Однако нам показалось интересным, что предприниматели, имеющие детей (а таких 75 %), останавливают свой выбор на курортах России (31,9 %) либо просто выезжают на природу (30,8 %), в то время как бездетные представители бизнес-слоя (25 %) предпочитают отдыхать за рубежом (44,8 %).

Во многом центральным аспектом стиля жизни является потребительское поведение. Результаты нашего исследования показали, что предпринимателям доставляет наибольшее удовлетворение приобретение машины или другого транспортного средства (38,3 %), недвижимости (34,2 %) и дорогих украшений, одежды (32,5 %). При этом если покупка нового автомобиля остается прерогативой мужской половины предпринимательского слоя (34,8 %), то женщины получают больше удовольствия от приобретения предметов гардероба (30,4 %). Равенство во мнениях вызывает лишь недвижимость, владение которой является параметром, символизирующим принадлежность к состоятельным слоям российского общества (рис. 5).

Говоря о потребительском поведении российских бизнесменов, важно обратить внимание на то, что в современном транзитивном обществе тенденция отделения предпринимательства от других групп общества проявляется, на наш взгляд, ярче всего в престижном потреблении, в среде так называемых «новых русских», которое вызывает острую неприязнь не только у соотечественников, но и у потенциальных зарубежных партнеров в связи с непомерным расточительством [4].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы. Важнейшей характеристикой стиля жизни предпринимателей является их занятость, которая пронизывает все сферы жизнедеятельности человека, накладывает отпечаток на его личность, сказывается на его отношениях с ближайшим социальным окружением.

Очевидно, что семейная форма организации личной жизни полнее удовлетворяет потребности предпринимателей и более адекватна особенностям их трудовой деятельности и стиля жизни в целом.

Определенной спецификой обладает и досуг предпринимателей. Это связано с отличным от других социальных групп характером трудовой деятельности, более высокими доходами и другими факторами.

Более высокий уровень благосостояния предпринимателей проявляется как в покупках предметов длительного пользования, недвижимости, так и показных вещей, формирующих престижность положения их обладателя.

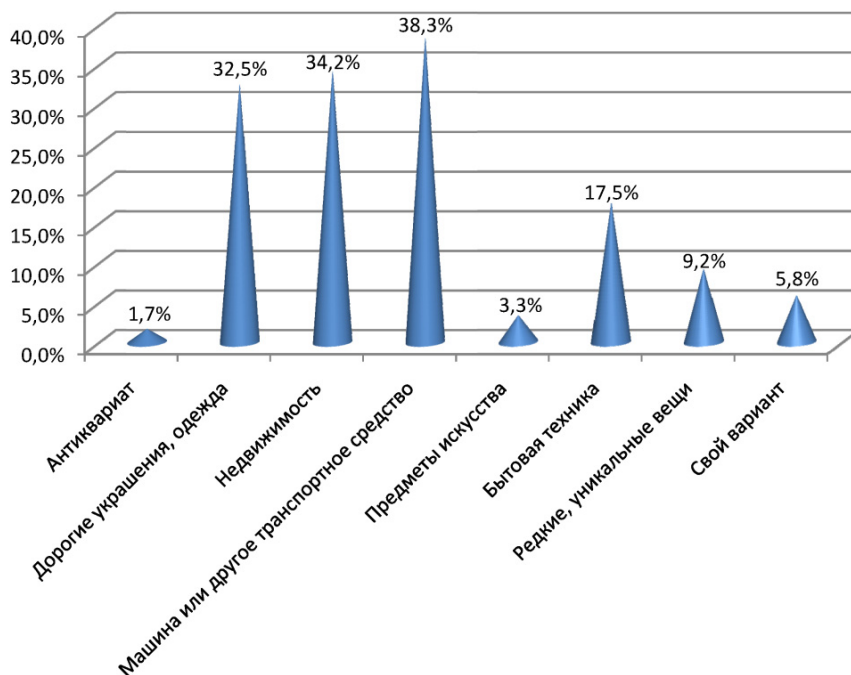


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Чем Вы обычно занимаетесь в свободное от работы время?» (в процентах к опрошенным, $n = 390$)

Примечание. Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому общее количество ответов превышает 100 %.

Список литературы

1. **Кошарная, Г. Б.** Малое предпринимательство как способ социальной адаптации населения малых городов / Г. Б. Кошарная, Н. А. Юртаев, Л. В. Рожкова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2008. – № 3. – С. 12–20.
2. **Рощина, Я. М.** Социология потребления / Я. М. Рощина. – М. : ГУ-ВШЭ, 2007. – С. 131–164.
3. **Возмителъ, А. А.** Образ жизни в России: динамика изменений / А. А. Возмителъ, Г. И. Осадчая // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 17–27.
4. **Кошарная, Г. Б.** Сущность, структура и функции культуры предпринимательства в современном российском обществе: методологический аспект / Г. Б. Кошарная // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 4. – С. 76–84.

References

1. **Kosharnaya, G. B.** Maloe predprinimatel'stvo kak sposob sotsial'noy adaptatsii naseleniya malyykh gorodov / G. B. Kosharnaya, N. A. Yurtaev, L. V. Rozhkova // Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennyye nauki. – 2008. – № 3. – S. 12–20.
2. **Roshchina, Ya. M.** Sotsiologiya potrebleniya / Ya. M. Roshchina. – M. : GU-VShE, 2007. – S. 131–164.
3. **Voz'mitel', A. A.** Obraz zhizni v Rossii: dinamika izmeneniy / A. A. Vozmitel', G. I. Osadchaya // Sotsiologicheskie issledovaniya. – 2010. – № 1. – S. 17–27.
4. **Kosharnaya, G. B.** Sushchnost', struktura i funktsii kul'tury predprinimatel'stva v sovremennom rossiyskom obshchestve: metodologicheskiy aspekt / G. B. Kosharnaya //

Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki. – 2010. – № 4. – S. 76–84.

Кошарная Галина Борисовна

доктор социологических наук,
профессор, заведующая кафедрой
социологии и управления персоналом,
Пензенский государственный
университет
(г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: k-galina@1yandex.ru

Kosharnaya Galina Borisovna

Doctor of sociological sciences, professor,
head of sub-department of sociology
and human resource management,
Penza State University
(Penza, 40 Krasnaya str.)

Киселев Евгений Анатольевич

аспирант, Пензенский государственный
университет
(г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: kis2008.88@mail.ru

Kiselev Evgeniy Anatol'evich

Postgraduate student, Penza State
University
(Penza, 40 Krasnaya str.)

УДК 316.334.2

Кошарная, Г. Б.

Стиль жизни предпринимателей в современном российском обществе / Г. Б. Кошарная, Е. А. Киселев // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – № 1 (25). – С. 62–70.