

Секция «Социология»

**Ценностные предпочтения в структуре стиля жизни российских предпринимателей.**

**Киселев Евгений Анатольевич**

*Аспирант*

*Пензенский государственный университет, Факультет экономики и управления,  
Пенза, Россия*

*E-mail: kis2008.88@gmail.com*

Изменения происходящие в социально-экономических условиях в России привели к трансформации социальной структуры. Сегодня происходит распад устоявшихся слоев общества и образование новых, что способствует образованию значительной исследовательской ниши, в которой концепция стиля жизни приобретает новое значение.

Анализ структуры общества через концепцию стиля жизни имеет огромный теоретический и практический потенциал, связанный с ролью стиля жизни в функционировании классовой структуры общества, а так же стиле жизни как инструменте идентификации личности, в сложившейся социокультурной среде.

По мнению А.А. Возьмителя и Г.И. Осадчей, образ жизни представляет собой устойчивые формы социального бытия, совместной деятельности людей, типичные для исторически конкретных социальных отношений, формирующиеся в соответствии с генерализованными нормами и ценностями, отражающими эти отношения. [2] При этом А.А. Возьмитель и Г.И. Осадчая выделяют, что образ жизни возникает при реализации многообразия стилей жизни, отражаемых в повседневном поведении, ценностных ориентациях и создаваемой самим человеком среде обитания.

Активность в изучении ценностей предпринимательства в России отмечалась в 1990-х гг. и была связана прежде всего с тем, что предпринимательство было новым явлением для страны. Вместе с тем есть причины полагать, что застой в экономическом развитии в последние годы, а также недовольство предпринимателей повышением налогов для них и все возрастающей ролью государства в экономике способствуют пересмотру ценностей, а следовательно, и поведения предпринимателей. [1]

По результатам авторского опроса, проведенного весной 2012 г. (n=390, выборка методом «снежного кома») 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%. Однако такие предпочтения не являются сугубо предпринимательскими, выделяющими их 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. [2]

Необходимо обратить внимание на тот факт, что свобода и независимость в структуре ценностных предпочтений опрошенных предпринимателей находится, лишь, на четвертом месте, хотя большинство респондентов отметило, что в занятии предпринимательством их привлекает, именно, независимость (60%), а для 40% - отсутствие вышестоящего начальства.

Объяснить данную особенность можно тем, что цель жизнедеятельности - это воображаемый, не всегда обоснованный с точки зрения ресурсного обеспечения и способно-

стей 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 хозяина своей судьбы и даже властные полномочия.

Важно отметить, что ценности, привлекающее представителей предпринимательского слоя в их труде с возрастом изменяются. 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%).

### **Литература**

1. Васянин М.С. Ценности предпринимательского слоя в современной России // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Пенза, №2, 2012.
2. Возьмитель А.А., Осадчая Г.И. Образ жизни в России: динамика изменений // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 17-27.