

авторів [1 – 3] дотримуються точки зору, з якою не можливо не погодитися, а саме, що стимулювання є засобом мотивації. Стимул (наприклад, премія) може і не стати мотивом, якщо його одержання потребує від людини неможливих чи неприйнятних дій, якщо в працівника недостатня кваліфікація, дисциплінованість, якщо він не сприймається як справедлива винагорода за роботу тощо. Те, що для одних є стимулом, для інших таким може і не бути. Ті самі стимули по-різному трансформуються (чи не трансформуються) у мотиви. У деяких випадках внутрішня мотивація може підвищувати зовнішню, в інших — навпаки.

Вважати той чи інший засіб (стимул) стимулювання спонукальною силою можна лише тоді, коли стимул перетворюється у мотив. Тому при дослідженні мотивації розглядати категорії "стимул" — "мотив", "стимулювання" — "мотивування" необхідно з погляду комплексного підходу.

Таким чином, розглядаючи економічну сутність мотивації та її роль в управлінні робітниками підприємства, необхідно зазначити наступне:

мотивація має бути орієнтована, перше за все, на задоволення потреб підприємства;

мотивація складається з двох частин, а саме: процесу мотивування і стимулювання;

мотивування (базується на понятті "мотив") пов'язане з внутрішніми подразниками, які є суб'єктивними;

стимулювання — об'єктивний процес (в основі процесу знаходяться стимули);

процес мотивації персоналу на підприємстві — встановлення взаємозв'язку між стимулюванням та мотивуванням, а саме: розробка та впровадження заходів, які найбільш сприяють перетворенню стимулів на мотиви.

Література: 1. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций. — К.: МАУП, 2001. — 168 с. 2. Колот А. М. Мотивация персонала. — К.: КНЕУ, 2002. — 320 с. 3. Уткин Э. А. Основы мотивационного менеджмента. — М.: ЭКМОС, 2000. — 352 с. 4. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [Пер. с англ. — М.: Дело, 1996. — 704 с. 5. Мишурова И. В. Управление мотивацией персонала. — М.: МарТ, 2003. — 216 с. 6. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 2001. — 528 с. 7. Дмитриенко Г. А. Мотивация и оценка персонала. — К.: МАУП, 2002. — 248 с. 8. Карлін М. І. Стимулювання праці в перехідній економіці. — К.: Лібра, 1997. — 232 с.

*Стаття надійшла до редакції
29.03.2005 р.*

УДК 314.145

Ковальова В. І.

АНАЛІЗ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ ЖІНКИ НА РИНКУ ПРАЦІ

In the article the problems connected with the analysis and a substantiation of techniques concerning the research of the working women behaviour are investigated.

© Ковальова В. І., 2005

Проблема вивчення жінки як трудового ресурсу актуалізувалась із новою силою в економічній науці нещодавно в результаті зростання її ролі в економіці країн світу, в тому числі й в Україні. Аналіз останніх статистичних даних свідчить, що вже в найближчому майбутньому жінки складатимуть основну частину трудового потенціалу України [1, с. 24]. Необхідність виокремлення жінки у складі трудових ресурсів пов'язують з тим, що вона виконує подвійну роль у забезпеченні функціонування і розвитку економічного базису суспільства. З одного боку, жінка є складовою трудових ресурсів, що використовуються в суспільному виробництві, з іншого — вона є головним ресурсом демографічного населення країни [2]. Однак подвійна роль не є її єдиною особливістю. Слід звернути увагу і на те, що трудовий ресурс — це єдиний ресурс, який має таку характеристику, як поведінка, і ця характеристика впливає не тільки на індивідуальну ефективність людини, а й на ефективність тієї сфери, де вона використовується. Дослідження психологів та соціологів відзначають, що поведінка жінки і чоловіка суттєво відрізняється за змістом і факторами, які її формують [3, с. 190], а отже, ця категорія потребує ретельного вивчення і розробки спеціальних механізмів впливу на осіб різної статі.

Слід зауважити, що проблема жіночої праці ніколи не була поза увагою науковців. Вітчизняні і зарубіжні вчені виділяють, зокрема, такі проблеми і завдання в його використанні та оцінюванні: аргументацію зростання ролі жінки у забезпеченні життєдіяльності суспільства (наприклад, Р. Губань, Х. Хартаманн [4; 5]); необхідність перегляду соціальної політики держави з урахуванням зростання ролі жінки як економічного ресурсу на прикладі американського й українського суспільства (відповідно Е. Кесслер-Херріс, Т. Журженко [6; 7]); оцінку можливостей соціально-психологічної адаптації жінок до умов перехідної економіки (Л. Бабаєва [8]); визначення зв'язку сучасних проблем сім'ї та соціально-психологічних типів російських жінок (Л. Бабаєва [8]), а також зв'язок сімейних проблем і прийняття жіночою рішенням працювати у суспільному виробництві (Г. Беккер [5]); дослідження впливу зайнятості жінки в суспільному виробництві на виховання дітей і життя сім'ї (І. Чернова [9]) та ін.

Ефективне використання жіночого трудового ресурсу стає на сьогодні актуальним як ніколи. Однак, незважаючи на багатоаспектний розгляд проблеми жіночої праці, залишається коло не вирішених питань. Зокрема, мало уваги приділяється саме дослідженню поведінки жінок, зайнятих трудовою діяльністю, врахування якої дасть можливість ефективно управляти цим специфічним ресурсом. Саме тому метою даної статті є визначення комплексу методичних підходів до дослідження поведінки жінки на ринку праці, що надасть можливість визначити економіко-соціальні й психологічні фактори, які формують її поведінку та, ймовірно, виявити соціально-психологічний тип працюючих жінок з метою знаходження доцільних важелів ефективного впливу з урахуванням особливостей кожного типопредставника і створить основу для програмно-цільового підходу до вирішення проблем жінок на ринку праці.

Визначення структурних складових програми дослідження поведінки жінки на ринку праці — один з найважливіших етапів наукового дослідження. На ньому виділяються ключові компоненти, які підлягають оцінці.

В даному дослідженні до переліку цих компонентів входять:

- 1) жінки;
- 2) ринок праці;
- 3) поведінка.

Перший компонент програми — жінки — ретельно вивчався автором у проведеному раніше дослідженні [2, с. 56]. В ньому за допомогою дедуктивного методу були виокремлені соціально-психологічні та економічні складові жіночого ресурсу, що було враховано у класифікації працюючих жінок. З одного боку, жінка розглядалась як соціально-психологічна особистість, з іншого — як важливий трудовий ресурс, чия роль в економіці України стає все більш помітною.

Другий компонент — ринок праці — також не є однорідним. Слід підкреслити, що він є не тільки економічним середовищем, а й соціальним. Саме тому при його аналізі та оцінці також потрібен двосторонній підхід, який буде враховано у подальших наших дослідженнях. Підкреслимо, що в даній роботі ринок праці розглядається як динамічна система, в якій взаємодіють суб'єкти власності на засоби виробництва й наймані робітники, формуючи обсяг, структуру й співвідношення попиту та пропозиції на робочу силу [10, с. 717].

Третій компонент — поведінка. У даній статті основну увагу буде приділено вивченню саме вказаної категорії. Цей компонент, як і два інших, також розглядається з двох сторін. Необхідно говорити і про соціальну поведінку, і про економічну поведінку, які базуються на психологічних типах людини. Автор виходить з таких визначень: економічна поведінка — це система соціальних дій, які, по-перше, пов'язані з використанням різних за функціями і призначенням економічних цінностей (ресурсів) і, по-друге, орієнтовані на одержання користі (вигоди, винагороди, прибутку) від їхнього обігу [11, с. 185]. Під соціальною поведінкою в цьому дослідженні розуміється конкретний соціальний (соціально-комунікативний) спосіб здійснення діяльності особистістю або групою, екстеріоризація їхніх мотивів, очікувань й настанов, тобто зовнішній прояв внутрішньої, смислової сторони людських дій [12, с. 169].

Для дослідження зазначеної категорії доцільним є використання методу діагностики, який широко використовується в різних науках, але його використання при дослідженні жіночої поведінки пропонується вперше.

Термін "діагностика" вперше з'явився в медицині, під яким розуміли метод спеціального дослідження людини з метою встановлення медичного висновку про стан її здоров'я і під час виявлення відхилень — визначення виду хвороби і причини її появи [13, с. 163].

В економіці (а також у соціології та психології) діагностичні обстеження стали проводитися з метою одержання інформації, необхідної для узагальненої оцінки обстежуваного об'єкта й розробки методів цілеспрямованого впливу [14, с. 24]. Так, це широко використовувалось для визначення причин фінансової кризи підприємства. Розробкою діагностичного методу в цій сфері займалися вчені з різних країн, зокрема такі, як Е. І. Альтман, М. Кубра (США), Р. Лис (Великобританія), М. Гольдер (Франція), В. Ш. Раппопорт (Росія), Р. К. Юсвьяр, М. Я. Хабакус (Естонія), В. С. Пономаренко, М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко (Україна) [15, с. 83 – 85] та ін.

У зв'язку із широким використанням терміна "діагностика" слід точніше охарактеризувати його у даному

дослідженні. Діагностика (від лат. *diagnosticos* — що розрізняє, здатний розпізнавати) — широко розповсюджений термін, що позначає спеціальне обстеження, яке передуює ухваленню рішення про стан обстежуваного об'єкта або впливу, який повинен привести до бажаних змін [14, с. 24]. Постановка діагнозу припускає визначення проблеми, причин проблеми, істотних зв'язків, можливостей розв'язання проблеми та можливих напрямків подальших дій [14, с. 56].

Під час проведення діагностики важливо врахувати ряд важливих моментів, а саме: масштаб, розмір вибірки, конфіденційність, ступінь структурування, запланованість, природу досліджуваної групи, технологію та глибину діагностики (табл. 1).

Таблиця 1

Основні елементи діагностики та їх зміст*

Основні елементи діагностики	Зміст елементів діагностики
Масштаб діагностики	Визначення своєрідних масштабів діагностики запобігає даремним витратам часу та ресурсів. Вважається, що найбільш адекватні діагнози дає систематичний збір даних
Вибірка діагностики	Встановлення ступеня участі людей у діагностиці. Визначення тих, хто візьме участь у ній: окремі особи, групи, відділи й т. п.
Конфіденційність діагностики	Для більшої ефективності проведення діагностики необхідно зберігати анонімність зібраної інформації
Структурування діагностики	Діагностика може проводитись як за допомогою опитувальників, структурованих за декількома напрямками, так і у формі неструктурованого інтерв'ю
Запланованість діагностики	Діагностика може бути частиною довгострокової стратегії розвитку, а може бути й "випадковою подією"
Природа досліджуваної групи	Вирішення цього питання залежить від того, що хочуть з'ясувати в ході діагностики, і впливає на те, які методи роботи будуть обрані
Технологія діагностики	Це можуть бути запитання або інтерв'ю, індивідуальні або групові методи дослідження і т. п.
Глибина діагностики	Діагностика сама по собі може бути потужним засобом втручання в об'єкт дослідження. Професіонал повинен вирішити, як глибоко потрібно проводити діагностику (у значенні близькості до особистості й доступності даних)

* Упорядковано за матеріалом [14, с. 56].

Для проведення методу діагностики поведінки жінки на ринку праці необхідно визначитися з методиками, за допомогою яких вона буде здійснюватися.

Необхідно зауважити, що складність даної категорії полягає в тому, що вона містить у собі як соціальну (зовнішню), так і психологічну (внутрішню) складові поєднання, оцінка яких дасть можливість говорити про врахування двоаспектності цього компонента. Для проведення такого аналізу нещодавно доводилося опиратися в основному на два прикладних напрямки: на соціальну діагностику, предметом дослідження якої є соціальні мотиви поведінки особистості, групи або суспільства, і на психологічну діагностику, яка використовує сукупність принципів і методів визначення найбільш істотних рис особистості, запозичених із клінічної пси-

хології [16, с. 13]. Однак, в останні роки постала гостра потреба інтегрувати методи соціальної та психологічної діагностики для дослідження й опису нових явищ у соціальному середовищі — тих явищ, вивчення яких окремими, ізольованими способами і прийомами не дає адекватних результатів і знань. Дослідженням подібних явищ і стала займатися синтезована наука соціопсиходіагностика, що об'єднала науковий й методичний потенціал психологічної і соціальної діагностики [16, с. 14].

Основні завдання, які соціопсиходіагностика покликана вирішувати, полягають у наступному:

встановлення наявності в члена соціальної спільності тієї чи іншої соціальної або психологічної властивості чи особливості поведінки;

визначення ступеня розвиненості даної властивості, її вираження в певних кількісних та якісних показниках; опис діагностики соціальних і поведінкових особливостей у тих випадках, коли це необхідно;

порівняння ступеня розвиненості досліджуваних властивостей у різних людей і спільнот [16, с. 16].

Виходячи з цього і спираючись на постулати соціопсиходіагностики, були обрані такі методики дослідження поведінки:

1. Методика "VALS" (Value and lifestyle — цінності й типи способу життя).

Методика VALS була розроблена компанією SRI International (Simmons Market Research Bureau, Mediarnark Research International Inc.) у 1978 р. На сьогодні це єдина методика, що одержала світове визнання як методика психографічної сегментації. Компанія SRI почала дослідження цієї теми ще в 1960-х роках; отримані результати знайшли відображення в методиці VALS, яка ґрунтується на переконанні, що спосіб життя людини — це відображення її внутрішніх цінностей і відносин до життя.

У ній об'єднані чотири основні класи стилів життя:

1) спонукувані потребою вижити (якими керують потреби). Ці споживачі витрачають гроші у зв'язку зі своїми потребами, а не перевагами. Це найбільшні верстви населення, переважно без освіти;

2) послідовні традиціоналісти (якими керують зовнішні фактори). Роблячи покупки, ці люди зважають на те, що подумают про них інші;

3) адепти (якими керують внутрішні фактори). Для них насамперед важливі власні потреби й бажання;

4) новатори. Ці споживачі становлять найнечисленнішу групу. Вони представляють індивідуалів, які сполучають у собі кращі якості двох попередніх груп. Хоча їхня кількість невелика, дана група може відігравати важливу роль як законодавців мод, груп, через які проходять всі успішні ідеї й товари [17; 18].

Перераховані основні групи поділяються на дев'ять типів:

1. "Відстаючі" — Survivors.
2. "Терплячі" — Sustainers.
3. "Переконані" — Belongers.
4. "Імітатори" — Emulators.
5. "Процвітаючі" — Achievers.
6. "Індивідуалісти" — I-Am-Me.
7. "Ризиковані" — Experiential.
8. "Соціально стурбовані" — Societally Conscious.
9. "Інтегровані" — Integrated.

Під час використання даної методики значну увагу було приділено статусу особистості, що в основному

базується на формальній (легітимній) освіті й роді діяльності. У табл. 2 наведена її суть [19].

Таблиця 2

Типологія населення за методикою "VALS"

Тип споживачів	Цінності й стилі життя	Демографічні характеристики	Поведінка при покупці товарів
1	2	3	4
Керуються потребами			
Відстаючі	Боротьба за виживання. Недовіра. Немає місця в суспільстві. Керуються інстинктивними потребами	Дохід на рівні убогості. Невисокий рівень освіти. Багато неповнолітніх членів у родині. Багато хто живе у міських нетрях	Важливіше за все — ціна. Цікавляться основними продуктами. Роблять покупки для задоволення негайних потреб
Терплячі	Заклопотаність безпекою. Ненадійність, примус. Залежні, ті яких ведуть. Знаючи, рішучі	Низький дохід. Невисокий рівень освіти. Високий відсоток безробітних. Живуть як у містах, так і в сільській місцевості	Ціна важлива. Хочуть одержати гарантії. Обережні покупці
Керуються зовнішніми факторами			
Переконані	Звичайні. Не експериментують, традиціоналісти, формальні. Ностальгічно настроєні	Дохід від низького до середнього. Рівень освіти — низький або середній. Працюють клерками. Воліють жити за містом	Сімейні, домашні. Середній і низький масовий ринки
Імітатори	Амбіційні. Хизуються. Стурбовані власним статусом. Рухаються нагору. Енергійні, конкурують між собою	Дохід від середнього до дуже високого. "Завжди молоді". Живуть тільки у великих містах. Звичайно це чоловіки, але ситуація змінюється	Споживання напоказ. "Свої" товари. Схильні до імітації. Стежать за модою
Процвітаючі	Досягнення, успіх, слава. Матеріалізм. Лідерство, ефективність, комфорт	Дуже високий дохід. Лідери в бізнесі, політиці та інших сферах. Високий рівень освіти, живуть у містах і пригородах	Товари повинні давати уявлення про успіх. Останні моделі, розкішні товари й подарунки. "Нові й поліпшені" товари
Керуються внутрішніми факторами			
Індивідуалісти	Яскраво виражені індивідуалісти. Рішучі, імпульсивні, експериментатори, нестійкі	Молоді. Багато не одружених. Студенти або ті, хто тільки починає працювати. Мають багатих батьків	Виражають чийсь смак. Люблять експериментувати. Вільні від заобонів, схильні до найбільших примх. Покупки схожі з покупками друзів, сусідів й ін.
Ризиковані	Прагнуть одержати безпосередній досвід. Активні, такі, що беруть участь у всьому. Спрямовані на особистість. Артистичні	Два джерела доходу. Більшість за 40, багато хто має молоді родини. Високий рівень освіти	Важливий процес, а не продукт. Живі, займаються відкритими видами спорту. Займаються домашніми справами, творчістю й самоаналізом

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
Соціально стурбовані	Несуть соціальну відповідальність. Живуть просто	Два джерела доходу. Відмінна освіта. Різного віку й районів проживання	Консервативні. Простота, ощадливість. Піклуються про навколишнє середовище
Інтегровані	Психологічна зрілість, почуття відповідальності. Терпимо дивляться на увесь світ у цілому	Дохід від гарного до дуже високого. Різні вікові групи. Відмінна освіта	Різні способи самовираження. Естетичні, думають про екологію. Віддають перевагу незвичайним предметам

2. Методика визначення характеристик трудових стратегій.

Табл. 3 [17, с. 44] базується на частинах результатів лонгitudного дослідження за проектом "Гендерні аспекти ринку праці в пострадянській Росії" (INTAS-97-20280, 1999 – 2001), в якій вивчалися трудові стратегії найбільш уразливих в умовах капіталізації Росії груп людей. Метод дослідження — напівструктуровані інтерв'ю протягом двох з половиною років. У результаті цих досліджень були отримані чотири основні групи.

Таблиця 3

Характеристики трудових стратегій

Групи	Характеристики представників групи
"Карнегіанці"	Молоді люди, які досить чітко формулюють своє уявлення про успіх, усвідомлюють цілі, які ставлять. Їх відрізняє ясне уявлення про свої шанси на доступ до необхідних ресурсів і ризики, на які вони йдуть, обмеження і бар'єри, які мають перебороти. (Всі інформанти демонстрували готовність до подолання.) Використання англіцизму не є випадково, оскільки існує якийсь раціональний тип мислення й практик, що в молодіжному контексті прийнято відносити до "західного" стилю життя
"Батьки сімейства"	Групи молодих фахівців, стиль життя яких відрізняється прагненням до стабільності й поступовою, покроковою реалізацією життєвих планів. Кращі робочі місця — бюджетні установи, що гарантують певні привілеї та надають шанси на доступ до обмежених, але надійних ресурсів. Використання сімейного образу відображає високе значення родини, однієї з базових цінностей
"Гей-мери"	Групу відрізняють антикар'єризм та відхилення від формальних уявлень про успіх. Легко можна зацікавити до якоїсь справи. Їхня мобільність відрізняється від мобільності "карнегіанців", вона пов'язана не з кар'єрними домаганнями, а скоріше з недостатньо розвиненим почуттям відповідальності. Домінує уявлення про успіх як випадкову удачу або везіння
"Домогосподарки"	У групі можна розташувати тих, хто на даний момент відмовляється від опору ситуації, яка сформувалася, приймаючи свій досить низький формальний статус. Відмінність — пасивне використання існуючих життєвих шансів. Сімейні асоціації не пов'язані із приниженням статусу хатньої господарки, а підкреслюють пріоритет сімейних цінностей і орієнтацію на домогосподарство

Дана методика є цікавою тому, що враховує найбільш уразливих у трудовій зайнятості, а значить, цей підхід за своєю суттю є доречним під час вивчення поведінки жінок на ринку праці. Так, звертає на себе увагу той факт що, незважаючи на зміни, які відбуваються відносно ролі жінок у суспільному виробництві, при нинішніх сформованих умовах для того щоб почати працювати жінкам, доводиться приймати ряд не зовсім справедливих умов, висунутих роботодавцем на ринку праці. Зокрема, Л. В. Бабаєва наводить ряд таких обмежень:

жінка повинна за інших рівних умов гарантувати кращі результати на даному робочому місці, ніж чоловік;

жінка повинна свідомо погоджуватися на певну дискримінацію (зокрема, на більш низьку оплату праці, ніж у чоловіка);

прийняття на роботу жінки повинне супроводжуватися для підприємця досить вагомими економічними пільгами [8, с. 106].

3. Методика визначення соціонічних типів або типологія Майерс-Бригс, що містить у собі елементи теорії психологічних типів, заснованої швейцарським дослідником К. Г. Юнгом.

Розроблена наприкінці 50-х рр. минулого століття у США типологія Майерс-Бригс становить певний інтерес. У цей час тільки в США свій особистісний досвід за даною методикою визначило понад 3 млн. осіб [20, с. 27]. Такий підхід з більшим успіхом використовується в різних сферах діяльності — бізнесі, освіті, особистісному й сімейному консультуванні, профорієнтації, під час вирішення конфліктів.

Ізабелла Майерс-Бригс і Катрин Бригс поставили собі за мету об'єктивно обґрунтувати твердження про індивідуальні відмінності. Поштовхом до створення їхньої типології послужила проблема працевлаштування солдат, демобілізованих з армії. Міркування про те, як підібрати людині роботу, що відповідає її індивідуальним уподобанням, привели їх до більш широкої концепції розуміння і виявлення індивідуальних розбіжностей.

Взявши за основу психологічні типи К. Юнга і типологію Майерс-Бригс Аушра Аугустинавічюте створила новий науковий напрямок — "Соціоніку", яку називають новою галуззю суспільних наук. Вона вивчає основні поведінки і взаємодії людей у суспільстві з позицій інформаційного обміну. З'являється й чітка методика визначення соціотипів людини, заснованих на виявленні:

двох різних способів поповнення запасу енергії й зосередження уваги (шкала "екстраверсія – інтроверсія");

двох протилежних способів збору інформації (шкала "сенсорність – інтуїція");

двох різних способів прийняття рішень (шкала "логік – етик");

двох різних способів організації своєї взаємодії із зовнішнім світом (шкала "раціонал – ірраціонал") [20, с. 28].

Таким чином, існують чотири основні шкали і кожна людина у зв'язку зі своєю індивідуальністю займає певне місце на цих шкалах, що визначає її приналежність до одного з 16 типів особистостей.

Збір даних для цих методик здійснюється за допомогою методу анкетування.

Позитивний бік цих методик полягає в тому, що вони всі виділяють й "умовно" називають певні групи однорідних представників, що дає можливість співвіднести й порівняти поведінку жінок з вивченими типопредставниками, без цього використання методу діагностики було б недоцільним.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити такі висновки. Проведення подібного аналізу та оцінки дає можливість не просто говорити про те, що є негативним у сучасному становищі жінок на ринку праці та які б хотілося бачити зміни, а й створити основу для програмно-цільового підходу до вирішення цієї проблеми, тобто допомогти виявити особливості соціально-психологічних типів жінок: їх мету, інтереси, стимули, мотиви поведінки, описати їх соціальний статус, стиль життя і, можливо, поєднати це з їх віком, освітою та родинним станом.

Література: 1. Кустовська О. В. Демографічна ситуація в Україні / О. В. Кустовська, Л. І. Лебединська // Мат. Всеукраїнської науково-практичної конференції "Регіональні проблеми зайнятості і ринку праці". — Тернопіль, 2004. — 294 с. 2. Дороніна М. С. Методологічні передумови дослідження поведінки жінки на ринку праці / М. С. Дороніна, В. І. Ковальова // Економіка розвитку. — 2004. — №3(31). — С. 56 – 59. 3. Ильин Е. П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. — СПб.: Питер, 2003. — 544 с. 4. Губань Р. Ми — майбутня країна амазонок // Україна. — 2001. — №9. — С. 30. 5. Гендерный калейдоскоп: Курс лекций / Под ред. М. М. Малышева. — М.: Academia, 2002. — 520 с. 6. Антология гендерной теории: Сб. пер. / Сост., коммент. Е. Гаповой, А. Усмановой. — Минск: Пропилеи, 2000. — 384 с. 7. Журженко Т. Ю. Социальное воспроизводство и гендерная политика в Украине / Худож. оформитель А. С. Юхман. — Харьков: Фолио, 2001. — 240 с. 8. Бабаева Л. В. Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь. — М.: Фонд Джона и Кэтрин Марко-Артуров, 1997. — 130 с. 9. Чернова И. И. Женщина и работа: мнения россиян и канадцев // Социологические исследования. — 1999. — №12. — С. 108 – 113. 10. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. — М.: Изд. "Экзамен", 2003. — 736 с. 11. Верховин В. И. Экономическая социология: Монография / В. И. Верховин, В. И. Зубков. — М.: Изд. РУДН, 2002. — 460 с. 12. Суименко Е. Экономическое поведение: экспликация понятия и типологическая характеристика / Социология: теория, методы, маркетинг. — 2002. — №4. — С. 168 – 188. 13. Пономаренко В. С. Стратегия розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. — Харків: ВД "ИНЖЕК", 2003. — 328 с. 14. Методы практической социальной психологии: Диагностика. Консультирование. Тренинг: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Ю. М. Жукова. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 256 с. 15. Кизим М. О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства: Монографія / М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. — Харків: ВД "ИНЖЕК", 2003. — 144 с. 16. Пищулин Н. П. Социальное управление: теория и практика: Учеб. пособие. В 2-х т. Т. 2. / Н. П. Пищулин, С. Н. Пищулин, А. А. Бетуганов. — М.: ИКЦ "Академкнига", 2003. — 452 с. 17. Омельченко Е. Л. Стилевые стратегии занятости и их особенности // Социологические исследования. — 2002. — №11. — С. 36 – 47. 18. <http://socismr.com/interesno/2004-07-08/index.php> 19. http://www.nosorog.com/public/marketing/stil_jizni 20. Карташова Л. В. Организационное поведение: Учебник / Л. В. Карташова, Т. В. Никонова, Т. О. Соломандина. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 220 с.

УДК 334.714

Ким М. Н.
Тумакова О. А.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

The article is devoted to the evolution of the role and character of households on preindustrial, industrial and postindustrial stages. The features of functional structure of households in transitive economy are revealed.

Место домохозяйств в процессе воспроизводства определяется их функциями. В рыночной экономике домашние хозяйства играют роль своеобразных "внутренних стабилизаторов" системы, выполняя свои традиционные функции потребления, сбережения, инвестирования, воспроизводства человеческого капитала. Рыночная трансформация существенно образом изменила условия существования домашних хозяйств, предъявила новые требования к их поведению, расширила сферу деятельности. В связи с этим возникла объективная необходимость изменения экономической роли семьи и формирования домохозяйства рыночного типа. Изучение этих процессов, по мнению авторов статьи, заслуживает самого пристального внимания. Значимость исследования выделенной проблемы усиливается и тем, что в сложившейся ситуации, когда значительная часть населения страны поставлена в условия выживания и вынужденного самообеспечения, происходит трансформация функциональной структуры домохозяйств, затрудняющая действие классических механизмов макроэкономического равновесия.

Функциональный анализ традиционно использовался в качестве методологии исследования домашних хозяйств. В центр научного интереса разных экономических школ попадали те или иные функции домохозяйств. Так, в неоклассической теории приоритет отдается потребительской функции, при этом сфера потребления, к которой принадлежат домохозяйства, противопоставляется производственной сфере. В рамках "новой теории домашних хозяйств" Г. Беккера большое внимание уделяется внутренней производственной функции и функции воспроизводства человеческого капитала. Кейнсианская теория главной функцией домохозяйств считает воспроизводство платежеспособного потребительского спроса как основной составляющей эффективного спроса.