

УДК 159.9:334.7

Кононець Марія Олександрівна, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри психології і педагогіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ПРОФЕСІЙНОЇ МОРАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМЦЯМИ

Анотація. Статтю присвячено висвітленню результатів дослідження гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями. Зокрема, у статті наведено визначення професійної моральності як прояву етичних настановлень підприємців через етичну поведінку та етичні взаємовідносини в процесі підприємницької діяльності; описано методики вимірювання параметрів професійної моральності підприємців; доведено, що діагностика професійної моральності підприємця може здійснюватися шляхом вимірювання його морального статусу, рівня розвитку моральної свідомості, етичності поведінки, а також індексу участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях.

Ключові слова: *професійна моральність підприємця, моральний статус, моральна свідомість, етичність поведінки.*

Кононець Марія Александровна

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НРАВСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ

Аннотация. Статья посвящена освещению результатов исследования гендерных особенностей проявления профессиональной нравственности предпринимателями. В частности, в статье дано определение профессиональной нравственности предпринимателей как проявления их этических установок в виде этического поведения и этических взаимоотношений

в процессе предпринимательской деятельности; описаны методики измерения параметров профессиональной нравственности предпринимателей; доказано, что диагностика профессиональной нравственности предпринимателя может осуществляться путем измерения его морального статуса, уровня развития морального сознания, этичности поведения, а также индекса участия в сомнительных с этической точки зрения ситуациях.

Ключевые слова: *профессиональная нравственность предпринимателя, моральный статус, моральное сознание, этичность поведения.*

Kononets Maria Oleksandrivna

GENDER FEATURES OF DEMONSTRATION OF ENTREPRENEURS' PROFESSIONAL MORALITY

Resume. Article is dedicated to the results of research of gender features of demonstration of professional morality by entrepreneurs'. In particular, definition of entrepreneurs' professional morality as demonstration of their ethical attitudes in the form of ethical behaviour and ethical mutual relations in the process of entrepreneurial activity is given; techniques of measurement of parameters of professional morality of entrepreneurs are described. It is proved, that diagnostics of entrepreneurs' professional morality can be carried out by measurement of their moral status, ethical behaviour, level of development of moral consciousness, and also an index of participation in doubtful situations from the ethical point of view.

Keywords: *entrepreneurs' professional morality, moral status, moral consciousness, ethical behaviour.*

Постановка проблеми. Результати психолого-організаційних та соціологічних досліджень дають підстави стверджувати, що в нашій економіці склалася гендерна асиметрія, яка призвела до прихованої дискримінації жінок у сфері управління [9]. Вона помітно виявляється при гендерному аналізі різних рівнів управління. Якщо в нижчих і середніх

ланках частка жінок в апараті управління є значущою, то представництво жінок на вищому рівні управління є зовсім незначним [6; 7]. Подібною є ситуація, що склалася у сфері підприємництва. За даними Державного звіту про виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок [2], жінки становлять 38% усіх підприємців, які займаються індивідуальною діяльністю, очолюють 26% малих підприємств, 15% – середніх, 12% – великих. Бізнесом у промисловості керують лише 2% жінок.

Зазначене співвідношення привернуло увагу дослідників до вивчення індивідуальних відмінностей чоловіків і жінок, які працюють у сферах управління і бізнесу [7; 9 та ін.]. У той же час, проблема відмінностей у прояві професійної моральності чоловіками і жінками, що працюють у сфері підприємництва, до сьогодні ще не стала предметом окремого наукового дослідження. Саме тому головною метою статті є розкриття гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями. Відповідно до мети завдання статті полягають у наступному:

- 1) описати досліджувані параметри професійної моральності підприємців та методики їх вимірювання;

- 2) з'ясувати гендерну специфіку прояву досліджуваних параметрів професійної моральності підприємців.

Професійна етика в структурі професійної діяльності підприємця виконує функцію *зовнішнього морального регулятора*, який визначає ставлення підприємця до свого професійного обов'язку і направляє його поведінку у взаємовідносинах з працівниками належної йому організації, партнерами, а також з урядовими і громадськими інституціями.

Внутрішнім моральним регулятором професійної діяльності виступає моральнісний розвиток підприємця, який є багатовимірним процесом, що передбачає «соціалізацію індивіда (залучення до моральних орієнтирів соціального оточення), індивідуалізацію (критичне осмислення домінуючої моралі, формування власної ієрархії цінностей, самостійних моральнісних суджень) та універсалізацію (вихід за межі моральних пріоритетів

соціального оточення, цінностей локальної культури, наближення до загальнолюдських гуманістичних універсалій)» [1, с. 45].

Основними ланками циклу реалізації професійної етики підприємцями виступають: а) *етичні настановлення* (прийнятність або неприйнятність сумнівних з моральної точки зору дій у конкретних ситуаціях професійної діяльності); б) *етична поведінку* (нормовідповідне виконання підприємцем власне професійних функцій); в) *етичні взаємовідносини* (налаштованість на етичні стосунки в процесі здійснення підприємцем управлінських комунікацій). Взаємодія між цими ланками виявляється у тому, що внаслідок інтеріоризації норм професійної етики, відбувається їх перетворення на етичні настановлення, які у вигляді системи відповідних дій актуалізуються у повсякденній професійній діяльності через етичну поведінку та етичні взаємовідносини.

Отже, професійну моральність підприємця ми розглядаємо як прояв його етичних настановлень через етичну поведінку та етичні взаємовідносини в процесі підприємницької діяльності. При цьому діагностика професійної моральності підприємця має здійснюватися шляхом вимірювання його морального статусу, рівня розвитку моральної свідомості, етичності поведінки і взаємовідносин з працівниками, партнерами, представниками інших культур й економічних систем.

Виклад основного матеріалу. В емпіричному дослідженні гендерних особливостей прояву професійної моральності взяли участь 183 українських підприємці, які представляли виробничу, будівельну, фінансову, торговельну та інші галузі. Чоловіки склали 62,8% від загальної кількості респондентів, жінки – 37,2%. Отже, співвідношення підприємців-чоловіків і підприємців-жінок у нашому дослідженні було подібним до співвідношення між ними серед українських підприємців, що займаються індивідуальною діяльністю [2]. Щодо розподілу за розміром підприємств, то співвідношення переважає на користь жінок, що очолюють малі підприємства, в 1,5 рази, середні підприємства – в 2,8 рази, великі підприємства – в 1,4 рази (табл. 1).

Таблиця 1

**Співвідношення підприємців-чоловіків і підприємців-жінок
в Україні та констатувальному експерименті, %**

Розмір підприємства	В цілому по Україні		По вибірці підприємців - учасників дослідження	
	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки
Малі підприємства (до 50 працівників)	74	26	62	38
Середні підприємства (від 50 до 500 працівників)	85	15	58	42
Великі підприємства (більше 500 працівників)	88	12	83	17

Процедура збору даних була організована наступним чином. На початку емпіричного дослідження з підприємцями проводилася вступна бесіда для пояснення цілей дослідження та підвищення їхньої мотивації щодо участі в дослідженні. Потім їм пропонувалося визначити свій моральний статус шляхом аналізу конкретної ситуації [10, с.86-95], заповнити опитувальник «Етичні настановлення професіоналів бізнесу» [8, с.179-181] і виконати тест «Етика поведінки в організації» [5, с.151]. Після аналізу отриманих даних нами було розроблено анкету для визначення основних етико-психологічних проблем у професійній діяльності підприємців, яка складалася із двох блоків [4, с.161]. Далі підприємцем пропонувалося відповісти спочатку на блок запитань анкети щодо особливостей корпоративної етики в організації, а потім – на блок запитань анкети щодо об’єктивних характеристик організації і персональних даних підприємців. Після обробки результатів та аналізу даних підприємці отримали зворотній зв’язок. Зокрема, їх було ознайомлено із впливом корпоративної етики на моральну свідомість й етичну поведінку в організації, а також із можливостями психолого-управлінського консультування у вирішенні етичних проблем підприємницької діяльності.

Для статистичної обробки й аналізу даних, отриманих за допомогою описаної системи діагностичних методик, нами застосовувалися: контент-аналіз, порівняння, узагальнення, статистичне групування, варіаційний, кореляційний і факторний аналіз. Математична обробка даних здійснювалась за допомогою пакету статистичних програм SPSS (версії 13 і 17).

Система аналізу гендерних особливостей прояву професійної моральності підприємцями базувалась на визначенні параметрів:

1. *Моральний статус* підприємця, що оцінювався як *високий* – при відмові брати участь в неетичній ситуації за будь-яких обставин; як *середній* – при згоді або відмові брати участь в неетичній ситуації залежно від обставин; як *низький* – при згоді брати участь в неетичній ситуації за будь-яких обставин.

2. *Рівень розвитку моральної свідомості* підприємця. Відповідно до предконвенційного, конвенційного та постконвенційного рівнів розвитку моральної свідомості особистості за Л.Колбергом [11] нами виділялися три рівні розвитку моральної свідомості: *низький*, *середній* та *високий*.

3. *Індекс участі підприємця в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях* – визначався як *низький*, якщо респондент брав участь в 1-3 сумнівних з етичної точки зору ситуаціях, *середній* – у 4-6 таких ситуаціях, *високий* – у 7-9 таких ситуаціях, *дуже високий* – у більш ніж 10 таких ситуаціях.

4. *Рівень етичності поведінки* підприємця у професійній діяльності оцінювався відповідно до набраної кількості балів як *низький* (такий, що потребує морального вдосконалення), *середній*, *прийнятний* або *високий*.

Вивчення потреби підприємців у психолого-організаційному консультуванні здійснювалося за допомогою розробленої нами анкети [4].

Для діагностики параметра «моральний статус» застосовувався опитувальник «Визначення морального статусу», за допомогою якого можна було охарактеризувати моральний статус підприємців як *низький* (згода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації), *середній* (згода або незгода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації, залежно від обставин) або *високий* (незгода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації за будь-яких обставин).

Щодо рівня прояву підприємцями морального статусу, то по вибірці в цілому превалюють підприємці з високим моральним статусом (42,1%), середній моральний статус зустрічається майже у чверті респондентів (24%),

а низький моральний статус мають трохи більше третини підприємців (33,9%). Щодо підприємців-чоловіків, то на відміну від даних по вибірці в цілому серед них превалюють респонденти з низьким моральним статусом (38,3%). Високий моральний статус мають 37,4% підприємців-чоловіків, що є нижчим від результату по вибірці в цілому на 4,7%. Середній моральний статус був виявлений у 24,3% респондентів даної групи, що майже не відрізняється від результату, який був отриманий по вибірці в цілому. Значно кращими виявилися результати оцінювання морального статусу серед підприємців-жінок. Так, 50% респондентів даної групи мають високий моральний статус, що на 7,9% вище аніж по вибірці в цілому та на 12,6% вище аніж у підприємців-чоловіків. Низький моральний статус був виявлений у 26,5% підприємців-жінок. Отже, у групі підприємців-жінок респондентів з низьким моральним статусом було виявлено на 7,4% менше аніж по вибірці в цілому й на 11,8 % менше аніж у групі підприємців-чоловіків. Середній моральний статус був виявлений у 23,5% підприємців-жінок. З цього витікає, що високий моральний статус більше притаманний підприємцям-жінкам, а низький моральний статус частіше зустрічається у підприємців-чоловіків. Щодо частки підприємців з середнім моральним статусом, то вона була приблизно однаковою і серед підприємців-чоловіків і серед підприємців жінок.

Для діагностики параметра «рівень розвитку моральної свідомості» застосовувався опитувальник «Етичні настановлення професіоналів бізнесу», який дозволяв визначити рівень розвитку моральної свідомості підприємців як низький (прийнятність неетичних вчинків в професійній діяльності), середній (прийнятність або неприйнятність неетичних вчинків в професійній діяльності залежно від ситуації) або високий (неприйнятність неетичних вчинків в професійній діяльності).

Здійснення аналізу прояву підприємцями моральної свідомості показало, що у вибірці в цілому значно більше було підприємців з середнім рівнем розвитку моральної свідомості (79,8%). Лише невелика частка

респондентів мали високий рівень розвитку моральної свідомості (7,1%). Респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості у вибірці було 13,1%, що майже вдвічі більше, аніж з високим. У групах респондентів-чоловіків і респондентів-жінок між рівнями розвитку моральної свідомості зберігається відсотковий розподіл, подібний до розподілу по вибірці в цілому. Група підприємців-жінок з середнім рівнем розвитку моральної свідомості склала 79,4%, що є меншим на 0,6% аналогічної групи підприємців-чоловіків (80,0%). Щодо респондентів з високим рівнем розвитку моральної свідомості, то у групі підприємців-жінок вони склали 8,8%, що є більшим на 2,7% від аналогічної частки в групі підприємців-чоловіків (6,1%), та на 1,7% вищим аніж у загальній вибірці респондентів (7,1%). Частка респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості була меншою в групі респондентів-жінок (11,8%), аніж в групі респондентів-чоловіків, де вона склала 13,9%, що було більшим на 2,1% аніж у групі жінок. В цілому по вибірці респондентів з низьким рівнем розвитку моральної свідомості було 13,1%, що на 1,3% більше аніж по групі підприємців-жінок. В цілому можна зазначити, що високий рівень розвитку моральної свідомості частіше зустрічається у підприємців-жінок, а низький – у підприємців-чоловіків. Частка підприємців з середнім рівнем розвитку моральної свідомості виявилася майже однаковою в обох гендерних групах.

Опитувальник «Етичні настановлення професіоналів бізнесу» застосовувався також для діагностики параметра «індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях», який визначався залежно від кількості подібних до наведених в опитувальнику сумнівних з етичної точки зору ситуацій, в яких брав участь той чи інший респондент. Значення індексу залежало від кількості неетичних ситуацій, у яких брав участь респондент (1-3 – низький, 4-6 – середній, 7-9 – високий, більше 10 – дуже високий).

Дані, отримані при оцінюванні індексу участі підприємців у сумнівних з етичної точки зору ситуаціях свідчать, що по вибірці в цілому превалювали підприємці з низьким індексом участі в сумнівних з етичної точки зору

ситуаціях (55,7%). Середній індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях було виявлено більше ніж у третини респондентів (32,2%). Високий індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях мали трохи менше десятої частини підприємців (9,8%), а невелика частина респондентів мали дуже високий індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях (2,2%). Подібний відсотковий розподіл спостерігається й у групі респондентів-чоловіків і в групі респондентів-жінок. Хоч низький індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях спостерігався у значній кількості респондентів (61,8%), але частка підприємців-жінок з таким індексом виявилася на 9,6% більшою аніж у підприємців-чоловіків (52,2%) і на 6,1% більшою аніж по вибірці в цілому. Група підприємців-чоловіків з середнім індексом участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях склала 33,9%, що було на 1,7% більше аніж у загальній вибірці. В групі підприємців-жінок середній індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях мали 29,4% респонденток, що складало на 4,5% менше аніж у підприємців-чоловіків. Щодо високого індексу участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях, то в групі підприємців-чоловіків він також склав більшу частку (12,2%) аніж у групі підприємців-жінок (5,9%). Це майже вдвічі більше аніж в групі жінок і на 2,4% перевищує результат, отриманий по вибірці в цілому. Частка респондентів з дуже високим індексом участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях виявилася у загальній вибірці дуже невеликою – лише 2,2%, причому у цій частці жінок було в 1,7 разів більше, аніж чоловіків. Отже, можна припустити, що дуже високий індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях частіше зустрічається у підприємців-жінок через складнощі у започаткуванні власного бізнесу, пов'язані з гендерною нерівністю, хоча за результатами дослідження більшість жінок має низький індекс. Високий і середній індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях більш типовий для підприємців-чоловіків.

Для діагностики параметра «рівень етичності поведінки» застосовувався тест «Етика поведінки в організації», який дозволяв

охарактеризувати рівень етичності поведінки підприємців як такий, що потребує морального вдосконалення (згода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації), середній (часткова згода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації), прийнятний (невеликий відсоток випадків згоди на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації) або високий (незгода на участь у сумнівній з етичної точки зору ситуації). Статистичне групування оцінок рівня етичності поведінки підприємців свідчить, що в загальній вибірці переважали підприємці з середнім рівнем етичності поведінки (60,7%), морального вдосконалення потребувала майже третина респондентів (29,5%), прийнятний рівень етичності поведінки був зафіксований менш ніж у десятої частини опитаних підприємців (7,7%), а високий рівень етичності поведінки мала лише невелика кількість респондентів (2,2%). Більшість підприємців-чоловіків мають середній рівень етичності поведінки (63,5%), трохи менше третини респондентів даної гендерної групи потребують морального вдосконалення (26,1%). Близько десятої частки від загального масиву даних по підприємцям-чоловікам складають респонденти з прийнятним рівнем етичності поведінки (8,7%). Високий рівень етичності поведінки мають 1,7% підприємців-чоловіків, що є нижчим від результату по вибірці в цілому на 0,5%. У групі підприємців-жінок також переважали респондентки з середнім рівнем етичності поведінки (55,9%), що було меншим аніж у підприємців-чоловіків на 7,6% та на 4,8% меншим аніж по вибірці в цілому. Група підприємців-жінок, яким було необхідне моральне вдосконалення, склала більше третини від загальної кількості респонденток (35,3%), тобто була більшою на 9,2% аніж група підприємців-чоловіків і на 5,8% більшою аніж в цілому по вибірці. Група підприємців-жінок з прийнятним рівнем етичності поведінки склала 5,9%, що менше на 2,8% ніж група підприємців-чоловіків і на 1,8% менше ніж в середньому по вибірці. Але, необхідно зазначити, що серед загальної вибірки респондентів-жінок з високим рівнем етичності поведінки було майже в два рази більше аніж підприємців-чоловіків.

Таким чином, можна зазначити, що у групі підприємців-жінок потребують морального вдосконалення на 9,2% більше респондентів аніж у групі підприємців-чоловіків. Респондентів з середнім та прийнятним рівнем етичності поведінки виявлено більше серед підприємців-чоловіків порівняно з підприємцями-жінками на 7,6% та 2,8% відповідно. Проте респондентів з високим рівнем етичності поведінки було на 1,2% більше у групі підприємців-жінок аніж у групі підприємців-чоловіків.

Зазначимо, що потреба підприємців в психолого-організаційному консультуванні розглядалася нами як похідна від їхніх етичних настановлень і поведінки у підприємницькій організації. Отже діагностика цього параметра дозволила нам уточнити рівень моральнісного розвитку респондентів. Оцінювання даного параметру здійснювалося за допомогою відповідей респондентів на запитання «Для вирішення якої найскладнішої етичної проблеми в професійній діяльності Ви звернулися б за допомогою до психолога-консультанта?» [4, с.161].

Аналіз результатів вимірювання цього параметру показав, що у загальній вибірці превалюють підприємці, які мають потребу в консультуванні (77,1%). У той же час, вищезазначеної потреби по вибірці в цілому не мали майже чверть респондентів (22,9). Подібний відсотковий розподіл спостерігається й у групі респондентів-чоловіків і в групі респондентів-жінок. Проте, у групі підприємців, що сформулювали потребу в консультуванні з етико-психологічних проблем, підприємців-чоловіків виявилось 79,1%, що на 5,6 % більше аніж жінок. Отже, в респондентів-жінок потреба в консультуванні з етико-психологічних проблем виявилася трохи нижчою аніж в респондентів-чоловіків.

Подальше проведення дослідження *етичних стратегій* очолюваних респондентами організацій дозволило констатувати приділення підприємцями недостатньої уваги цьому напряму професійної діяльності. Кількість очолюваних респондентами організацій, які не мали етичного кодексу, виявилася в 7 разів більшою від кількості організацій, які мали

етичний кодекс. Були виявлені тенденції до приділення підприємцями-чоловіками меншої уваги впровадженню етичних стратегій в очолюваних організаціях аніж підприємцями-жінками, а також до нерозголошення певною частиною респондентів-чоловіків інформації про етичну стратегію організації та небажання обговорювати етико-психологічні проблеми з психологом-консультантом.

Висновки. В процесі проведеного дослідження були виявлені виявило наступні гендерні відмінності у параметрах професійної моральності підприємців:

1. Високий рівень морального статусу і розвитку моральної свідомості частіше проявляють підприємці-жінки, а низький – підприємці-чоловіки. Частка підприємців з проявом середнього рівня цих параметрів виявилася однаковою в обох гендерних групах.

2. Більшість респондентів-жінок мали низький індекс участі в сумнівних з етичної точки зору ситуаціях. Високий і середній індекс частіше спостерігався в респондентів-чоловіків.

3. В обох гендерних групах переважали респонденти, які проявили середній рівень етичності поведінки, низький рівень етичності поведінки проявили майже третина респондентів, прийнятний і високий рівень етичності поведінки проявили менш ніж десята частина опитаних підприємців.

4. Респонденти-жінки проявили більшу інтенсивність формулювання етико-психологічних проблем, хоча в групі респондентів-чоловіків частота прояву потреби в консультуванні з таких проблем була вищою аніж в групі жінок.

Список використаних джерел

1. Балл Г. О. Орієнтири сучасного гуманізму (в суспільній, освітній, психологічній сферах) / Г. О. Балл. – Рівне : Видавець Олег Зень, 2007. – 172 с.

2. Державний звіт щодо виконання Україною Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.undp.org.ua/ua/media/41-democratic-governance/888-undp-helps-ukrainian-government-present-state-report-on-ukraines-compliance-with-the-
cedaw-convention-for-first-public-discussion-ever](http://www.undp.org.ua/ua/media/41-democratic-governance/888-undp-helps-ukrainian-government-present-state-report-on-ukraines-compliance-with-the-cedaw-convention-for-first-public-discussion-ever)
3. Завгородня О. В. Типологія моральнісного розвитку особистості / О. В. Завгородня // Особистість у просторі культури : матеріали Всеукр. наук.-практ. симпозиуму 24 вересня 2009 р., Севастополь / за ред. Г. О. Балла, О. Б. Бовть. – Севастополь : РІБЕСТ, 2009. – С. 45–48.
4. Кононець М. О. Психологія професійної моральності підприємців: теорія та сучасна практика : [монографія] // М.О. Кононець. – К. : Омега-Л, 2013. – 166 с.
5. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон., М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М. : Дело, 1995. – 702 с.
6. Пампуха Л.О. Гендерні стереотипи рольових диспозицій жінки-керівника. – Теоретичні і прикладні проблеми психології // Зб. наук. пр. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. Володимира Даля. – 2005. – №1(9). – С.119-125.
7. Пампуха Л.О. Чинники внутрішньоособистісних конфліктів у жінок-керівників. – Актуальні проблеми психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім.Г.С.Костюка АПН України. – Том 7. – Вип. 4. – С.286-294.
8. Технології роботи організаційних психологів: [навч. посіб.] / за наук. ред. Л. М. Карамушки. – К. : ІНК ОС, 2005. – 366 с.
9. Чирикова А. Женщина во главе фирмы (проблемы становления женского предпринимательства в России) // Вопросы экономики. – 2000. – №3. – С.94-102.
10. Шрейдер Ю. А. Модель моральной рефлексии / Ю. А. Шрейдер // Лекции по этике : [учеб. пособ.]. – М. : МИРОС, 1994. – С. 86–98.
11. Kohlberg L. The Philosophy of Moral Development / L. Kohlberg // Essays of Moral Development. – New York: Harper and Row, 1981. – P. 409–412.

Реферат

GENDER FEATURES OF DEMONSTRATION OF ENTREPRENEURS' PROFESSIONAL MORALITY

Kononets Maria Oleksandrivna

Article is dedicated to the results of research of gender features of demonstration of professional morality by entrepreneurs'. In particular, definition of entrepreneurs' professional morality as demonstration of their ethical attitudes in the form of ethical behavior and ethical mutual relations in the process of entrepreneurial activity is given; techniques of measurement of parameters of professional morality of entrepreneurs are described. It is proved, that diagnostics of entrepreneurs' professional morality can be carried out by measurement of their moral status, ethical behavior, level of development of moral consciousness, and also an index of participation in doubtful situations from the ethical point of view. It was found that high level of the moral status and of moral consciousness is shown more often by businesswomen, and low level – businessmen. The number of entrepreneurs with demonstration of an average level of these parameters was identical in both gender groups. The majority of respondents-women had a low index of participation in doubtful situations from the ethical point of view. The respondents-men demonstrated high index and average index more often. The respondents of both gender groups have shown an average level of ethical behavior; almost the third part of respondents have shown the low level of ethical behavior; less than the tenth part of interrogated entrepreneurs have shown acceptable level and high level of ethical behavior. In future researches it is important to study mutual influence of the analyzed parameters of professional morality of businessmen and businesswomen and to carry out the analysis of gender features of the received dependences.