**Министерство образования и науки**

**Республики Казахстан.**

**Таразский Государственный Университет.**

**Им.М.Х. Дулати.**

**«Факультет Мировых Языков»**

**Кафедра: политологии и социологии\_**

**РЕФЕРАТ**

По дисциплине**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

На тему**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Курс:\_III\_\_

Группа: АН – 21 - 6

Выполнил(а): Шамсудинов Ф.А.

Проверил(а): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Тараз – 200\_ г**

Содержание.

1. Введение
2. Программы социологического исследования
3. Выборка
4. Анкета
5. Интервью
6. Анализ результатов социологического исследования
7. Заключение

**Программы социологического исследования.**

Программы состоят из двух частей:

1. Методологическая часть:
2. проблема; женское предпринимательство
3. цель:
4. задачи;

 *а) колличество женщин - предпринимателей*

1. объект: жители города Тараз;
2. предмет: женщины – предприниматели;
3. гипотеза: по следующим фактрам:

*а) 1 наличие собственных идей, планов и невозможность их реализации на традиционном месте работы*

 *б) быть наравне с мужчинами*

1. Процедурная часть:
2. провести анкетирование;
3. взять интервью;
4. ознакомиться со статистическими данными;
5. сделать вывод.

**Выборка.**

Для исследования этой проблемы, берем людей, которые проживают в городе Тараз. Берем лишь часть жителей, которые проживают в микрорайоне №11 «Жан - Сая» – 15 человек.

Этих людей берем по следующим критериям:

1. По полу:

Женский

1. По возрасту:

От 20 – 24

От 25 – 34

#  От 35 – 50

Старше 50

1. По образованию:

#  С высшим

Со средним

Неполное среднее

1. По социальному положению:

 Служащие

#  Специалисты

1. По количеству детей:

От 1 – 3

От 3 – 5

Более 5

бездетные

**Анкета.**

Уважаемый респондент!

Мы, студенты факультета мировых языков, приглашаем вас ответить на вопросы анкеты. Данная анкета является социологическим исследованием, проводимым нами с целью изучения проблемы развода. Нас интересует Ваше отношение к данной проблеме.

Анкета проводится анонимно!

Инструкция к заполнению анкеты!

Прочтите различные варианты ответов, затем отметьте любым условным обозначением с тем вариантом ответа, который соответствует Вашему мнению.

#### ВОПРОСЫ АНКЕТЫ.

1. Вы замужем?

А) да.

Б) нет.

1. Во сколько лет Вы начали заниматься бизнесом?

А) с 17.

Б) с20.

В) свой вариант.

1. Какие у Вас отношение с мужем?

А) не очень хорошие.

Б) нормальные.

В) отличные.

1. Как Вы думаете почему женщины занимаются бизнесом?

а) наличие собственных идей, планов и невозможность их реализации на традиционном месте работы;

б) быть наравне с мужчинами.

в) свой вариант

1. Есть ли у Вас дети?

А) да

Б) нет

1. Достаточно ли времени уделяете Вы своему ребенку?

А) да

Б) нет

В) незнаю

1. Вы бы могли бы жить один, вдали от семьи?

А) да

Б) нет

Г) незнаю

1. Ваш возраст?
2. Социальное положение?
3. Материальное положение7
4. Ваше образование?
5. Семейное положение?

Благодарим Вас за участие в исследовании!

**Анализ результатов социологического опроса.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Отношение с мужем  | Ж | % |
| не очень хорошие. | 4 | 27% |
| Нормальные  | 7 | 46% |
| Отличные | 4 | 27% |
| Всего | 15 | 100% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Почему Вы начали заниматься бизнесом? | Ж | % |
| 1 наличие собственных идей, планов и невозможность их реализации на традиционном месте работы | 6 | 40% |
| 2. быть наравне с мужчинами. | 4 | 26% |
| 3. свой вариант | 5 | 34% |
| Всего | 15 | 100% |

**Вывод.**

Бизнес-слой пополняет, как видно, та часть женского социума, которая уже на «входе» реформы обладала необходимыми социально-психологическими и статусными характеристиками, выступала носителем либеральных ценностей (свобода, независимость существования и пр.), т.е. в своей основе оказалась как бы «преадаптированной» к рынку. Высокая степень готовности к предпринимательской деятельности дала возможность 80% опрошенных бизнес-леди «довольно легко» или «со средней тяжестью» освоить новую социальную роль, войти в рынок. Существующая в управленческих кругах гипотеза о том, что приход в бизнес женщин может снять напряженность на рынке труда, по-видимому, является в современных условиях несостоятельной. Бизнес-леди – это особый социальный тип женщин – носителей либеральных ценностей, с повышенной потребностью в самореализации, творческой самоотдаче, новаторов по своей природе. Как правило, такой тип женщин является востребованным не только в предпринимательстве, но и в других сферах трудовой деятельности, на предприятиях с самыми разнообразными организационно-правовыми формами. Безработица на рынке труда – это не их удел, а социальная ловушка женщин совсем иного «не предпринимательского склада». Присущие бизнес-леди ценности и качества не являются доминирующими и массовыми у современных российских женщин, тем более у тех, кто оказался вытесненными по тем или иным причинам из сферы производства. Лишь небольшая часть женщин, потерявших работу, может открыть свое дело и тем самым решить проблему своей занятости. Однако со временем социальные качества, необходимые для предпринимательской активности, будут, видимо, все более проявляться у новых поколений женщин, входящих в жизнь в условиях рынка. Ведь, не случайно, например, в США каждое второе малое предприятие, а в Германии – каждое третье возглавляют женщины.