Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

"Ярославский государственный технический университет"

# Кафедра Экономики и Управления

Анализ гендерной проблемы в управлении

# Пояснительная записка к курсовой работе по дисциплине

"Основы менеджмента"

2009

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Ярославский государственный технический университет

Кафедра "Экономики и управления"

ЗАДАНИЕ № 38

по курсовой работе

1. Тема работы и исходные данные

Анализ гендерной проблемы в управлении

1. Представить следующие материалы:

а) текстовые:

1) пояснительная записка.

1. Рекомендуемая литература и материалы (список прилагается)
2. Дата выдачи задания " 7 " февраля 2009г.
3. Срок сдачи законченной работы " 1 " апреля 2009г.
4. Отметка о явке на консультацию:

1) " 11 " марта 2009г.

2) " 18" марта 2009г.

Руководитель работы \_\_\_\_\_\_\_\_ А. В. Кольцова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_А. В. Кольцова

Реферат

Женщина, руководитель, менеджер, гендер, управление, бизнес, мотивация, занятость, дискриминация, самореализация, независимость.

Объектом исследования является женщина, как эффективный управленец.

Предметом в данной работе являются проблемы женского менеджмента.

Цель работы – обобщение теоретических и практических аспектов о роли женщины в управленческой деятельности, анализ гендерной проблемы в управлении, определение перспектив развития женского менеджмента.

В процессе курсовой работы на основании литературы проведен анализ проблем женщин-управленцев, рассмотрены качества и стили управления женщин-менеджеров, ценности и мотивы их деятельности. Выявлены основные причины женской дискриминации на рынке труда. Рассмотрены перспективы развития женского менеджмента в России и за рубежом.

Содержание

Введение

1. Характерные черты и особенности женского менеджмента

1.1 Гендерные различия в управлении

1.2 Подходы к управлению женщин-менеджеров

1.3 Ценности и мотивы деятельности женщин-менеджеров

2. Анализ проблем женщин в управлении

2.1 Состояние занятости женщин в управлении в России и за рубежом

2.2 Препятствия для женского менеджмента

3. Перспективы и примеры развития женского менеджмента

3.1 Женский менеджмент за рубежом

3.2 Женщины-управленцы в России

3.3 Индра Нуйи - влиятельная женщина американского бизнеса

Заключение

Список используемой литературы

Введение

Женщины могут все,

мужчины - все остальное...

Анри Ренье

Специалисты, исследующие особенности мужского и женского менеджмента, до сих пор не могут прийти к общему мнению. Одни считают, что успешное лидерство – удел мужчины, женщинам же остается лишь подстраиваться под их манеру руководства. Другие предполагает, что в процессе предпринимательской деятельности женщина вырабатывает свой стиль управления, который имеет заметные отличия от мужского.

Мнение о том, что "женщина не может быть хорошим руководителем", в нашем обществе давно уже превратилось в устойчивый стереотип. И только женщины, достигнувшие в собственном бизнесе небывалых высот, сумевшие создать успешную компанию и классную команду, продолжают доказывать обратное.

По результатам одного из опросов, проведенного в середине 90-х годов, четверть мужчин и 17% женщин были убеждены в том, что женщины как руководители хуже мужчин, причем так считали и 7% самих женщин-руководителей. Более четверти опрошенных отрицательно отнеслись бы к тому, чтобы их непосредственным начальником была женщина [8]. Правда, времена тогда были другие.

Современные данные ряда исследований показывают, что женщины не только догнали мужчин в овладении методами успешного управления, но и выработали свои собственные, отличные от мужских, "технологии".

Может ли женщина быть лидером? Сегодня ответ на этот вопрос практически не вызывает сомнений. Женщины во главе предприятий, корпораций и государственных структур убедительно доказали свою способность руководить, создавать эффективные организации, вести за собой. Вместе с тем при переходе от рассмотрения отдельных примеров к анализу самого явления женского лидерства мы неизбежно сталкиваемся с рядом вопросов. Что мы имеем в виду, говоря о женском лидерстве: специфически женское поведение в этой роли или саму способность женщины занимать лидирующие позиции? Отличается ли поведение женщины-лидера от поведения мужчины-лидера или лидерство не имеет гендерного измерения и бывает всего лишь эффективным или неэффективным, независимо от того, кто его осуществляет - мужчина или женщина? Наконец, что является причиной отсутствия женщин в политической и экономической элитах: нежелание самих женщин или наличие препятствий на пути к лидирующим позициям? При обсуждении последнего вопроса часто звучат ссылки на то, что во множестве стран мира, в соответствии с конституциями женщины обладают равными с мужчинами правами, как экономическими, так и политическими. Нет и формальных юридических препятствий для активной деятельности женщин в бизнесе: отсутствуют положения, непосредственно утверждающие, что женщина не может стать владельцем фирмы или быть назначенной директором крупной компании. Следовательно, если, несмотря на декларируемое равенство, женщин по-прежнему "не видно" среди представителей политической и бизнес-элиты, то причина, очевидно, должна корениться в самих женщинах - в их неспособности или нежелании занять соответствующие места в этих сферах.

Гендерное неравенство не исчезает после введения конституционных положений, декларирующих равенство полов [9]. Однако это, логичное на первый взгляд объяснение не выдерживает обстоятельной критики. Гендерное неравенство не является следствием лишь законодательно закрепленного неравенства в политических и гражданских правах и соответственно не исчезает после введения конституционных положений, декларирующих равенство полов.

Ссылки на то, что женщины попросту не желают занимать лидирующие позиции, также легко подвергнуть сомнению. Подобное "нежелание" часто отражает лишь объективное знание женщин о невероятной сложности, а порой и невозможности достижения лидирующих позиций в обществе, поскольку "правила игры" в нем созданы мужчинами и для мужчин [4].

Чем же тогда можно объяснить значимое отсутствие женщин в сферах общественного принятия решений? От ответа на этот вопрос будет зависеть и представление о том, каким должно быть женское лидерство: частным случаем лидерства как такового (то есть гендерно независимого) или особым, отдельным феноменом, имеющим принципиальные отличия от мужского лидерства.

Таким образом, проблема женского лидерства по-прежнему остается очень актуальной. Однако какие бы споры ни велись вокруг этого понятия, значимость феномена женского лидерства не может быть проигнорирована в современном мире. Сегодня актуально не то, может ли женщина быть лидером, а то, как, в рамках каких стратегий реализация лидерских качеств женщин может быть наиболее эффективной. Решение этого вопроса важно не только для женщин, но и для всего общества, если оно не стремится лишать себя лидерского потенциала этой большой социальной группы.

Целью данной курсовой работы является обобщение теоретических и практических аспектов о роли женщины в управленческой деятельности, анализ гендерной проблемы в управлении, определение перспектив развития женского менеджмента.

Для осуществления этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

Во-первых, выявить подходы к управлению женщин-менеджеров.

Во-вторых, определить какие существуют ценности и мотивы деятельности женщин-менеджеров.

В-третьих, изучить гендерные различия в управлении мужчин и женщин.

В-четвертых, проанализировать проблемы женщин в управлении и состояние занятости женщин в управлении.

1. Характерные черты и особенности женского менеджмента

1.1 Гендерные различия в управлении

В мире господствует убеждение, что основа успеха любой фирмы − высококлассные менеджеры. Однако, количество женщин-менеджеров невелико. Именно поэтому одним из наиболее актуальных и обсуждаемых вопросов являются гендерные различия в менеджменте.

Гендер - понятие, рассматриваемее современной социологией как противоположное понятию биологического пола человека. Отличие состоит в том, что биологический пол "выдается" человеку еще до рождения, и изменить его невозможно, если только с помощью хирурга. Гендер же – это весь поведенческий комплекс, присущий мужчинам и женщинам. Гендер может меняться в ходе исторического развития общества. Само понятие "гендер" возникло, когда ученые обнаружили, что биологический пол мало влияет на социальные роли мужчин и женщин. В итоге появилось определение гендера – это совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. И мужчины, и женщины, живущие в обществе, должны выполнять свои гендерные роли, которое им приписало это общество. Естественно, в разных обществах и роли будут разными. Таким образом, гендер – это социальная модель человека, которая определяет его положение в обществе [2].

В обществе сложилось такое отношение к женщине, которое ориентировало её на первоочередное выполнение обязанностей в семье, усиление традиционной роли женщины-матери.

Мировая практика показывает, что увеличение женского представительства в высшем законодательном органе обуславливается наличием законов, регулирующих представительство полов в списках кандидатов в депутаты. Так, в скандинавских странах квоты представительства устанавливает государство, в Англии и ФРГ действуют партийные квоты, в Италии требуется чередование кандидатов - мужчин и женщин - в партийных списках.

Сознавая необходимость обеспечения равного участия мужчин и женщин в принятии решений, в 2001 году в России принят Федеральный Закон "О политических партиях", в котором указано, что одним из основных принципов деятельности политических партий является создание для мужчин и женщин - граждан Российской Федерации - равных возможностей для представительства в руководящих органах политических партий, в списках кандидатов в депутаты и на иных выборных должностях в органах государственной власти и местного самоуправления.

В Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации принят в первом чтении законопроект "О государственных гарантиях равных прав и свобод и равных возможностей мужчин и женщин в Российской Федерации".

Разработана и в настоящее время проходит широкое обсуждение Гендерная стратегия Российской Федерации, направленная на создание условий для устойчивого развития страны и человеческого потенциала, предполагающая учет гендерной компоненты во всех областях общественной жизни - в политике, экономике, культуре.

Этот программный документ предполагает устранение все еще имеющейся в обществе социальной асимметрии по полу, сложившейся не в пользу женщин, которых поэтому международное право признало "догоняющим полом", "дискриминируемым полом" и т. п.

Необходимость принятия Гендерной стратегии как направления государственной политики обусловлена сложностью решения социально-экономических проблем переходного периода в России, значимостью активизации всех общественных сил, в том числе и женщин, составляющих более половины населения страны.

Это предполагает дальнейшее повышение их роли в обществе при условии ликвидации сложившихся дискриминационных гендерных асимметрий в сферах доступа к принятию решений, экономическим ресурсам, собственности, в распределении домашнего труда и т. д.

Известно, что главным условием равенства полов является экономическая независимость женщин и мужчин, наличие у них самостоятельного дохода. Для осуществления гендерной политики важно на фоне общего повышения благосостояния населения обеспечить сокращение различий в доходах мужчин и женщин, прежде всего, в их заработной плате, добиться равных прав и возможностей в доступе женщин к экономическим ресурсам, собственности, доходам, рабочим местам, бюджетным средствам, кредитам.

Остается актуальной задача по созданию благоприятных условий, способствующих эффективному совмещению материнской функции с профессиональной, с тем чтобы женщина имела возможность свободного выбора жизненного поведения [2].

В успешном проведении гендерной политики важная роль отводится просветительской работе. Особую актуальность приобретает введение гендерно ориентированного образования - включение гендерных курсов в тематические планы образовательных учреждений всех ступеней, а также в программы курсов повышения квалификации руководителей всех рангов и специалистов.

Задача выдвижения женщин на высшие государственные должности требует целенаправленной подготовки и повышения квалификации государственных служащих.

Как позитивную следует отметить практику Академии государственной службы при Президенте Российской Федерации, где введены определенные спецкурсы по проблемам женщин на государственной службе, подготовке женщин-лидеров, организуются различные международные женские симпозиумы, конференции, проблемные "круглые столы".

Гендерные проблемы в управлении не являются новыми для нашей страны. Государство занималось ими при проведении текущей и перспективной социальной политики. Однако в текущем столетии вызовы времени требуют повышенного внимания к этой стороне государственного управления и общественных отношений. От эффективности гендерной политики во многом зависит успешное осуществление общенациональных планов и программ социально-экономического развития России и каждого из ее регионов.

Сегодня сфера управления достаточно феминизирована. В органах законодательной власти доля женщин, замещающих государственные должности, составляет 56%, в органах судебной власти и прокуратуры - 68%, в органах исполнительной власти - 72%.

Хотя в настоящее время ни одна женщина не замещает должность министра, около 40 женщин работают в федеральных структурах в должностях первых заместителей, заместителей министров, статс-секретарей. Это свидетельствует о том, что у женщин накоплен огромный политический опыт и высокий потенциал, который должен быть использован на благо страны в полной мере.

Однако высокий удельный вес женщин, замещающих государственные должности, по сравнению с мужчинами, не обеспечивает им соответствующего представительства на должностях, имеющих влияние на принятие решений. Женщины не имеют реальной возможности в полной мере участвовать в принятии решений, определяющих как условия их собственной жизни, так и будущее страны.

Не может удовлетворять нас низкое представительство женщин-депутатов в Государственной Думе Федерального Собрания РФ (7,7%). Среди 178 членов Совета Федерации только 7 женщин, это свидетельствует о том, что остается недооцененным их реальный вклад в укрепление государственности.

Невелико также влияние женщин на экономическое развитие страны. Представительство женщин в предпринимательской и банковско-финансовой элите также незначительно. Чем крупнее бизнес, тем меньше в нем женщин. Среди владельцев мелких и средних предприятий женщин больше - около 25-30%.

Сегодня очевидно, что отстранение женщин от политического процесса, отсутствие полноправного и паритетного участия женщин в принятии решений не позволяет находить эффективные пути решения общественных проблем, учитывать женский социальный опыт, умение согласовывать разные интересы. Гендерный дисбаланс властных структур негативно сказывается на качестве принимаемых законов. Так, экономическое законодательство, создаваемое российским парламентом, - налоговое, таможенное, кредитно-денежное - в основном ориентировано на создание более благоприятных условий для "мужских" отраслей экономики, чем для "женских" отраслей. Между тем, женщины со своим особым социальным опытом способны сбалансировать власть, сделать ее более современной.

1.2 Подходы к управлению женщин-менеджеров

Женщины-менеджеры осуществляют руководство таким образом, чтобы подчиненные преобразовывали свои интересы с учетом интересов группы, ставя перед собой более широкие цели. Свою власть женщины связывают с личными качествами − обаянием, умением общаться с людьми и интенсивно трудиться, а не с занимаемой должностью [2].

Традиционный взгляд состоит в том, что женщины выбирают ориентированное на отношения руководство, поскольку по природе более эмоциональны. Замечено, что женский стиль управления дает наибольшую эффективность в рутинных условиях [13].

Российские социологи выделяют шесть направлений в стилях управления женщины руководителя [15]:

1."Дама в белых перчатках" – внешне играет в порядочность, уважительность, честность, а на самом деле делает гадости и унижает достоинства других "приличными методами".

2. "Холодно-высокомерная леди" – ее интересует только служба, и никаких душевных состояний, она избегает неформального общения с подчиненными, не проникается их заботами и потребностями, разговаривает свысока, всячески подчеркивая свое руководящее превосходство, легко ранит словом.

3. "Жуткая сплетница". Случается, что о руководителе-женщине подчиненные отзываются весьма неплохо. Но очень портит ее слабость – посплетничать, перемыть косточки, переворошить чужое грязное белье.

4. "Капризная барышня". Отличительная черта – замкнутость на себе, обвинение всех и вся в злом умысле против нее, недоброжелательстве; бестактность во взаимоотношениях с подчиненными, вечное недовольство результатами их работы.

5. "Синий чулок". Отношение к этому типу руководителя неоднозначно. Это, как правило, одинокая женщина, которая категорично судит обо всем. Упорна и работоспособна. Так как многое из типично женского не играет в ее жизни ведущую роль, то на первом месте у нее работа, работа и еще раз работа, которая заменяет ей все. В этом отношении она – идеальная деловая женщина, своеобразно подтверждающая вывод о том, что профессия руководителя требует большой отдачи, работоспособности и мужской способности отходить от домашних дел.

6. Есть руководители с так называемым размазанным стилем, в котором не проявляется или слабо сказывается их индивидуальность, самобытность. Главные причины формирования такого стиля – попытка превратить себя в некий идеал, подстроиться под стиль вышестоящих руководителей.

В западном обществе выделено два направления: это стиль – подруга и стиль – террорист или "Демон в юбке". Специалисты отмечают, что для российских мужчин более приемлем тип женщины управленца: героиня Алисы Фрейндлих в "Служебном романе": сухая бизнес-леди, с хорошими манерами и вкусом. При этом она должна быть внешне привлекательна. А российские женщины очень высоко ценят в женщине- руководителе, умение общаться и умение создавать дружный, сплоченный коллектив.

Существуют некоторые специфические черты женского менеджмента[8]:

* Особое внимание руководители-женщины уделяют морально психологическому климату в коллективе: активно стараются создать благоприятную атмосферу взаимодействия со всеми подчиненными − поощряют их участие в делах, делятся властью и информацией, повышают их подчиненных, стимулируя полное раскрытие способностей на рабочем месте. Менеджерам-женщинам присуща склонность к наставлениям, поучениям и назиданиям.
* В случаях, требующих наказания подчиненных, руководители-женщины рассматривают более широкий круг возможных решений: простить на первый раз, предупредить, высказать неодобрение на словах и др. Однако они могут реализовывать и жесткие стратегии по отношению к тем, кто не справляется с поставленными задачами.
* При решении конфликтов руководители-женщины глубоко вникают в суть проблемы, анализируют причины. Конфликтную ситуацию на рабочем месте, как правило, разрешают ясным изложением своих позиций и отказом от дальнейших споров.
* Женщины умеют сочетать и быстро переключаться с одной социальной роли - менеджер, бизнес-леди, на другую - жена, дочь, мать.
* В условиях риска руководители-женщины выбирают более осторожные стратегии принятия решений и настроены на постепенные преобразования без ориентации на моментальный прорыв, что делает их действия весьма эффективными в ситуации неопределенности. Им требуется больше времени на то, чтобы сориентироваться, но решения эти оказываться более взвешенными и осмотрительными.
* Руководители-женщины являются сторонницами строгого контроля при условии принятия коллективных решений внутри своей команды. С подчиненными ведут себя гибко, разумно сочетают жесткость, интуицию и дипломатичность. В сложных ситуациях они строят свои стратегии выхода из кризиса на высокой мотивации сотрудников.
* Особое качество руководителей-женщин − эмоциональность. Они принимают всё "близко к сердцу", в том числе и работу, и достаточно долгий период времени остаются во власти переживаний. Излишняя эмоциональность − серьезный недостаток женской модели управления, поскольку может явиться источником неуверенности и несправедливости, стать причиной конфликтов.
* Женщины-менеджеры подходят к работе творчески. При принятии решений чаще полагаются на свои ощущения, интуицию, знаменитую "женскую" логику.
* Во взаимоотношениях с внешней средой женский стиль управления отличается большой гибкостью, ситуативностью, умением адаптироваться к сложившимся обстоятельствам.

Женщины-менеджеры конкурируют с мужчинами-менеджерами благодаря реализации присущих только женщине черт и качеств, таких как:

* Высокий образовательный потенциал. По уровню образования женщины лидируют в области как высшего, так и среднего профессионального образования.
* Историческая склонность женщин к воспитательному процессу позволяет актуализировать потенциал тех работников, которые, на первый взгляд, не могут быть эффективными.
* "Женская интуиция". В сочетании со склонностью к перепроверке информации через разные источники позволяет выбрать из множества решений самое подходящее.
* Масштабность мышления, т.е. способность руководителей-женщин думать одновременно о нескольких делах и составлять планы на будущее.
* Большая организованность, целеустремленность и последовательность. Руководители-женщины прекрасно подмечают и учитывают нюансы в работе.
* Коммуникабельность. Женщины-менеджеры лучше используют возможности обратной связи, им свойственно доверительное поведение, они быстрее приспосабливаются к изменению условий.
* Способность доводить начатые дела до конца, трудолюбие.
* Ответственность в природе женщин-руководителей, потому что они матери.
* Руководители-женщины лучше ориентированы на пользователей продукции своего бизнеса, на новый продукт, в котором нуждается рынок.
* Женственность, обаяние, хитрость − природные черты, используемые руководителями-женщинами для решения сложных вопросов.
* Руководители-женщины по своей сути более законопослушны, что приводит к установлению конструктивных отношений с органами власти.
* "Вкус" к мелочам, умение "дружить" с цифрами − эти качества помогают руководителям-женщинам лучше воспринимать и анализировать детали.
* Руководители-женщины отличаются большей демократичностью и готовностью к сотрудничеству при умелом делегировании полномочий и отказе от мелочной опеки подчиненных [8].

Существуют и слабые стороны женщин-менеджеров, которые существенно усложняют их профессиональную деятельность [3]:

Женщина не видит перспективы своей деятельности, она излишне эмоциональна, ей присуща физиологическая цикличность, увлечение процессом, отсутствие ориентации на сиюминутный результат. Еще минус – женщина не умеет работать по принципу "Ты мне, я – тебе" Женщине человек должен нравиться, тогда у нее все получится. Женщине трудно абстрагироваться, в отличие от мужчин. И еще одно важное качество, которое подтверждают специалисты, причем, физиологи: для того, чтобы женщина могла руководить, она должна работать в тандеме с мужчинами, потому что разница: черное - белое; инь - янь, они обязательно должны быть вместе. Тогда руководитель будет идеален. Как правило, такой бизнес оказывается более плавучим. Большинство женщин-руководителей, к сожалению, пока этого не признает.

Как видно, "женский" стиль руководства выступает как сочетание неоднородных качеств: доброта и резкость, мягкость и воля, женственность и деловитость, спокойствие и требовательность. Женщины не так ясно видят ограничения, а на какие-то из них могут просто не обращать внимания.

А что думают сами женщины-руководители относительно своих способностей, своего места в бизнесе? Какие задачи ставят, и какие проблемы решают? О том, что такое быть женщиной-руководителем, кто лучшие управленцы – мужчины или женщины - и почему, можно прочитать в интервью, которое дала Наталья Касперская, генеральный директор компании "Лаборатория Касперского" журналу "Lady Boss", записала Александра Сычева (E-xecutive) [16]:

E-xecutive: Существует распространенное мнение, что женщины лучшие управленцы, чем мужчины. Так ли это на ваш взгляд, и почему?

Наталья Касперская: Не думаю, что это так. Для управления нужна жесткость, которая женщинам обычно несвойственна. Кроме того, управление подразумевает холодный подход к принятию решений, что опять же трудновато женщинам, поскольку они более эмоциональны.

E-xecutive: В каких видах бизнеса/управленческих функциях есть преимущества у мужчин, а в каких у женщин?

Н.К.: Я бы сказала, что женщины хороши в том, что требует скрупулёзности, аккуратности и внимательности. Мужчины лучше в придумывании каких-то новых идей, технической реализации, создании схем и системном подходе.

E-xecutive: Отличается ли положение женщин-топов на Западе и в России? Если да, то чем?

Н.К.: Да, у нас женщин-управленцев больше, и нареканий на то, что женщинам трудно пробиться, меньше. Не знаю, с чем это связано – может, с тем, что мужчины живут мало, или они более пассивны. На Западе почему-то очень любят муссировать проблему недостаточного количества женщин-управленцев, хотя, на мой взгляд, проблема как раз обратная. Не управленцев мало, а женщин, которые хотят и заводят детей, многодетных матерей. Вот и стареют европейские нации, особенно в развитых странах – Германия, Франция, вот и урезают субсидии и дотации, увеличивают пенсионный возраст. Потому что работающая женщина и ее карьерные амбиции – это прямая причина низкой рождаемости.

На мой взгляд, Европе не о топах надо думать, а о домохозяйках – как вернуть женщин в дом, в семью.

E-xecutive: Ученые-нейрофизиологи доказали, что процесс мышления у мужчин и женщин различен. А между тем, на Западе, да и не только, существует мнение, что в работе не должно быть никакой разницы между полами. Считаете ли вы такую позицию продуктивной?

Н.К.: Процесс мышления очевидно различен. А мнение об отсутствии разницы между полами очевидно ущербно. Его придумали глупые феминистки (кстати, все феминистки по определению глупые, т.к. умный человек не будет бороться за равенство того, что не равно).

E-xecutive: Ощущали ли вы когда-нибудь преимущество оттого, что вы женщина, в различных ситуациях в бизнесе?

Н.К.: Безусловно. Женщин в IT-бизнесе, да и в бизнесе вообще меньше, поэтому меня легче запомнить. Очень часто человек подходит ко мне: "Наталья, мы встречались на такой-то конференции!", а на конференции были толпы одинаковых мужчин – разве их всех упомнишь. :)

Но партнеров по бизнесу или потенциально интересных клиентов я, конечно, запоминаю. :)

E-xecutive: А наоборот: когда и в каких ситуациях, вам было сложно, потому что вы женщина, а не мужчина?

Н.К.: Сложнее в придумывании нового, в систематизации имеющегося – у меня не очень системное мышление. Жесткости иногда не хватает... Но, в общем, это, скорее, свойства моего характера. Встречаются ведь жёсткие женщины и мужчины-тряпки, так что я бы не стала это однозначно относить к проблемам пола.

E-xecutive: Каков гендерный состав вашей компании?

Н.К.: Программисты, аналитики, технические менеджеры – почти все мужчины (99%). Маркетологи, продавцы, техподдержка – примерно поровну. А бухгалтерия и секретариат – сплошь женщины. Среди топ-менеджемента тоже, в основном, мужчины.

E-xecutive: Занимает ли вас, как руководителя, вопрос гендерного баланса, думаете ли вы об этом?

Н.К.: Как правило, не занимает. Бывают редкие случаи, когда найм руководителя определенного пола может внести сумятицу в отдел, тогда приходится выбирать кого-то определенного, но это редко. Так бывает, когда нанимают руководителя к конкретному человеку. Если он мужчина, то появление женщины над собой может воспринять болезненно. Или если руководителям надо работать в связке. Связка мужчина-женщина или мужчина-мужчина работает лучше, чем связка женщина-женщина, в которой чаще возникают конфликты. Но повторяю – это редкие случаи. В моей практике было 2 или 3 раза.

E-xecutive: Если представить, что в компании остались только мужчины или только женщины, станете ли вы целенаправленно исправлять эту ситуацию?

Н.К.: Да, безусловно. Мужской коллектив разболтается, начнет употреблять нецензурные выражения, перестанет следить за собой и за рабочим местом. Хотя последнее иногда позволяют себе и дамы. К тому же могут возникать проблемы с алкоголем. В женском неминуемо начнутся склоки, распри, обиды и слезы. Должен быть баланс. У нас в компании соотношение примерно такое: 65% мужчин и 35% женщин.

E-xecutive: Какие праздники вы отмечаете в компании? Как вы относитесь к празднованию 14, 23 февраля, 8 марта?

Н.К.: Я считаю, что праздников должно быть меньше. Наша страна еще не добилась таких высоких экономических показателей, чтобы неделями отдыхать. Особенно меня раздражают новогодние каникулы – и людям это не надо, и работодатели несут убытки. Как бы донести эту точку зрения до нашего правительства?

Про указанные праздники… Я бы отменила празднование 23 февраля– не вижу причины, почему в этот день надо не работать. 14 февраля считаю западной выдумкой, а 8 марта... Что ж, 8 марта, пожалуй, можно и оставить. Хотя обычно в этот день я еду в командировку на Цебит.

Корпоративных праздников у нас два – Новый год и День рождения компании. Новый год отмечаем в каком-нибудь концертном зале, ресторане или цирке, а день рождения обычно на природе (он у нас в июле).

В целом, многие женщины-менеджеры проявляют себя личностями яркими, сильными и гибкими, способными эффективно управлять организационными системами в динамичных условиях рыночной экономики [4].

Успешные модели менеджмента осуществляют те из руководителей, которые независимо от своего пола имеют психологический репертуар типов поведения, характерных и для мужчин, и для женщин. Это означает, что и мужчины, и женщины имеют практически равные возможности для управления предприятием [13].

В бизнесе мужчина и женщина обязательно должны взаимодействовать. Гармония между ними в деле достигается за счет взаимных коррекций в поведении.

Рассмотрим три модели управления, в которых лидеры женщины и мужчины взаимодействуют [11] :

Модель 1. Президент мужчина — вице-президент женщина.

На основе этой модели, можно сделать три вывода.

* + Женщина-менеджер не пользуется прямыми способами влияния.
	+ Реальное влияние можно осуществить только на основе доверия, не вступая в отношения соперничества и конфликта. Соперничество и конфликт перекрывают каналы воздействия и нарушают взаимоотношения в фирме между первым и вторым лицом.
	+ Переориентация первого лица в ключевых вопросах возможна только в случае постепенного убеждения и ненаправленного влияния, независимо от психологической дистанции и характера межличностного воздействия.

Пластичность женщины во взаимодействии настолько высока, что порой приводит к изменению внутренних установок, способствуя актуализации тех качеств, которые в отрыве от этого взаимодействия могут не присутствовать в структуре личности вообще.

Успех, уверенность в победе принадлежит президенту. На его фоне вице-президент женщина смотрится реалистом, критическим аналитиком. Однако отдельно от него женщина-менеджер тоже активист.

Существует необходимость компенсации деловых и личностных стратегий в работе. Традиционно линия компенсации представлена при работе с персоналом и при решении тактических задач фирменной жизни.

В этой модели немаловажно эмоциональное приятие, как необходимоя компонента совместного дела. Здесь речь идет не о романтических и любовных увлечениях друг другом, а о приятельских отношениях. Большую роль в позитивности и результативности делового альянса мужчины и женщины играет естественное желание последней не претендовать на главную роль в фирме. Это обеспечивает устойчивость сформированной диады.

Модель 2. Президент женщина — вице-президент мужчина.

Женщины-президенты утверждают, что подобное сочетание наиболее эффективно, так как позволяет принимать решения, ориентируясь на разное видение ситуации, обусловленное порой именно межполовыми различиями.

Здесь мужчина реализует тактические задачи, оставляя стратегию за женщиной.

Женщины очень доверяют "мужской оценке", но окончательное решение предпочитают принимать самостоятельно. Фактически в стратегии мужчина во второй позиции имеет "совещательный голос".

Так же, как и для женщин, для мужчин эффективной работа делается тогда, когда он испытывает глубокое уважение к женщине. Необходимость эмоциональной связи не обязательна, но желательна, хотя мужчины в этом случае меньше эмоционально зависимы, нежели женщины. Для мужчины важнее профессионализм женщины-шефа.

Как правило, женщина-президент имеет собственный стиль бизнеса, опирающийся на её личные возможности и сложившиеся формы управления. При этом она учитывает свои ограничения и использует сильные стороны мужского характера и поведения.

Модель 3. Президент и вице-президент — женщины.

Такая команда также может быть весьма эффективна, при условии, что женщины компенсируют деловые и личностные качества друг друга. Однако, как это ни парадоксально, при таком варианте гораздо чаще можно столкнуться с феноменом "психологического неподчинения". Трудно найти − не исполнителя, а деятеля, которая не стремилась бы завести своё дело. Наиболее оптимально сочетание "учительница-ученица", когда старшая наставница готовит ученицу для будущего управления, а та, в свою очередь, умеет поддержать и развить сегодняшние проекты.

Часто такие "диады" сталкиваются с проблемой "неприятия" остальной частью женской команды, которую они, однако, успешно преодолевают. Выживание этого сочетания часто определяется развитостью чувства коллективизма.

Принцип взаимопомощи (принцип компенсации), является ключевым для всех моделей взаимодействия. Он дает наиболее оптимальные варианты при выработке деловых и личностных стратегий, т.е. проблема наиболее полной реализации своих способностей в достижении жизненных целей и у мужчин, и у женщин может быть решена только совместными усилиями. В жизни этот принцип воплощается далеко не всегда.

Жесткая конкуренция, в которой способны выжить лишь мужчины, - одна из главных причин отставания женщин-руководителей в определенных сферах деятельности. И несмотря на особенности характера, помогающие управлять и способствующие успеху в бизнесе, которые были рассмотрены выше, в современной отечественной практике менеджмента женщина занимает весьма скромное место.

1.3 Ценности и мотивы деятельности женщин-менеджеров

Большинство женщин европейских стран видят в своей работе способ поддержания жизни, а не возможность сделать карьеру − только 33% из них идентифицируют работу с карьерой (среди американских женщин таких 46%) [3].

Карьера, равно как и интересная работа, является не столько реальной целью, сколько опознавательным знаком идеального места женщин в современном мире. Отсутствие стремления к профессиональной карьере женщины объясняют тем, что они объективно не подготовлены к руководящей роли - 39% опрошенных, а почти 75% опрошенных соглашаются с тем, что зарплата соответствует их квалификации. Западные женщины уверены в обратном [4].

Полученные данные показали, что женщины-менеджеры ориентированы на достижение успеха, и их мотивы разнообразны. Успешная карьера предполагает, в их понимании, помимо независимости и самостоятельности в работе, возможность творчества, самореализации, полного раскрытия своих профессиональных возможностей.

После окончания средней школы амбиции мужчин и женщин одинаковы: те и другие стремятся получить высшее образование в сфере менеджмента. У женщин хорошие шансы, но реализуются они реже чем у мужчин. Женщина может прикрыться карьерными амбициями мужа и гордиться его успехами как своими. Мужчинам это менее свойственно [4].

Во всех странах преобладает мнение, что амбиции женщины должны быть направлены на то, чтобы выйти замуж за успешного бизнесмена или удовлетвориться тем, что она родила и вырастила детей. Но многим женщинам этого недостаточно, и они стремятся не только к семейной, но и к профессиональной реализации [5]. Однако здесь материальная заинтересованность является далеко не первым и не единственным мотивом.

Сравнительные мотивационные шкалы женского и мужского бизнеса можно представить в виде таблицы 1 [4].

Сравнивая структуру мотивации, можно заметить принципиальное различие: бизнес-деятельность у женщин гораздо больше ориентирована на состояние и ощущения тех людей, кто рядом, или тех, за кого женщина-менеджер несет ответственность.

Таблица 1 – Женская и мужская мотивация

|  |  |
| --- | --- |
| Мотивы женщин  | Мотивы мужчин |
| Самореализация | Прибыль |
| Интерес, содержание работы  | Самостоятельные решения |
| Материальная надежность  | Желание руководить |
| Забота о тех, кто рядом  | Карьера |
| Профессиональный рост  | Самореализация |
| Самоутверждение | Самоутверждение |

Рассмотрим непосредственно мотивационную шкалу женского бизнеса [10]: Самореализация - 40%

Интерес - 35%

Материальная надежность, деньги - 30%

Забота о тех, кто рядом - 25%

Профессиональный рост - 20%

Самоутверждение - 15%

Ведущими мотивами у женщин являются мотивы самореализации и интереса. Это означает, что реализация себя в деле и возможность проверить собственные силы вместе с материальной заинтересованностью являются главными целями женского бизнеса в России. Скромную позицию в системе мотивов женщин-предпринимателей занимает мотив самоутверждения.

Материальный интерес всегда соперничает во внутренней структуре с личностными мотивами и если побеждает, то лишь при обострении страха за финансовое благополучие тех, кто рядом.

Женская мотивация в большей степени, нежели у мужчин, подвижна и меняется под влиянием определенных факторов: состояния фирмы, состава команды, финансового давления, самооценки, представления о степени реализации целей и т.п. Однако деньги, интерес и самореализация − повторяющиеся стимулы, которые стоят на первых местах и всегда взаимосвязаны [10].

На основе анализа женского предпринимательства можно выявить основные ценностные ориентиры для женщин. Они приведены в таблице 2 [6].

Из косвенных данных видно, что наиболее актуальной для женщин-предпринимателей является потребность в самореализации и активной деятельной жизни, которая и мотивирует приоритет работы в системе ценностей. Вероятно, предпринимателями становятся преимущественно те женщины, которые выбирают в качестве приоритетного над семьей и личной жизнью именно этот "путь" самореализации - работу, карьеру, бизнес.

Сверхзначимость работы для женщин-предпринимателей подтверждается также рядом косвенных показателей.

Таблица 2. Сравнительный рейтинг ведущих ценностей различных категорий населения (ранги)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Женщины-предприниматели  | Женщины-госслужащие  | Бизнесмены  | Общая выборка (бизнесмены, безработные, госслужащие, военные, пенсионеры, студенты...) |
| 1-работа | 1-здоровье | 1-здоровье | 1-здоровье |
| 2-семья  | 2-семья | 2-свобода | 2-семья |
| 3-активная жизнь | 3-любовь | 3-семья | 3-материальная обеспеченность |
| 4-здоровье | 4-уверенность в себе | 4-работа | 4-любовь |
| 5-любовь | 5-материальная обеспеченность | 5-любовь | 5-свобода |
| 6.5-материальная обеспеченность и уверенность в себе | 6-мудрость | 6.5-мудрость и материальная обеспеченность | 6-друзья |
|  | 7-друзья  | 7-работа |  |

Работа является наиболее значимой сферой их жизни (Таблица 3), более значимой, чем семья (2-е место). Высокий ранг имеет и самореализация (3-е место), возможности которой женщины-предприниматели видят преимущественно в бизнесе и саморазвитии. Эти три названные сферы сохраняют свои ранги и в ранжировании по распределению времени.

Таблица 3. Ранжирование сфер жизни женщинами-предпринимателями по степени значимости и распределению времени [13].

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ранжирование по значимости | Средние ранги | Ранг | Средние ранги | Ранжирование по распределению времени |
| Работа | 1.5 | 1 | 1.2 | Работа |
| Семья | 2.5 | 2 | 2.8 | Семья |
| Самореализация | 3.2 | 3 | 3.9 | Самореализация |
| Здоровье | 4.1 | 4 | 4.9 | Дом |
| Внешность, друзья | 5.5 | 5 | 5.1 | Внешность |
| Дом | 6.1 | 6 | 5.4 | Здоровье |
| Досуг | 6.8 | 7 | 5.7 | Друзья |

92% опрошенных женщин добровольно или вынужденно подчиняют свои личные интересы работе. Характеристики, связанные с работой и организацией дела, имеют особую субъективную значимость в оценке женщинами-предпринимателями себя и в формировании идеального образа деловой женщины.

Таким образом, основную и регулирующую роль в ценностно-ориентационной сфере женщин-предпринимателей играет работа, которая мотивирована потребностью в самореализации и активной жизни. Выдвижение работы на ведущую позицию в системе ценностных ориентаций определяет специфику направленности личности женщин-предпринимателей. В отличие от мужчин-предпринимателей, не все женщины-предприниматели с готовностью признают за собой роль предпринимателя и делового человека, несмотря на то, что фактически ее выполняют: только 3% принимают ее безоговорочно; 36.4% - частично; 54.6% - в некоторой степени. Связано это, по их мнению, прежде всего с нежелательными социально-психологическими последствиями, которые несет выполнение этой роли для традиционных сфер жизни женщины.

Позитивно влияют на психологическое принятие роли такие особенности ранней социализации в родительской семье как, прежде всего, наличие в семье модели деловой активности и пол референта. Наличие в семье примера женской деловой активности, каковой имели примерно половина респонденток, способствует формированию установки на социальные достижения и преодоление сопротивления окружающих в связи с деловой активностью.

Однако проблемы межличностного взаимодействия становятся при этом более актуальными. В качестве наиболее значимых из них в ходе интервью выступили тревога о сохранении семьи или других значимых отношений в связи с профессиональным успехом, защита семейной атмосферы от влияния проблем бизнеса, беспокойство из-за недостаточности времени и внимания, уделяемого семье, вопросы лидерства в отношениях с близкими людьми, поддержка деловых начинаний со стороны семьи и прочее. Эти проблемы, при разной степени актуальности, являются характерными для женщин-предпринимателей.

Чтобы понять, каковы основные причины гендерной ассиметрии в современной экономике, рассмотрим далее проблемы вхождения женщин в бизнес-слой.

2. Анализ проблем женщин в управлении

2.1 Состояние занятости женщин в управлении в России и за рубежом

В известной работе Герта Хофстеде среди пяти ведущих показателей национальной управленческой культуры фигурируют "феминность" и "маскулинность". Они характеризуют полоролевые различия в системе управления.

Маскулинность связывают с приверженностью к жёстким управленческим технологиям и описывают как доминирование, независимость, жёсткость, быстроту, масштабность решений, высокую значимость работы, приоритетность карьерного роста и социального статуса.

Феминность рассматривают как склонность к мягким подходам и характеризуют в понятиях солидарность, открытость, справедливость, эмоциональность, ориентация на качество жизни, поддержание личных отношений, значимость моральных и этических норм.

Используя данные Г. Хофстеде, можно сгруппировать страны по полоролевым характеристикам систем управления.

Таблица 4. Распределение стран по критерию "мужественность – женственность" [9]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Мужественность - женственность | Страна | Мужественность - женственность | Страна | Мужественность - женственность |
| Аргентина | 56 | Ирландия | 68 | Таиланд | 34 |
| Австралия | 61 | Испания | 42 | Тайвань | 45 |
| Австрия | 79 | Италия | 70 | Турция  | 45 |
| Бельгия | 54 | Канада | 52 | Филиппины | 64 |
| Бразилия | 49 | Колумбия | 64 | Финляндия | 26 |
| Великобритания | 66 | Мексика | 69 | Франция | 43 |
| Венесуэла | 73 | Нидерлан-ды | 14 | Чили | 28 |
| Германия | 66 | Новая Зеландия | 58 | Швейцария | 70 |
| Гонконг | 57 | Норвегия | 8 | Швеция | 5 |
| Греция | 57 | Пакистан | 50 | Югославия | 21 |
| Дания | 16 | Перу | 42 | Южная Африка | 63 |
| Индия | 56 | Португа-лия | 31 | Япония | 95 |
| Израиль | 47 | Сингапур  | 48 |  |  |
| Иран | 43 | США | 62 |  |  |

Как видно из представленных данных, наибольшая доля стран из обследованной совокупности имеет относительно сбалансированную модель управления по критерию "мужественность – женственность". Вместе с тем в ряде государств сложилась полярная гендерная ориентация менеджмента, зачастую приводящая к различного рода дискриминациям по признаку гендера.

Страны, в которых преобладает женское начало, придерживаются политики большей сбалансированности статуса и ролей представителей обоих полов. В общественном разделении труда приоритет отдаётся не тендерной или половой принадлежности, а профессиональным знаниям, умениям, личностным способностям и достижениям. Например, Швеция — 42,7балла; Дания - 16, Норвегия - 8, Нидерланды — 14; Финляндии — 26.

Мужественный подход в менеджменте в наибольшей степени проявляется в Японии 95 баллов, Австрии — 79, Венесуэле — 73, Швейцарии и Италии — 70. Для деловых культур этих стран характерны патриархальные взгляды, ставящие мужчину на ключевые позиции в экономике, политике, обществе и семье. Общепринятые нормы диктуют примат публичной сферы, которая является преимущественно сферой мужской занятости. При этом мужчине предписывается быть самоуверенным, доминирующим, соперничающим и рациональным. Женщине в такой системе отводится, главным образом, подчинённая роль. В хозяйственном и общественном устройстве имеет место разделение труда по признаку пола. Женщины чаще заняты в менее престижных отраслях, связанных с оказанием различного рода социальных услуг [9].

Данные о гендерных особенностях менеджмента, рассчитанные по методике Организации ООН по промышленному развитию (ЮНИДО) для 45 стран, выборочно приведены в таблице 5. Показатель феминности получен как средневзвешенная четырёх параметров: доли женщин среди депутатов парламентов, высшего руководства предприятий, инженерно-технических работников и в совокупном объёме заработной платы. Соответственно, оставшиеся доли приходятся на показатели маскулинности.

Приведённые данные наглядно подтверждают наличие гендерных проблем в менеджменте многих стран мира.

Исследования российской управленческой модели профессором Г. Хофстеде не проводились, но, по мнению экспертов, оригинальная оценка российской модели по шкале "маскулинность—феминность" составляет примерно 70/30 баллов, что свидетельствует о доминировании мужской составляющей в управленческих структурах.

Таблица 5. Уровень феминизации по 45 странам мира [18]

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Место | Страна | Уровень феминизации | Доля женщин среди парламентариев, в % | Доля женщин среди руководителей предприятий, в %  | Доля женщин среди инженерно-технических работников, в % | Доля женщин в общем объеме заработной платы, в % |
| 1  | Норвегия | 0,795 | 39,4 | 30,9 | 57,5 | 42 |
| 2 | Швеция | 0,784 | 40,4 | 38,9 | 64,4 | 45 |
| 3 | Дания | 0,728 | 33,0 | 20,0 | 62,8 | 42 |
| 4 | Финляндия | 0,719 | 33,6 | 26,4 | 62,3 | 41 |
| 5 | Новая Зеландия | 0,718 | 29,2 | 32,3 | 47,8 | 39 |
| 6 | Канада | 0,700 | 19,3 | 42,2 | 56,1 | 38 |
| 7 | США | 0,671 | 11,2 | 42,2 | 52,7 | 41 |
| 8  | Австрия | 0,667 | 25,1 | 19,2 | 48,6 | 34 |
| 9 | Германия | 0,661 | 25,5 | 19,2 | 43,0 | 35 |
| 10 | Нидерланды | 0,660 | 28,4 | 15,0 | 44,2 | 34 |
| 11 | Австралия | 0,659 | 20,5 | 43,3 | 25,0 | 40 |
| 12 | Швейцария | 0,642 | 20,3 | 27,8 | 23,8 | 30 |
| 13 | Люксембург | 0,631 | 20,0 | 8,6 | 37,7 | 25 |
| 14 | Барбадос | 0,602 | 18,4 | 37,0 | 52,1 | 40 |
| 15 | Бельгия | 0,591 | 15,4 | 18,8 | 50,5 | 33 |
| 16 | Италия | 0,573 | 10,0 | 37,6 | 46,3 | 31 |
| 17 | Тринидад и Тобаго | 0,571 | 19,4 | 23,3 | 53,3 | 30 |
| 18 | Португалия | 0,556 | 13,0 | 36,6 | 52,4 | 34 |
| 19 | Багамы | 0,544 | 10,8 | 26,3 | 56,9 | 39 |
| 20 | Великобритания | 0,543 | 7,8 | 33,0 | 43,7 | 35 |
| 21 | Испания | 0,542 | 19,8 | 12,0 | 48,1 | 29 |
| 22 | ЮАР | 0,531 | 23,7 | 17,4 | 46,7 | 31 |
| 23 | Куба | 0,523 | 22,8 | 18,5 | 47,8 | 31 |
| 24 | Ирландия | 0,521 | 13,7 | 17,3 | 48,0 | 26 |
| 25 | Венгрия | 0,510 | 11,4 | 58,2 | 49,0 | 40 |
| 26 | Коста-Рика | 0,494 | 15,8 | 21,1 | 44,9 | 27 |
| 27 | Болгария | 0,487 | 13,3 | 28,9 | 57,0 | 41 |
| 28 | Китай | 0,481 | 21,0 | 11,6 | 45,1 | 38 |
| 29 | Гватемала | 0,476 | 12,5 | 3-,4 | 45,2 | 21 |
| 30 | Израиль | 0,475 | 7,5 | 18,7 | 54,1 | 38 |
| 31 | Мексика | 0,473 | 13,9 | 20,0 | 43,6 | 25 |
| 32 | Белиз | 0,470 | 10,8 | 36,6 | 38,8 | 18 |
| 33 | Гайяна | 0,469 | 20,0 | 12,8 | 47,5 | 26 |
| 34 | Япония | 0,465 | 7,7 | 8,5 | 41,8 | 34 |
| 35 | Филиппины | 0,459 | 11,5 | 33,7 | 62,7 | 31 |
| 36 | Панама | 0,459 | 9,7 | 27,6 | 49,2 | 28 |
| 37 | Суринам | 0,457 | 15,7 | 21,5 | 69,9 | 26 |
| 38 | Колумбия | 0,455 | 9,8 | 27,2 | 41,8 | 33 |
| 39 | Ботсвана | 0,455 | 9.8 | 27,2 | 41,8 | 39 |
| 40 | Франция | 0,452 | 6,1 | 9,4 | 41,4 | 39 |
| 41 | Лесото | 0,450 | 11,2 | 33,4 | 56,6 | 30 |
| 42 | Польша | 0,433 | 13,0 | 15,6 | 60,4 | 39 |
| 43 | Мозамбик | 0,430 | 25,2 | 11,3 | 20,4 | 41 |
| 44 | Сальвадор | 0,429 | 10,7 | 25,3 | 44,4 | 28 |
| 45 | Зимбабве | 0,429 | 14,7 | 15,4 | 40,0 | 37 |

В России женщин около 78 млн. человек, или 53% населения страны. Это самая крупная социальная общность, отличающаяся психическими и демографическими особенностями, многоролевыми функциями и определенным социальным статусом. На рынке труда это одна из крупнейших групп населения. Необходимость изучения гендерных аспектов менеджмента обусловлена динамичным проникновением женщин в управление экономикой, появлением новой социальной страты деловых женщин [3].

Вопрос о том, какова доля женщин в общем количестве топ-менеджеров российских и зарубежных компаний, не столь прост и однозначен. Состояние статистики таково, что о реальной представленности женщин и мужчин на руководящих должностях в компаниях можно судить лишь по отдельным выборочным исследованиям или на основе экспертных оценок.

На сегодняшний день из-за сырьевой направленности нашей экономики зона возможного трудоустройства для женщин достаточно узкая (рисунок 1). В основном эта категория трудящихся занята в сфере услуг, образования, медобслуживания, торговли, общественного питания. Так, в торговле и общественном питании женщин почти в два раза больше, чем мужчин, в образовании – в 4,5 раза, в здравоохранении и предоставлении социальных услуг – почти в пять раз.

Рисунок 1. Отраслевая структура женского предпринимательства [17]

Фактически женщины отстранены от ответственных постов в высших эшелонах управления и в большинстве случаев сконцентрированы на нижних ступенях служебной иерархии. Так, среди государственных служащих федерального уровня мужчины составляют менее половины персонала (44%), но ими занято 89% высших должностей, а на 86% младших должностей трудятся женщины, хотя высшее и среднее специальное образование имеют 46% работающих женщин и только 34% работающих мужчин.

Гендерные проблемы российского менеджмента в полной мере отражаются в сфере занятости.

Таблица 6. Численость занятых в экономике по полу и занятиям в 2007 г. (на конец ноября; тыс. человек) по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости. Данные приведены по основному или единственному месту работы. Перечень группировок занятий приведен в соответствии с Общероссийским классификатором занятий [22]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Всего | в том числе |
|  | мужчины | женщины |
| Занятые в экономике - всего | 70813 | 35702 | 35111 |
|  в том числе: |   |   |   |
| руководители (представители) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей организаций | 5273 | 3205 | 2068 |
| специалисты высшего уровня квалификации в области естественных и технических наук | 3468 | 2307 | 1161 |
| специалисты высшего уровня квалификации в области биологических, сельскохозяйственных наук и здравоохранения | 1567 | 571 | 997 |
| специалисты высшего уровня квалификации в области образования | 2944 | 638 | 2305 |
| прочие специалисты высшего уровня квалификации | 5569 | 1804 | 3765 |
| специалисты среднего уровня квалификации физических и инженерных направлений деятельности | 2413 | 1739 | 674 |
| специалисты среднего уровня квалификации и вспомогательный персонал естественных наук и здравоохранения | 2230 | 163 | 2067 |
| специалисты среднего уровня квалификации в сфере образования | 1455 | 97 | 1358 |
| средний персонал в области финансово-экономической, административной и социальной деятельности | 4341 | 1369 | 2972 |
| работники, занятые подготовкой информации, оформлением документации и учетом | 1379 | 146 | 1233 |
| работники сферы обслуживания | 739 | 72 | 666 |
| работники сферы индивидуальных услуг и защиты граждан и собственности | 4489 | 1861 | 2627 |
| продавцы, демонстраторы товаров, натурщики и демонстраторы одежды | 5201 | 927 | 4274 |
| рабочие жилищно-коммунального хозяйства | 217 | 129 | 88 |
| рабочие кино,- телестудий и родственных профессий, рабочие, занятые на рекламно-оформительских и реставрационных работах | 53 | 34 | 19 |
| квалифицированные работники сельского, лесного, охотничьего хозяйств, рыбоводства и рыболовства | 2477 | 1211 | 1266 |
| рабочие, занятые на горных, горно-капитальных и на строительно-монтажных и строительно-ремонтных работах | 3202 | 2749 | 453 |
| рабочие металлообрабатывающей и машиностроительной промышленности | 4424 | 3925 | 499 |
| Занятые в экономике - всего | 70813 | 35702 | 35111 |
|  в том числе: |   |   |   |
| рабочие, выполняющие прецизионные работы по металлу и другим материалам, рабочие художественных промыслов и других видов производств в художественной промышленности, рабочие полиграфического производства | 232 | 124 | 108 |
| профессии рабочих транспорта и связи | 933 | 624 | 309 |
| другие квалифицированные рабочие, занятые в промышленности, на транспорте, в связи, геологии и разведке недр | 1808 | 697 | 1111 |
| операторы, аппаратчики и машинисты промышленных установок | 1065 | 694 | 371 |
| операторы, аппаратчики, машинисты промышленного оборудования и сборщики изделий | 836 | 369 | 467 |
| водители и машинисты подвижного оборудования | 6562 | 6333 | 229 |
| неквалифицированные рабочие сферы обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства, торговли и родственных видов деятельности | 472 | 213 | 259 |
| неквалифицированные рабочие сельского, лесного, охотничьего хозяйств, рыбоводства и рыболовства | 627 | 430 | 197 |
| неквалифицированные рабочие, занятые в промышленности, строительстве, на транспорте, в связи, геологии и разведке недр | 776 | 417 | 360 |
| профессии неквалифицированных рабочих, общие для всех видов экономической деятельности | 6063 | 2855 | 3208 |

По данным Госкомстата РФ, на конец ноября 2007 года всего занятых в экономике – 70813 человек. Из них мужчин – 35702, а женщин, соответственно – 35111. Из них руководителей-мужчин – 3205, а руководителей-женщин – 2068. Это свидетельствует о том, что при приблизительно равном количестве мужчин и женщин в Российской экономике, количество руководителей-мужчин явно больше, чем руководителей-женщин.

При этом наибольшее количество женщин - это специалисты высшего уровня квалификации в области образования – 2305, прочие специалисты высшего уровня квалификации – 3765, работники сферы индивидуальных услуг и защиты граждан и собственности – 2627,и самое большое количество - это продавцы, демонстраторы товаров, натурщики и демонстраторы одежды – 4274. Это означает, что в России женщины-менеджеры есть, но их еще не достаточно. Женщинам предписывают выполнять типично женские виды деятельности.

Сегодня число женщин, участвующих в предпринимательской деятельности и бизнесе, растет. Намечается процесс постепенного проникновения женщин в новые сегменты рыночной экономики − перехода от руководства государственными предприятиями к руководству частными фирмами. То, что эта гипотеза строится на реальной динамике рынка труда, подтверждают данные социологов, проводивших анализ источников пополнения руководителей новых экономических предприятий [12].

По месту жительства более благоприятными для организации бизнеса являются крупные города, хотя в последние годы увеличилось движение в провинции. В регионах женское предпринимательство развивается динамичнее мужского (преимущественно в малом бизнесе) и превышает последнее по темпам роста в 1,3-1,5 раза, что соответствует общемировым тенденциям [12].

По оценкам специалистов Института социологии РАН, женщины-менеджеры в России в настоящее время возглавляют или входят в состав руководства примерно 30% бизнес-организаций (предприятия малого и среднего бизнеса). По этому показателю мы несколько отстаем от индустриальных стран, хотя опережаем Южную и Восточную Азию.

Так, например, в США сегодня женщинам принадлежит более 50% денег, обращающихся в стране, 57% ценных бумаг. По данным бюро статистики Министерства труда США женщины занимают почти 35% из 1260000 руководящих постов в различных организациях. По результатам исследований фирмы "Haidrick and Straggles" 83% женщин-руководителей в 500 крупнейших компаниях из списков "Fortune" и "Service" занимают посты вице-президентов и выше. Примерно одну треть новых миллионеров США составили молодые женщины-предпринимательницы.

В сопоставимых с Россией странах Центральной и Восточной Европы женщины владеют более чем 30% бизнеса, нанимают 25% рабочей силы, составляют 55% обучающихся, около 25% жен в семьях с двумя работающими зарабатывают больше мужей [9].

Однако и в российском бизнесе есть свои исключения.

В рейтинге самых успешных и деловых женщин присутствует, например, член совета директоров и владелица 18,4 процента акций ОАО "Лебедянский" (соки "Я", "Тонус", "Фруктовый сад") Ольга Белявцева. Ее состояние оценивается в 300 миллионов долларов. Или совладелица девелоперской компании "Декра-Групп" Наталья Мироненко (350 миллионов долларов), заместитель председателя правления газовой компании "Новатэк" Татьяна Кузнецова (340 миллионов долларов), главный бухгалтеру компании "ЛУКОЙЛ" Любовь Хоба (240 миллионов долларов). Это исследование выявило любопытную закономерность. Оказывается, можно считать развенчанным миф, будто к успеху больше предрасположены провинциалы, приехавшие в Москву, нежели коренные москвичи. Из 40 женщин 19 являются коренными москвичками (47,5 процента). Доминирование столичных жителей налицо [19].

"Я думаю, Россия, вопреки распространенному мнению, что в целом бизнес в нашей стране не для женщин, − один из лидеров среди стран по количеству женщин - руководителей среднего звена, предпринимателей малого и среднего бизнеса", − говорит глава офиса Andersen Legal в Петербурге, партнер компании Ольга Литвинова.

Анализируя приведенные данные, можно заметить, что в настоящее время представительницы слабого пола активно осваивают не только отрасли, традиционно считавшиеся женскими: торговля, сфера услуг, медицина, но и типично мужские сектора, как машиностроение, связь, бизнес и другие. В этом случае они, как правило, занимают вторые позиции в фирме, принимая на себя всю тяжесть управления внутренней жизнью организации.

2.2 Препятствия для женского менеджмента

В России принцип равноправия и равных возможностей закреплен в п.3 ст.19 Конституции РФ: "Мужчины и женщины имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации". К сожалению, это положение зачастую не подкреплено практикой. Сферы приложения женского труда исторически были весьма ограничены, вековой опыт руководства домашними делами укрепил понимание "женщины-менеджера" только на уровне семейной экономики [8].

На сегодняшний день во многих странах всё больше женщин занимают уверенные позиции в бизнесе, возглавляют корпорации, холдинги, идут в политику. Однако такое явление, как использование женского труда в управлении, остаётся для российских условий по-прежнему непривычным. Сдерживающим фактором в завоевании женщинами высших руководящих постов на предприятиях и фирмах являются особенности российской экономической жизни и деловой культуры.

На основании анализа литературы можно выделить две группы факторов, препятствующих выбору нетрадиционной профессиональной карьеры (к которой относятся менеджмент, участие в различных группах бизнес-слоя): внутренние и внешние. Внутреннее и внешнее влияние на выбор карьеры женщин рассматривается в контексте гендерных предубеждений. Гендерные предубеждения включают в себя любые факторы, которые ограничивают выбор и развитие карьеры исключительно на том основании, является ли человек мужчиной или женщиной.

К внешним факторам, которые объединяются факторами окружающей среды — экономическими, социальными, образовательными и политическими, относится гендерная социализация и институциональный сексизм (дискриминация по признаку пола). Эти внешние факторы влияют и взаимодействуют с внутренними факторами [2].

- Институциональный сексизм.

Основанная на гендере дискриминация институциализирована в политическую, экономическую, образовательную, законодательную, профессиональную и религиозную сферы. Социальное влияние окружающей среды на женщин характеризуется тремя особенностями. Во-первых, считается, что женщины не так ценны и не так компетентны, как мужчины ("женщины не могут"). Во-вторых, не принято, чтобы женщины продолжали традиционную "мужскую" карьеру в традиционных для мужчин профессиональных сферах (т. е. "женщины не должны"). В-третьих, даже если женщины компетентны и действительно развивают свою карьеру в нетрадиционной сфере, они могут не получить соответствующего вознаграждения, более того, могут быть даже "наказаны" (например, отсутствием детей и семьи, разводом, одиночеством). Эти скрытые и явные барьеры становятся препятствием для выбора, освоения и развития карьеры в нетрадиционных профессиональных сферах, к которым относится менеджмент в экономике и политике на разных уровнях, предпринимательство.

- Профессиональная дискриминация.

Полоролевые предубеждения и вера в соответствующие роли мужчин и женщин оказывают большое влияние на профессиональные возможности и преодоление барьеров, которые ощущает каждый пол.

Черты и поведение, стереотипно приписываемые исключительно мужчинам, — компетентность, логическое мышление, инициативное поведение, заставляют работодателей и менеджеров по кадрам рассматривать мужчин подходящими для определенных профессий, где требуется лидерство, профессиональные и технические навыки. Стереотипные черты, приписываемые (всем) женщинам, например заботливость, кооперативность, нежность, ассоциируются с обслуживанием и заботой, т.е. с кругом низкостатусных и низкооплачиваемых профессий. К. Фоксли констатирует, что женщины социально настраиваются на подготовку самих себя первоначально быть матерями и женами, и если их работа находится вне дома, то предпочитается выбор карьеры, который является продолжением их домашней роли.

Половая типизация профессий проявляется в существовании:

1) полотипизированных ярлыков (половая типичность профессий милиционера, офицера, няни, учительницы);

2) неравного распределения мужчин и женщин среди профессий;

3) неравной экономической компенсации, получаемой мужчинами и женщинами (например, исключение из пенсионного стажа времени по уходу за ребенком) [2].

Казалось бы, в России женщины наравне с мужчинами были включены в производственный оплачиваемый труд и приобретали нетрадиционные для женщин профессии, но если проанализировать статистику, то окажется, что они были заняты в сфере низкооплачиваемого, полотипизированного труда - в низшем и среднем звене здравоохранения, образования, культуры, легкой промышленности. Даже для элементарного продвижения по службе от женщины требуются, по сравнению с мужчиной, более высокая квалификация и уровень знаний.

Воспринимаемая желательность карьеры обусловливается распределением мужчин и женщин в профессии и воспринимаемой приемлемостью этой профессии. Например, интерес к профессии может складываться под влиянием информации о доминировании в ней мужчин или женщин. Так, интерес мужчин к профессии юриста снижался, когда их информировали, что скоро женщины займут более 50% должностей во всех юридических профессиях. Дж. Бриджес и М. Бауэр обнаружили, что наивысший интерес женщины-респондентки проявили к профессиям, которые им описывали как имеющие хорошие возможности для женщин. Статистика иллюстрирует влияние половой дискриминации на рабочем месте. Уровень безработицы для женщин — докторов наук в 2-5 раз выше, чем у мужчин, имеющих ту же ученую степень. Тенденция такова, что женщины концентрируются в низкооплачиваемых профессиях, где часто отсутствует продвижение и они испытывают дискриминацию в оплате и формируют группу работающих неполный рабочий день. В результате женщины зарабатывают меньше, чем мужчины. Различия в зарплате универсальны и постоянно возрастают во многих странах, несмотря на постановления и законы о равной оплате за одинаковый труд [2].

**Существуют стереотипы, по которым руководители не хотят нанимать женщин на работу**. Например:

**- Они рожают...**

Порой даже такие вакансии как секретарь-референт, традиционно воспринимаемые как "женские", иногда заполняются мужчинами. Беседуя с руководителями, становятся понятны причины, по которым они остерегаются в выборе той или иной девушки на роль секретарши. Ведь если она не замужем, то может скоро выйти, т.е. через год - декретный отпуск. Если замужем, без детей, то декретный отпуск может наступить еще раньше. Если замужем и уже есть дети, то они могут регулярно заболевать. Таким образом, приходится искать девушку, которая может дать гарантии полной отдачи работе без отвлечения на детородный и детовоспитательный процессы. Но есть ли такие? **- Для них главное семья...**

Сложно спорить с этим мнением. Думаю, это не столько стереотип, сколько реальный факт. Опять таки, сама природа разделила обязанности: мужчине работа вне дома, женщине работа в доме. Таким образом, веками сформированные общественные ценности, делают женщину прежде всего женой и матерью, а затем сотрудницей. Для мужчины на первом месте работа. Хотя, ни одно правило не обходится без исключений. **- Они скандалят...**

Многие руководители, иногда не без основания, считают, что женщины необычайно склонны к сплетням и интригам.

"Мужчины более уживчивы. С ними намного проще. Женщинам присуща истеричность, которая может выводить из равновесия коллектив, а следовательно мешает работе."

**- Ими сложно управлять...**

Мнение мужчины генерального директора производственной фирмы. "Я не люблю работать с женщинами по многим причинам. Во-первых, с мужчин я могу требовать намного больше. Во-вторых, я понимаю внутренние мотивы мужских поступков, и мне легче управлять этими мотивами, а женщина слишком непредсказуема. В-третьих, женщина слишком ненадежный партнер, потому, что семейная женщина реализуется там, где она и должна реализоваться, т.е. в семье".

**- Они неработоспособны...**

Мнение мужчины - руководителя фирмы, занимающейся продажами оборудования для лакокрасочной промышленности. "Вы издеваетесь! Я никогда не подпущу женщину и на порог фирмы. О какой карьере можно говорить. По моему, слова "женщина" и "карьера" совершенно несовместимы. Мне нужны сильные, уверенные, работоспособные сотрудники, а не слабый пол."

Интересен подход к этому вопросу менеджера отдела по работе с иностранными клиентами.

Мнение мужчины Вице-Президента коммерческого банка. Как-то к нам в гости приехал партнер из Англии. Его сопровождение в гостиницу было поручено девушке-стажерке. Беседа англичанина с сотрудниками фирмы несколько затянулась (было около 21.00). Если бы Вы видели лицо девушки. Сколько страдания, сколько усталости, скуки было на нем написано. Даже корректный и сдержанный англичанин не удержался и спросил: "Может мы отпустим Лену, ее рабочий день, наверное, закончился?". Я не выдержал: "Я считая, что она не женщина, а сотрудник. И если понадобиться ее рабочий день будет продлен до утра." - Иногда, они чрезмерно сексуальны...

Бытующее мнение о том, что секретари зачастую становятся жертвами сексуальных домогательств со стороны руководителей, не всегда оправдано. Были случаи, когда в заявке на поиск секретаря или менеджера офиса руководитель отмечал: "Она не должна претендовать на мое личное время!". Такие и подобные выражения все чаще приходится слышать от директоров. И все реже возникают противоположные ситуации.

Мнение мужчины - руководителя отдела продаж автомобильной компании. "В один прекрасный день в нашем офисе появилась ОНА - высокая, черноволосая, с точеными чертами лица и безупречной фигурой. Наш новый менеджер офиса была настоящей куклой Барби. И ее каждое пересечение помещения нашего отдела, где большинство сотрудников мужского пола, вызывало бурю эмоций. Ведь наряды подчеркивали далеко не то, что стоит подчеркивать на рабочем месте. Разве можно работать в такой атмосфере! Не подумайте, что я против красивых женщин. Но на работе нужно работать. А она не знала, что это такое.

Руководитель фирмы был другого мнения. И ничто, ни претензии со стороны менеджеров, ни постоянные грубые ошибки в документах, которые ежедневно допускала секс-символ офиса, ничто не заставило их изменить свое отношение к этой девушке. Дальше - больше. Неблагоприятная атмосфера, постоянные интриги и шушукание сказались и на общей прибыли и, соответственно, на заработных платах. Слава Богу, время расставило все на свои места. Через пол года он развелся с женой и женился на нашем символе. После чего последовало ее увольнение."[8].

Эти представления и мифы формально и неформально включены во множество профессиональных структур занятости. Несмотря на то, что дискриминация по признаку пола в сфере занятости запрещена Конституцией и законами Российской Федерации, подобная практика и явно, и скрыто существует.

Структура профессиональных институтов часто базируется на ценностях соревновательности и агрессивности, на нормах жизни мужчин (отсутствие в их карьере проблем с детьми, больными и престарелыми родственниками) и мифе о мужчине как "добытчике" и основном содержателе семьи, хотя большая часть семей в России возглавляется и материально поддерживается женщинами.

Эти ориентированные на мужчин нормы ставят дополнительные проблемы для женщин на рабочих местах. Проведенные опросы женского персонала предприятий торговой отрасли показывают, что 24% работниц при приеме на работу давали обязательство (в разной форме) не брать отпуск по беременности, родам и уходу за ребенком, а 7% обязались не выходить замуж [9].

Так как соискателям при приеме на работу приходится сталкиваться с достаточно жесткими ограничениями по тем или иным признакам, например, по половой принадлежности, по возрасту или семейному положению, мы рассмотрим опрос, проведенный компанией АВЕНИР среди интернет-пользователей своего сайта, темой которого стала дискриминация при устройстве на работу [21]. На рисунке 2 представлены результаты интернет опроса.

- по возрасту 33.8%

- по половому признаку 29.2%

- не сталкивался (лась) 16.9%

- другое 9.2%

- по семейному положению 7.7%

- по состоянию здоровья 3.1%

В опросе приняли участие 235 человек

Рисунок 2. "За последние 5 лет сталкивались ли вы с дискриминацией при вашем трудоустройстве на работу?"

Как показывают его результаты, большинство принявших участие в опросе при своем устройстве на работу сталкивались с дискриминацией в той или иной форме. Среди мужчин таких оказалось 69%, а среди женской аудитории – 86%. Эта разница подтверждает тот факт, что традиционно, и не только в России, женщины до сих пор сталкиваются с большим числом ограничений. На первом месте находятся ограничения по половому признаку – это отметили 35% участниц опроса. Чуть меньше – 32% респонденток – пожаловались на дискриминацию по возрасту. Семейное положение женщины как причину возможного отказа в приеме на работу отметили 8% ответивших, еще 3% - проблемы со здоровьем, и, наконец, оставшиеся 8% участниц назвали другие причины.

Мужская половина респондентов, помимо меньшего, по сравнению с женщинами, количества случаев дискриминации выделила среди них всего две группы. Первая – это ограничения, связанные с возрастом, на это указали 38% ответивших; и вторая – по половому признаку. Как показывают результаты опроса, мужчины сталкиваются с гендерной дискриминацией реже, чем прекрасный пол, но, тем не менее, цифра ответивших положительно на этот вопрос достаточно велика и оставляет 23%. Другие причины дискриминации указали 8% респондентов.

Тема дискриминации не является новой для российского рынка труда. И в более благополучные для соискателей работы времена многие компании устанавливали ряд ограничений при приеме на работу новых сотрудников. Как показывают данные исследования, проведенного компанией Kelly Services в сентябре 2006 года, более половины респондентов указали, что сталкивались с дискриминацией в той или иной форме, чаще всего по возрастному или гендерному признаку.

Между тем, Трудовой Кодекс РФ запрещает дискриминацию в сфере труда по любым критериям, не связанным с деловыми качествами работника. Роструд совместно с ФАС в 2007 году собирался разработать механизм запрета объявлений о вакансиях в российских компаниях, где были бы указаны ограничения к их соискателям по возрасту, полу или национальной принадлежности. Как показывают неутешительные цифры результатов последних проведенных опросов, в ближайшее время эта проблема вряд ли будет решена. Однако, по мнению специалистов компании АВЕНИР, можно надеяться, что острота ее спадет при будущей стабилизации положения на российском рынке труда.

Профессиональная дискриминация проявляется различными способами: это и оценка работы, и дифференциация условий труда, и темпы и условия продвижения, и зарплата, и явления сексуального приставания на работе, и возраст выхода на пенсию, и условия работы по найму.

В последнее время в практику управленческих отношений вошел моббинг (моральное преследование), выражающийся в негативных воздействиях на работника со стороны руководителя или коллег: патология межличностных отношений, притеснения, травля. Такому воздействию чаще всего подвергаются женщины в возрасте старше 45 лет. Преследуемые при этом цели различны: понуждение к увольнению, повышение авторитета руководителя, устранение конкурента и другие [9].

- Дискриминация в образовании.

Полоролевая дискриминация в образовательной системе хорошо исследована и документирована. Во-первых, многие исследования показывают, что учителя, воспитатели, администраторы относятся к мальчикам и девочкам в той манере, которая отражает их собственные традиционные полоролевые стереотипы. Во-вторых, учебники, тесты и тексты, реклама включают в себя гендерные предубеждения. Например, буквари и образовательные материалы часто показывают женщин и мужчин, занятых традиционной деятельностью или профессиями.

Язык поддерживает и формирует гендерные стереотипы. В названиях многих высокостатусных профессий используется только мужской род, мужские местоимения, например: менеджер, бизнесмен, психолог, профессор, юрист. Термин "деловая женщина", которым обозначают женщину, занимающуюся бизнесом, имеет в нашей культуре особый, иногда пренебрежительный подтекст.

Кроме того, традиционная литература представляет девочек и женщин как некомпетентных, робких, нуждающихся в защите и не могущих предпринять эффективные действия для удовлетворения своих нужд. В настоящее время во многих странах Европы и Америки проводятся программы по нейтрализации гендерных стереотипов, начиная с детского сада и школы. Например, программа Министерства образования Норвегии включает тренинг лидерства для девочек и тренинг заботы о других и о себе для мальчиков. Россия, напротив, пошла по пути поддержки гендерных стереотипов и ролевой гендерной специализации.

В-третьих, административная иерархия в нашей образовательной системе также отражает полоролевые предубеждения. В то время как большинство работников образования — женщины, процент женщин на руководящих постах и в администрации снижается с повышением уровня образовательной системы.

- Влияние значимых других.

Значимые другие, включая родителей, сверстников, партнеров и мужей, учителей, наставников, демонстрируют влияние ролевых моделей, поддержку и поощрение или подавление, т. е. отсутствие поддержки или наказание. В общем женщины более вероятно выбирают нетрадиционную карьеру, когда их прямо поддерживают в этом или они имеют ролевую модель нетрадиционной карьеры для подражания. Такие женщины, скорее всего, имеют отца и мать с высоким уровнем образования; мать, работающую вне дома; родителей, не поддерживающих стереотипное поведение; поддержку карьеры со стороны родителей, учителей, родственников и консультантов. Наличие референтной группы в виде сверстниц с высоким уровнем интеллектуального развития и уровнем притязаний может оказать решающее влияние на профессиональный выбор, поскольку в таких группах стремление к профессиональной деятельности скорее поощряется, чем наказывается.

- Распределение партнерских ролей.

Большое значение для профессионального выбора и дальнейшей карьеры женщин, особенно в сфере бизнеса, имеет поддержка партнера. Ситуации, когда муж разделяет обязанности по домашнему хозяйству и воспитанию детей в интересах карьеры жены, в основном более распространены в странах гражданского общества, особенно в Северной Европе. Профессиональная роль женщины — один из основных пунктов несогласия между мужчинами и женщинами. Мужчины допускают небольшие изменения в этой роли женщин, но лишь в тех пределах, в которых не будут поколеблены их собственные позиции.

Так, российские мужчины наиболее часто, по сравнению с мужчинами других стран, считают, что если муж работает, то жена не должна претендовать на рабочее место; 80% мужчин признают, что им было бы тяжело, если бы главным кормильцем стала жена. При этом такой же процент опрошенных мужчин считает, что главным критерием при приеме на работу должна быть квалификация.

- Внутренние факторы.

Огромное количество психологических факторов, влияющих на развитие карьеры, показывает множество способов, которыми каждая женщина может интернализировать свой внешний опыт. Все эти факторы могут действовать в комбинации, и их общее влияние может быть больше, чем суммы отдельных факторов. Большинство женщин могут осознавать эти внутренние факторы как врожденные при развитии их профессиональной карьеры. Определяя свои психологические барьеры, прослеживая их от внешних: источников, женщины смогут изменить как внешние, так и психологические барьеры, мешающие им в поддержании профессионального развития и карьеры.

- Приписывание.

Мужчины приписывают свой успех личным способностям, в то время как женщины — удаче или усилиям. Женщины чаще относят свой успех к влиянию внешних источников, а неудачу — внутренних, что вносит свой вклад в формирование низкого самоуважения и избегания некоторых ситуаций, ориентированных на достижения. Указанные гендерные различия имеют психологические основы, но есть доказательства, что они представляют собой социализированный феномен.

- Страх неудачи — ожидание невозможности в достижении какой-либо цели (Дж. Шерман). Когда индивиды переживают страх неудачи, они более вероятно не смогут достичь цели или их тревожность в процессе достижения цели значительно возрастает. Несмотря на то, что и мужчины и женщины могут испытывать страх неудачи, из-за того, что мужчины более уверенны и получают больше поддержки, страх неудачи имеет более негативное влияние на женщин.

- Боязнь успеха. М. Хорнер характеризует боязнь успеха как мотивацию в избегании успеха. Это ключевой фактор в гендерных различиях в мотивации мужчин и женщин, персональная черта, которая развивается с детства и связана с развитием полоролевой идентичности. Боязнь успеха рассматривается, скорее, как реалистичная оценка социальных вознаграждений и наказаний для женщин, которые подчиняются или отклоняются от полоролевых стереотипов в ситуациях достижения.

Женщины, ожидающие негативных последствий своих успехов в нетрадиционной для себя сфере достижений, расценивая их как весьма вероятные, в связи с этим переживают боязнь успеха. Таким образом, здесь имеется в виду не личностная черта, а в большей степени проявления культурных ограничений в отношении женщин. Когда за успех платится "высокая цена", (включая осуждение за отсутствие фемининности, лишение помощи, повышенные внешние барьеры при реализации своего дела, изоляцию), многие женщины могут выбрать другие альтернативы, которые воспринимаются как имеющие более положительные результаты. В случае же выбора нетрадиционной профессии они будут испытывать повышенные трудности. Кроме того, мужчины и женщины, демонстрирующие одинаково высокую компетентность и успешность, по-разному оцениваются другими людьми.

Например, высококомпетентные женщины чаще не пользуются расположением ни мужчин, ни женщин, так как опровергают существующие гендерные стереотипы.

- Замещающие достижения.

Некоторые люди находят личное удовлетворение в отношениях с человеком, достигающим успехов, и идентифицируют себя с ним. Они получают удовольствие и от достижений других успешных людей. Цели, ценности и интересы успешных людей они воспринимают как свои. Традиционная гендерная социализация вносит свой вклад в формирование у женщин ориентиров на замещающие достижения, а у мужчин — на прямые достижения. В исследовании замужних женщин обнаружено, что женщины, ориентированные на замещающие достижения, имеют слабые перспективы для продолжения своего образования и чаще ведут себя в соответствии с традиционными гендерными стереотипами.

- Самоуважение и самооценка.

Большинство родителей считает, что у девочек много ограничений в выборе профессии и мало шансов на успех в конкурентной деятельности. Такое отношение в итоге ведет к тому, что женщины следуют воспитанному в них стереотипу зависимого пассивного существа на рынке труда. У мужчин существует некоторая тенденция преувеличивать свои способности, в то время как у женщин — их недооценивать.

- Уверенность. Недостаточная уверенность — один из главных внутренних барьеров для развития карьеры. Навыкам уверенности девочек не учат и не одобряют эти навыки у женщин. Оценка уверенного поведения женщины может быть осуждающей: излишне самоуверенна, агрессивна, чужда женской природе. Неуверенное поведение ограничивает женщин в выражении и демонстрации своих способностей. Женщины, которые более уверены в себе, чаще строят карьеру в нетрадиционных профессиях.

- Феномен "самозванки" введен П. Клане и С. Имес в 1987 для описания переживаний ложности своих высоких достижений. Индивиды, которые достигли успеха, но чувствуют себя "самозванцами", оценивают свои достижения незаслуженными и ожидают, что их разоблачат. "Самозванцы" не получают удовольствия от своих достижений и отрицают внешние доказательства своих способностей [2].

- Конфликт "дом—карьера".

Традиционная гендерная социализация, возрождаемая в России, подчеркивает место и роль женщин прежде всего в домохозяйстве. Когда женщина выбирает карьеру, она ожидает и другие ожидают от нее, что она будет выполнять большинство домашних обязанностей, обслуживать детей и нести за них ответственность. Ее достижения на работе принимаются, только если она успешно справляется с домашними обязанностями. Часто женщины вынуждены делать выбор только в пользу какой-либо одной области — быть женой и матерью или развивать карьеру.

Самым неблагоприятным для карьеры считается ситуация, когда женщина прерывает свою карьеру ради семьи, не закончив образования. Ее профессиональные интересы еще не стабильны, и длительный перерыв в профессиональной деятельности приводит к тому, что женщине сложно возвратиться в профессиональную сферу или продолжить прерванное образование. Независимо от того, какую сферу женщина выберет, конфликт между домом и карьерой оказывает значительное влияние на развитие карьеры. Однако в работах зарубежных исследователей был сделан неожиданный вывод, ломающий привычные представления о женщине-руководителе: достигая высокого делового статуса, она не жертвует ради карьеры семьей. Именно среди "инновационных" женщин (в основном руководителей) высока доля лиц, состоящих в браке и имеющих детей.

У российских женщин-руководителей наблюдается более или менее гармоничное совмещение сфер работы и семьи как на уровне установок, так и в реальной жизни [13]. Все проблемы, с которыми наше общество столкнулось совсем недавно, были пройдены женщинами на Западе. Они давно прошли "школу выживания" в мире, где господствуют мужские ценности. Большую помощь в этом оказали женские группы личностного роста и индивидуальные консультанты. Таким образом, перспективные сдвиги в положении женщин в экономике и менеджменте будут происходить только при активной поддержке женщин прежде всего со стороны государства. Существуют ли программы по разработке стратегий развития женского предпринимательства, и каковы основные тенденции этого развития, рассмотрим ниже.

3. Перспективы и примеры развития женского менеджмента

3.1 Женский менеджмент за рубежом

В настоящее время можно выделить два направления участия женщин в бизнесе:

* Через повышающееся постоянно привлечение женщин на управленческие должности.
* Через приток женщин в малый бизнес, особенно при организации собственных предприятий.

Исследования психологов, проведенные в западных странах, свидетельствуют, что женщины более приятны в общении, чем менеджеры мужчины, более внимательны к людям, эффективно реагируют на мотивацию. В службах сервиса женщины незаменимы, с клиентами у них устанавливаются доверительные отношения.

Женщины разумней ведут себя в конфликтных ситуациях, руководствуясь обычно известным правилом "клиент всегда прав", стремятся уменьшить эмоциональные издержки. Таким образом, явно обозначаются преимущества женщин в сфере услуг и торговле, т.е. там, где клиент ждет внимания, вежливости и уважения.

В европейских странах и в Америке еще далеко не все ресурсы женских возможностей востребованы.

В Японии, в азиатских и арабских странах вклад женщин в бизнес крайне мал — это связано с национальными и историческими традициями отношения к женщинам.

В США и европейских странах примерно 37% малого бизнеса действует под руководством женщин.

Предприятия, руководимые женщинами, постоянно укрупняются, в 1990-х г. стоимость этих организаций составляла 300 млрд. долл., в 2000-х г. около 500 млрд. Предприятия, являющиеся собственностью женщин, значительно реже подвергаются банкротству по сравнению с теми предприятиями, где хозяева мужчины [16]. Появление женщин на руководящих постах в фирмах США позволило повысить корпоративную культуру. В процессах управления появилась гибкость, более спокойной стала работа в условиях неопределенности, появилась терпимость к медленному внедрению инноваций либо в уклонении от них. Пирамидальные структуры уменьшили количество управленческих уровней, менеджмент на оставшихся уровнях получил больше самостоятельности при решении производственных и коммерческих вопросов, больше стало проявляться заботы о сотрудниках и клиентах.

Женщины-менеджеры придают большее значение вопросам стимулирования сотрудников, не требуют монополии на получение информации, делая ее доступной для всех, периодически передают властные полномочия подчиненным в целях решения какой-либо конкретной проблемы.

Ознакомление подчиненных с информацией создает предпосылки для лучшего психологического климата и способствует упорядочению взаимоотношений в коллективе.

Под влиянием женских методов управления корпорации стали выигрывать в конкурентной борьбе.

В последние годы женский бизнес развивался и в промышленных отраслях.

В строительстве число предприятий, руководимых женщинами, возросло с 42 тыс. в 1980 г. до 115 тыс. в 1995 г.; транспорт и коммунальные услуги — с 30 тыс. в 1980 г. до 103 тыс. в 1992 г.; розничная торговля — со 180 тыс. до 240 тыс. за период 1980—1992 гг. сейчас строительство растет еще более высокими темпами [21].

В США в последние годы в основном котируются специалисты, имеющие магистерские или докторские степени. Получение этих степеней для женщин проблематично.

В США и Европе женщины рассматриваются как обычные деловые партнеры, пользующиеся полным доверием. Однако работа для женщин в иностранных филиалах фирм в США и в филиалах американских фирм, расположенных в других странах, в конечном итоге приводит к положительным результатам. Полученный широкий опыт позволяет женщинам-менеджерам по всей стране занять высокие руководящие посты, что в итоге способствует квалифицированному созданию собственного дела.

Женщины ощутимо пополнили такие направления деятельности, как юриспруденция, медицина, бизнес, инжиниринг. В 2005 г. их доля среди юристов достигла 37%, среди врачей — 34%, среди счетных работников — 65%, а среди администраторов, менеджеров и служащих — 45%. Из 17 млн. мелких предприятий в 7 млн. хозяевами являются женщины. В бизнесе свыше 200 тыс. женщин, представляющих черное и цветное население [21].

Различные исследования подтвердили возросшее количество мужчин, не возражающих работать в подчинении у женщин – собственников либо менеджеров.

Женщины в США получили возможность выбора во всех направлениях человеческой деятельности. Появились женщины и в государственной администрации, причем порой на самых престижных постах. Женщины стали членами Верховного суда, послами в других странах, сенаторами и министрами.

Согласно данным агентства Европейского союза Eurostat, женщины ЕС образованы лучше мужчин, но получают меньшие зарплаты и реже занимают престижные должности. Больше всего менеджеров-женщин живет в Латвии — 44% от общего числа руководящих работников. Замыкают список Кипр и Мальта – соответственно 14% и 15% женщин-менеджеров.

Следует отметить, что женщинам-менеджерам в Японии мужчины не подчиняются. Женщины руководят только женскими коллективами.

Национальные традиции Японии утверждают главой семьи обязательно мужчину, а если мужа нет, то главой семьи является старший сын. Эти семейные традиции накладывают отпечаток и на японский менеджмент.

Согласно результатам исследования, опубликованного в одном из номеров Американского социологического журнала, женщины в Японии ценятся гораздо меньше мужчин, и это проявляется в их менее выгодном положении в системе японского общественного устройства. Родители предпочитают инвестировать средства в образование сыновей, поэтому девушки гораздо реже попадают в вузы. На этапе среднего образования девушки, как правило, получают специализации в сферах литературы или внутренней экономики, которые отсылают, скорее, к традиционным моделям женского ролевого поведения и традиционным схемам индивидуальной самореализации женщин.

Сегодня фиксируется значимое отставание Японии в плане преодоления гендерной дискриминации и достижения гендерного паритета. Так, по данным исследования, опубликованного на сайте "Япония сегодня": - уровень средней зарплаты работающей женщины составляет 63,6% от мужской (во Франции - 80,8 %, в США - 75,5 %, в Германии - 74,2 %.); - количество женщин-менеджеров на руководящих постах в частном секторе -8,2% (в США - 42,7%, Великобритании - 33%, Германии - 25,6%); - из 9352 ответственных государственных чиновников женщин лишь 1%, в парламенте женщин - 7,6% (Для сравнения: в Швеции - 40,4%, в Великобритании - 18,2%.) [2].

Когда женщины начинают работать, их заработная плата резко отличается от зарплаты мужчин. В результате многие японки ищут не карьерного роста, а выгодного замужества.

Положение менеджеров женщин в Японии тесно связано со сложившимся различием ролевых функций, согласно которым полномочия вне дома принадлежат мужчине. Японская женщина поддерживает порядок в доме и заботится о создании благоприятных условий для мужа, занимается воспитанием детей.

Деловые люди в Японии привыкли видеть женщину, постоянно выражающую почтение к мужчине и представить ее в качестве конкурента либо шефа или бизнесмена они не могут. Проведенный социологический опрос нескольких десятков женщин, находящихся на руководящих должностях в японских фирмах, показал, что женщины-менеджеры считают японское общество — "обществом для мужчин". Среди девушек и молодых женщин минимальное количество желает стать профессиональными управляющими.

Кроме того, высокие руководящие посты требуют высокой мобильности, несовместимой с положением женщины в семье.

В развивающихся странах до сих пор женщины на работе занимают, как правило, должности рядовых исполнителей.

#### По мнению немецких ученых, неравноправие женщин и мужчин в менеджменте является отчасти следствием личностных установок представительниц слабого пола.

В Германии не только в бизнесе и в госучреждениях - в науке также редко можно встретить женщин, занимающих руководящие должности. Дамы стоят у руля менее чем 10 процентов университетов и колледжей Германии.

И все же, несмотря на то, что женщина на руководящем посту все еще является, скорее, исключением, следует отметить, что современные немки стали намного образованнее своих бабушек. Это отражается и в экономике.

Среди руководителей в государственных учреждениях женщины встречаются чаще: 40 процентов менеджеров разного звена составляют представительницы слабого пола. А вот на частных предприятиях шансов занять пост руководителя у женщин меньше.

Что касается заработка, то и здесь мужчины на высоте. Они получают на 20 процентов больше, чем их коллеги-женщины.

Специалисты боннского Института исследования проблем мелкого и среднего бизнеса отмечают, что доля женщин среди руководителей малых и средних предприятий составляет одну треть.

Тенденция роста числа женщин наметилась и в немецкой политике. Кроме того, что в Германии впервые в истории кабинет министров возглавила женщина, растет и число женщин-депутатов в законодательных органах власти. Их количество на коммунальном, региональном и федеральном уровнях за последние 30 лет выросло с 7,3 до 31,8 процентов.

Однако на фоне других стран эта цифра мала. Так, например, в скандинавских странах женщины составляют почти половину депутатов национального парламента. В бывших странах Восточного блока представители обоих полов имеют одинаковые возможности на рынке труда. В некоторых восточноевропейских странах количество женщин-менеджеров даже превышает количество мужчин [15].

Приведенные данные подтверждают заметный рост участия женщин в экономической жизни описанных выше стран и позволяют прогнозировать перспективные сдвиги в этом направлении.

3.2 Женщины-управленцы в России

Английский афоризм гласит: "Нет ничего невозможного для женщины, которая умеет расплакаться в нужный момент перед нужным мужчиной". Еще несколько лет назад с этим трудно было не согласиться. Однако в последнее время женщины перестали всего добиваться слезами и попытались взять инициативу в свои руки. Теперь все чаще и чаще можно видеть представительницу прекрасного пола, управляющей собственным бизнесом, занимающейся политической деятельностью и даже руководящей целой страной. Это не означает, что женщины стали сухими карьеристками и больше не хотят быть слабыми и нежными. Просто теперь хранительницы домашнего очага и уюта решили не ограничиваться пределами собственной квартиры, и навести порядок на всей планете.

Цифры статистики ясно говорят, что влияние женщин на мировую политику и экономику увеличивается. Так, сегодня в некоторых развитых странах предприятия, возглавляемые женщинами, обеспечивают до 60% ВВП. Например, в Германии и США это процент составляет 50-52%, в Японии – 55%, а в Италии – все 60%. Непосредственно женщинам принадлежит одна десятая часть мировых ресурсов. Увеличивается роль слабого пола во влиянии на мировую политику. Так, в национальных парламентах всего мира на долю женщин приходится 15% мест. Самый высокий уровень (почти 45%) женщин в национальном парламенте Швеции, до 40% - в Дании, Финляндии и Нидерландах. 31% Европарламента занимают женщины. В новое правительство Европейского союза – Еврокомиссию - выдвинуто 8 министров–женщин (треть состава). В настоящее время на всех континентах насчитывается 11 женщин-глав государств или правительств [16].

Тенденция увеличения влияния женщин на политику и экономику не обошла стороной и Россию. Социологические институты и общественные организации регулярно проводят исследования на эту тему и их результаты лишь подтверждают предсказание корифея современного менеджмента Ричарда Фарсона, что наступление матриархата в бизнесе неминуемо. По данным общероссийской общественной организации "Российская академия бизнеса и предпринимательства" (РАБИП) Россия сегодня занимает одно из лидирующих мест в мире по доле женщин-руководителей бизнеса. При этом женский бизнес здесь развивается в 1,7 раза динамичнее мужского. Нельзя не отметить тот факт, что треть всех менеджеров страны – женщины, и у 25% из них зарплата выше, чем у их коллег-мужчин. Более того, по оценкам экспертов уже в ближайшие 3-4 года 40% женщин будет заниматься частным бизнесом [15].

Не столь уверенное положение занимают женщины во власти страны. Сегодня Россия находится на 120 месте в мире по числу женщин, занятых в государственном управлении, а по количеству представительниц в высшем законодательном органе страны - одно из последних мест, находясь между Камбоджой и Суданом. Так, в четвертой Государственной Думе (2003-2007 гг.) женщины занимали лишь 9,84%. Но где же работают те "прекрасные 54%" населения страны? В основном на гражданской службе. Аппарат исполнительной власти в последнее время все больше феминизируется. На федеральном уровне и в субъектах Федерации женщины в исполнительных органах власти составляют 70%, в органах местного самоуправления – 75%.

Напротив, количество мужчин в структуре государственного аппарата, включающего в себя руководящие должности высокого, среднего и низкого уровней, уменьшилось за последние 12 лет в 1,5-2 раза [21]. В органах законодательной власти женщин 55%, в органах судебной власти и прокуратуры - по 68%. На уровне субъектов Российской Федерации судебная власть и прокуратура на 83% - "женская".

По результатам исследования социологов стало известно, что женщины-бизнесмены, как правило, привлечены в традиционные для них сферы – пищевая, легкая промышленность, или связанные с так называемыми интеллектуальными сферами, которые имеют большую сервисную нагрузку. А отсюда был сделан вывод, что женщины в России занимаются бизнесом, который не дает достаточно больших денежных результатов, как у мужчин.

Однако как бы не были радужны перспективы роста женской политэкономической активности, в ходе своих исследований РАБИП пришел к выводу, что в России по-прежнему бытует некое патриархальное представление о женской доле. Об этом говорят и исследования доктора социологических наук, ведущего сотрудника института социологии РАН Аллы Чириковой, которые она проводила со своей коллегой из Института психологии РАН Натальей Тихоновой. Большинство россиян полагает, что женщина не сможет справиться со своими обязанностями так, как это сделал бы мужчина, потому что она зависима от семьи и, следовательно, не сможет всю себя посвятить работе. Что женщина не может идти на риск, потому что она по своей природе более расчетлива и не будет ввязываться в дело, которое потенциально может быть обреченным на провал.

"Результаты исследований показывают, что когда руководящие посты занимает женщина, то ее результаты не хуже, чем у мужчины, если даже не лучше. Чаще всего женщины являются более гибкими лидерами по сравнению с мужчинами. А отсюда и более успешными, - говорит Алла Чирикова.

Сегодня в России существуют и другие стереотипы, которые являются дополнительным, но отнюдь не оправданным, препятствием для продвижения женщин вверх по социальной лестнице. Например, считается, что бизнес достаточно агрессивен, поэтому мужские качества в нем более востребованы. Из исследований видно, что такая точка зрения не имеет под собой достаточных оснований, потому что анализ успешных фирм показывает, что ни мужские черты лидерства, предполагающие навязывание различных форм воздействия на сотрудников, ни лидерские качества женщины, предполагающие упор на собственную интуицию – не являются эффективными. Предприниматель лишь тогда будет успешным, когда будет сочетать в себе и мужские и женские качества. И в этом смысле, считает Алла Чирикова, менеджмент не имеет пола.

Однако социолог не видит в ближайшей перспективе возможности пропорционального менеджерского равенства между полами. "В скором времени этого не случится, потому что сами женщины далеко не всегда имеют внутреннюю установку на занятие лидерских позиций. И здесь в основном дело не в давлении стереотипов, которые идут со стороны мужчин, а в тех стереотипах, которые действуют внутри женщин, внутри женского слоя в России. Такова специфика воспитания в российской семье. Если суметь перевоспитать в нашем сознании эти стереотипы, тогда возможно абсолютное гендерное равенство. Но позиции, которые будут занимать женщины, они все равно будут ниже, по финансовым потокам, по уровню ответственности. Потому что все масштабные дела, предполагающие повышенный риск, – это все-таки дело мужское", - считает Алла Чирикова. Не собираются занимать мужских позиций и сами женщины-бизнесмены. А все те сообщества и женские организации, которые в последнее время растут, как грибы после дождя, отнюдь не позиционируют себя феминистски настроенными. Как правило, их главная задача заключаются в помощи женщинам-предпринимателям, которым из-за тех же пресловутых стереотипов сложно конкурировать с мужчинами.

Вопреки исследованиям социологов сами бизнес-леди считают, что рано или поздно процентное соотношение во влиянии на экономику женщин и мужчин сравняется, и даже возможен перевес в сторону первых. По мнению советника Президента ТПП РФ Директора Российско-Арабсого делового центра и президента общероссийской организаций "Женщины Бизнеса" Татьяны Гвилавы этому есть несколько причин. Первая – это то, что женское население растет значительно быстрее мужского, и сегодня, по ее данным, уже составляет 67%. А вторая причина, что ежегодный рост предприятий в России, возглавляемых женщинами, составляет 17%. Эта цифра объясняется ростом доверия к женщинам-предпринимателям [21]. Они надежные партнеры, которые не будут "кидать, потому что за ними стоит дом, семья, дети.

По этой же самой причине за женщинами закрепилась репутация, как за людьми, которые практически в 100% случаев возвращают долги. Именно по этому кредиторские компании с удовольствием сотрудничают с организациям, которые возглавляют женщины.

По мнению Татьяны Гвилавы развивая малое и среднее предпринимательство государство должно делать ставку на женщин. Потому что когда женщина занимается бизнесом она, как центр семьи, привлекает в него всех родственников, давая возможность работать каждому по его способностям. Понятно, что в этом случае риски обмана менеджером минимальны и все рабочие заинтересованы в успешном и динамичном развитии бизнеса. А следовательно, средний бизнес занимает уверенное положение, и в нем, как и во всех развитых странах, государство почувствует реальную экономическую и социальную безопасность страны.

3.3 Индра Нуйи - влиятельная женщина американского бизнеса

В журнале CEO была опубликована статья об одной бизнес-леди США - Индре Нуйи, возглавляющую корпорацию PepsiCo. Чтобы понять какой сложный путь по карьерной лестнице проходит женщина-менеджер, до высокого поста, какими убеждениями она руководствуется в своей деятельности, в курсовой приводится отрывок из этой статьи [20].

Индра в переводе с санскрита – "сила и плодородие", так зовут индуистского Зевса, бога-громовержца. Есть у госпожи Нуйи и второе имя – Кришнамурти, в честь ее земляка, родившегося в позапрошлом веке близ Мадраса философа и проповедника Джидду Кришнамурти. В 20-е годы прошлого века Кришнамурти был столь популярен в теософских кругах, что его считали мессией. Кстати, он закончил свои дни в Калифорнии, когда его соотечественница уже достигла в США значительных карьерных успехов.

Будущая СЕО Pepsi родилась 28 октября 1955 года в Южной Индии, в Мадрасе, который в конце прошлого века был переименован в Ченнай. Ее семья, в колониальные времена плодотворно сотрудничавшая с британской администрацией, принадлежала к среднему классу: отец служил начальником внешнеэкономического отдела местного отделения государственного аграрного банка, а дед вершил человеческие судьбы в качестве окружного судьи.

В школе Индра всячески демонстрируя независимость характера и даже некоторую эксцентричность. В старших классах тихим девичьим играм она предпочитала энергичные "запилы" на электрогитаре в школьном рок-ансамбле и хоккей на траве. Поступила в Мадрасский христианский колледж, по окончании которого в 1974 году получила степень бакалавра математики, физики и химии. После чего два года изучала менеджмент в Индийском университете управления, в Калькутте.

Проработав два года продакт-менеджером в мадрасском отделении медицинско-фармакологической компании Johnson & Johnson, она поняла, что для дальнейшего роста необходимо получить американское образование и перебраться за океан. Разговор на семейном совете был непростым: родители, люди консервативного склада, считали, что лучше синица в руках, чем журавль в небе. Однако Индра напомнила, как в детстве мать устраивала дочерям что-то типа психологического тренинга, предлагая им пофантазировать на тему "Как бы я поступила, если бы была директором папиного банка, а то и вовсе премьер-министром". Родители согласились с дочерью: в патриархальной стране женщине трудно рассчитывать на высокий пост. Прозвучал и еще один аргумент: Кришнамурти, чье имя носила Нуйи, в свое время тоже переехал в Америку.

Так в 1978 году Индра Нуйи оказалась в Нью-Хейвене, штат Коннектикут, где находится престижный Йельский университет. Несмотря на то, что ее семья по индийским меркам была далеко небедной, но уровень жизни в США и, главное – стоимость учебы, существенно отличались от принятых на ее родине стандартов. Поэтому приходилось совмещать занятия с работой: секретарша в небольшой компании, портье в отеле, бэбиситер по вызову... Было нелегко. А как иначе? "Если ты женщина, и к тому же иностранка, ты должна быть на голову выше всех", - говорит Индра.

Из Йеля она вышла магистром государственного и частного менеджмента. Первая попытка устроиться по специальности завершилась провалом. На собеседование девушка пришла в костюме, купленном на выкроенные из скромного личного бюджета $50. Костюм был ужасного качества, к тому же, мягко говоря, не очень сочетался с оранжевыми сапогами. Это настолько угнетало соискательницу должности, что она отвечала крайне невпопад.

Со слезами на глазах Индра рассказала эту историю своему университетскому преподавателю. И тот посоветовал в следующий раз надеть сари, в котором она будет чувствовать себя свободно и естественно. Нуйи изумленно вскинула брови. "Если твой костюм им не понравится, и они тебе откажут, это будет потеря для них, а не для тебя", - успокоил ее профессор, прекрасно понимавший, сколь ценным сотрудником может стать его выпускница.

Индра последовала его совету, и все прошло, как по маслу. В Boston Consulting Group, куда ее тогда взяли, она дослужилась до старшего менеджера по международным корпоративным проектам. В 1986-м переходит в компанию Motorola на должность директора по корпоративной стратегии и планированию. Через пару лет она уже вице-президент. Потом - вице-президент по корпоративной стратегии и стратегическому маркетингу в Asea Brown Boveri. И в 1994-м занимает пост младшего вице-президента по стратегическому планированию и развитию PepsiCo. Казалось бы, ступенька пониже, чем в Asea Brown Boveri, однако перспективы несоизмеримо большие, поскольку основанная в 1898 году PepsiCo – громадная транснациональная империя, один из мировых лидеров пищевого рынка.

Но проблем в PepsiCo хватало. Управленческая машина то и дело давала сбои в связи с неоптимально структурированным бизнесом. Индре, как новичку в компании с вековыми традициями, пришлось приложить немало энергии, изобретательности и даже артистизма, чтобы доказать необходимость реформ исполнительному директору Роджеру Энрико, глаз у которого, как говорят снайперы, был "замылен".

По инициативе именно Нуйи фастфудовское питание выделили в самостоятельное направление за счет создания компании YUM! Brands Inc., владеющей сетями ресторанов КFC, Pizza Hut, Taco Bell. В результате PepsiCo стала лучше слушаться руля, что привело к росту прибыли и повышению капитализации.

Постоянная нацеленность на результат и эффективность предложенных Индрой Нуйи программ оздоровления бизнеса оценили: в 2000-м ее назначили финансовым директором PepsiCo. На новом посту Индра развила еще более кипучую деятельность. Приобрела компании по производству соков Tropicana за $3,3 млрд., что позволило расширить ассортимент выпускаемой продукции. Удачным финансовым решением было публичное размещение акций дочерней компании Pepsi Bottling Group Inc. Присоединения следовали одно за другим. Популярный пищевой бренд Quaker Oats, производитель спортивных напитков Gatorade, компания South Beach Beverage (SoBe), выпускающая напитки на основе лекарственных трав, Cheetos, специализирующаяся на семечках и орешках…

Через год после ее назначения доходы PepsiCo увеличились на 40%. Еще через год - на 70%. Кристофер Микер, аналитик компании Farr Miller & Washington LLC, которой принадлежит пакет акций PepsiCo на сумму в $500 млн., так характеризует нашу героиню: "У нее всегда был острый нюх на то, что происходит во всех сферах бизнеса, и ни у кого нет ни малейших сомнений в ее компетентности и способности вести дела". Этот самый иррациональный "нюх" подкрепляется и вполне рациональными принципами управления, на которые опирается Индра. Один из них – постоянное стремление к обновлению маркетинговой политики. "Как только новая бизнес-схема разработана, - говорит Индра, - она устаревает. Потому что кто-то уже начинает ее копировать".

В октябре 2006 года Индра Нуйи заняла пост СЕО PepsiCo, сменив 58-летнего Стива Райнемунда, возглавлявшего корпорацию пять лет. Уходя в отставку, он весьма доброжелательно охарактеризовал свою преемницу: "Успехи Индры в реконструкции компании говорят сами за себя. Когда я возглавлял компанию, она была для меня бесценным партнером и союзником".

Два года подряд журнал Fortune объявляет ее самой влиятельной женщиной в американском бизнесе. Сама Индра из своей бизнес-стратегии секрета не делает.

Она сформулировала пять принципов, благодаря которым ей удается всегда быть на высоте. Вот они:

1. Деньги, престиж или власть – не самоцель. Считать себя успешным может лишь человек, который посвятил свою жизнь тому, что он больше всего любит, что ему по-настоящему интересно.

2. Необходимо с самого раннего возраста поставить себе высокие цели. И не размениваться по пустякам.

3. Учиться надо всю жизнь, независимо от возраста. При этом важно обращать внимание не только на теоретические знания, но и на практический опыт - Индра Нуйи до сих пор минимум полдня в неделю ходит по гастрономам, чтобы лучше ориентироваться в конъюнктуре и в настроениях покупателей.

4. Необходимо открытое творческое взаимодействие с людьми других культур, что составляет основу американского общества. Индра Нуйи уподобляет представителей пяти материков, живущих в США, пяти пальцам одной руки.

5. Три главные опоры в жизни – семья, друзья и вера. Сталкиваясь с непростыми жизненными обстоятельствами, Нуйи в первую очередь обращается к религии, и это ей помогает.

На работе она предельно демократична, что притягивает к ней коллег. По офису ходит босиком. На корпоративные вечеринки приходит в сари, и не просто воодушевленно, на хорошо поет, припоминая игру в школьной рок-группе. Любит танцевать. И проводит танцевальные конкурсы, поскольку в компании, производящей низкокалорийные напитки и продукты, сотрудникам следует поддерживать хорошую физическую форму. К тому же она страстная болельщица, может часами смотреть видеозаписи игр своего любимого баскетболиста Майкла Джордана.

Среди ее друзей есть и весьма важные персоны. Например, госсекретарь США Генри Киссинджер, "отец" челночной дипломатии. За то, что она через каждые 15 минут, где бы ни находилась и что бы ни делала, проверяет в мобильнике электронную почту, он прозвал ее "одержимым нью-йоркским перпетум-мобиле", хоть живет она и не в Нью-Йорке, а в Гринвиче, штат Коннектикут.

В 2006 году генеральный директор PepsiCo заработала $6 230 366. Конечно, ее доходы растут, поскольку растут доходы возглавляемой ей компании, которая по объему капитализации достигла $106 млрд. и наконец-то оставила позади своего извечного соперника – компанию Coca-Cola. Всего с начала работы Нуйи в PepsiCo стоимость акций компании увеличилась в 2,5 раза.

Одним из мотивов назначения Индры Нуйи на столь высокий пост, хотя и не главным, были существенные трудности со сбытом продукции в Индии, где ряд штатов ввел ограничение на продажу напитков как PepsiCo, так и Coca-Cola. Попытка сыграть на патриотических чувствах индийских правительственных чиновников дала положительные результаты: в стране с миллиардным населением PepsiCo обошла кока-колу, и дистанция между ними постоянно увеличивается.

Помимо своей основной деятельности Индра Нуйи состоит в консультативном совете Йельского университета, в попечительских советах Международного комитета спасения, борющегося против расовой дискриминации, и Линкольновского центра современного искусства. Не чужда и политики – в 2004 году перечислила $27 тыс. в фонд Джона Керри, баллотировавшегося в президенты США. Выборы, как известно, он проиграл. Но Индра не очень расстроилась. Ведь для нее большая политика – это мировая экспансия компании PepsiCo, а тут Индра Нуйи не знает поражений.

Заключение

Расхожее мнение, что семья, дом, дети - это лучший выбор для женщины, звучит сегодня несколько архаично. Если в древности женщины смотрели за домом, как более слабые, а мужчины гоняли крокодилов по болотам, как более сильные, то в современном обществе возможностей у тех и других стало гораздо больше.

Самый большой процент женщин руководителей сегодня в Швеции, порядка 36 -37 %, все остальные страны не на много отстали – это 29 -30%, в том числе и Россия. Что касается российских компаний, то руководителей- женщин здесь на 30% меньше, чем руководителей-мужчин.

Но, не смотря на такой прорыв, сегодня, в XXI веке, всё ещё принято различать гендерные характеристики бизнеса. Конечно, здесь речь идет не просто о физиологических особенностях мужчин и женщин, не о привычках или своеобразии воспитания, здесь говорят о состоянии ума, который в современных условиях имеет все шансы на своё проявление и самовыражение.

Общественный уклад и национальные традиции накладывают свой отпечаток на личность. И как результат, у представителей каждого пола свои приоритеты.

Мужчина как участник бизнес процесса имеет цель в бизнесе – это успех. Ему важен результат. Что касается женщин, то им в бизнесе важнее всего сам процесс.

От женщины в бизнес процессе требуется максимум ответственности, решительности, по большому счету в каких-то вопросах она должна быть мужчиной, а дома все хотят ее видеть белой и пушистой. От мужчины наоборот не требуется смены социальных ролей. Он везде может быть одинаковым.

Женщины в управлении демонстрируют высокий мотивационный уровень своей деятельности. Рассматривая в работе ценностные ориентации женщин-менеджеров, было установлено, что их мотивы весьма разнообразны. Ведущими у женщин являются мотивы самореализации и интереса. Они не демонстрируют выраженной ориентации на материальные выгоды. Достаток дает им возможность удовлетворять личные потребности, но не более того.

Снижают эффективность управления следующие черты характера: мягкость характера, трудность в наказании за ошибки, эмоциональность, сниженный потенциал риска. Но существуют и ограничения, которые свойственны всем менеджерам вообще, независимо от пола. Это говорит о нецелесообразности жесткого разграничения в менеджменте мужских и женских составляющих, о том, что успешный менеджмент не имеет половой специфики и определяется реальным социально-экономическим положением предприятия.

Россия сегодня занимает одно из лидирующих мест в мире по доле женщин-руководителей бизнеса.

И если деловые женщины выходят на новые позиции в управлении, то здесь уже необходимы профессионализм и психологическая готовность, и этому могут способствовать условия для ускорения адаптации и продвижения руководителей-женщин. К ним относятся социально-экономические и политические преобразования, способствующие развитию управленческой деятельности:

1. Специальные программы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации руководителей-женщин;
2. Поддержка деятельности женских общественных организаций;
3. Контроль за соблюдением законодательства о правах и гарантиях женщин и другие.

Всё вышесказанное лишний раз доказывает, как минимум, то, что мы ещё очень мало знаем об особенностях женского менеджмента и склонны к стереотипам в восприятии возможностей женщин в управлении. Результаты курсовой работы весьма показательны и заставляют пересмотреть некоторые традиционные представления об особенностях женского управления. Согласно последним исследованиям, лучший менеджер новой генерации умеет хорошо слушать, мотивировать и поддерживать своих сотрудников. И группа людей, которые имеют огромные преимущества в реализации нового подхода в управлении - это женщины. Ближайших десяти лет будет достаточно, чтобы убедиться в том, что женщина - не худший менеджер, нежели мужчина, и умеет достигать поставленных целей.

Список используемой литературы

1 М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 493 с.

2 Психология менеджмента: Учебник для вузов / под ред. Г.С. Некифорова.-СПб, 2004.-639с.

3 Бердыклычева Н.М. Женщины в управлении и бизнесе // Энергия: экономика, техника, экология-2002. №5. с.66-70.

4 Гвоздеева Е. Женский менеджмент в российском бизнесе //ЭКО-1997. №11. с.163-175.

5 Гончарава Н.В. "Игры" для мальчиков (гендерные аспекты карьерных притязаний) // Управление персоналом-2003. №4. с.16-23.

6 Киянова М.К. Женщина и бизнес: две ловушки на пути к вершинам //ЭКО-2002. №4. с. 192-194.

7 Комаров Е.И. Гендерный менеджмент // Управление персоналом-2001. №11-12. с.49-53.

8 Резник С.Д. Гендерные особенности карьерного роста: женщины в менеджменте // ЭКО-2006. №3. с.125-136.

9 Хохлова Т. П. Гендерные проблемы в современном управлении //Менеджмент в России и за рубежом-2004. №2. с.79-86.

10 Чирикова А.Е. "Локомотивы" женского бизнеса в России //ЭКО-1996. №9. с.56-64.

11 Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы: стратегии успеха // ЭКО-1997. №6. с.183-191.

12 Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы (проблемы становления женского предпринимательства в России) // Вопросы экономики-2000. №3. с.94-102.

13 Шевчук А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний // Социологические исследования-2003. №1. с.73-81.

14 Щелкунова М.В. Женщины прибирают бизнес к рукам // Известия. №90

15 [Электронный ресурс]: – "ИНФОЧЕЛ" - Режим доступа: http://www.infochel.ru/chelyabinsk\_a690\_zhenshhina\_\_rukovoditel.html

16 [Электронный ресурс]: – Электронный журнал "Lady Boss" март 2009 - Режим доступа: http://www.ladyboss.com.ua

17 **Литвинова Наталья** Женская занятость: шипы и розы // Практический журнал по кадровой работе Кадровое дело – март 2009. № 3 с. 43-45.

# 18 Е.И.Комаров Академик Международной Академии информатизации, профессор Гендерный менеджмент // Управление персоналом - 19.11.2001. № 11-12. 19 Велетминский Игорь Посмотрит - рублем одарит. Определены сорок самых успешных российских деловых женщин //"Российская газета" - Центральный выпуск №4308 от 5 марта 2007 г.

20 Нуйи Индра / Бизнес-Леди // Журнал CEO - №5 2008.

21 [Электронный ресурс]: – HR Monitor - Режим доступа: http://www.hrmonitor.ru/index.php?p=1&pname=polling&polling\_id=36

22 [Электронный ресурс]: – Федеральная служба государственной статистики - Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08\_11/IssWWW.exe/Stg/d01/06-04.htm