

Государственное образовательное учреждение высшего и
профессионального образования «Оренбургская
государственная медицинская академия Федерального агентства
по здравоохранению и социальному развитию»
Кафедра отечественной истории

Сообщение на тему: Женщины в бизнесе

Выполнила студентка 41 кп группы Шамшурина С.А.
Проверил зав. кафедры Савицкий Г.В.

Оренбург, 2012 г.

Бизнес-леди — это особый социальный тип женщин – носителей либеральных ценностей, с повышенной потребностью в самореализации, творческой самоотдаче, новаторов по своей природе. Как правило, такой тип женщин бывает востребован не только в предпринимательстве, но и в других сферах трудовой деятельности.



Представления женщин о карьере (Результаты исследования О. А. Здравомысловой)

- Большинство женщин европейских стран видят в своей работе способ поддержания уровня жизни, а не возможность сделать карьеру - только 33% из них идентифицируют работу с карьерой (среди американских женщин таких 46%).
- Власть и влияние как результат успешной карьеры в глазах большинства **РОССИЙСКИХ** женщин-менеджеров носят скорее негативный оттенок. Хотя 60% опрошенных считают свою работу интересной и утверждают, что она дает им возможность принимать самостоятельные решения, более половины уверены, что у них нет никаких шансов на повышение.
- А отсутствие стремления профессиональной карьере они объясняют тем, что «объективно не подготовлены к руководящей роли» (39% женщин указали на это), а почти 75% опрошенных соглашались с тем, что зарплата соответствует их квалификации.

Мотивационная шкала

Женщины отмечали, что их мотивация в большей степени, чем у мужчин, подвижна и подвержена влиянию как личностного, так и организационных факторов: она зависит от состояния фирмы, состава команды, реализации поставленных целей. Так, у женщин-менеджеров старшей возрастной группы (45 лет и старше) на первом месте оказались профессиональный рост и стремление действовать в рамках собственных, достаточно высоких профессиональных требований.



Российские женщины-предприниматели

Проблема женского предпринимательства продолжает оставаться актуальной для России. приход женщины в бизнес проявит деловой потенциал и вселит уверенность, и тем самым поможет преодолеть устаревшие представления. Женщинам необходимо решиться попробовать свои силы в малоосвоенной сфере.



Женщины предприниматели за рубежом

2 направления участия женщин в бизнесе:

- 1. через повышающееся постоянно привлечение женщин на управленческие должности;
- 2. через приток женщин в малый бизнес, особенно при организации собственных предприятий.

В Японии

- ⦿ (в азиатских и арабских странах) вклад женщин в бизнес крайне мал — это связано с национальными и историческими традициями отношения к женщинам. Женщины руководят только женскими коллективами.



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

- **Предприятия, руководимые женщинами, постоянно укрупняются,**
- **Предприятия, являющиеся собственностью женщин, значительно реже подвергаются банкротству;**
- **Появление женщин на руководящих постах в фирмах США позволило повысить корпоративную культуру.**
- **На Западе сейчас темпы роста численности женщин в бизнесе в 2-3 раза выше,**
- **чем мужчин;**
- **В США, каждое второе малое предприятие, а в Германии - каждое третье - возглавляет женщина.**

Свободный выбор или необходимость?

Женщины-предприниматели делятся на три социальных типа:

- Первый - это убежденные бизнес-леди. Мотивация их выбора - внутреннее желание стать предпринимателем, интерес к этому виду деятельности, самые серьёзные намерения.
- Ко второму относится половина дам-предпринимателей «по случаю». Своё решение они приняли спонтанно.
- Третий тип - предприниматели поневоле — женщины, которые оказались вынужденными в силу различных неблагоприятных обстоятельств открыть свое дело.

Социальные ожидания женщин, идущих в бизнес.

- Самоактуализация;
- Экономический интерес;
- Престижные стимулы прихода в бизнес (элитарный круг общения, респектабельный, современный стиль жизни, блестящая карьера);\



Факторы, препятствующие в занятиях бизнесом:

- Мир предпринимательства - мужской мир. Поэтому здесь срabатывает принцип вытеснения меньшинства большинством;
- Существование многовековых традиций и стереотипов;
- Повышенная эмоциональность женщин;
- Агрессивность и жестокость современного рынка;
- Роль матери и жены, которая оказывается альтернативой занятию бизнесом.

Успех женщины в бизнесе определяется:

- Личным имиджем;
- Умение аргументирование, со знанием дела отстаивать свои идеи;
- Умение распознавать возможности и качества людей;
- Умение преодолевать трудности и избегать серьезных ошибок;
- Умение распоряжаться рабочим временем, находить в работе приоритеты, стремиться учитывать личные интересы работников при поручении заданий.

Статистика

- По статистике, количество женщин, которые занимают лидирующие позиции в бизнесе, неуклонно растет. В 1996 году из 200 крупных предприятий бизнеса, уже в четверти компаний руководящие посты занимали женщины, а сейчас средний менеджмент в России на 60-65% представлен женщинами.
- 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. (В РФ).

Андреа Юнг (1959. Канада, США)

Президент и главный
маркетолог Avon



« В моей работе есть цель:
заставить женщин быть
сильными, научить их
вести свой собственный
бизнес, и заставить
экономические средства
снабдить это обучение »

Сари Балдауф



Президент
Nokia Networks

“За свою жизнь я поняла, что способность пробиваться не связана с вопросом пола. Она зависит от готовности человека рисковать, подставить свою шею. Это вопрос силы воли — рискнуть, выйти из зоны, где тебе удобно и комфортно”

Джил Сэндер



Креативный директор

«Я не жалею о принятом 4 года назад решении уйти, - говорит дизайнер в интервью Reuters. - Было здорово получить возможность попробовать что-то другое. Благодаря этому я получила новое видение и энергию, которые теперь я могу вложить в свою одежду.»

Выводы

- Более успешными являются те предприятия, в которых наблюдается равновесие в количественных отношениях между сотрудниками женщинами и мужчинами. Такие предприятия, в среднем, имеют доход выше на 56%;
- Количество женщин-предпринимателей неуклонно растет в различных сферах деятельности;
- Со временем социальные качества, необходимые для предпринимательской активности, будут, видимо, все более проявляться у новых поколений женщин, входящих в жизнь в условиях рынка.



**Спасибо за
внимание!**

