

## ЖЕНЩИНА И БИЗНЕС

В.В. Запрудская студент, М.В. Буксанов студент, А.А. Буксанова студент,  
О.Н. Рындова, старший преподаватель,  
Гродненский государственный медицинский университет, mbaod@pisem.net

По данным международной организации труда, женщины получают всего 1/10 мирового дохода и владеют 1/100 собственности. И это несмотря на увеличение участия женщин в экономической жизни в последнее время в современном мире. Достаточно сказать, что сейчас в США они владеют 1/3 бизнеса, и нанимают 1/4 рабочей силы. Причем, самая высокая доля женщин-руководителей отмечается в таких отраслях как непроеизводственные виды бытового обслуживания (60%), легкая промышленность (45%), общественное питание (43%), розничная торговля (40%), образование и медицина (46%) и значительно ниже в промышленности (13%) и финансах (20%). При этом, наиболее активная возрастная группа, то есть женщины 30-45 лет составляет 73%, старше 45 лет-14%, моложе 30 лет-12%. По данным исследователей, те фирмы, во главе которых стоят женщины, приносят вдвое больше прибыли, чем идентичные компании, возглавляемые мужчинами, и вдвое быстрее развивают свой бизнес.

Деловой женщине занимающейся предпринимательством, как правило, присущи следующие личностные качества и характеристики: гибкость мышления, способность к анализу и оценкам, готовность к принятию решений; коммуникабельность и социальная компетентность, нежелание рисковать, легкость в общении с окружающими, обязательность, большая устойчивость к стрессу; а усидчивость, целенаправленность и аккуратность женщин в работе известны всем. Они скрупулезно и дотошно умеют считать деньги; лучше читают неречевые сигналы, умеют быстро договориться о деле и столь же быстро приступить к его реализации. Успеху женщин в предпринимательстве и бизнесе также способствует их умение превращать «надо» в «хочу». Превращение «надо» в «хочу» помогает женщинам успешно разрешить еще одну немаловажную задачу: это проблема «долгого ящика», преодоление соблазна отложить дело «на потом». Именно благодаря этим качествам, как считают психологи, женщины более приятны и продуктивны в общении, чем менеджеры-мужчины; они более внимательны к людям, эффективно реагируют на мотивацию.

В службах сервиса женщины особенно незаменимы. С клиентами у них устанавливаются доверительные отношения. Они разумнее ведут себя в конфликтных ситуациях и, руководствуясь обычно известным правилом «клиент всегда прав», стремятся уменьшить эмоциональные издержки. Таким образом, явно обозначаются преимущества женщин в сфере услуг и торговле, то есть там, где клиент ждет внимания, вежливости и уважения.

Однако, приход женщин в бизнес был не так прост. Им пришлось преодолеть значительное количество проблем и преград, прежде чем достигнуть настоящего положения. Традиционное восприятие женщины как домохозяйки изначально настраивает потенциальных деловых партнеров на несерьезное отношение к ней. Например, национальные традиции Японии утверждают главой семьи обязательно мужчину; а если мужа нет, то главой семьи является старший сын. Эти семейные обычаи накладывают отпечаток и на японский менеджмент, в котором доля женщин исключительно мала.

На постсоветском пространстве в последнее время происходит сокращение сети организаций по уходу за детьми, что резко увеличивает нагрузку на женщин, вынуждая их больше уделять времени на выполнение семейных функций. К тому же, восстановлен авторитет религии с ее традиционным взглядом на место женщины в обществе. Символ женщины-матери широко распространен в качестве инструмента национальной политики, высокая рождаемость рассматривается как путь возрождения нации. Для успешного ведения бизнеса необходимо иметь соответствующую подготовку, а на определенном этапе получение высшего образования для женщин было затруднительным. Но сейчас все эти трудности преодолеваются, во многом благодаря активной деятельности самих женщин, а также созданию профсоюзов, защищающих интересы женщин-предпринимателей.

Несмотря на положительные качества, у женщин есть и свои минусы, ограничивающие и снижающие эффективность управления фирмой. Например, к ним относятся: мягкость характера, трудность применения санкций за ошибки; длительные переживания событий, эмоциональность; сниженный потенциал риска, отсутствие авантюризма. Успехов в бизнесе женщина достигает не в результате приближения к мужскому стилю управления, а посредством творческого использования своей ментальности и присущих ей стереоти-

пов поведения, еще недавно считавшихся недопустимыми в руководстве. Сегодня нетрадиционный стиль управления способствует переходу к новой управленческой парадигме. Суть ее - отход от управленческого рационализма в сторону большей открытости и гибкости по отношению к постоянно меняющимся требованиям внешней среды. Именно с этой задачей женщина способна справиться наиболее продуктивно.

В заключении отметим, что в современном обществе женщина не оставляет своих традиционных ролей хранительницы очага, и матери, которые заложены в ней природой. Несмотря на это, и мужчины и женщины равны в своем свободном выборе. Если у женщины есть способности и желание заняться предпринимательством или другими видами деятельности, ничто не должно ее ограничивать в этом.