

3. Денисенко М. П. Інноваційна діяльність підприємств України: суть, оцінка та напрями активізації [Текст] / М. П. Денисенко // Проблеми науки. – 2008. – № 6. – С. 9–16.
4. Державні будівельні норми ДБН Д.1.1.-1-2000 [Текст] : затверджені наказом Держбуду України від 27.08.2000 р. № 174 і введені в дію з 01.10.2000 р.
5. Жердецький П.Ф. Економіка будівельного комплексу : навчальний посібник / П.Ф. Жердецький, А.А. Пересада. – К. : Вища школа, 1992. – 271 с.
6. Крупка Я.Д. Інвестиційний бізнес-план / Я.Д. Крупка, Б. М. Литвин. – К. : ІЗМН МОУ, 1997. – 131 с.
7. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 18.09.91 № 1560–ХІІ. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 04.07.2002 р. № 40–ІV. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
9. Про Концепцію науково–технологічного та інноваційного розвитку України [Електронний ресурс] : постанова Верховної Ради України № 916 – ХІV від 13 липня 1999 р. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
10. Про наукову і науково-технічну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 13.12.1991 № 1977–ХІІ. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
11. Федулова І.В. Теоретичні положення з визначення категорії «інноваційний процес» і «інноваційна діяльність» / І.В. Федулова // Проблеми науки. – 2007. – №8. С.2-7.

Ключові слова: науково-технічне забезпечення, проектні роботи, будівельна галузь, управління проектами, інформаційне забезпечення, кваліфікація кадрів.

Ключевые слова: научно-техническое обеспечение, проектные работы, строительная отрасль, управление проектами, информационное обеспечение, квалификация кадров.

Keywords: scientific and technical providing, project works, building industry, management by projects, informative providing, qualification of shots.

УДК 331.582.3

Лабунко И., к.э.н.

Молдавская экономическая академия

ЖЕНЩИНА И БИЗНЕС

Лабунко И. Женщина и бизнес. Современные женщины в нашем мире становятся всё более и более самостоятельными тем самым подвигая мужчин на второй план, занимая очередь вместе с ними на социальной ступени изменяя своим стереотипам, которые были восприняты ею с детства, но если женщина решила подняться по социальной лестнице, то она должна подготовиться к освоению чужой территории. И чем выше она будет подниматься, тем меньше вокруг неё будет представительниц слабого пола. Тем самым для более высокого уровня женщине необходимо изучить правила делового поведения в мире мужчин. Участие женщины в бизнесе в развитых странах явление привычное и не вызывает удивления в деловом мире и обществе. Скорее вызывает уважение тот факт, что женщины проявляют недюжинные способности и деловые качества.

Лабунко І. Жінка і бізнес. Сучасні жінки в нашому світі стають все більш і більш самостійними тим самим посуваючи чоловіків на другий план, займаючи чергу разом з ними на соціальній ступені змінюючи своїм стереотипам, які були сприйняті нею з дитинства, але якщо жінка вирішила піднятися по соціальних сходах, то вона повинна

приготуватися до освоєння чужій території. І чим вище вона буде підніматися, тим менше навколо неї буде представниць слабкої статі. Тим самим для більш високого рівня жінці необхідно вивчити правила ділової поведінки в світі чоловіків. Участь жінки в бізнесі в розвинених країнах явище звичне і не викликає подиву в діловому світі і суспільстві. Швидше викликає повагу той факт, що жінки виявляють незвичайні здібності та ділові якості.

Labunko I. Women and business. The modern woman in our world is becoming more and more independent thereby pushing men into the background, taking place with them on a social level by changing their stereotypes, which were received by it from childhood, but if the woman decided to climb the social ladder, it must prepare for the development of foreign territory. And the higher it will rise, the less will be around the fairer sex. Thus, for higher-level women need to learn the rules of conduct of men in the world. Participation of women in business in developed countries, a phenomenon familiar and hardly surprising in the business world and society. Most commands respect the fact that women show remarkable abilities and business acumen.

Деловой женщине занимающейся собственным бизнесом, как правила, присуще следующие личные качества и характеристики. Женщины, как правило, от природы скрупулезно и дотошно умеют считать деньги. Если необходимо исследовать положение фирмы на рынке, женщины успешно справляются и с этим. Усидчивость и скрупулезность, целенаправленность и аккуратность, внимательность женщин в работе известны всем. Сообразительность и гибкость мышления, способность к анализу и оценкам, готовность к принятию решений, коммуникабельность и социальная компетентность - вот те качества, которые присуще женщине и которые необходимы ей как предпринимателю и менеджеру.

Успеху женщин в предпринимательстве и бизнесе, прежде всего, способствует их умение превращать «надо» в «хочу». «Хочу» - является олицетворением свободы в делах, мыслях, судьбе. Превращение «надо» в «хочу» помогает женщинам успешно разрешить еще одну немаловажную задачу: это проблема «долгого ящика», преодоление соблазна отложить «на потом».

Отношение к деньгам это всегда являлось соблазном в бизнесе, как для мужчин, так и для женщин, так как деньги дают: власть; силу; славу; успех; благополучие и умение пользоваться ими присуще каждому человеку индивидуально, даже самый богатый, обладает лишь некоторым количеством денег. Способность чувствовать себя уютно в такой реальности обуславливает психологический покой деловой женщины, давая возможность инвестировать средства в развитие общества, в добрые дела, природа денег такова, что они требуют от человека твердой позиции по отношению к себе.

Чрезвычайно важно для достижения длительного успеха в бизнесе быть уверенным в том, что деньги зарабатываются честными способами, а реализуемый бизнес несет добро людям. Соблюдение этих условий позволяет деловым женщинам быть в ладу с собой, а деньги будут им в радость. Хорошие дела не остаются незамеченными обществом, повышают имидж, привлекают клиентов, обеспечивают коммерческий успех предпринимательской деятельности.

Законы поведения, в деловом мире существенно жестки, причиной этого является партнеры решающие, можно ли с этим деловым человеком или фирмой заключать сделку. Хорошая ориентация в этике и протоколе деловых партнерских взаимоотношений необходима деловой женщине. Это обеспечит эффективное и надежное осуществление коммерческих идей. Соблюдение протокола свидетельствует об уважении партнерами друг друга. Например, точность - признак серьезного отношения к делу, обязательности. Опоздать на встречу на 10 - 15 минут еще допустимо, но более длительное опоздание считается грубой невежливостью.

Деловой этикет - это компас поведения деловой женщины, показывающий, как вести себя и как поступать в каждой конкретной ситуации, в соответствии со служебным и общественным положением участников общения. Деловому этикету присуще свои особенности, отличающие его от общественного этикета. Так, например, в деловом этикете иные правила, отношения к женщине. В соответствии с деловым этикетом первым входит в помещение для переговоров и выходит из него старший по чину; на почетное место в машине - заднее правое сидение - садится глава делегации. Здесь различая в статусе женщин и мужчин отступает на второй план, а все определяется рангом участника. В деловой обстановке мужчина не обязан подавать женщине руку, когда она выходит из машины.

Женщина, являющаяся в роли руководителя так и остается открытым вопросом - одни считают женщина это домохозяйка другие, что руководителей в юбке более сговорчивы и менее амбициозны. Но психологи все же предпочитают женщин - руководителей из - за того что:

а) из женщин получают лучшие руководители - они умеют думать сразу о нескольких делах и, одновременно, составлять планы на будущее, тогда как мужчины способны сконцентрироваться на одном вопросе, предпочитая решать вопросы последовательно;

б) женщины по своей природе более организованы и способны действовать эффективно, потому что они матери. Брать на себя ответственность - это в природе женщины;

с) женщины целеустремленней и последовательнее мужчины, лучше подмечают, анализируют и учитывают нюансы в работе;

д) женщины - более коммуникабельны, им свойственно доверительное поведение. Они лучше выполняют организационные и плановые функции, быстрее приспосабливаются к изменению условий, считаясь с подчиненными, способствует этим повышению производительности труда;

е) женщины руководители лучше знают «ключик» пользователей продукцией своего бизнеса, ориентированы на клиента, на новый продукт (услугу), в котором нуждается рынок;

Но прежде чем стать деловой женщиной не обходимо учесть и отрицательные стороны бизнеса, про которые также говорит психология это:

- необходимо учиться быть жесткой и агрессивной, что демонстрирует мужской характер; власть зачастую портит женщину гораздо больше, чем мужчину; отдача любимому делу часто вредит благополучию семьи.

Всё это ведет к профессиональной трудности деловой женщины и ей приходится выбирать либо бизнес, либо семья. Равноправное положение женщины в обществе существенно изменяет традиционные представления о таких чертах, как мужественность и женственность. Женщине теперь в большей мере присущи такие образцы поведения, которые ранее закреплялись за мужчинами, например, навык и способность принимать решения, отстаивать своё мнение, независимость.

В разнообразном множестве случаев, связанных с выбором и приходом женщины как руководителя или бизнес - леди, можно выделить несколько типичных ситуаций:

Первая типичная ситуация - для работы в бизнесе пришлось преодолевать сопротивление мужа и родных. Чтобы женщине удавалось быть одновременно хорошим работником и привлекательной женщиной, ее супруг должен взять на себя определенную долю нагрузки в воспитании детей и ведении домашнем хозяйства.

Вторая типичная ситуация - внезапный взрыв карьеры, принцип внезапности и случайности не столь уж внезапен и случаен, как может показаться на первый взгляд. Люди узнают друг друга при совместной работе, проявляют интересы, склонности, симпатии и антипатии, пользуются своими и чужими оценками качеств, черт характера, зависят от каких-то обстоятельств. Когда женщина становится руководителем, не

исключено, что в организации нужно искать мужчину, который симпатизирует ей и является ее негласным покровителем или союзником. Для преодоления кадрового таинства на практике, особенно в последнее время, используется открытое выдвижение кандидатов в руководящий резерв на собраниях трудовых коллективов.

Момент внезапности имеет свое продолжение, связанное с тем, как фактически происходит превращение в руководителя. Распространено правило холодной воды: руководителя-новичка, не имеющего особой подготовки и плохо представляющего процесс руководства, бросают в море дел, где его беспощадно затягивает водоворот забот, хлопот, проблем. Начинается вынужденное познание профессии методом проб и ошибок, без которого, впрочем, даже подготовленные руководители никогда не обходились и никогда не обходятся. Пожалуй, самый трудный этап для молодого руководителя - и женщины и мужчины - начальный, где вероятен психологический надлом по каким-либо причинам.

Третья типичная ситуация - специальной подготовке.

Руководителями не рождаются, ими становятся, но это наталкивает на ряд вопросов: «Зачем вам быть руководителем?»; «А если у вас родится ребенок?»; «Хватит ли у вас мужества и сил?»; «Представляете ли вы себе, что дальше будет все труднее и труднее?»; «Не лучше ли уступить дорогу мужчинам?» и т.д.

Для реальной проверки своих способностей, а также приобретения практических знаний, навыков и умений полезна стажировка, имеющая несколько разновидностей: стажировка рядом с умелым руководителем; стажировка в отсутствие руководителя; разовая стажировка;

После стажировки при назначении на должность руководителя человек уже знаком в какой-то мере с профессией и действует более уверенно и компетентно.

Четвертая ситуация - самостоятельная женщина-руководитель, которые могут себе позволить быть руководителями без «подавления» своим женском начала: речь идет о самостоятельных женщинах-предпринимателях. У всех них был другой путь восхождения на должность руководителя: они или сами создавали фирмы и ставили их на ноги, или же получали их в наследство и успешно продолжали уже начатое дело. Однако эти женщины-предприниматели по отношению к женщинам, сделавшим карьеру, имеют огромное преимущество: им не надо было «пробиваться» вверх. С первого дня они были шефами и поэтому могли позволить себе быть одновременно и руководителем, и женщиной. Наше так часто критикуемое капиталистическое общество имеет огромное преимущество; каждый прилежный и ориентированный на успех человек может и без капитала стать самостоятельным и преуспеть в собственном деле.

У каждого человека свое восприятие конкретного руководителя. Но многие мнения в сумме создают обобщенный образ со своим набором свойств.

На первое место мужчины ставят женственность, хорошую внешность, обаяние. Мужчины не любят в женщине вообще, а в женщине-руководителе особенно неряшливость, неопрятность. Им не нравятся безвкусно одетые женщины, не знающие меры в косметике, украшениях. Для руководителей выпускаются самоучители по мимике, жестам, улыбке, деловой речи и одежде, этикету общения. Эти атрибуты руководства очень важные. Кстати, правила этикета женщина, хорошо, чувствует интуитивно.

Вторая группа наиболее ценимых качеств у женщины-руководителя - компетентность (знание дела) и деловитость. Под деловитостью понимаются целеустремленность, практичность, организованность, доведение начатого до конца, единство дела слова и дела, обязательность, работоспособность. Некоторые проявления деловитости связаны с женской психологией и физиологией. Например, работоспособность.

Третья группа качеств - умение общаться с людьми. Представители сильного пола терпеть не могут, когда женщина-руководитель, копируя далеко не лучших мужчин, грубит, кричит, бранится.

Таким образом, если обобщить мнения мужчин и женщин, то наилучший женский стиль руководства - в гибком соединении доброты и строгости, женственности и деловитости, спокойствия и требовательности, мягкости и воли. От мужчины ждут решения вопросов при их понимании, а от женщины - сначала понимания, потом решения.

Женщина по отношению к женщине более сурова её также привлекают женственность, обаяние хороший внешний вид. Причём женщине свойственно видеть технологию и финансовую сторону создания привлекательности, отмечать индивидуально-выигрышные и проигрышные моменты. Если женщина внешне опускается, мужчина, лишь констатирует это. Женщина же старается понять, почему так произошло, ищет глубокие внутренние причины. Женщины очень высоко оценивают умение общаться с людьми и умение создавать дружный, сплоченный коллектив.

Каждый руководитель имеет свой почерк общения:

«Дама в белых перчатках» - внешне играет в порядочность, уважительность, честность, а на самом деле делает гадости и унижает достоинства других приличными методами.

«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.

«Жуткая сплетница». Случается, что о руководителе-женщине подчиненные отзываются весьма неплохо. Но, подчеркивают они, очень портит ее слабость - посплетничать, перемыть косточки, перевернуть чужое грязное белье.

«Капризная барышня». Отличительная черта - замкнутость на себя, обвинение всех и вся в злом умысле против нее, недоброжелательстве; бестактность во взаимоотношениях с подчиненными, вечное недовольство результатами их работы.

«Синий чулок». Отношение к этому типу руководителя неоднозначно. Это, как правило, одинокая женщина 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.

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, подстройка под стиль вышестоящих руководителей.

Портрет идеальной женщины изобразили М. Хенинг и А. Жарден. Это яркая личность, она женственна, не жестока и не холодна, интеллектуально и физически активна, решения принимает сама, но прекрасно улавливает настроения других; ей несвойственна мелочная опека подчиненных. Она готова рисковать, целеустремленна, уверена в себе, достойно реагирует на критику, замечания и даже оскорбления. Умеет оперативно переключаться с одной социальной роли («руководитель, деловая женщина») на другую («дочь, мать, жена»), уверена в понимании, поддержке и помощи со стороны мужа и детей.

И ещё одно немаловажное условие, а может быть, и самое важное: проблема наиболее полной реализации своих способностей в достижении жизненных целей может быть решена только совместными усилиями с мужчинами. Женщина - лидер зачастую демонстративно игнорирует и даже противостоит возможному сотрудничеству с мужчинами, подсознательно оберегая свою территорию от соперника противоположного пола, тем более что ранее, эта территория принадлежала ему. Это заведомо бесперспективный ход, путём которого женщина - лидер лишает себя «опыта

предыдущего поколения», что неверно, по сути. Врождённые качества - необходимое, но недостаточное условие для настоящего лидера.

Женщины очень поздно решаются делать карьеру. Часто только через десять лет работы на фирме они решаются занять более высокое положение, но для запланированной карьеры это слишком поздно. Большинство женщин слишком пассивно. Вместо того чтобы что-то предпринять самим, они позволяют событиям идти своим чередом.

Женщины считают, что решающим фактором профессионального успеха является их самореализация. В результате этого они перестают интересоваться более существенными вещами в своем окружении, такими, скажем, как система отношений и информационных каналов на предприятии, возникающих на неофициальном уровне. Они не признают и не воспринимают каких-либо лояльных взаимных отношений, зависимостей отношений типа «ты - мне, я - тебе», взаимной полезности, протекций, возникающих между сотрудниками и всегда учитываемых в известной степени в своей деятельности мужчинами.

Женщины воспринимают карьеру как личный рост, как самореализацию. Мужчины же понимают под карьерой престижные и перспективные должности. Мужчины соотносят выполняемую ими работу исключительно со своими представлениями о карьере, т.е. рассматривают ее как продвижение по службе, преуспевание. Женщины разделяют два понятия: выполняемую работу и карьеру. Работа для них осуществляется «здесь и сейчас», а карьера является исключительно личной целью, о результатах достижения которой может судить только сама женщина. Если мужчины начинают свою работу на фирме, то они уже автоматически имеют «генеральский жезл в ранце». Женщины же, напротив, своей работой должны постоянно доказывать, что они занимаются своим делом, хотя все и предполагают обратное.

Другое типичное различие относится к понятию «личная стратегия». Мужчины определяют ее как достижение поставленной цели. Когда перед ними стоит новая задача, они постоянно задаются вопросом: «Что мне это даст?» Это решающий вопрос, так как он ставит на карту их будущее. Элемент времени отсутствует в рассуждениях у женщин. Они лишь думают о том, как можно лучше решить проблему в данном месте и в настоящий момент, не учитывая, какие последствия эта проблема будет иметь для них в будущем. Уже во время игры в футбол мальчики учатся тому, как необходимо объединяться в команду, что можно выиграть и проиграть, что отдельные члены команды могут иметь плохой характер. Ведь команда должна насчитывать одиннадцать игроков.

Следующим типичным различием в мышлении мужчины и женщины является их оценка риска. Для мужчины риск означает потерю или прибыль, победу или поражение, опасность или шанс. Женщины оценивают риск как принципиально отрицательный момент. Для них он означает потерю, опасность, боль. По возможности они избегают риска.

В остальном женщины склонны в противоположность мужчинам в своем ролевом поведении чаще всего придерживаться взгляда: «Я именно такая, какая есть, нравится это другим или нет». Женщины принимают все очень серьезно. Они вкладывают в происхождение что-то совершенно особенное, поэтому особенно болезненно реагируют на критику и личные оскорбления. Они меньше всего думают о том, что могут справиться с работой, с которой еще незнакомы, или которую никогда не выполняли.

Разница в мышлении обуславливает то, что большое количество мальчиков учатся жить между собой, а девочки очень редко считают это необходимым. Позднее по причинам совместных ожиданий и раннего опыта мужчины учатся участвовать в заседаниях и договариваться между собой, терпеть друг друга. Все это женщины находят непостижимым.

Групповое поведение мужчины является в действительности таким феноменом, который заставляет женщин творить примерно следующее: «Как только могут двое мужчин, абсолютно не переносящих друг друга, сидеть вместе на собрании и делать вид,

что уважают и помогают друг другу, в то время как другие знают, как обстоит дело в действительности? Как они могут быть такими лицемерами?» Этот вопрос многое объясняет.

Деятельность фирмы соответствует действиям коллектива, члены которого заботятся, с одной стороны, о прибыли, а с другой - только о собственном выживании, соответствующая ситуация в отношении прибыли и выживания определяет чаще всего положение каждого отдельного члена коллектива. До тех пор, пока нет прибыли, выигрыша, необходимо соблюдать благоразумие. Чем ради преднамеренно наживать врагов, если можно продвинуться вперед, приобрести друзей? Даже двенадцатилетние мальчишки знают, что они вручаются в десяти других, чтобы образовать футбольную команду, а такие что они, возможно, могут нормально переносить друг друга, а возможно, и нет. Женщины же заботятся о сохранении хороших отношений, так как эти отношения являются для них самоцелью, и в традиционном женском опыте вряд ли имеется что-то, что может противоречить этой самоцели. На основании этого женщины часто оказываются в ловушке нетерпимости, которую можно определить следующим образом: «Он/она мне не нравится, я не могу с ним/с ней работать».

Имидж имеет огромное значение, как для мужчин боссов, так и для женщин, прежде всего их имидж показывает лицо фирмы и оставить впечатление по данной организации. Знание и применение хотя бы основных законов бизнес - имиджа и делового этикета способны превратить женщину в истинную бизнес-леди (конечно, при наличии у неё известной доли деловой хватки). Имидж это, прежде всего одежда, прическа, макияж, походка, манеры, речь, место работы, квартира, машина, дача, муж, дети, домашние животные, привычки, вкусовые пристрастия, отношение к алкоголю, литературные предпочтения, любовь к искусству и т.д. - все это работает на имидж или против него. Женщине присуще природное чутье как нужно выглядеть и вести себя. В этом у неё огромное преимущество перед представителями сильного пола. Одним из кирпичиков здания имиджа является одежда: "Встречают по одежке, а провожают по уму". Кроме того, стиль одежды женщины может повлиять на отношение к ней начальства и на то, выполнение каких поручений будет ей доверено. Конечно, мужчинам гораздо проще постоянно носить некую бизнес-униформу. Для женщин же одежда - это, прежде всего, способ самовыражения. В общем, работая в солидной фирме или желая занять в ней вакантное местечко - лучше одеваться так, чтоб не шокировать окружающих и не оскорблять своим видом имиджа фирмы. Всяческие "последние пiski моды" способны лишь вызвать недоумение среди сотрудников. А вот беспрюирышным вариантом всегда была и остается классика. Пара-тройка безупречных костюмов, несколько элегантных, но строгих блузок и классические туфли - этого почти достаточно для создания нужного образа. Очень важно овладеть искусством подбирать элементы одежды и аксессуары. С помощью этого можно создавать самые различные композиции, побеждая однообразие.

Никакого эффекта от самой что ни на есть респектабельной одежды не будет, если нет прически. При этом деловой женщине вовсе не обязательно демонстрировать всю красоту своих волос, распуская их по плечам или накручивая сногшибательные локоны. Правила этикета делового мира предписывают женщине иметь не короткую стрижку и не сложную прическу, а волосы средней длины (не ниже линии плеч). Цвет волос нужно выбирать в зависимости от целей и намерений. Безусловно, красные, фиолетовые и им подобные оттенки будут играть только против. Зато известно, что женщина-руководитель или леди - босс с темными волосами невольно вызывает уважение к себе, белокурые же пользуются популярностью и благожелательным отношением со стороны подчиненных.

Правильно выполненный и соответствующий случаю макияж может не только подчеркнуть природное обаяние, но и стать одним из факторов успешной карьеры. Походка, мимика и жесты точно так же поддаются изменениям, как одежда или прическа. Таким образом, стремление к успеху является искренним и подкрепляется ежедневным трудом работы над собой. Мотивы молдавских женщин-предпринимателей: желание

создать своё настоящее и будущее собственным трудом; надежда объединение в одно целое деятельности и личной жизни; стремление воплотить свои надежды и свой стиль в предпринимательской деятельности; ожидание хорошего вознаграждения за свои усилия и роста личного благосостояния; возможность раскрыть свое «Я», свои способности, так как прежняя должность этому не способствовала; склонность к риску, нахождению выходов из рискованных ситуаций; значение специфики той отрасли, в которой создано предприятие; влияние друзей, знакомых;

Женщина в бизнесе сегодня все прочнее укрепляет свои позиции, в современной Молдове женщины руководят значительным процентом всех предпринимательских структур. Имеется также тенденция к увеличению числа женщин в бизнесе - с каждым годом процентное соотношение приходящих в бизнес мужчин и женщин склоняется в пользу женщин. Исходя из этого можно заключить, что роль женщины и в обществе в целом с каждым годом возрастает. Уже сейчас многие мужчины в сфере бизнеса признали за женщинами ряд их неоспоримых превосходств - более того, во многих отраслях предпринимательской деятельности сильный пол сдал свои позиции. Тем самым женщина в бизнесе имеет ряд объективных преимуществ перед мужчинами, существуют буквально отдельные отрасли для женщин - парикмахерские салоны, салоны красоты, сфера розничной торговли, вообще любые коммерческие предприятия, требующие внимания к каждой детали, с небольшим или средним численным составом персонала. Доля женщин более высока в сфере малого предпринимательства, затем - среднего бизнеса. В области крупного, тем более международного бизнеса, мужчины продолжают занимать лидирующие позиции - но в области управления этим бизнесом зачастую просто вынуждены иметь женский персонал, поскольку его наличие при определенных обстоятельствах трактуется тактика бизнес - деятельности. По мнению психологов, женщина в бизнесе выстраивает более осторожные отношения со своими партнерами по бизнесу, избегая излишних рискованных решений, «крутых поворотов». Она проявляет особую чуткость в вопросах формирования корпоративной культуры, внося элемент теплоты и «семейственности» в строгий регламент деловой жизни организации. Эти факторы, между прочим, увеличивают доходность новых технологий, повышают производительность труда. Женщина руководитель, как носитель эмоционального начала, способна острее почувствовать психологический климат в коллективе, вникнуть в суть происходящего конфликта, а, возможно, и предотвратить его наступление.

Список использованных источников:

- 1) Швальбе Б. Личность, карьера, успех / Б. Швальбе, Х. Швальбе / Пер. с нем. - М.: АО Издательская группа «Прогресс», 1993.
- 2) Травин В.В. Профессиональный рост и планирование / В.В. Травин, В.А. Дятлов // Управление персоналом. - 1999. - №8.
- 3) Коробейников А. Жизнь и карьера / А. Коробейников // Проблемы теории и практики управления. - 2001. - №6.
- 4) Поляков В.А. Технология карьеры / В. А. Поляков. -М.: Дело, 1995.
- 5) Комаров Е.И. Женщина-руководитель / Е.И. Комаров. - М., 1989.

Ключевые слова: бизнес, успех, мотивация, риск, руководитель, законы бизнеса, деловой этикет.

Ключові слова: бізнес, успіх, мотивація, ризик, керівник, закони бізнесу, діловий етикет.

Keywords: business, success, motivation, risk, leader, business laws, business etiquette.