

ПРОБЛЕМЫ КАРЬЕРНОГО РОСТА ЖЕНЩИН В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Аннотация.

Актуальность и цели. В последнее время в среде российских и зарубежных ученых и практиков возрос интерес к исследованию управления карьерой персонала с учетом гендерного аспекта. Прежде всего это обусловлено становлением рыночной экономики и реформированием основных сфер общества, повлекшими за собой изменение отношения ко многим процессам и явлениям и повлиявшими на положение женщин в социально-трудовой сфере. Цель работы – рассмотрение проблемы карьерного роста женщин в российских и зарубежных организациях, а также выявление особенностей осуществления управленческой деятельности в зависимости от гендерной типизации.

Материалы и методы. В работе использовались методы системного и структурно-функционального анализа, а также методы традиционного анализа документов и научной литературы по исследуемой проблематике. Особое внимание уделяется сравнительному анализу гендерных различий и опыта управления карьерой в российских и зарубежных организациях, который проводился на основе вторичного анализа результатов различных социологических исследований по теме.

Результаты. Основные различия, касающиеся построения карьеры женщинами в России и за рубежом, связаны с полоролевой социализацией, социальными стереотипами, устройством социума, ценностными ориентациями и моральными принципами населения, а также обусловлены особенностями менталитета, исторического, социально-политического, научно-технического развития этих стран.

Выводы. В российском социуме, несмотря на всю его толерантность, сильны гендерные стереотипы. Отношение к женщинам, стремительно поднимающимся по карьерной лестнице и демонстрирующим высокое трудолюбие и профессиональную компетентность, всегда будет особым – от восхищения до снисходительного скепсиса. В отличие от России, зарубежный опыт управления карьерой определяется в большей степени не гендерными факторами, а наличием у людей потребности в достижении высокого социального положения, профессионального и личностного развития, исходя из имеющихся у их способностей, знаний, опыта, а также социально-психологических особенностей и склада характера. В целом для более эффективного функционирования и конкурентоспособности организации, повышения производительности труда и улучшения социально-психологического климата в коллективе необходимо придерживаться гендерного равновесия.

Ключевые слова: гендер, женщины, карьера, карьерный рост, персонал, управление персоналом.

G. B. Kosharnaya, E. S. Tarkhanova

CAREER DEVELOPMENT PROBLEMS OF WOMEN IN RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES

Abstract.

Background. Recently, Russian and foreign scientists and practitioners have displayed increased interest to staff career management taking into account gender pe-

cularities. Primarily this is caused by market economy development and reformation of basic sectors of the society, resulting in a change of attitude to many processes and phenomena and influencing the position of women in the socio-labour sphere. The work purpose is to consider the problems of career development of women at Russian and foreign organizations, as well as to identify the characteristics of management performance depending on gender typing.

Materials and methods. The author used methods of systematic and structural-functional analysis, as well as traditional methods of analysis of documents and scientific literature on the researched issues. Special attention is paid to the comparative analysis of gender differences and experiences of career management at Russian and foreign organizations, which was based on secondary analysis of the results of various sociological surveys on the subject.

Results. The main differences career development of women in Russia and abroad are associated with gender-role socialization, social attitudes, structure of society, value orientations and moral principles of the population, and caused by the peculiarities of mentality, historical, socio-political, scientific and technological development of these countries.

Conclusions. In the Russian society, in spite of all its tolerance, strong gender stereotypes, the attitude of women, who rapidly ascend the career ladder and demonstrate high diligence and professional competence, will always be special – from admiration to the condescending skepticism. Unlike Russia, foreign experience of career management is determined to a greater extent not by gender, but by people's personal requirements to achieve a high social status, professional and personal development on the basis of their abilities, knowledge, experience, socio-psychological characteristics and temperament. In general, for more efficient functioning and competitiveness of organizations, improving productivity and improving the socio-psychological climate in the team it is necessary to maintain gender balance.

Key words: gender, women, career, career development, personnel, personnel management.

В настоящее время карьера является неотъемлемым элементом в социальной структуре организации, определяющим потребности, удовлетворенность трудом, и показателем развития современного человека. Успешная карьера обеспечивает человеку материальное благополучие, а также способствует удовлетворению потребностей в развитии, самореализации, уважении, успехе и власти. Грамотное управление карьерой имеет важное значение для функционирования и развития организации, для повышения ее эффективности. В связи с этим на первый план в исследовании проблематики карьеры выходят вопросы, связанные с управлением карьерным развитием персонала в современных условиях.

Новая тенденция в управлении карьерой приводит к последовательному закреплению женщин на местах руководителей крупных организаций, фирм, компаний. Активная интеграция мужской и женской моделей поведения в управленческой сфере создает предпосылки и формирует осознанную потребность изучать организационно-методические аспекты управления карьерой и особенности построения управленческой деятельности в зависимости от пола управленца. Выбор управленческого решения коренным образом зависит от воздействия личностного фактора. Поэтому для обеспечения эффективности работы любой организации требуется максимально полно исследовать гендерные особенности управления карьерой.

Основные гендерные стереотипы, касающиеся построения и развития карьеры, связаны с полоролевой социализацией, особенностями устройства и функционирования социума. Для понимания влияния гендерных механизмов на систему управления организацией важно отметить разницу в подходе женщин и мужчин к управлению и руководству. Традиционный взгляд состоит в том, что женщины осуществляют руководство, ориентированное на отношения, поскольку по своей природе они более эмоциональны, а мужчины демонстрируют руководство, ориентированное на задачу, так как они более настойчивы и целеустремленны.

Исследуя гендерные различия в управленческой сфере, Э. Я. Гимазетдинова [1, с. 17] отмечает, что в одних ситуациях более эффективны мужчины, в других – женщины. Развивая эту мысль, В. О. Ковалев [2] уточняет, что мужской стиль более эффективен либо в структурированных ситуациях и при решении простых задач, либо в ситуациях с высокой степенью неопределенности, а женский стиль дает наибольшую эффективность в рутинных условиях.

Т. П. Хохлова приводит сравнительную характеристику деловых и личных качеств российских мужчин и женщин, проявляющихся в управленческой деятельности [3]. Например, в преодолении препятствий мужчины используют интеллект и силу, а женщины – хитрость и ловкость; ориентированность на проблемы у мужчин перспективная, у женщин – текущая; потребность в эмоциональных стимулах у мужчин пониженная, у женщин – повышенная; в принятии решений и поведении мужчины более рассудительны и сдержанны, а женщины – чувствительны и эмоциональны, при этом более наблюдательны и точны; отношение к внешнему миру (среде) у мужчин реалистичное, критичное, а у женщин – идеализированное, интуитивное; отношение к другим у мужчин прямолинейное, у женщин – гибкое и др.

В социологической литературе отмечается, что с точки зрения партнерских отношений женщины могут быть более ответственными, чем мужчины. К примеру, по данным социологических исследований А. Чириковой, кредиторские компании с удовольствием сотрудничают с организациями, которые возглавляют женщины, потому что за ними закрепилась репутация заемщиков, которые вовремя и в срок возвращают долги [4, с. 15]. Другими преимуществами женщин-руководителей можно назвать умение находить компромиссы и договариваться, что актуально в современных условиях построения бизнеса и управления организацией.

Как показывают социально-психологические исследования, женщины не меньше мужчин заинтересованы в продвижении по службе и повышении своего образовательного уровня, ориентированы на престиж, заработную плату, обладают не меньшим чувством ответственности. В гендерной статистике при анализе профессиональной карьеры учитываются прежде всего темпы продвижения мужчин и женщин по карьерной лестнице, длительность прохождения каждого этапа деловой карьеры и их последовательности [5, с. 55]. Однако в современном обществе до сих пор актуально высказывание, что для женщин путь к управленческой карьере связан с преодолением многочисленных препятствий, а для мужчин – с реализацией многочисленных возможностей.

Г. Г. Силласте отмечает, что женщина формирует свою служебную карьеру на протяжении всей трудовой и профессиональной деятельности и во

всех сферах жизни общества (экономической, политической, духовной, социальной). Пик ее карьерного роста наступает, как правило, к 20 годам профессиональной деятельности. Но этот процесс имеет гендерные отличия. У мужчин карьерный рост может происходить непрерывно всю трудовую жизнь и является неизменной ценностной ориентацией мужчин на власть, деньги, материальные блага. У женщин карьерный рост чаще всего дискретный (прерывистый) с определенными вынужденными паузами по семейно-бытовым причинам (рождение ребенка, уход за ним, перемещения мужа), а потому, как правило, замедленный. Целевая установка женщин на карьеру гуманизированная и больше связана не с ориентацией на получение власти и самооценностью карьеры, а на карьеру как инструмент самореализации, приобретения экономической независимости от мужчины и оказания поддержки близким [6, с. 123].

Следует отметить, что российский опыт управления карьерой значительно отличается от западного. В западных странах подход к построению карьерной лестницы основательный: чтобы достичь высоких результатов в карьере люди заканчивают университеты, составляют планы карьерного роста на 20 лет вперед и постоянно работают с карьерными консультантами. В России все намного проще и быстрее. Высокая должность, хороший доход и престижная компания – вот на что в первую очередь обращают внимание многие соискатели в России. Только незначительная часть из них собирает всю информацию о компании, в которую собираются трудоустроиться, исследуют и просчитывают возможные перспективы карьерного роста. Но далеко не всем удастся подняться к вершинам карьерной лестницы.

По данным исследования, проведенного по заказу некоммерческого партнерства женщин-руководителей «Комитет 20» в 2010 г., почти в четверти (24 %) обследованных российских компаний до сих пор сильны гендерные стереотипы и предвзятое отношение к женщинам, а одним из основных барьеров для построения женщиной карьеры является отказ руководителей в продвижении. Для сравнения: схожая ситуация встречается лишь в 5 % иностранных компаний [7, с. 15]. Хотя большинство представителей бизнеса не против присутствия женщин на руководящих постах, но на практике дело обстоит иначе.

По данным того же исследования, лишь 4 % опрошенных согласны видеть женщину в качестве своего непосредственного начальника, в то время как у мужчины-руководителя сторонников на порядок больше. В четырех из пяти случаев на позицию топ-менеджера компании работодатели ищут мужчин, и только в оставшемся одном гендерный фактор не принципиален. Но даже при этом женщину в качестве руководителя видят в основном на должностях главного бухгалтера, директора по рекламе и маркетингу, HR-директора, что подтверждается результатами различных исследований.

Интересным представляются результаты опроса, проведенного Pricewaterhouse Coopers (международная сеть компаний, предлагающих профессиональные услуги в области консалтинга и аудита) и Ассоциацией менеджеров России (далее РwС и АМР) в 2012 г. Было опрошено несколько крупных отечественных и зарубежных компаний, работающих в России в различных областях, из них: 18 % – производственный сектор; 43 % – сфера услуг; 15 % – финансовая индустрия; 25 % – другое. Средняя численность сотрудников в опрошенных компаниях 8300 человек [8].

На рис. 1 представлена доля женщин на руководящих постах в период с 2008 по 2012 г. [8].

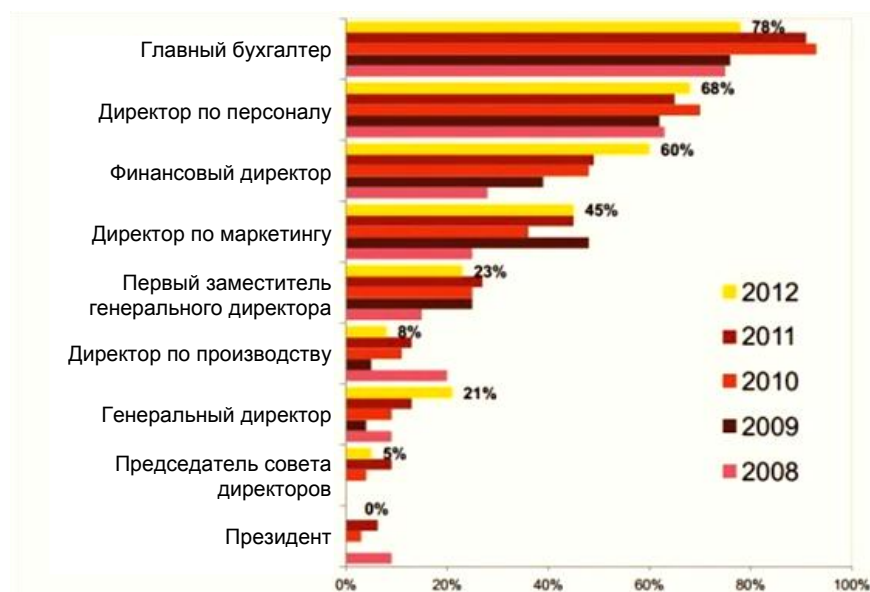


Рис. 1. Доля женщин на руководящих постах в российских компаниях

Так, в 2012 г. доля женщин во вновь назначенном руководстве 82 крупных российских компаний составила в целом 42 %. 78 % женщин занимают пост главного бухгалтера, что немного меньше по сравнению с 2010 и 2011 г.; 68 % – директора по персоналу, что приблизительно осталось на одинаковом уровне по сравнению с предыдущими годами; 60 % – финансового директора, что увеличилось приблизительно на 15 % по сравнению с предыдущими годами; 45 % – директора по маркетингу, что практически осталось на том же уровне по сравнению с предыдущими годами. Почти в 1,5 раза увеличился показатель женщин на посту генерального директора – с 5 % в 2008 г. до 21 % в 2012 г.

Как видно, показатели достаточно равномерны. Однако можно проследить некоторую тенденцию увеличения числа женщин на руководящих постах. Возможно, это было обусловлено последствиями финансово-экономического кризиса, когда женщины оказались более конкурентоспособными и быстро приспособились к новым условиям труда.

Среди конкурентных преимуществ женщин по сравнению с мужчинами исследователи выделяют: более высокая лояльность, работоспособность и трудолюбие, готовность работать за меньшее вознаграждение, достаточно высокий уровень образования.

По данным кадрового центра «Юнити», женщины готовы работать за гораздо меньшее вознаграждение: на аналогичных должностях мужчины получают в среднем на 15 % больше, чем женщины. По этому поводу аналитик ИК «Финам» А. Вакуленко отмечает, что женщины имеют меньшие притязания по доходам, более консервативны и, стремясь к стабильности, легче переносят тяжелые управленческие ситуации.

40 % участников вышеупомянутого опроса, проведенного РwС и АМР, отметили, что в каждой третьей компании, принявшей участие в исследованиях, женщины работают на одной и той же позиции без карьерного продвижения дольше, чем мужчины. В связи с этим можно сделать вывод, что женщины чаще сталкиваются с дискриминацией в вопросах карьерного роста, чем мужчины. А это, в свою очередь, обуславливает и другие проблемы. В условиях рыночной конкуренции дискриминация, во многом обуславливающая проблему женской безработицы, становится ее неотъемлемым элементом. В итоге обострились гендерные противоречия, которые привели к структурным изменениям социальных ролей мужчин и женщин в обществе и на рынке труда. В результате при равных формальных условиях, зафиксированных в российском законодательстве о занятости, мужчины и женщины имеют неравные шансы в отношении трудоустройства, оплаты труда, карьерного роста, потери рабочего места и т.д. [9, с. 103].

Стоит отметить, что лояльность к руководителю или руководительнице зависит, в том числе, и от сферы деятельности. Интересным представляется исследование рекрутингового портала Superjob.ru, основной целью которого было выяснить, представители каких специальностей предпочли бы видеть своим шефом мужчину, а каких – женщину. Результаты показали, что PR-менеджеры, секретари, аналитики, журналисты, менеджеры по работе с клиентами и переводчики предпочитают в качестве руководителя мужчин, в то время как продавцам-консультантам, водителям, дизайнерам, бухгалтерам и учителям больше по душе начальницы [7, с. 16]. Подобные предпочтения обусловлены, как правило, не столько личными убеждениями работодателя, сколько традициями, существующими в компании той или иной отрасли.

Несмотря на то, что в последнее время почти нет разграничений на мужские и женские профессии, все же остались некоторые специальности, которые остаются типично мужскими или женскими.

По мнению генерального директора центра по развитию бизнеса и карьеры «Перспектива» Н. Сторжевой, сферы деятельности условно делятся на мужские и женские: директор салона красоты – женщина, владелец автосалона – мужчина. Вполне естественно воспринимаются женщины-руководители, работающие в гуманитарных и социально значимых отраслях: медицина, образование, индустрия красоты и моды, спорт, туризм, отельный бизнес, реклама, медиа. Но химическая и тяжелая промышленность, нефтегазовый комплекс, ВПК, машиностроение, электроника, информационные технологии по-прежнему остаются «территорией мужчин» [10, с. 22].

В российских компаниях и организациях ситуация с гендерным распределением карьеры сотрудников обстоит по-разному.

Специалисты кадрового центра «Юнити» также провели анализ составов советов директоров 20 публичных компаний, возглавляющих российский рейтинг Forbes. Выяснилось, что женщин в их числе 6,1 %. По данным компании, наибольшее представительство прекрасного пола в «Русале» (16,6 %), «Норильском никеле» (15,3 %) и Сбербанке (15,3 %) [11, 12].

Например, в правлениях коммуникационных компаний «Ростелеком» или «Теле2» есть по три-четыре женщины, в то время как в правлениях таких гигантов, как «Транснефть» и «НЛМК», их нет вовсе. Есть женщины-руководители банков («Юниаструм банк», «Транскапиталбанк», «Русский торговый

банк)), страховых компаний (ЖАСО, МАКС, «Уралсиб»), финансовых и управляющих компаний (ИФД «Капиталь», «Альфа-капитал»), но их не встретить среди руководителей крупных государственных и многоотраслевых холдингов.

В компаниях «Апледдэр»¹ и «Комди»² акцентируют внимание на гендерном разделении и равновесии. Так, например, IT-специалистом может быть как женщина, так и мужчина, главное, чтобы это были профессионалы в своем деле. Однако при назначении на ключевые должности к женщинам относятся предвзято, поэтому все топ-менеджеры – мужчины, но на позициях среднего звена есть и женщины. То есть гендерному балансу в компаниях уделяют пристальное внимание. По мнению руководства компаний, правильный баланс создает комфортную среду, располагающую к продуктивной работе.

По мнению руководства издательской группы «ЕЖЕ», женщины создают благоприятную обстановку в организации, они более клиентоориентированы и внимательны к деталям. Поэтому, чтобы гендерно сбалансировать коллектив, на открытые вакансии привлекают женщин. Например, в топ-менеджменте компании 80 % мужчин, 20 % женщин. Если говорить о среднем звене, женщин в «ЕЖЕ» 40 %, представителей сильного пола – 60 %. Среди рядовых сотрудников мужчин – 20 %, женщин – 80 % [13, с. 6].

Препятствием к построению успешной карьеры далеко не всегда становятся гендерные стереотипы руководства. Нередко сами женщины выстраивают внутренние барьеры на пути к продвижению, к построению успешной карьеры и не стремятся занять лидирующие позиции в организации. Согласно исследованию «Комитета 20», 42 % женщин полагают, что их основная обязанность – семья, а работа вторична, еще 40 % считают работу и семью равно важными [7, с. 16].

По данным исследования А. Чириковой, большинство россиян по-прежнему считают, 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. Кроме того, 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 [4, с. 18].

В консалтинговой компании «ЭЯ» («EY») для поддержки и развития предпринимательских амбиций разработана программа «Деловые женщины», задача которой помочь женщинам активно сформировать единое пространство для общения с потенциальными партнерами, инвесторами и консультантами, расширить круг профессиональных контактов.

В фармацевтической компании «Сандоз»³ (*Sandoz*) в России ввели программу «Женское лидерство» как один из инструментов мотивации и управ-

¹ «Апледдэр» («Upladder») – первый в России ресурс для поиска работы в премиальном сегменте.

² «Комди» («COMDI») занимается организацией и проведением трансляций, телемостов онлайн в России.

³ «Сандоз» (*Sandoz*) – мультинациональная фармацевтическая компания, специализирующаяся на производстве дженериков (полные аналоги фирменных лекарственных препаратов).

ления профессиональным ростом. Задача программы – соблюдение гендерного баланса в компании.

В компании «БКГ»¹ в России проводятся как плановые тренинги для поддержки профессионального развития своих сотрудников, так и индивидуальные консультации более высокого уровня сложности. Независимо от того, какой путь развития выберет сотрудник, компания предоставляет возможность карьерного роста. При этом ключевым звеном в компании являются женщины. «БКГ» проводит программу «Женская инициатива», которая обеспечивает систему поддержки всем работающим женщинам. Также компания предоставляет гибкие условия, учитывающие семейные обязанности и изменения в личных обстоятельствах.

Как правило, подобные программы предусмотрены во многих российских организациях и могут включать несколько направлений: гибкий рабочий график, возможность работать на дому, медицинскую страховку для семьи и детей, образовательные программы, программы коучинга и поддержки, корпоративные ясли (детские сады, кружки, секции).

В целом программы нацелены на усиление лидерских компетенций и имеют важное значение для профессионального и личностного развития женщин. Поскольку женщины на пути профессионального становления и карьерного роста часто сталкиваются с проблемой дисбаланса между работой и семьей. Такие программы помогают понять женщинам, как справиться с различными бытовыми и профессиональными сложностями, а также предоставляют возможность пообщаться с успешными женщинами, занимающими высокие должности в компаниях и имеющими положительный опыт карьерного роста.

В зарубежных странах ситуация с карьерным ростом женщин в целом довольно благоприятная. Особое внимание уделяется профессиональному и личностному развитию сотрудниц, а также во многих компаниях широко используются программы, повышающие лояльность сотрудниц и раскрывающие их потенциал.

По оценкам специалистов, самые высокие возможности премирования и продвижения по службе – в Европе, получить повышение женщине намного проще, чем где-либо. Однако в Германии ситуация немного отличается: там большинство компаний могут годами и десятилетиями не менять свою устоявшуюся структуру лишь потому, что всем так удобно. И новый работник, который пытается эту структуру изменить в свою пользу, обычно испытывает неудачу.

В США, как и в России, имеет место нарастающий темп продвижения работников. Здесь, чтобы иметь возможность занять ведущую должность в руководстве фирмы, нужно быть к 39–44 годам управляющим отделением. При этом преимущество отдается тем, кто проработал по меньшей мере два года в качестве рядового сотрудника (например, инженера на производстве или служащего в отделе сбыта, маркетинга и т.д.), в течение двух-

¹ «БКГ» – «Бостонская консалтинговая группа» (The Boston Consulting Group) – ведущая международная компания, специализирующаяся на управленческом консалтинге.

четырёх лет – руководителем группы, например, инженеров, в течение трёх-шести лет – начальником подразделения с несколькими отделами.

В компании *Johnson & Johnson* уделяют внимание карьерному росту женщин: организуются различные программы, семинары, тренинги. Например, с 2006 г. стала использоваться образовательная программа для женщин «Восхождение (Вершина)», которая представляет собой серию семинаров, посвящённых личностному росту и повышению профессиональной квалификации. В ней принимают участие сотрудницы из разных стран и подразделений компании.

Компания *PepsiCo* в США была первой многонациональной компанией, где женщина вошла в состав совета директоров ещё в 1959 г., чем гордятся в компании. В *PepsiCo* уверены, что компания становится сильнее и успешнее, когда в командах есть женщины. В настоящее время в *PepsiCo* более 30 % руководящих постов занимают женщины и четыре женщины вошли в состав совета директоров, включая председателя совета директоров и генерального директора.

Принцип гендерного разнообразия стал приоритетом *PepsiCo* на глобальном уровне. Но если в США программа «Восхождение (Вершина)» нацелена на сотрудниц отделов продаж, для лучших из которых разрабатываются план карьерного развития и тренинги по лидерству, то в Европе, запустив в 2012 г. программу «Стратегии успеха», компания прежде всего была заинтересована в раскрытии потенциала сотрудниц среднего звена, где гендерное соотношение менее сбалансировано.

За два последующих года более 50 % участниц программы получили более высокую должность. А количество женщин в составе высшего руководства функции «Операции» выросло на 33 % [1].

Также в компании *SAP*¹ в Великобритании и Ирландии была внедрена программа продвижения женщин на менеджерские позиции. В 2010 г. этот показатель стал составлять 18 %, а к 2017 г. планируется достигнуть показателя 25 %. В финансовом блоке планируется увеличить показатель женщин-менеджеров с 32 до 43 % [14, с. 13].

В компании *Philips* поддерживается гендерное равновесие, т.е. при нарушении баланса женской или мужской частей звена прикладываются усилия для его восстановления. Руководящий состав *Philips* равно представлен и женщинами, и мужчинами. Если в определённый момент времени процент женской или мужской части руководящего звена снижается, компания обязательно обращает на это внимание. Подобный подход даёт *Philips* конкурентное преимущество и позволяет рассматривать возникающие задачи с разных точек зрения [15].

В компании *ABBYY* не заостряют особое внимание именно на гендерных отношениях. Среди топ-менеджеров, менеджеров среднего звена и младших менеджеров женщин и мужчин практически поровну. Руководят разными офисами в основном мужчины. При назначении на руководящую позицию в *ABBYY* в расчёт принимаются личные качества и способности человека, а не его принадлежность к определённому полу.

¹ *SAP* – ведущий в мире поставщик программных решений (обеспечений) для управления бизнесом организаций.

В отличие от России, зарубежный опыт управления карьерой на сегодняшний день определяется в большей степени не гендерными факторами, а наличием у отдельных людей (независимо от их пола) профессионально важных качеств, а также потребности в достижении высокого социального положения, профессионального и личностного роста. При этом особое внимание уделяется вопросам создания в организации правильной атмосферы и философии толерантности к гендерным и возрастным аспектам, что позволяет сотрудникам добиваться значительного карьерного роста, при этом оставляя место и для личностного развития. За счет этого женщинам предоставляются широкие возможности для карьерного роста.

Впрочем, следует учитывать, что в разных странах существуют свои особенности управления карьерой персонала, которые во многом зависят от менталитета населения, морально-этических норм и стилей поведения социума, а также от традиций, устоев, законодательства страны. При этом гендерные факторы могут оказать существенное влияние на карьерный рост сотрудников и эффективность управления организацией в целом.

В результате, анализируя рассмотренный материал, можно сделать вывод о том, что в российском социуме, несмотря на всю его толерантность, сильны гендерные стереотипы. Отношение к женщинам, стремительно поднимающимся по карьерной лестнице и демонстрирующим высокое трудолюбие и профессиональную компетентность, всегда будет особым – от восхищения до снисходительного скепсиса. На наш взгляд, это означает, что женщинам в России в большей степени все еще приходится доказывать себе и окружающим, что они могут справляться с работой не хуже, а зачастую даже лучше коллег-мужчин, являясь более гибкими и толерантными лидерами, а отсюда порой и более успешными руководителями. Конкурентоспособность и эффективность деятельности компании во многом зависит от сферы ее функционирования и гендерного равновесия (баланса) – сочетания мужских и женских качеств сотрудников на руководящих постах.

Библиографический список

1. **Гимазетдинова, Э. Я.** Гендерные различия в управлении / Э. Я. Гимазетдинова, Р. Р. Ураев // Актуальные вопросы современной психологии : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2013 г.). – Челябинск : Два комсомольца, 2013. – С. 16–18.
2. **Ковалев, В. О.** Гендерные различия в управленческой сфере / В. О. Ковалев. – М. : Амалфея, 2013. – 90 с.
3. **Хохлова, Т. П.** Выявление гендерных аспектов менеджмента – фактор повышения эффективности управления / Т. П. Хохлова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 2.
4. **Чирикова, А. Е.** Женщина во главе фирмы / А. Е. Чирикова. – М. : Институт социологии РАН, 2010. – 30 с.
5. **Кошарная, Г. Б.** Гендерные аспекты управления персоналом / Г. Б. Кошарная, Л. Т. Толубаева. – Пенза : Инф.-изд. центр ПГУ, 2007. – 104 с.
6. **Силласте, Г. Г.** Гендерная асимметрия как фактор карьерного роста женщин / Г. Г. Силласте // Высшее образование в России. – 2004. – № 3. – С. 122–133.
7. **Кружкова, А. Н.** По следам леди-босса / А. Н. Кружкова // Деловой еженедельник «Компания». – 2012. – С. 23–26.
8. Карьерные возможности женщин в сфере бизнеса. – URL: <http://www.pwc.ru/en/hr-consulting/publications/assets/women-survey-2012.pdf>

9. **Романовский, Г. Б.** Гендерные аспекты безработицы на региональном рынке труда / Г. Б. Романовский, Е. С. Тарханова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 3 (23). – С. 103–109.
10. **Фрумкин, К.** До «верхних эшелонов» женщины не доехали / К. Фрумкин // Деловой еженедельник «Компания». – 2015. – № 3. – С. 20–26.
11. Женщины в бизнесе и политике: догнать и перегнать мужчин // Бизнес России. – 2013–2014. – URL: <http://businessofrussia.com/july-2014/item/760-kondratiev.html>
12. Женщины в бизнесе: рекордные результаты // Бизнес России. – 2013–2014. – URL: <http://businessofrussia.com/july-2014/item/755-record/>
13. **Саломеева, А.** Страна советов – гендерные отношения внутри коллектива / А. Саломеева // Босс. – 2011. – № 10. – С. 5–8.
14. **Путилина, Е.** Женская стратегия успеха / Е. Путилина // Управление персоналом. – 2010. – № 6. – С. 11–14.
15. **Авшалумова, Р.** Откуда дует ветер лидерства / Р. Авшалумова // Ведомости. – 2014. – № 3551. – URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2014/03/19/otkuda-duet-veter-liderstva>

References

1. Gimazetdinova E. Ya., Uraev R. R. *Aktual'nye voprosy sovremennoy psikhologii: materialy II Mezhdunar. nauch. konf. (g. Chelyabinsk, fevral' 2013 g.)* [Topical problems of modern psychology: proceedings of II International scientific conference (Chelyabinsk, February 2013)]. Chelyabinsk: Dva komsomol'tsa, 2013, pp. 16–18.
2. Kovalev V. O. *Gendernye razlichiya v upravlencheskoy sfere* [Gender differences in the managerial sphere]. Moscow: Amalfeya, 2013, 90 p.
3. Khokhlova T. P. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and abroad]. 2011, no. 2.
4. Chirikova A. E. *Zhenshchina vo glave firmy* [A woman at the head of a firm]. Moscow: Institut sotsiologii RAN, 2010, 30 p.
5. Kosharnaya G. B., Tolubaeva L. T. *Gendernye aspekty upravleniya personalom* [Gender aspects of staff management]. Penza: Inf.-izd. tsentr PGU, 2007, 104 p.
6. Sillaste G. G. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia]. 2004, no. 3, pp. 122–133.
7. Kruzhkova A. N. *Delovoy ezhenedel'nik «Kompaniya»* [“Company” business weekly]. 2012, pp. 23–26.
8. *Kar'ernye vozmozhnosti zhenshchin v sfere biznesa* [Career opportunities of women in business]. Available at: <http://www.pwc.ru/en/hr-consulting/publications/assets/women-survey-2012.pdf>
9. Romanovskiy G. B., Tarkhanova E. S. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki* [University proceedings. Volga region. Social sciences]. 2012, no. 3 (23), pp. 103–109.
10. Frumkin K. *Delovoy ezhenedel'nik «Kompaniya»* [“Company” business weekly]. 2015, no. 3, pp. 20–26.
11. *Biznes Rossii* [Russian business]. 2013–2014. Available at: <http://businessofrussia.com/july-2014/item/760-kondratiev.html>
12. *Biznes Rossii* [Russian business]. 2013–2014. Available at: <http://businessofrussia.com/july-2014/item/755-record/>
13. Salomeeva A. *Boss*. 2011, no. 10, pp. 5–8.
14. Putilina E. *Upravlenie personalom* [Human resource management]. 2010, no. 6, pp. 11–14.
15. Avshalumova R. *Vedomosti* [Proceedings]. 2014, no. 3551. Available at: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2014/03/19/otkuda-duet-veter-liderstva>

Кошарная Галина Борисовна

доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой социологии
и управления персоналом, Пензенский
государственный университет (Россия,
г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: k-galina1@yandex.ru

Kosharnaya Galina Borisovna

Doctor of sociological sciences, professor,
head of sub-department of sociology
and human resource management, Penza
State University (40 Krasnaya street,
Penza, Russia)

Тарханова Елена Сергеевна

кандидат социологических наук, доцент,
кафедра социологии и управления
персоналом, Пензенский
государственный университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: helena_82@mail.ru

Tarkhanova Elena Sergeevna

Candidate of sociological sciences,
associate professor, sub-department
of sociology and human resource
management, Penza State University
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

УДК 316.346.2 (075.8)

Кошарная, Г. Б.

Проблемы карьерного роста женщин в России и зарубежных странах / Г. Б. Кошарная, Е. С. Тарханова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2017. – № 2 (42). – С. 126–137. DOI: 10.21685/2072-3016-2017-2-13