



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
OIPOSDRU Regiunea București-IfovUniversitatea Spiru Haret
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, sect.2, et. 1, București @ profemin@spiruharet.ro
☎ Tel. 021.455.1942 🌐 profemin.ro



PROFEMIN/POSDRU/1446/3/5/265671



DISCRIMINAREA DE GEN ÎN AFACERI ȘI SUCCESUL FEMEILOR ÎN CARIERĂ

Când cineva vorbește de „succes”, de obicei se referă la o poziție importantă în ochii lumii sau la o slujbă de pe urma căreia provin mulți bani și toate plăcerile materiale și confortul pe care aceștia îi implică. Văzut dintr-o perspectivă personală, succesul este un lucru individual, care are semnificații diferite pentru fiecare.

Succesul este o stare, reflectată în interior și la exterior. Succesul înseamnă cunoașterea calităților personale și încrederea în acestea, folosirea acestora - prin muncă și pasiune - pentru atingerea țelului dorit. Pentru asta, trebuie să îți urmărești consecvent idealul și să valorifici oportunitățile ivite, indiferent de obstacole.

O persoană considerată de succes poate, în sine ei, să nu se considere așa, la fel cum se poate întâmpla și invers, ca o persoană care se consideră de succes să nu facă aceeași impresie celor din jur.

Deși imaginea femeii de succes este încă o noțiune controversată la noi în țară, românii ieșind relativ recent din era mentalității „bărbatul la muncă, femeia la crăciță”, au început și la noi, de câțiva ani, să se facă **topuri ale femeilor de succes.**

Ce este necesar pentru a reuși în afaceri? Iată o întrebare care îi frământă enorm pe cei care își doresc foarte mult să intre în domeniul afacerilor. Nimeni nu poate să prescrie ingredientele care ar conduce cu certitudine spre reușită. Însă, este incontestabil faptul că fiecare om atribuie succesului un sens aparte, cel adecvat necesităților sale la un moment dat, precum și scopurilor pe care și le propune să le atingă.

Deducem că succesul variază direct proporțional cu dimensiunile intereselor și realizarea scopurilor propuse în viață. Minte omului este programată să-și propună anumite scopuri și să încerce să le atingă. Această trăsătură a fost denumită de I. P. Pavlov „Reflexul scopului”, ca instinct ce împinge orice vietate spre căutarea a ceva nou - **informație nouă, cunoștințe noi.** Aceasta este **forma de bază a energiei vitale din organisme noastre.**

Întreaga noastră existență, toată cultura noastră, materială și spirituală, sunt realizate prin contribuția acelor oameni care tind spre atingerea țelurilor pe care și le-au propus (conștient sau inconștient) în viață.

De aceea este foarte important a ne lămurii care sunt scopurile noastre pe termen scurt și lung. Acesta este, de altfel, un prim pas în demersul inițierii unei afaceri. Trebuie cunoscut, apoi, efortul necesar pentru a ajunge la acest deziderat, având în vedere faptul că acest domeniu este perceput în continuare, în majoritatea culturilor, ca aparținând bărbaților.

Aceste întrebări conturează teme de actualitate pe plan mondial și anume **antreprenoriatul feminin și promovarea egalității de șanse,** care se bucură de tot mai mult interes și în România. Studiile au arătat că, atât stilul masculin de conducere, cât și cel feminin pot fi la fel de eficiente. Femeile au început să ocupe poziții de conducere, să-și înființeze propriile afaceri și, mai mult, sunt în stare să acorde importanța cuvenită, atât carierei, cât și familiei. Drept dovadă stau statisticile care ne arată că numărul acestor afaceri la conducerea cărora se află femei a crescut cu 103% în ultimii 10 ani.

Natura a înzestrat fiecare om cu capacități diferite, trasând distincții clare între bărbați și femei, care se manifestă și în privința abilităților manageriale ale acestora. În studiile realizate de-a lungul timpului s-a pus accentul mai mult pe componenta socializării în explicarea acestor diferențe și mai puțin pe importanța trăsăturilor biologice.

Cercetătorii au descoperit unele variații fiziologice la nivelul creierului, între cel al unui bărbat și cel al unei femei. La diferențele naturale dintre bărbați și femei se adaugă, în mod cert, regulile sociale și stereotipurile culturale, care produc așteptări diferite pentru fetele și băieții aflați în creștere, și în privința opțiunilor profesionale.

Acesta este unul dintre motivele pentru care studiile indică faptul că **discriminarea de gen în afaceri** se manifestă în continuare la nivelul societăților moderne; pentru a promova, ca femeie, într-o funcție de conducere trebuie să demonstrezi că ești mai bună decât un bărbat aflat într-o funcție similară. Când se fac comparații între manageri, de prea puține ori este pus accentul pe elemente de discriminare pozitivă. În timp ce **bărbații au tendința de a comanda și a controla, tendința femeilor este aceea de a construi o echipă și de a ajunge la o înțelegere.** Femeile manager au o **analiză mai atentă și prudentă asupra riscurilor în afaceri.**

În România, încă de la sfârșitul anilor '90 au apărut afaceri de succes realizate de femei, chiar dacă ele nu au avut amplitudinea și succesul celor conduse de bărbați. Dar a fost un început... În perioada imediat următoare, atât femeile cât și bărbații au avut libertatea de a-și construi cariera pe care și-o doreau sau de a începe o afacere proprie. Pentru femei, însă, acest drum nu a fost totuși la fel de ușor, având în vedere dublul rol, profesional și familial. În decurs de câțiva ani, femeile din România au început să obțină carierele dorite, dovedind că pot fi performante în domeniul în care activau. Multe dintre ele au început să ocupe poziții cheie, devenind manageri de departamente, directori de firme. O parte dintre ele a mers mai departe, și-au deschis propria firmă.



În urma unor studii realizate de cercetători, în care au fost implicate femeile care au reușit să-și facă o carieră de succes în diverse domenii, s-a constatat că, indiferent de țara din care provin, ele se lovesc de aceleași greutăți. În mare parte, putem discuta de cinci mari preocupări ale acestora: **autenticitatea, relațiile, influența, flexibilitatea și propria motivație.**

Autenticitatea - dorința de a avea o linie clar trasată între interesele profesionale și cele personale.

Relațiile - nevoia fundamentală a fiecăreia dintre noi de a intra în contact cu oamenii din jur.

S-a demonstrat faptul că femeile sunt mult mai bune decât bărbații în ceea ce privește comunicarea și relațiile între oameni.

Influența - dorința de a ajuta și de a controla destinul cuiva. Nevoia de a fi influent este acel factor care ne motivează ca să luăm inițiative, să ne realizăm și să avem încredere în propriile forțe.

Flexibilitate - capacitatea de a se adapta ușor schimbărilor care intervin în mediul afacerilor.

Motivație - motivația, din punct de vedere managerial este legată de natura relațiilor umane, fenomen complex care semnifică faptul că oamenii care sunt mulțumiți, în același timp, sunt și productivi.

În teoriile comportamentului organizațional, motivația apare ca o forță ce energizează, orientează și sprijină comportamentul uman. A cunoaște propria motivație echivalează cu găsirea răspunsului la întrebarea „de ce” să întreprind o activitate.

Aceste cinci direcții de dezvoltare sunt foarte importante pentru femeile care ocupă poziții de conducere în cadrul unei companii sau care doresc să inițieze propria afacere.

Specialiștii apreciază că **cele mai importante trăsături de personalitate și abilități,** pe care trebuie să le ai pentru a te lansa într-o afacere și pentru a avea succes, sunt:

■ **energia** - puterea de a iniția o afacere, de a înființa o firmă și de a o conduce; aceasta implică **vigoarea, spiritul de inițiativă, ambiția de a reuși, simțul reponsabilității, tenacitatea**

■ **abilități mentale** - concretizate în inteligență, capacitate de analiză și sinteză, gândire creativă

■ **cunoștințe de specialitate** - cunoștințe tehnice în domeniul afacerii alese, cunoștințe de marketing și cunoștințe manageriale

■ **abilități de comunicare** - capacitatea de a comunica eficient în afaceri reprezintă un element esențial pentru a gestiona o afacere de succes. Comunicarea managerială reprezintă o funcție a conducerii care face cunoscut rezultatul deciziilor manageriale și stabilește un climat de înțelegere între cei care transmit informațiile și cei care le primesc.

■ **capacitate decizională** - capacitatea de rezolvare a disfuncționalităților, responsabilitatea de a aloca resurse și capacitatea de a negocia, care se realizează prin inițierea de activități, de strategii și tactici care să conducă la schimbare.

Aceste aptitudini și abilități pot fi dobândite **prin educație sau experiență.** În plus, femeile pot beneficia de **avantajele intuiției,** o resursă insuficient cunoscută, dar invocată atât de des încât a devenit o temă des întâlnită în literatura de specialitate. **Intuiția reprezintă abilitatea de a obține acel gen de cunoaștere la care nu putem ajunge prin interferență sau observație, rațiune sau experiență.** Astfel, ea este în mare parte o **sursă originală, independentă a cunoașterii,** care nu poate fi obținută prin celelalte surse. Intuiția le ajută pe femei să rezolve problemele într-un mod mai creativ, prin care acceptă mai ușor ideile celor din jur.

Nu în ultimul rând, **abilitatea de a obține rezultate** este și ea la îndemâna femeilor într-o lume modernă care a depășit paradigmele de genul „o femeie nu lucrează, nu face afaceri, nu...”

Această ultimă abilitate, **sprijinită acum de o societate deschisă și modernă, ajută femeile să-și demonstreze că se pot face remarcate în domeniul antreprenoriatului.**

Ștefan BARBĂLATĂ
Expert organizare evenimente



Întâlnire a membrilor rețelei de parteneriate în cadrul proiectului POSDRU/156/1.2/G/137309

O nouă dimensiune a calității în învățământul superior economic

Universitatea Spiru Haret, prin Facultatea de Management Financiar Contabil Craiova, în calitate de Beneficiar, a organizat a doua întâlnire, în perioada 12-14.12.2014, a membrilor rețelei de parteneriate realizată în cadrul proiectului *O nouă dimensiune a calității în învățământul superior economic.* Întâlnirea a fost deschisă și prezidată de managerul de proiect conf.univ.dr. Camelia Firiică.

Obiectivul general al proiectului îl reprezintă creșterea calității învățământului superior economic prin adaptarea curriculumului la noile provocări din economie, prin promovarea principiilor egalității de șanse și a antreprenoriatului, prin utilizarea în procesul de învățământ a unor programe informatice complexe.

Agenda întâlnirii a cuprins: *Discuții privind stadiul actual al colaborării din cadrul rețelei „Parteneriatului pentru educație și calitate în învățământul superior economic” - propuneri pentru activitatea viitoare; Introducerea rezultatelor relevante din cercetare în unitățile curriculare și*

corelarea curriculumului din învățământul superior economic cu cerințele economiei bazate pe cunoaștere; Stabilirea calendarului de lucru în cadrul redacției viitoarei publicații online (stabilire titlu, colectiv de redacție, periodicitate, condiții de publicare, definitivarea comitetului de recenzori etc.); Discuții privind stadiul actual al realizării cursurilor propuse a fi îmbunătățite prin proiect (Sisteme Informatice pentru Asistarea Deciziei, Gestiunea riscurilor, Microeconomie, Macro-economie, Sisteme și aplicații informatice în economie); Creșterea performanței firmei prin motivarea resursei umane; Oportunități pentru

studenți privind demararea propriei afaceri. Prezentarea proiectului „Tineri antreprenori români – generația schimbării”; *Propuneri de îmbunătățire a colaborării între membrii rețelei;* *Concluziile celei de-a doua întâlniri din cadrul rețelei de parteneriat.*

În prezent, rețeaua de parteneriate numără 33 de parteneri la nivel național, din care patru universități (Universitatea Hyperion din București, Universitatea Ovidius din Constanța, Universitatea din Pitești, Universitatea Alma Mater din Sibiu), un centru de cercetare (Institutul Național de Cercetare ICMET Craiova) și 28 de agenți economici, aceasta fiind

deschisă în continuare și pentru alte entități economice care vor să se alăture în proiectul *O nouă dimensiune a calității în învățământul superior economic.* Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 - 2013 **Investește în oameni !**

Cei care doresc să participe la rețea pot obține informații suplimentare pe www.cresterea-calitatii-invatomantului.ro, unde funcționează și platforma informatică prin intermediul căreia membrii din rețea comunică și își prezintă activitatea.

Dragoș ILIE