

**ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа
экономики»**

Министерство образования Пензенской области

ГАОУ ДПО «Институт регионального развития Пензенской области»

Управление образования города Пензы

МБОУ «Лицей современных технологий управления № 2» г. Пензы

МБОУ финансово-экономический лицей № 29 г. Пензы

**Портал поддержки Дистанционных Мультимедийных Интернет-Проектов
«ДМИП.рф»**

**V открытый региональный конкурс исследовательских и проектных работ
школьников**

«Высший пилотаж - Пенза» 2023

Тема: «Женщины в бизнесе»

**Автор: Разуваева Ольга Станиславовна,
обучающаяся 11 «А» класса ФЭЛ №29**

**Руководитель: Учитель географии
Жигулина Лариса Анатольевна**

ПЕНЗА, 2023

Оглавление

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1. История развития женского бизнеса..... | 4 |
| 1.1 Ремесла и кустарное производство..... | 4 |
| 1.2 Эпоха капитализма..... | 4 |
| 1.3 Этап модернизации..... | 5 |
| 1.4 8 марта..... | 5 |
| 1.5 Вывод о возрастании роли женщины в бизнесе на основе истории..... | 6 |
| ГЛАВА 2. Женщины в мировом бизнесе | 5 |
| 2.1 Женщина в различных сферах бизнеса..... | 5 |
| 2.2 Лидер среди стран..... | 6 |
| 2.3 Рейтинг MasterCard..... | 6 |
| 2.4 Успешнейшие бизнес-женщины мира..... | 8 |
| ГЛАВА 3. Женщины в бизнесе России..... | 9 |
| 3.1 Самая богатая self-made женщина в России | 8 |
| 3.2 Законодательная база | 10 |
| 3.3 Статистические данные о женском бизнесе в России..... | 10 |
| 3.4 Информ-портрет бизнес-женщины | 13 |
| ГЛАВА 4. Региональный аспект | 14 |
| ГЛАВА 5. Анализ социологического опроса | 13 |
| ГЛАВА 6. Интервью..... | 18 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 21 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ | 23 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 24 |

Введение.**Актуальность:**

На протяжении многих лет считалось, что главное место в бизнесе занимают исключительно мужчины, а женщины не имели места в ведении бизнеса. Современное общество всё более ориентируется на демократические принципы управления предпринимательством.

На протяжении последних лет женщины-предприниматели составляют треть российского малого бизнеса.

На сегодня общее число предприятий малого бизнеса 3,33 млн., а доля женщин предпринимательниц 1,33 млн., что составляет 39,9%.

Цель исследования: определить роль женщины в бизнесе.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть историю вопроса о месте женщины в бизнесе;
2. Проанализировать роль женщины в мировом бизнесе и в бизнесе страны;
3. Рассмотреть законодательную базу;
4. Выделить региональный аспект значения роли женщины в бизнесе;
5. Рассмотреть динамику влияния женщины на бизнес региона;
6. На основе социологических исследований сделать вывод об участии женщин в управлении и ведении предпринимательства.

Гипотеза: в России и Пензенском регионе женщины имеют возможность активно участвовать в бизнесе и их роль возрастает благодаря благоприятным для этого условиям.

Объект исследования: женщина и бизнес.

Предмет исследования: роль женщины в бизнесе Пензенского региона.

Глава 1. История развития женского бизнеса**1.1 Ремесла и кустарное производство**

В средние века во всех сословиях основным производителем был мужчина. Женщины вынуждены были сами искать себе пропитание и заработок. Жёны работали вместе с мужьями.

В XII-XIV веках в период расцвета ремесленного производства труд женщин играл в городах большую роль. В таких ремеслах, как ткачество, плетение кружев, чулочный промысел, изделия кошельков и т.д., преобладал женский труд. Женский труд получил такое широкое распространение, что даже цеховые уставы занимались регулировкой женского труда.

Рядом с обычным ремесленным производством стала появляться такая отрасль промышленности как кустарное производство, которое являлось переходной формой от ремесленного к наёмному труду. Этим видом промышленности занимались только женщины.

1.2 Эпоха капитализма

Капитализм втянул женщину в производительный труд, труд общественный, подготовил почву и сделал возможным борьбу за равноправие и раскрепощение женщины.

Наплыв дешевого женского труда в ремесла к концу XIV и к началу XV века достиг огромных размеров. Цеховые организации, напуганные женской конкуренцией, стали закрывать женщинам доступ в ремесла.

Но при переходе к капитализму женщина всё же стала пользоваться некоторой свободой и личным признанием. Ей стали доступны сокровищницы мысли и науки, когда раньше женщина и не могла даже думать об этом. Появлялось всё больше учёных-женщин, образование становилось всё более доступным.

1.3 Этап модернизации

В XVIII - начало XIX вв. женщины стали влиять на политику. Изменились представления о поведении женщины на людях, изменилась одежда, право распоряжения домашним бюджетом, воспитание, образование детей перешли в женский руки.

Наиболее массовым видом женской предпринимательской деятельности была торговля. В основном преобладала розничная торговля.

Многие основные промышленные центры, возникшие в 18 веке, в дальнейшем были возглавлены именно женщинами.

В XX веке наступило время пробуждения общественного духа, которое не могло не отразиться на женщине.[5]

1.4 8 марта

Впервые Международный женский день отметили 19 марта 1911 году. Жительницы Австрии, Дании, Германии и Швейцарии провели многотысячные митинги с требованием предоставить женщинам равные права с мужчинами.

Традиция проведения Международного женского дня именно 8 марта появилась в 1914 году. В этот день жительницы ряда стран Европы и Америки провели митинги протеста.

В первые годы советской власти праздник 8 марта носил название Международный день работниц, а в конце 1920-х годов вновь стал называться Международным женским днём. В 1965 году 8 марта был объявлен нерабочим днем.

С празднованием 8 марта историки неразрывно связывают имена Клары Цеткин и Розы Люксембург.

Немка Клара Цеткин, являвшаяся деятелем немецкой коммунистической партии, в 1907 году возглавила созданное при социал-демократической партии Германии женское отделение, где вместе с Розой Люксембург выступала за равные права женщин всего мира и борьбу за равноправие полов. В 1910 году на Международной конференции женщин-социалисток в Копенгагене они выступили с предложением о праздновании Международного женского дня.

1.5 Вывод о возрастании роли женщины в бизнесе на основе истории:

Изучая историю развития женского предпринимательства, можно заметить, что с каждым этапом у женщины было всё больше и больше возможностей, но им приходилось усердно трудиться и отстаивать свои права.

Женщина, занятая во всех сферах народного хозяйства и по сей день она составляет часть производительной силы. В ней по-прежнему не истребим дух самовыражения, разносторонности интересов и их реализации.

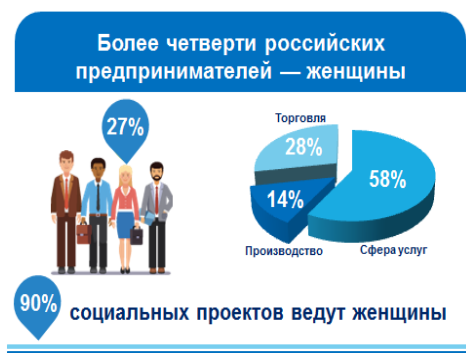
Глава 2. Женщины в мировом бизнесе

2.1 Женщина в различных сферах бизнеса

Выделяют 3 основных сферы: производство, торговля и сфера услуг.

Таблица 1

ЖЕНЩИНЫ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ



Среди женщин-предпринимателей мира наиболее популярна сфера услуг (58% от их занятости в бизнесе), на сферу торговли приходится 28%, а на производственный спектр – 14 (см. таблицу 1).

2.2 Лидер среди стран

По количеству женщин в топ-менеджменте лидирует Таиланд. Азиатская страна, где женщины занимают 45% руководящих должностей по сравнению со средним показателем в 24% по всему миру, может стать настоящим открытием.

Женщины-лидеры говорят, что одной из наиболее важных причин успеха Таиланда является культура работающих женщин благодаря их участию в семейном бизнесе — женщины всегда работали “вне дома” в Таиланде.

Культура позволяет им работать вместе с мужчинами именно в таких областях, как финансы и страхование.

Более того, женщины имеют полный доступ к образованию, а это еще один ключевой фактор.[2]

Credit Suisse Research следит за гендерной составляющей крупнейших международных корпораций. В отчёте этого года специалисты института доказали, что компании с высокой долей участия женщин в управлении показывают более высокие доходность, рентабельность, уровень компенсаций и сильные позиции на рынке.[1]

2.3 Рейтинги MasterCard

MasterCard ежегодно составляет рейтинг, в котором показывает топ стран, предоставляющих женщинам возможности для бизнеса (таблица 2) и топ стран с наибольшей долей женщин в бизнесе (таблица 3).

Таблица 2

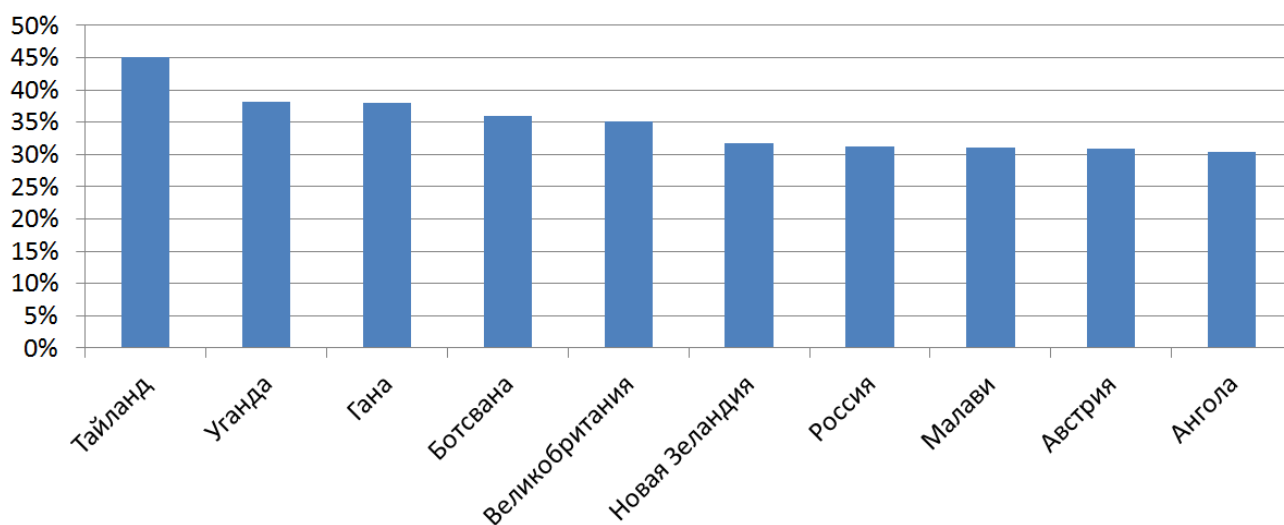


Таблица 3

Топ-10 стран с наибольшей долей женщин среди владельцев бизнеса



Доля женщин среди владельцев бизнеса



2.4 Успешнейшие бизнес-женщины мира

Каждый из нас знает и не раз слышал об одной из самых известных социальных сетей YouTube, но не все знают, что её директором является именно женщина.

Сьюзен Войжитски - генеральный директор YouTube, присоединилась к компании Google в 1999 году. Она не только была первым арендодателем офиса Google (который основали в её гараже). Благодаря блестящему уму Войжитски рыночная стоимость YouTube

достигла невероятных размеров, дойдя до цифры в 20 млрд. долларов и увеличив доходы с 1,65 млрд. до 4 млрд. в относительно короткий срок.

Благодаря багажу знаний в инвестиционно-банковской сфере и рынках привлечения капитала, Эми Худ в 2002 году устроилась в Microsoft. Она принесла компании \$86,6 млрд. Сейчас она курирует компьютерную игру Minecraft, которую Microsoft приобрела за \$2,5 млрд. Кроме того, Худ была главной движущей силой в приобретении Skype.p[4]

Глава 3. Женщины в бизнесе России

3.1 Самая богатая self-made женщина в России

Татьяна Бакальчук— российская предпринимательница, основательница и генеральный директор компании «Wildberries» — российского международного интернет-магазина одежды, обуви, товаров для дома и других товаров. По данным Forbes, на август 2021 года Татьяна



Бакальчук - самая богатая женщина России с состоянием в 13 млрд. долларов. Более того, она занимает второе место среди самых богатых людей в стране. Считается, что в первые годы бизнес Татьяны Бакальчук заключался в перепродаже одежды и обуви из немецких каталогов. На фоне многочисленных

конкурентов начинающая предпринимательница выделилась тем, что:

1. установила единую наценку для покупателей со всей страны: 10% (другие агенты брали 15% с москвичей и до 30% с жителей других регионов);
2. не просила предоплату.

Этого оказалось достаточно, чтобы «компания Wildberries расширилась, развивалась быстрее и быстрее».[4]

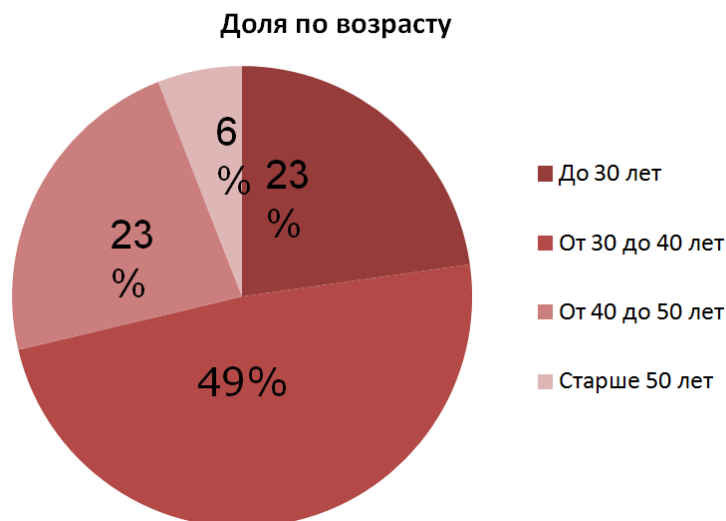
3.2 Законодательная база

Единого закона о предпринимателях в России до сих пор не принято, хотя попытки у законодателей были уже несколько раз.

Основной момент для предпринимателей из законодательной базы: каждый гражданин России может стать предпринимателем. Такое право закреплено за россиянами в ст.34 Конституции. В ней гарантировано право на использование своих способностей, имущества при осуществлении предпринимательской деятельности.[3]

3.3 Статистические данные о женском бизнесе в России

Таблица 4



Рассматривая статистические данные (таблица 4) разных компаний, можно заметить, что женщины в возрасте от 30 до 40 лет составляют наибольший процент от общего числа женщин-предпринимателей (49%). Наименьший процент приходится на женщин старше 50 лет. А бизнес-женщины в возрасте до 30 и от 40 до 50 лет равное количество - по 23%. [1]

Сравнивая Россию и другие страны мира, было обнаружено, что наша страна занимает:

15-е место по карьерным возможностям для женщин;

41-е место по финансовым услугам для женщин;

7-е место по доли женщин в бизнесе.

Таблица 5



Анализируя статистику, отобразённую в таблице 5, можно заметить, что общая доля женщин во всех сферах бизнеса России каждый год возрастала на 1-4%. Из этого можно

сделать вывод, что изменения в «гендерности» бизнеса по отношению к женщинам происходят в лучшую сторону.

В некоторых регионах России бизнес-женщин даже больше, чем мужчин. Например, в Бурятии доля предпринимательниц составляет 59%, в Курганской области — 56%, в Забайкальском крае и Республике Алтай — по 55%. Во-первых, это из-за того, что в этих субъектах доля женского населения в общем больше, чем мужского. Более того, женщины преобладают в сфере продажи товаров, производство которых позволяет им климат, культура и деятельность.

Гендерное различие в предпринимательской активности в России отражено в таблице 6.

Таблица 6

Предпринимательская активность в России

| Индекс предпринимательской активности | Потенциальные предприниматели | Нарождающиеся предприниматели | Владельцы нового бизнеса | Владельцы устоявшегося бизнеса |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| Мужчины | 65,9% | 68,7% | 81,7% | 71,5% |
| Женщины | 34,1% | 31,3% | 19,3% | 29,5% |

Вывод: по всем показателям индекса предпринимательской деятельности преобладают мужчины.

Распределение женщин по стадиям предпринимательства и уровню образования отображено в таблице 7.

Таблица 7

| Уровень образования | Потенциальные предприниматели | Нарождающиеся предприниматели | Владельцы нового бизнеса | Владельцы устоявшегося бизнеса |
|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| неполное среднее | 8% | - | - | - |
| Среднее | 23% | 22% | 28% | 35% |
| начальное профессиональное | 10% | - | 33% | - |
| Высшее | 59% | 78% | 39% | 65% |

Вывод: уровень образования влияет на возможность развития в предпринимательской сфере.

В некоторых регионах России бизнес-женщин даже больше, чем мужчин. Например, в Бурятии доля предпринимательниц составляет 59%, в Курганской области — 56%, в Забайкальском крае и Республике Алтай — по 55%. Во-первых, это из-за того, что в этих субъектах доля женского населения в общем больше, чем мужского. Более того, женщины преобладают в сфере продажи товаров, производство которых позволяет им климат, культура и деятельность.

3.4 Информ-портрет бизнес-женщины

Вчерашние домохозяйки и любящие матери, которых в мир бизнеса привело стремление к самоутверждению и безудержное желание достичь успеха, все чаще становятся теми, кого принято называть self-made woman – это те дамы, кто создал себя сам, своими стараниями и упорством.

Только сильные личности способны достичь вершины. А если ты женщина, то еще и составить достойную конкуренцию мужскому большинству.

Анализируя интервью бизнес-женщин, можно сформулировать ответ на распространенный вопрос: какими качествами должна обладать современная бизнес-вумен, для которой карьера в бизнесе – это способ самоутвердиться?

1.Женщина-бизнесмен - личность, которая имеет чувство собственного достоинства и адекватно оценивает свои таланты и способности.

2.Она всегда развивается в духовной сфере. Прилагает максимум усилий в каждом виде деятельности.

3.Отлично умеет регулировать своё эмоциональное поведение и управляет временем и не тратит ни минуты на ненужные вещи.

4.Бизнес-вумен отличает превосходное чувство стиля не только в одежде, но и в манере поведения.

5. Она получает истинное удовольствие от того, чем занимается, и что даёт ей неиссякаемые силы и энергию.

6. Общительность и коммуникабельность - один из козырей любого человека в бизнесе.

7. Стремиться иметь хорошие отношения с партнёрами по бизнесу, что не свойственно мужчинам.

8. Умение осуществлять запланированные цели с уверенностью в себе и в своих действиях является одним из самых важных качеств. Бизнес-вумен отличается способностью превозмочь страх и неуверенность, что порой становится преградой даже для мужчин.[2]

Глава 4. Региональный аспект

В пошлом году индивидуальное предпринимательство получило дальнейшее развитие на территории Пензенской области. За полгода в регионе зарегистрировалось 2096 новых предпринимателей и 135 глав фермерских хозяйств.

Среди вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей 35,1% –



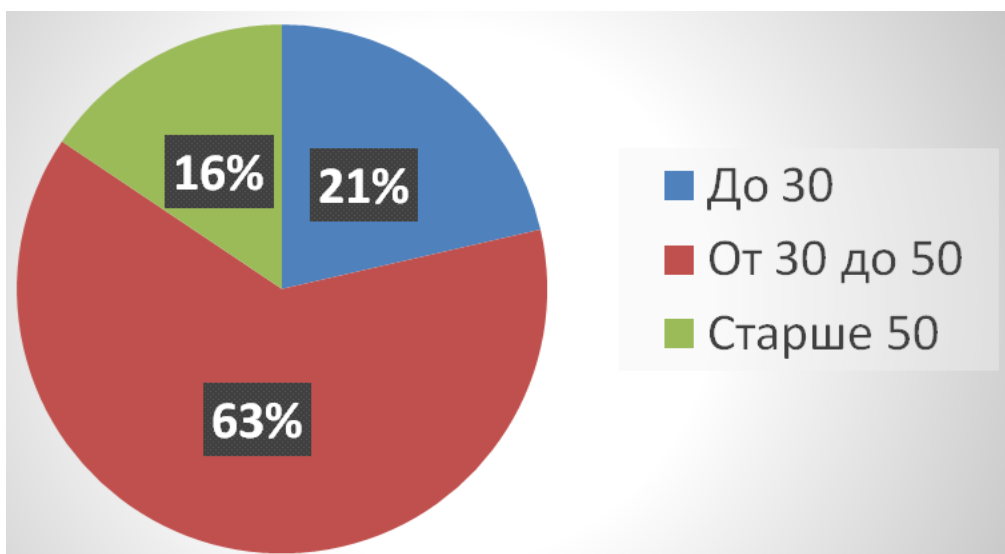
Таблица 8

Распределение вновь созданных женщинами ИП по видам экономической деятельности отображено в таблице 8. Популярными видами экономической деятельности для женщин-предпринимателей при регистрации являются торговля оптовая и розничная.

Транспортировка и хранение занимает второе место среди женщин региона.

Строительство, обрабатывающее производство и с/х тоже имеют популярность.

Таблица 9



Средний возраст бизнесвумен Пензенского региона отображен в таблице 9.

Средний возраст женщин-предпринимателей в прошлом году составил 39 лет.

В общем, возрастное распределение среди бизнес-женщин выглядит следующим образом: от 30 до 50 лет – 63,0%, 21,4% предпринимателей – молодежь до 30 лет и 15,6% - лица, старше 50 лет.

Глава 5. Анализ социологического опроса

Был проведён опрос среди подростков в возрасте от 15 до 17 лет, чтобы узнать их точку зрения о роли женского бизнеса и о возможностях для его ведения.

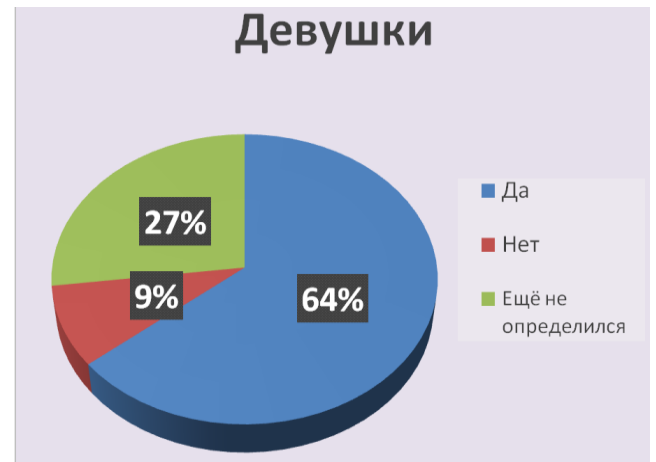
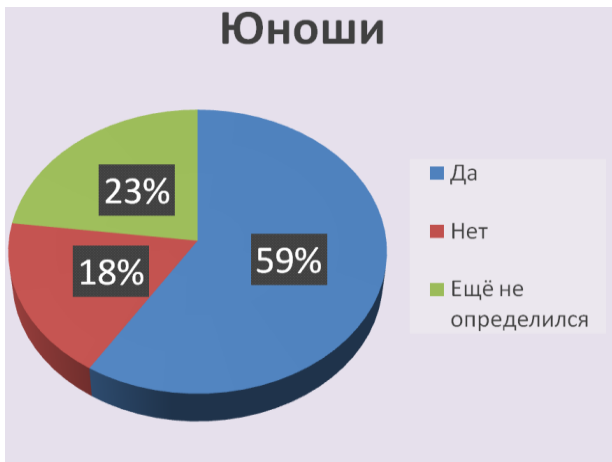
Выбор этой возрастной группы обусловлен тем, что многие тинейджеры уже строят планы на будущее и имеют определённое представление о бизнесе. Было опрошено одинаковое количество девушек и юношей, что позволяет выявить гендерные различия по предмету проекта.

Результаты социологического опроса отображены в таблицах 10-19.

Хотите ли вы в будущем работать в сфере бизнеса?

Таблица 10

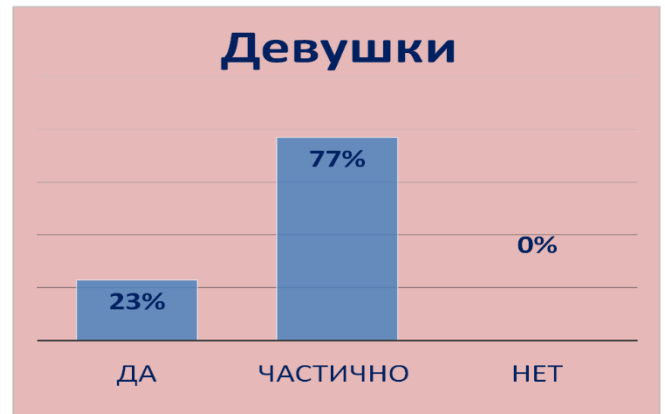
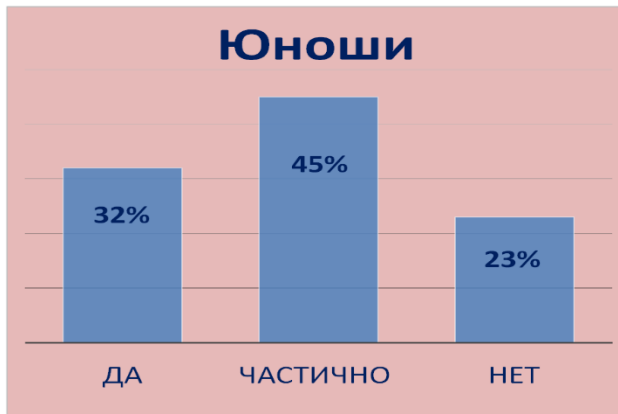
Таблица 11



Считаете ли вы, что в России есть благоприятные условия для создания бизнеса?

Таблица 12

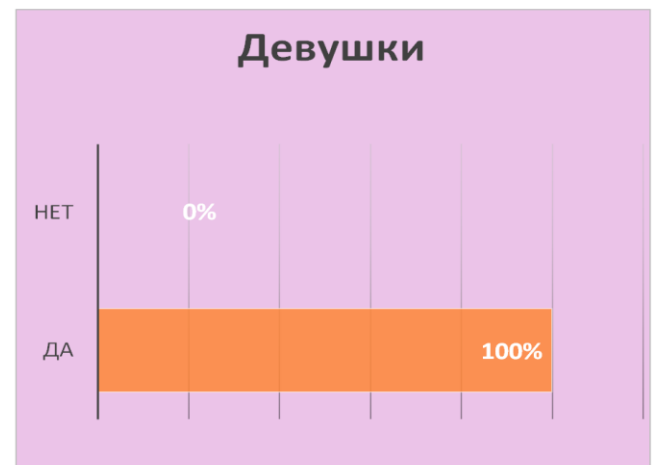
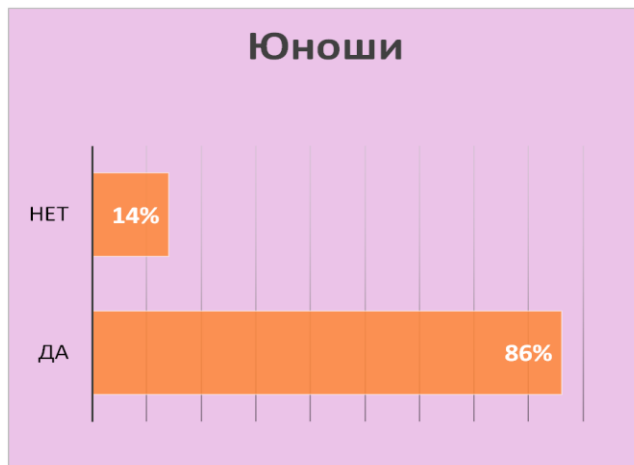
Таблица 13



Считаете ли вы, что женщина может участвовать в бизнесе наравне с мужчиной?

Таблица 14

Таблица 15



Как вы думаете, почему женщина пока не находится наравне с мужчинами в бизнесе?

Таблица 16

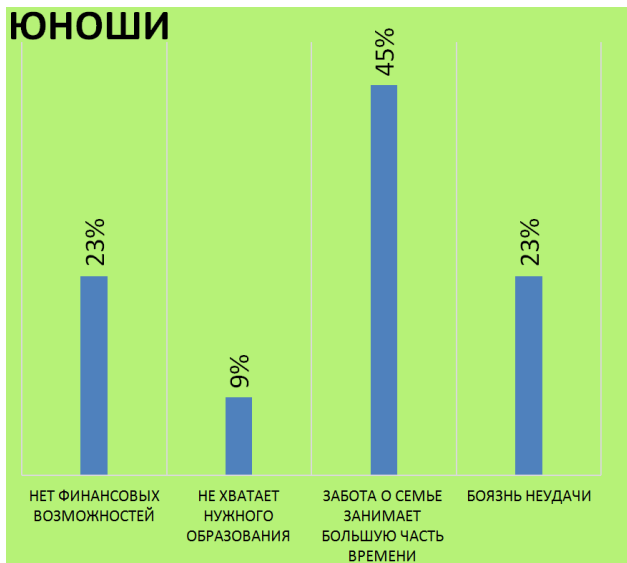
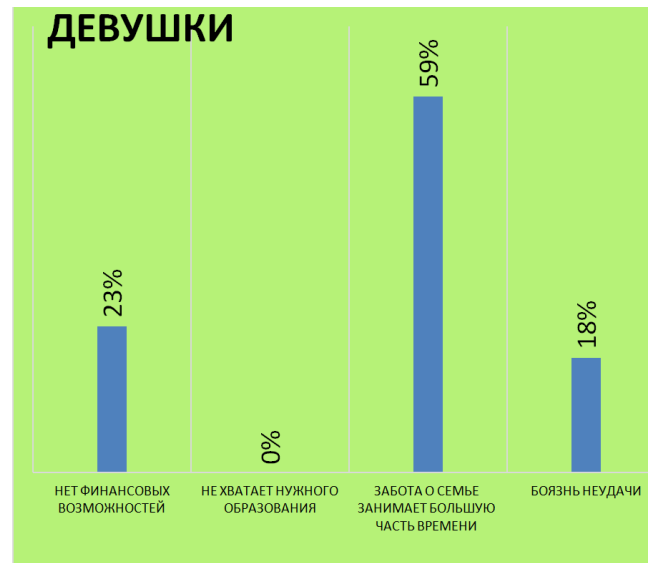


Таблица 17



Как вы думаете, какими качествами должен обладать предприниматель?

Таблица 18



Таблица 19



В ходе исследования была проведена встреча с директором бизнес-сообщества «Лаборатория успеха» Мариной Шатуновой (приложение 1-2). Она ответила на ряд вопросов, связанных с предметом исследования.

- Существует ли разница в процентном соотношении мужчин и женщин в коллективе «Лаборатории успеха»?

- В нашем бизнес-сообществе состоят, как правило, и бизнесмены и бизнес-вумен. Выступают и те, и те на абсолютно равных условиях. Самое главное, чтобы они понимали зачем они туда идут и что они хотят получить. Кто-то получает новые знакомства, кто-то полезный навык, кто-то просто узнаёт новую площадку, куда можно идти со своим бизнесом. а кто-то находит партнёров. Что касается вашего вопроса, то если в процентном соотношении, я бы сказала, что 60 на 40 в пользу бизнесвумен.

- Можете ли Вы сказать, что в бизнесе региона есть такое же процентное соотношение?

- В настоящее время очень активно развивается женское предпринимательство, сейчас очень много возможностей для стартапов, поэтому женщины создают свой бизнес. Существуют конкурсы, системы поддержек в течении первого года, даются квоты. Большинство женщин домохозяйки, они что-то начинали делать своими руками, потом они открыли свою страничку в соцсетях и начали продажу своего какого-то продукта. Кто-то вяжет, кто-то шьёт, кто-то делает свою вкусные и прекрасные торты и они таким образом регистрируются как ИП или самозанятый и легализуют свой бизнес.

- В каких сферах бизнеса преобладают женщины?

- Конечно, изготовление чего-то своими руками - более женский бизнес. Как я уже говорила, торты, украшения продаются сейчас очень активно. На самом деле, очень удивительно, что в наше время очень много предпринимательниц занимаются мужским делом. У меня есть много примеров. И в нашем бизнес-сообществе есть женщины. которые владеют заводами и это истинно мужское направление и это тоже очень здорово!

- А существует ли большая конкуренция среди женщин в бизнесе?

- Есть конкуренция, и она всегда была, есть и будет, здоровая. Вопрос в том, или ты смотришь на успех коллеги или ты смотришь с точки зрения: «А, у них лучше!». Получатся, что конкуренция - это срез успешных компаний в отрасли, которые сумели продвинуть свой бизнес. Важно есть ли твоя изюминка или знаешь ли, чем ты лучше относительно других, в каком направлении ты двигаешься. Можно же продавать на уровне твоего дома, а можно выйти на уровень, когда ты думаешь об открытии своего кафе.

- Есть такая информация, что уровень образования не важен для того, чтобы стать бизнес-вумен. Как Вы к этому относитесь?

- Уровень образования помогает систематизировать твои шаги для достижения цели. Чтобы продукт был успешно реализован нужно знать основы маркетинга, как выйти на рынок, каким способом и кому продавать, научить персонал и уметь самому командовать и контролировать работу. Для меня этот вопрос необходим для обмена опытом и саморазвития. Поэтому, учиться надо, смотреть за опытом других и, конечно знать базовые понятия, иначе ты будешь делать это намного дольше.

- И последнее, что хотелось бы спросить. Есть ли, по вашему мнению, какой-то «рецепт» успешной бизнес-леди?

- Я сказала бы так: не важно это бизнес-вумен либо бизнесмен, важно то, что ты знаешь цель, чётко понимаешь, где ты сейчас и какие нужно сделать шаги, чтобы её достичь. Я живу по принципу, каждый день стараться стать чуть-чуть лучше себя вчерашней. Не для кого ничего не доказывать, а для себя. Нужно точно продумывать шаги. Если ты не будешь правильно вкладываться в рекламу, то тебя не увидит аудитория. Важна команда и нужные люди рядом, которые качественно и чётко поддерживают и отстаивают твои интересы. Всё должно работать как система.

Заключение

Выводы:

1. Роль женщины в бизнесе постепенно увеличивалась на различных исторических этапах. Женщина внедрялась во все его сферы, начиная с ремесленного производства и заканчивая тяжёлой промышленностью, и сравнивала свои возможности с возможностями мужского пола.

2. В современном мировом бизнесе границы между женским и мужским бизнесом почти окончательно стёрлись. В большинстве развитых и развивающихся странах сложились благоприятные условия для того, чтобы женщины могли активно участвовать в бизнесе и заниматься множеством видов деятельности. В ряде стран женская часть населения уже составляет значительную долю среди владельцев бизнеса. Более того, известнейшими компаниями в мире управляют именно женщины.

По статистике, Россия находится в 10 стран по доли женщин в бизнесе, что является достаточно высоким показателем. Однако, финансовых услуг для женщин-бизнесменов в нашем государстве недостаточно, по сравнению с другими странами. Но, несмотря на это, доля женщин в бизнесе России с каждым годом увеличивается.

3. На основе законодательной базы, различий между бизнес-возможностями мужчин и женщин не существует.

4. Количество женщин-предпринимателей Пензенского региона увеличивается ежегодно, а общий процент бизнес-женщин в регионе равен проценту по стране. Пензенская область не отстаёт от тенденции развития женщины в бизнесе и менеджменте.

5. Социологический опрос показал, что девушек, которые хотят связать свою профессию с бизнесом, больше чем юношей, видящих себя в будущем в этой сфере; подавляющее большинство юношей и все девушки считают, что женщина может участвовать в бизнесе наравне с мужчиной, а не позволяет ей это, в основном, забота о семье и финансовые возможности.

6. В ходе интервью было выяснено, что мужчины и женщины выступают на абсолютно равных условиях в бизнесе в регионе, и даже в ряде компаний доля женщин больше доли мужчин. Каждый человек находит в своей деятельности что-то нужное и полезное для себя. Большинство предпринимательниц сосредотачиваются на производстве различной продукции своими руками, но находятся женщины, занимающиеся мужскими видами деятельности. Для того, чтобы любая деятельность была успешно реализована нужно учиться, обмениваться опытом и заниматься саморазвитием. Самое главное для любого предпринимателя - чётко знать свою цель и делать всё возможное для того, чтобы достичь её.

В ходе исследования были выполнены все поставленные задачи. На основе анализа результатов можно сделать вывод о том, что гипотеза о роли женщины в бизнесе подтвердилась. Бизнес Пензенского региона не исключение.

В настоящее время границы между женским и мужским бизнесом стираются, женщина имеет место в ведении и управлении предпринимательством. Более того, она занимается теми делами, которые считаются мужскими.

С каждым годом круг возможностей для ведения бизнеса на равных расширяется.

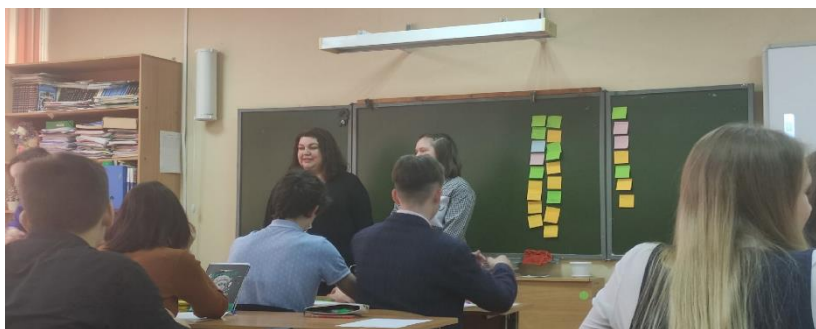
Список используемой литературы

1. Амрит Рао. Лучшая книга по инвестициям Credit Suisse. - М.: Эксмо, 2012. - 80 с.[1]
2. Белов В.Ю. НеЖЕНСКОЕ ДЕЛЮ. Секретный опыт успешных бизнес-леди - М.: Эксмо, 2019. - 336 с.[2]

3. Конституция РФ, принятая в 12.12.1993, в редакции с внесенными в неё поправками от 14.03.2020//Собрание законодательства Российской Федерации. - 2020. - №4. - ст. 34.[3]
4. Мазурин Н.Д. Forbes 01-2022. - М.: Преса.ру, 2022. - 28 с.[4]
5. Черняк В.З. История предпринимательства - М.: Юнити-Дана, 2010. - 607 с.[5]

Приложения.

Приложение №1. Фотография. Интервью.



Приложение №2. Фотография. Выступление Марины Шатуновой перед учениками десятых классов.



РЕЦЕНЗИЯ

на проект обучающейся 11 «а» класса МБОУ ФЭЛ №29 г.Пензы Разуваевой

Ольги

по теме «Женщины в бизнесе»

Ольга определила целью своего исследования – определение роли женщины в бизнесе. Результатом проекта стало изучение сведений о истории вопроса о месте женщины в бизнесе, анализ роль женщины в мировом бизнесе и в бизнесе страны, выделение регионального аспекта значения и особенностей роли женщины в бизнесе

Выполненный проект соответствует поставленным целям и задачам. Логика работы над проектом продуманна, культура письменного оформления обеспечивает понимание содержание изложенного материала.

Практическая значимость: данная работа может использоваться в изучении на уроках экономики.

Исследовательская новизна проекта видится в результатах проделанной работы и в сделанных на основе их выводах. Ольга провела социологический опрос на предмет участия женщин в управлении и ведении предпринимательства женщинами, обработала результаты, сделала выводы.

Вывод: исследовательский проект Разуваевой Ольги по теме: «Женщины в бизнесе», отвечает требованиям, предъявляемым к индивидуальному итоговому проекту, и рекомендуется к защите.

РЕЦЕНЗЕНТ

Учитель географии Жигулина Л.А.

/  /