

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
STRATEGINIO VALDYMO IR POLITIKOS FAKULTETAS
VALDYMO TEORIJOS KATEDRA**

KRISTINA ADOMAVIČIŪTĖ

**LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS FORMUOJAMAS
MOTERS VADOVĖS
ĮVAIZDIS IR REALYBĖ**
Magistro baigiamasis darbas

**Darbo vadovas
Doc. dr. Gintaras Aleknonis**

Vilnius, 2009

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
STRATEGINIO VALDYMO IR POLITIKOS FAKULTETAS
VALDYMO TEORIJS KATEDRA

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS FORMUOJAMAS MOTERS
VADOVĖS
ĮVAIZDIS IR REALYBĖ

Programų ir projektų valdymo magistro baigiamasis darbas
Studijų programa 62603S207

Darbo vadovas
Doc. dr. Gintaras Aleknonis
2009 11

Recenzentas

Atliko
VSPmn8-01 gr. stud.
Kristina Adomavičiūtė
2009-11-23

Vilnius, 2009

TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. Moteris – vadovė	11
1.1. Lygių galimybių darbo rinkoje teisinis užtikrinimas.....	11
1.2. Statistinis moters – vadovės portretas.....	12
1.3. Moteris vadovė ir stereotipai.....	19
1.4. Moters galimybės užimti vadovės pareigas Lietuvoje.....	22
1.5. Moteris vadovė ir šeima.....	23
1.6. Moteris vadovė vs vadovas vyras.....	26
1.6.1. Moterų ir vyrų vadovavimo ypatumai krizės metu.....	29
2. Spausdintinėje žiniasklaidoje formuojamas moters - įmonės vadovės įvaizdis.....	30
2.1. Moters – įmonės vadovės įvaizdžio formavimo dienraščio „Lietuvos rytas“ priede „Stilius“ ir savaitiniame žurnale „Veidas“ palyginimas.....	31
2.2. Moters – įmonės vadovės įvaizdžio formavimas oficialių renginių metu.....	37
3. Žiniasklaidos priemonių sukurto įvaizdžio atitikimas realybei.....	45
3.1. Žiniasklaidos formuojamas ir statistiniais duomenimis paremtas vadovės įvaizdis.....	46
3.2. Vadovai ir žiniasklaida.....	48
3.3. Elisabeth Noelle-Neumann „Tylos spiralės“ teorija.....	49
IŠVADOS.....	52
LITERATŪRA.....	55
SANTRAUKA LIETUVIŲ KALBA.....	64
SANTRAUKA ANGLŲ KALBA.....	65
PRIEDAI.....	66

LENTELĖS

1 lentelė. Sėkmingiausios moterų vadovaujamos bendrovės (pagal pajamų augimą, 2008 m.).....	18
2 lentelė. Moteris vadovė ir vyras vadovas.....	27
3 lentelė. Lietuvos moterų ir vyrų darbo vertybės	28
4 lentelė. Žiniasklaidos formuojamas ir statistiniais duomenimis paremtas vadovės įvaizdis.....	47

PAVEIKSLAI

1 ir 2 pav. Lietuvos moterys ir moterys vadovės pagal šeimyninę padėtį.....	14
3 pav. Moterys vadovės pagal vaikų skaičių.....	14
4 ir 5 pav. Moterų vadovių pasiskirstymas pagal šeimyninę padėtį.....	33
6 ir 7 pav. Moterų vadovių pasiskirstymas pagal vaikų skaičių.....	34
8 pav. Moterų pasiskirstymas pagal statusą.....	38
9 pav. Vadovių pasirodymų oficialiuose renginiuose pasiskirstymas.....	39
10 pav. Vadovių pasirodymų oficialiuose renginiuose dažnumas.....	40
11 pav. Moterų vadovių pasiskirstymas pagal sritis.....	42
12 pav. Elisabeth'os Noelle-Neumann Tylos spiralė.....	50

IVADAS

1. Temos aktualumas ir problematika.

Šiuolaikinėje visuomenėje didėja moterų galimybės užimti vadovaujančias pareigas. Nors tai nesenas reiškinys, tačiau yra sukurta pakankama teisės bazė, garantuojanti *de jure* lygias moterų ir vyrų galimybes darbo rinkoje. Deja, moterys siekdamos karjeros vis dar susiduria su daugybe kliūčių (vyraujantys stereotipai, šeimos ir darbo derinimo klausimai, lygių galimybių *de facto* neužtikrinimas ir pan.). Tokiu atveju svarbų vaidmenį atlieka žiniasklaida, kaip tarpininkė tarp vadovų ir visuomenės, daranti įtaką tam tikro vadovės įvaizdžio formavimui. Iš vienos pusės, žiniasklaidos tikslas turėtų būti – objektyviai informuoti visuomenę, nešališkai pateikti informaciją apie tam tikrus įvykius ar asmenis, o iš kitos pusės, žiniasklaida pati savaime yra verslas, kurios didžioji pajamų dalis susijusi su reklamos pardavimu. Dėl to, žiniasklaida dažniausiai atspindi ne visuomenės nuomonę, o tik daro įtaką jos formavimui. Žiniasklaidos pateikiamos informacijos turinys priklauso ne nuo to, kas svarbu visuomenei, bet nuo, kas yra patrauklu visuomenėje ir sulaukia didesnių reitingų. Viena iš tokių sričių yra moters vadovės įvaizdis, kurio formavimas yra savaime labai sudėtingas dėl tam tikrų vyraujančių nuostatų (stereotipų). Taigi, analizuojant Lietuvos spausdintinės žiniasklaidos priemonių formuojamą moters vadovės įvaizdį ir realybę, galima išskirti šias pagrindines problemas:

1. Problemos, su kuriomis susiduria moterys vadovės Lietuvoje apima:
 - 1.1. visuomenėje vyraujančius stereotipus;
 - 1.2. netolygią moterų ir vyrų situaciją darbo rinkoje;
 - 1.3. sudėtingą šeimos ir karjeros derinimą;
 - 1.4. psichologinės priežastis: moterų pasitikėjimo stoka, rizikos ir atsakomybės baime, mažesnius sau keliamus reikalavimus ir kt.
2. Žiniasklaidos priemonės, priklausomai nuo konkrečios skaitytojų auditorijos, žiniasklaidos priemonių savininkų, vadovų ar redaktorių interesų, informacijos interpretavimo konteksto, suformuoja tam tikrą moters vadovės įvaizdį, kuris dažniausiai traktuojamas kaip realus.
3. Nepaisant moterų išsilavinimo ir kvalifikacijos, lygybę darbo rinkoje garantuojančių įstatymų, dėl vyraujančio darbdavių ir visuomenės nusistatymo moterims yra rečiau siūlomos vadovaujančios pareigos.
4. Žiniasklaidos priemonių ir privataus sektoriaus aukščiausių vadovų santykis. Tam tikrų straipsnių publikavimas (pvz., užsakomųjų, palankių straipsnių apie įmonę ar vadovą

2. Temos ištjravimo lygis ir darbo naujumas.

Dauguma mokslinių darbų apie moterų vadovių įvaizdį Lietuvoje didžiaja dalimi yra susiję su lyčių vaidmenimis ir moterų diskriminacija darbo rinkoje, o nuoseklių mokslinių darbų, analizuojančių žiniasklaidos formuojamą moters vadovės įvaizdį, nėra. Tiesa, reiktų pastebėti, kad keletas Lietuvos ir užsienio šalių autorių moters vadovės situaciją yra analizavę įvairiais aspektais.

Išsamiai moterų galimybes kuriant savo verslą nagrinėjo O. G. Rakauskienė. Profesorė nuosekliai išanalizavo moterų verslo kūrimo galimybes, apibūdino lyčių lygių galimybių modelį Švedijos ekonomikoje. Sialesniu aspektu, t.y. aptariat lyčių lygias galimybes ir jų esminius principus, moterų galimybes kuriant savo verslą nagrinėjo V. Kanopienė. Vadovėlyje V. Kanopienė išanalizavo užsiėmimų segregacijos aspektą darbo rinkoje, išskyrė keturis moterų diskriminacijos tipus (atlyginimo, užimtumo, užsiėmimo ir žmogiškojo kapitalo). R. Žukauskienė ir J. Šakalytė savo knygoje „Moterų profesinė karjera“ pateikė nemažai tyrimų, kuriuose atspindėjo asmenines vadovių savybes, moterų laimėjimų ir profesinės motyvacijos priežastis ir pan. Yra ir daugiau Lietuvos autorių, kurie nagrinėjo netolygias moterų ir vyrų galimybes darbo rinkoje, tačiau kaip ir minėta, dauguma iš jų šią temą analizavo remdamiesi lyčių lygių galimybių principu. Pabrėžtina, kad minėtų autorių darbais šiame darbe remiamasi tik ta apimtimi, kiek tai yra susiję su magistro baigiamojo darbo objektu bei dalyku.

Nagrinėjant žiniasklaidos įtaką moters vadovės įvaizdžio formavimui, buvo analizuojamos L. Bielinio, L. Donskio monografijos, kuriose pateikiama kokią įtaką žiniasklaida daro visuomenei, aptiriamas žiniasklaidos ir verslo ryšys, bei visuomenės pateikiamos informacijos atitikimas realybei. Taip pat, buvo nagrinėjami I. Kučinskės straipsnis „Elito įvaizdžio formavimo ypatumai Lietuvos žiniasklaidoje“ ir A. Tereškinas straipsnis „Konfliktinė hegemonija: žiniasklaida ir moterys Lietuvoje ir Europos Sąjungoje“, kuriuose iš dalies atsispindėjo magistro autorės analizuojama tema.

Taip pat, reiktų pažymėti, jog šiame darbe yra skiriama nemažai dėmesio moterų galimybių užimti aukščiausias vadovaujančias pareigas analizei, ko, kaip jau buvo minėta nepaliečia dauguma kitų mokslinių darbų apie moterų vadovių įvaizdį Lietuvoje. Pastarąja tema yra nemažai užsienio autorių mokslinės literatūros. D. L. Wilcox ir kiti bendraautoriai knygoje „Ryšiai su visuomene: strategija ir taktika“ aiškiai apibūdino spausdintinės žiniasklaidos priemonių reikšmę visuomenės informavimo procese bei pastarųjų reikšmę moterims siekiant aukščiausių vadovaujančių pareigų užėmimo. C. R. Frenier savo knygoje „Verslas ir moteriškumo principas: neatrastas lobis“ pateikdama daug pavyzdžių, atskleidė kokią reikšmę turi moters siekimas aukščiausių vadovų pareigų.

Žiniasklaidos daroma įtaka buvo atskleista E. Noelle-Neumann knygoje „The spiral of silence: public opinion – our social skin“ ir W. Lipmann'o knygoje „Public opinion“, kuriose pateikiama stereotipų reikšmė, „Tylos spiralės“ teorija, žiniasklaidos ir visuomenės nuomonės santykis ir kt. Žinoma, darbe nagrinėjama ir daugiau įvairių užsienio autorių straipsnių, kuriuose yra nemažai informacijos apie moteris, siekiančias ar jau pasiekusias aukščiausias vadovaujančias pareigas privačiame sektoriuje, bei kokią įtaką daro žiniasklaida minėtoje situacijoje.

3. Problema.

Kokiu mastu žiniasklaida daro įtaką moterims, siekiančioms aukščiausių vadovo pareigų ir visuomenės nuomonei apie minėtas moteris?

4. Tyrimo dalyko ir objekto nustatymas.

4.1. Tyrimo objektas. Magistro baigiamojo darbo *tyrimo objektas* – moterys, užimančios aukščiausias vadovaujančias pareigas (įmonės vadovės, direktorės, generalinės direktorės, valdybos pirmininkės, savininkės).

4.2 Tyrimo dalykas. Magistro baigiamojo darbo *tyrimo dalykas* – spausdintinės žiniasklaidos priemonės, monografijos, statistiniai ir kiti tyrimai, analizuojantys moters vadovės įvaizdį Lietuvoje.

5. Tyrimo tikslas ir uždaviniai.

5.1 Tyrimo tikslas. Atsižvelgiant į magistro baigiamojo darbo tyrimo objektą ir dalyką, darbo tikslas yra išanalizuoti žiniasklaidos formuojamo moters vadovės įvaizdžio atitikimą realybei.

5.2 Tyrimo uždaviniai. Tam, kad būtų pasiektas tyrimo tikslas, yra iškelti šie uždaviniai:

5.2.1. Išanalizuoti ir įvertinti faktais, tyrimais ir statistiniais duomenimis pagrįstą moters vadovės įvaizdį.

5.2.2. Išanalizuoti ir įvertinti spausdintinės žiniasklaidos priemonių formuojamą moters vadovės įvaizdį.

5.2.3. Palyginti moterį vadovę realybėje ir žiniasklaidos sukurtą moters vadovės įvaizdį.

6. Pagrindinių sąvokų patikslinimas ir interpretacija.

Patikslinamos ir interpretuojamos šios sąvokos:

1. Įvaizdis;
2. Visuomenės informavimo priemonės;

3. Karjera;
4. Lyčių lygybė;
5. Lyčių segregacija;
6. „Stiklinės lubos“;
7. Lyčių vaidmenys.

6.1 Įvaizdis (angl. „*image*“) – išivaizduojamo daikto reginys, vaizdinys, apimantis tokias sąvokas kaip reputacija, prestižas, (geras) vardas.

6.2 Visuomenės informavimo priemonės (angl. „*mass media*“) – knygos, laikraščiai, žurnalai ar kiti leidiniai, televizijos, radijo programos, kino ar kita garso ir vaizdo studijų produkcija ir kitos priemonės, kuriomis platinama informacija¹.

6.3. Karjera (angl. „*career*“) – tai žmogaus kūrybinių pasiekimų kelias, apibūdintas socialiai reikšmingų žmogaus vaidmenų seka (darbo vietos, pareigos) bei mokymosi, profesinės veiklos ir asmeninės saviraiškos rezultatais (apdovanojimai, vardai, moksliniai laipsniai ir pan.).

6.4 Lyčių lygybė (angl. „*sexual equality*“) – vyrų ir moterų lygios teisės ir galimybės.

6.5 Lyčių segregacija darbo rinkoje (angl. „*gender segregation of the labour market*“) – vyrų ir moterų susitelkimas skirtingoje užsiėmimų grupėse (t.y. horizontalioji segregacija), arba, nevienodas pasiskirstymas tose pačiose užsiėmimų grupėse (t.y. vertikalioji segregacija).

6.6 „Stiklinės lubos“ (angl. „*glass ceiling*“) – nematomi dirbtiniai trukdžiai moterų profesinei karjerai.

6.7 Lyčių vaidmenys (angl. „*gender roles*“) – atsižvelgus į kultūrinės tradicijas, socialines ir ekonomines sąlygas, nusistovėję visuomenės lūkesčiai, kaip turi elgtis, mąstyti vyrai ir moterys, koks turi būti darbo pasidalijimas tarp jų.

7. Hipotezės iškėlimas.

Žiniasklaida daro įtaką moterų pasirinkimui nesiekti vadovaujančių pareigų.

8. Tyrimo metodai.

Magistro baigiamajame darbe naudojami teoriniai ir empiriniai metodai siekiant išanalizuoti tyrimo objektą ir dalyką bei pasiekti išsikeltą tikslą ir uždavinius.

¹ Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas // Valstybės Žinios. 2000, Nr. 75-2272.

8.1 Teoriniai tyrimo metodai:

8.1.1. *Duomenų analizės metodas.* Šis metodas naudojamas siekiant išanalizuoti statistinius duomenis ir pateikti moters vadovės statistinį portretą Lietuvoje.

8.1.2. *Lyginimo metodas.* Šis metodas naudojamas analizuojant ir lyginant žiniasklaidos formuojamą moters vadovės įvaizdį ir realų. Taip pat, šis metodas įgalina daryti prielaidą apie žiniasklaidos kuriamą moters vadovės įvaizdį, kartu pasiūlant būdus, kuriais galima būtų keisti realybės neatitinkantį įvaizdį.

8.1.3. *Mokslinės literatūros analizės metodas.* Šis metodas naudojamas mokslinės literatūros, t.y. Lietuvos ir užsienio autorių mokslinių darbų ir įvairių straipsnių, analizei, kadangi darbe siekiama kompleksškumo ir nuoseklumo.

8.1.4. *Apibendrinimo metodas.* Šis metodas naudojamas apibendrinant naudotą literatūrą, gautus empirinius tyrimo duomenis, darant tyrimo išvadas, formuluojant pagrindinius tyrimo ir viso darbo teiginius.

8.2 Empiriniai tyrimo metodai:

8.2.1. *Dokumentų analizės metodas.* Šis metodas taikomas siekiant atskleisti žiniasklaidos formuojamo moters-vadovės įvaizdžio niuansus Lietuvoje, ištiriant straipsnius savaitiniame žurnale „Veidas“ (toliau – „Veidas“) ir savaitiniame dienraščiui „Lietuvos rytas“ priede „Stilius“ (toliau – „Stilius“).

8.2.2. *Kontent – analizės metodas.* Šis metodas taikomas nagrinėjant vaizdinius dokumentus, t. y. moterų vadovių nuotraukas, publikuojamas dienraščiui „Lietuvos rytas“ priede „Stilius“, ir pagal gautos analizės duomenimis vertinant žiniasklaidos formuojamą moters vadovės įvaizdį.

1. MOTERIS – VADOVĖ

Pagal statistinius duomenis, Europos Sąjungos valstybėse įmonės vadovės pareigas užima 32 % moterų ir tik 10 % moterų yra didžiausių įmonių valdybų narės². Dažniausiai moteris neįsivaizduojama kaip vadovė, nes vadovavimas asocijuojamas su lytimi, t.y. tradiciniu dominuojančiu vyro vaidmeniu. Net Olandijoje, kuri laikoma viena iš liberaliausių Europos sąjungos valstybių, atliktas tyrimas parodė, kad nei moterys, nei vyrai nesuvokia moters kaip vadovės ir lyderės. Vyrai ir patys pripažįsta, kad moterims užimti vadovaujančias pareigas yra žymiai sudėtingiau. Aukštas moterų išsilavinimo lygis tiesiogiai neatsispindi darbo rinkoje ir jų einamose pareigose, nes moteris norinti užimti vadovaujančias pareigas turi įgyti ne tik aukštesnį išsilavinimą nei vyrai, bet ir dirbti ženkliai daugiau. Be to, moteris turi daryti pertraukas profesinėje karjeroje (pvz., vaiko priežiūros atostogos), kas dažniausiai trukdo tolesnei moters karjeros perspektyvai. Tokie patys dėsniai vyrauja ir Lietuvoje.

1.1. Lygių galimybių darbo rinkoje teisinis užtikrinimas

Istoriniu aspektu, tik XX a. viduryje pradėtos kelti idėjos apie moterų ir vyrų lygias galimybes darbo rinkoje. Pirmą kartą vienodo atlyginimo už lygios vertės darbą principas buvo įtvirtintas 1951 m. Tarptautinės darbo organizacijos priimtoje Lygaus vyrų ir moterų atlyginimo už lygios vertės darbą konvencijoje.

Praėjus daugiau nei penkiasdešimčiai metų, galima konstatuoti, kad egzistuoja daugybė tarptautinių ir nacionalinių teisės aktų, kurių tikslas – užtikrina vyrų ir moterų vienodas galimybes darbo rinkoje.

Europos Sąjunga ypatingą dėmesį skiria vienodo darbo užmokesčio užtikrinimui, kuris įtvirtinamas įvairiais norminiais teisės aktais, pavyzdžiui, 2006 m. liepos 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/54/EB dėl moterų ir vyrų lygių galimybių ir vienodo požiūrio į moteris ir vyrus užimtumo bei profesinės veiklos srityje principo įgyvendinimo³, Europos Bendrijos steigimo sutartimi (XI antraštinės dalies I skyriaus 141 straipsnis). Europos Bendrijos steigimo sutarties XI antraštinės dalies I skyriaus 141 straipsnio 3 dalyje pažymima, kad Europos Taryba „imasi priemonių užtikrinti, kad būtų

² Moterų ir vyrų darbo užmokesčio skirtumas. Kokios jo priežastys? <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=682&langId=lt> [žiūrėta 2009-09-13].

³ 2006 m. liepos 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/54/EB dėl moterų ir vyrų lygių galimybių ir vienodo požiūrio į moteris ir vyrus užimtumo bei profesinės veiklos srityje principo įgyvendinimo. http://www3.lrs.lt/pls/inter1/dokpaieska.showdoc_l?p_id=53079 [žiūrėta 2009-10-14].

taikomas moterų ir vyrų lygių galimybių ir vienodo požiūrio užimtumo bei profesinės veiklos principas, taip pat vienodo užmokesčio už vienodą arba vienodos vertės darbą principas.⁴ Pažymėtina, kad labai svarbi lygių galimybių darbo rinkoje užtikrinimui yra 2000 m. Nacionalinė Lisabonos strategija⁵ (patvirtinta 2005 m. lapkričio 22 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 1270), kurios tikslas – iki 2010 metų padidinti moterų užimtumą iki 60 % bei įgyvendinant aktyvią darbo rinkos politiką, daug dėmesio skirti lyčių lygybei bei galimybių derinti šeimą ir darbą užtikrinimui.

Lietuvos Respublikos Konstitucijos II skirsnio 29 straipsnio 2 dalyje pažymima, kad „Žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu.“⁶, o III ir IV skirsniai garantuoja teisę į darbą, mokslą ir socialinę apsaugą. Taip pat, 1998 metais buvo priimtas Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymas⁷, kurio II skirsnio 5 straipsnyje reglamentuojamos darbdavio pareigos įgyvendinant lygias moterų ir vyrų teises darbe, įvedant pareigas užtikrinti vienodą darbo užmokestį už tokį pat ar vienodos vertės darbą, vienodas darbo sąlygas, galimybes kelti kvalifikaciją, persikvalifikuoti, įgyti praktinę darbo patirtį. 2003 m. įsigaliojo Lygių galimybių įstatymas⁸, kuriuo, kaip ir aukščiau nurodytu norminiu teisės aktu, siekiama užtikrinti, kad būtų įgyvendintos Lietuvos Respublikos Konstitucijoje įtvirtintos žmonių lygios teisės bei uždrausta bet kokia tiesioginė ir netiesioginė diskriminacija dėl amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, rasės ar etninės priklausomybės, religijos ar įsitikinimų. Taip pat pažymėtina, kad nuosekliam ir kompleksiskam moterų ir vyrų lygybės visose srityse įgyvendinimui Lietuvoje skirta Valstybinė moterų ir vyrų lygių galimybių 2005-2009 metų programa⁹.

Taigi, darytina išvada, kad Lietuvos ir Europos Sąjungos teisinė bazė patikimai užtikrina *de jure* moterų ir vyrų lygias teises darbo rinkoje.

1.2. Statistinis moters – įmonės vadovės portretas

Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau – Statistikos departamentas) duomenimis¹⁰, 2007 metais moterys vadovės Lietuvoje sudarė 38 % (2000 m. – 29,2 %, 2001 m. – 40 %, 2005 – 43 %). Pastebėta tendencija, kad Lietuvoje dauguma moterų, pagal pareigybini

⁴ Europos Bendrijos steigimo sutartis // Valstybės žinios, 2004. Nr. 2-2.

⁵ Nacionalinė Lisabonos strategija. <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/n.lis.pr.-2005-11-22.nr.1270.doc> [žiūrėta 2009-04-13].

⁶ Lietuvos Respublikos Konstitucija. – Vilnius: Teisinės informacijos centras, 2005. – 29 p. – ISBN 9955-557-54-0.

⁷ Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymas. http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=276095 [žiūrėta 2009-10-02].

⁸ Lygių galimybių įstatymas // Valstybės žinios, 2003. Nr. 114-5115 .

⁹ Lyčių lygybė. <http://www.socmin.lt/index.php?-1531590793> [žiūrėta 2009-11-07].

¹⁰ žr. <http://www.stat.gov.lt/lt/>

pasiskirstymą, darbovietėje yra pavaldžios žemesnio arba vienodo išsilavinimo lygio vyrai vadovui. Pagal 2008 metų Lietuvos statistikos metraštį¹¹, Lietuvoje aukštąjį išsilavinimą turinčių moterų skaičius buvo 16,2 % didesnis nei vyrų (moterų – 290000, vyrų – 209000), tačiau vadovaujančias pareigas dvigubai dažniau užima vyrai nei moterys. Dėl to, galima daryti prielaidą, kad išsilavinimo lygis nėra pagrindinis kriterijus, lemiantis didesnes galimybes užimti vadovaujančias pareigas. Nepaisant minėtų aplinkybių, remiantis 2009 m. Tarptautinio vadybos vystymo instituto¹² (*angl. International Institute for Management Development*), esančio Šveicarijoje, duomenimis, Lietuva užima antrą vietą pasaulyje pagal moterų vadovaujančiose pozicijose skaičių.

Norint atskleisti moters – vadovės statistinį portretą, reikalinga remtis Lietuvoje atliktais tokio pobūdžio tyrimais, tačiau tokių tyrimų yra daug, todėl šiame darbe išskirti patys svarbiausi, kurie pateikti žemiau:

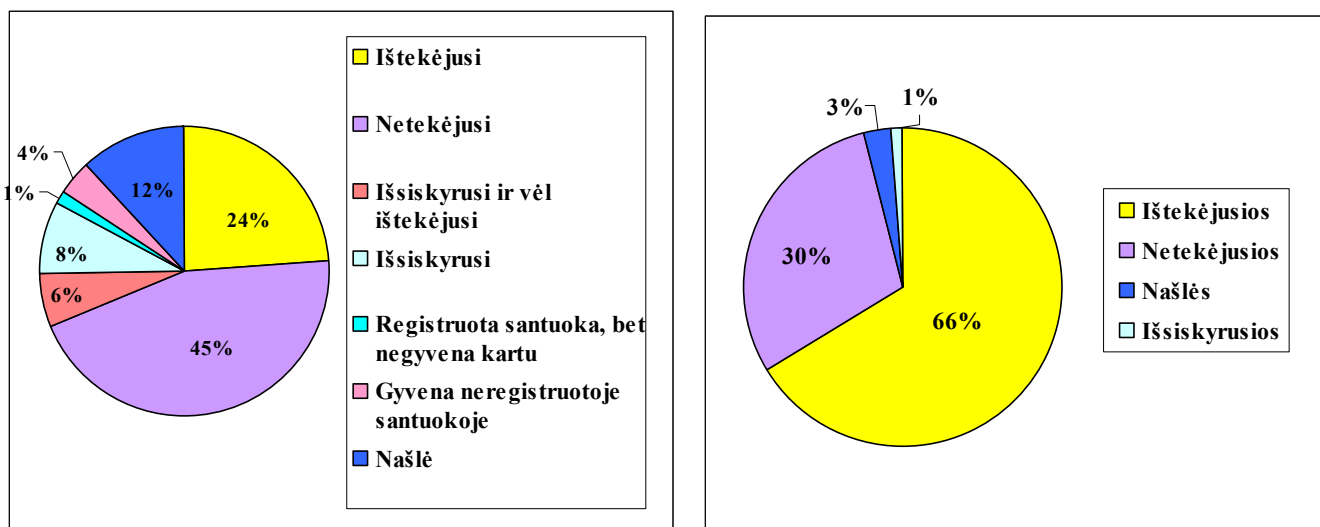
1. 2007 metais, remiantis beveik 5 tūkstančiais žymiausių Lietuvos moterų, moterų vadovių biografijų, įtrauktų į 2007 m. žinyną „Kas yra kas. Lietuvos moterys“¹³, buvo sudarytas statistinis Lietuvos moters – lyderės portretas, kuriame Lietuvos moteris-lyderė apibūdinta kaip 50 metų, ištekėjusi, auginanti du vaikus, vardu Irena. Ji vadovauja visuomeninei organizacijai arba savivaldos institucijai, turi aukštąjį humanitarinės krypties išsilavinimą.

Taip pat, tyrimas parodė, kad Lietuvoje daugiau kaip du trečdaliai moterų, užimančių vadovaujančias pareigas yra ištekėjusios (žr. 2 pav. (dešinėje)). Netekėjusių dalis yra 30 %, o kita dalis yra išsiskyrusios (1 %) ir našlės (apie 3 %).

¹¹ Lietuvos statistikos metraštis. <http://www.stat.gov.lt/lt/> [žiūrėta 2009-06-12].

¹² Naprytė E. Šiuolaikinės verslininkės – drąsios, ryžtingos ir ... moteriškos. <http://www.verslosavaite.lt/index.php/Savaitrastis-Nr.-2-2007-03-13/Siuolaikines-verslininkes-drasios-ryztingos-ir...-moteriskos.html> [žiūrėta 2008-11-23].

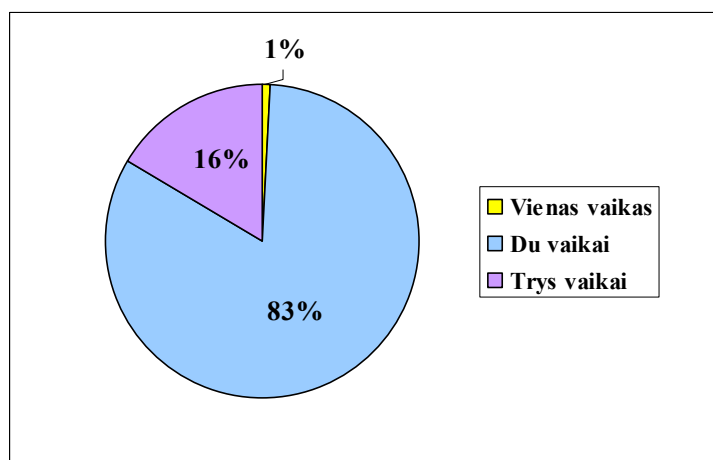
¹³ Moteris lyderė: statistinis portretas. <http://www.delfi.lt/archive/article.php?id=16176818> [žiūrėta 2008-10-19].



1 ir 2 pav. Lietuvos moterys¹⁴ (žr. kairėje) ir moterys vadovės (žr. dešinėje) pagal šeimyninę padėtį

Palyginus moterų vadovių ir Lietuvos moterų šeimyninę padėtį (žr. 1 ir 2 pav.) pastebima, kad daugiausiai yra ištekėjusių ir netekėjusių moterų, tačiau jų skaičius abejais atvejais skiriasi. Pagrindinis skirtumas – beveik pusė Lietuvos moterų yra netekėjusios, o tarp moterų vadovių, atvirkščiai, ištekėjusių moterų skaičius yra didžiausias. Šį dėsningumą gali paaiškinti ta aplinkybė, jog moterų vadovių statistinis amžiaus vidurkis yra 50 metų.

Tarp moterų vadovių beveik 43 % moterų turi po du vaikus, 8,5 % – augina arba užaugino po tris atžalas. Vieną vaiką teturi vos 0,5 % žinomų moterų (žr. 3 pav.).



3 pav. Moterys vadovės pagal vaikų skaičių

¹⁴Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstinis tyrimas ir vertinimas. <http://www.socmin.lt/index.php?1606775163> [žiūrėta 2009-10-27].

2. 2007 metais Europos Parlamente surengtame seminare „1957-2007: Europos Sąjunga ir moterų pasiekimai. Moterys, kuriančios Europos ateitį“¹⁵ buvo apžvelgti pastarųjų 50 metų pasiekimai lyčių lygybės srityje ir padaryta išvada, kad dar liko daug darbo minėtoje srityje, t.y., jog Europos moterys gali dirbti, bet politikos, ekonomikos ir socialinės jėgos aukštumos joms dar nepasiekiamos. Tai patvirtinta 2007 metais atliktas Tarptautinės darbo organizacijos tyrimas, kuriame pateikiama, kad Jungtinėse Amerikos Valstijose moterys užima 45% sprendimo galią turinčių pozicijų – tarp jų įstatymo leidybos, direktorių ir visų verslo kategorijų vadovų, tuo tarpu Europoje šis procentas labai žemas. Jungtinėje Karalystėje tik 33% moterų užima aukštus postus, Švedijoje – 29%, Vokietijoje – 27% ir tik 18% Italijoje. Remiantis tyrimo duomenimis yra konstatuojama, kad tikroji problema gali būti ta, kad Europa (taigi ir Lietuva) nesugeba pakankamai išnaudoti didžiulio moterų darbuotojų potencialo, kurios sudaro daugiau nei pusę visų baigusiujų aukštąjį mokslą.
3. 2008 metais Nacionalinės studentų agentūros įgyvendinamo projekto metu atliktas tyrimas¹⁶ parodė, kad 65 % Lietuvos gyventojų mano, jog moterys yra tokios pat geros vadovės, kaip ir vyrai. „Tačiau respondentų atsakymai skiriasi, priklausomai nuo lyties – vyrai dažniau linkę manyti, kad moteris ir vadovo krėslas yra nesuderinami dalykai. Pastebima, kad vaikinai yra orientuojami į įtaką darančias specialybes bei karjeros siekimą, o merginos – būti empatiškomis ir darbščiomis darbuotojomis.“¹⁷ Be to, yra akivaizdus atlyginimų skirtumas, nes moterų atlyginimai 32 % mažesni nei vyrų, kai įmonėje išdirbama 30 metų. Tyrimas taip pat parodė, kad praktikoje, atsižvelgiant į tam tikras amžiaus grupes, moterų vadovių yra gerokai mažiau negu vyrų:
 - 21-30 metų amžiaus grupėje – 7 %.
 - 51-60 metų amžiaus grupėje – 30 %.
4. Naujausias tyrimas, kurį atliko Moterų informacijos centras, įgyvendindamas Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos finansuojamą projektą „Moterų ir vyrų padėties pokyčių visose srityse išplėstinis tyrimas ir vertinimas“, pagal Valstybinę moterų ir vyrų lygių galimybių 2005

¹⁵ **Budreikaitė D.** Lyčių lygybė: Europa – ne pažadėtoji žemė. <http://www.budreikaite.lt/index.php/pageid/62/articlepage/11> [žiūrėta 2009-01-22].

¹⁶ **Moterys Lietuvoje uždirba mažiau ir šis skirtumas nelinkęs mažėti.** <http://www.viskas.eu/news.php?readmore=1256> [žiūrėta 2009-09-27].

¹⁷ **Moterys Lietuvoje uždirba mažiau ir šis skirtumas nelinkęs mažėti.** <http://www.viskas.eu/news.php?readmore=1256> [žiūrėta 2009-09-27].

¹⁸ (toliau – Moterų ir vyrų padėties pokyčių visose srityse išplėstinis tyrimas ir vertinimas), patvirtino aukščiau apibūdinto tyrimo išvadą, kad vadovių moterų Lietuvoje yra mažiau nei vadovų vyrų. Be to, šiame tyrime aiškiai atsispindėjo, kad moterų ir vyrų požiūris į lygiateisiškumą darbo rinkoje skiriasi iš esmės. 2009 metais 52% vyrų teikia pirmenybę vyrams darbo rinkoje, tuo tarpu tokios nuomonės 2009 metais moterų beliko 16%, nors 1994 metais tokios nuomonės laikėsi net 54 % moterų.

5. 2009 metais Pasaulio ekonomikos forumo duomenis¹⁹, Lietuva tarp 134 vertintų valstybių užima:

- 18 vietą pagal lyčių lygybės užtikrinimą ekonomikos srityje.
- 11 vietą pagal lygybę darbo jėgos atžvilgiu.
- 88 vietą pagal algos dydį, tenkantį vyrams ir moterims už vienodą darbą.

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus Pasaulio ekonomikos forumo duomenis, 2009 metais Lietuva užima 30 vietą tarp 134 vertintų valstybių (2008 metais – 23 vieta, 2007 metais – 14 vieta) pagal moterų ir vyrų lygybę darbo rinkoje. Remiantis procentiniu vertinimu (100 % reiškia lygybę, o 0 % reiškia diskriminaciją), 2009 metais Lietuva buvo įvertinta 71,8 % (2008 metais buvo 72,2 %, 2007 metais – 72,3 %).

Taigi, galima konstatuoti, kad Lietuvoje lygių galimybių situacija blogėja. Nors Lietuva užima 11 vietą pagal lygybę darbo jėgos atžvilgiu, tačiau blogiausia situacija yra pagal algos dydį, tenkantį vyrams ir moterims už vienodą darbą.

Taip pat, reiktų pabrėžti, kad buvo atlikta (pvz., „Moterų verslo konkurencingumo didinimas probleminėse Lietuvos teritorijose“ pagal ES Bendrojo programavimo dokumento 2.3. priemonę „Socialinės atskirties prevencija ir socialinė integracija“²⁰) nagrinėjant asmenines savybes, kuriomis pasižymi Lietuvos moterys vadovės. Žemiau pateiktos tokiuose tyrimuose atsispindinčios moterų-vadovių asmeninės savybės:

- Moterys vadovavimą sieja ne su pinigais, o su aukštesnių tikslų siekimu.
- Puikiai bendrauja su žmonėmis.
- Sugeba atremti visus „gyvenimo smūgius“.
- Puikiai susidoroja su nesėkmėmis ir iš jų pasimoko.

¹⁸ **Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstinis tyrimas ir vertinimas.** <http://www.socmin.lt/index.php?1606775163> [žiūrėta 2009-10-27].

¹⁹ **Lyčių lygybė Lietuvoje.** <http://gyvenimas.delfi.lt/career/lyciu-lygybe-lietuvoje.d?id=25125229> [žiūrėta 2009-10-27].

²⁰ **Rakauskienė O. G. ir kt.** Moterų verslo konkurencingumo didinimas: monografija. – Vilnius: MRU Leidybos centras. 2007. – 12-263 p. – ISBN 978-9955-801-00-9.

- Pasižymi atkaklumu, užsispyrimu, kantrybe.
- Joms būdingas tvirtas tikėjimas tais veiksmais, kuriuos atlieka.

Pastebėtina, kad aukščiau yra nurodyti tik patys svarbiausi tyrimai, tačiau esama ir kitų, pakankamai svarbių tyrimų (pvz., Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės ir Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos atliktas mažų ir vidutinių įmonių verslo sąlygų tyrimas²¹ ir kt.), kurie parodė, kad Lietuva yra viena iš labiausiai segreguotų Europos Sąjungos valstybių, nes joje ypač būdinga horizontali darbo rinkos segregacija, kai moterys telkiasi vienose ekonomikos srityse, vyrai – kitose. Pagal tyrimus, moterys dažniausiai telkiasi šiose srityse: siuvimas, plaukų kirpimas, grožio salonai, maži restoranai ir kavinės, privatūs odontologijos ir kitų sričių gydytojų kabinetai, sporto klubai. Pabrėžtina, kad 2008 metų sėkmingiausių moterų vadovaujamų bendrovių dešimtukas (lentelė Nr. 1) iš dalies paneigia aukščiau nurodytą faktą, nes jame atsispindi, kad moterys Lietuvoje telkiasi ne tik „moteriškoms“ vadinamose srityse (pvz., duonos ir pyrago gaminių gamyba ir prekyba, kosmetologijos, medicinos sveikatinimo paslaugos, parfumerijos prekyba ir pan.), bet ir vadinamose „vyriškose“, tokiose kaip naftos produktų gamyba, automobilių prekyba, nuoma ir lizingas, stiklo konstrukcijų, langų ir durų prekyba.

²¹ **Naprytė E.** Šiuolaikinės verslininkės – drąsios, ryžtingos ir ... moteriškos. <http://www.verslosavaite.lt/index.php/Savaitrastis-Nr.-2-2007-03-13/Siuolaikines-verslininkes-drasios-ryztingos-ir...-moteriskos.html> [žiūrėta 2008-11-23].

Lentelė Nr. 1. Sėkmingiausios moterų vadovaujamos bendrovės (pagal pajamų augimą, 2008 m.)

Nr.	Bendrovė	Pardavimo pokytis 2008-2007 m., %	Pardavimo pajamos 2008 m., tūkst. Lt	Ikimokestinis pelnas 2008 m., tūkst. Lt	Pagrindinė veikla	Vadovas
1.	„Camelia vaistinės“	45,18	380.800	n.d.	Vaistinių tinklas	Aušra Burikienė, direktorė
2.	„Biovela“	41,66	499.244	9.608	Mėsos ir jos produktų gamyba	Birutė Kančiauskienė, generalinė direktorė
3.	„Litideal“	34,94	18.509	n.d.	Automobilių nuoma ir lizingas	Daiva Kryžanovskienė, direktorė
4.	„Baltic Petroleum“	26,80	200.645	13.364	Naftos produktų prekyba	Ona Šatochina, generalinė direktorė
5.	Grožio terapijos ir chirurgijos klinika	19,67	15.924	4.47	Kosmetologijos, medicinos, sveikatinimo paslaugos	Rasa Marcinkevičienė, generalinė direktorė
6.	„Javinė“	18,05	14.807	n.d.	Duonos ir pyrago gaminiai	Vitalija Freitakaitė, direktorė
7.	„Kраста Auto“	10,70	96.527	n.d.	Automobilių prekyba	Asta Bagdonavičienė, direktorė
8.	„Papyrus Lietuva“	9,14	70.916	967	Popieriaus didmeninė prekyba	Vilija Rugieniūtė, generalinė direktorė
9.	Jotrungė“	6,17	22.624	1.239	Mažmeninė prekyba	Irena Skebienė, generalinė direktorė
10.	„Glaskek langai“	4,03	12.525	n.d.	Stiklo konstrukcijos, langai, durys	Asta Misevičienė, direktorė
11.	„Avon Cosmetics“	3,38	81.262	8.676	Kosmetikos, parfumerijos prekyba	Alicija Skreta, generalinė direktorė

Šaltinis: dienraštis „Verslo žinios“.

Taip pat pažymėtina, kad Lietuvoje daugėja drąsių ir profesinės karjeros siekiančių moterų. Sėkmingiausių 2008 m. bendrovių vadovių²² penketukas patvirtina, kad moterys sugeba vadovauti net ir didelėms įmonėms (pvz., UAB „Vilniaus prekyba“):

- Diana Dominienė, UAB „Vilniaus prekyba“ vadovė (pardavimo pajamos 2008 m. I-III ketv. – 4.372.818 Lt, 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu – 6.830.769 Lt).

²² **Sidaraitė L.** Sunkmetis padeda sužibėti moterims. <http://manokarjera.cv.lt/Default4.aspx?ArticleID=e288d7f3-e01a-4b42-94a2-6a2055e8c383> [žiūrėta 2009-03-25].

- Regina Sajinė, įmonių grupės „Tikras kelias“ vadovė (pardavimo pajamos 2008 m. I-III ketv. – 393.375 Lt, 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu – 148.912 Lt).
- Aušra Žemaitienė, UAB „Mars Lietuva“ vadovė (pardavimo pajamos 2008 m. I-III ketv. – 351.780 Lt, 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu – 368.467 Lt).
- Irena Keblerienė, AB „Kauno tiekimas“ vadovė (pardavimo pajamos 2008 m. I-III ketv. – 340.063 Lt, 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu – 299.900 Lt)
- Žaneta Venskavičienė, įmonių grupės „Camelia vaistinės“ vadovė (pardavimo pajamos 2008 m. I-III ketv. – 267.961 Lt, 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu – 167.364 Lt).

Apibendrinant galima pastebėti, kad moterims Lietuvoje sudarytos pakankamai geros sąlygos karjeros siekimui. Lietuvos statistinė moteris-vadovė yra ištekėjusi (apie du trečdalius), turi du vaikus (43 %), kas paneigia visuomenės nuomonę, kad dažniausiai vadovaujančias pareigas užimanti moteris yra netekėjusi ir neturi vaikų. Vadovė apibūdinama kaip pasitikinti savimi, pasižyminti užsispyrimu, atkaklumu, nebijanti nesėkmių. Taip pat pažymėtina, kad Lietuvoje, kaip ir kitose pasaulio šalyse, moterys uždirba mažiau negu vyrai ir turi beveik du kartus mažesnes galimybes užimti vadovaujančias pareigas. Tačiau moterų situacija gerėja, nes daugėja moterų valdančių dideles įmones, kas įrodo, kad moterys daug dirbdamos gali įveikti aštrią konkurenciją ir užimti vadovaujančias pareigas net „vyriškomis“ vadinamose srityse.

1.3. Moteris vadovė ir stereotipai

Terminą „stereotipas“ pirmasis 1922 metais pavartojo Jungtinių Amerikos Valstijų žurnalistikos klasikas Walter'is Lippmann'as. „Stereotipas (gr. stereos – erdvinis, pirmoji sudurtinių žodžių dalis, rodanti jo sąsają su pastovumu, tolygumu; gr. typos – atspaudas, pavyzdys, asmuo, turintis bruožų, būdingų kuriai nors etninei, profesinei ar kitokiai žmonių grupei) – visuomenės sąmonėje funkcionuojantis supaprastintas, schematizuotas, emociškai nuspalvintas kokio nors objekto vaizdinys.“²³ „Pasak autoriaus [aut. past. Walter'io Lippmann'o], stereotipo populiarumą ir gajumą lemia tai, kad jis keletu paprastų žodžių nusako sudėtingus socialinius objektus ir jų ryšius.“²⁴

Stereotipai formuojasi šeimoje, darbovietėje, yra skleidžiami žiniasklaidos priemonių. Tai viena iš pagrindinių priežasčių, darančių įtaką moterų karjeros siekimui ir norui užimti vadovaujančias pareigas.

²³ Čereška B. Reklama: teorija ir praktika. – Vilnius: Homo Liber, 2004. – 118 p. – ISBN 9955-449-75-6.

²⁴ Lippman W. Public opinion <http://www.gutenberg.org/dirs/etext04/pbpnn10.txt> [žiūrėta 2009-10-02].

„Šie stereotipai teigia, kad moterų ir vyrų padėties visuomenėje skirtumai yra natūralūs ir prigimtiniai“²⁵ ir lemia, kad moterys tampa ne tokios pageidaujamos darbo rinkoje, joms sunkiau gauti gerai mokamą darbą, yra apribotos jų karjeros perspektyvos. Stereotipai gali paveikti moterų ir vyrų išsilavinimo bei darbo pasirinkimą, taip sukurdami pagal lytį susiskaidžiusią darbo rinką. „Stereotipai daro poveikį nevienodam moterų ir vyrų darbo laiko, pajamų ir šeiminių įsipareigojimų pasidalijimui; taip pat jie kliudo moterims siekti karjeros ir eiti atsakingas pareigas.“²⁶

Be to, „sklandantys stereotipai formuoja išpūdį, kad moters laimėjimus profesinėje srityje riboja jų menki fiziniai, emociniai ir taktiniai gebėjimai, žemas pasitikėjimas savimi, sėkmės baimė, menki organizacinio darbo ir sprendimų priėmimo gebėjimai, žemas motyvacijos lygis, priklausomybės poreikis, menkas verslo organizavimo normų išmanymas ir žemas verslo kultūros lygis.“²⁷. Sociologiniai tyrimai atskleidė penkis ryškiausias stereotipus:

- vyras geriau nei moteris sugeba vadovauti, būti lyderiu;
- vyras protingesnis už moterį;
- karjera – vyrų prerogatyva;
- verslas – ne moters reikalas;
- vadovo lytis turi įtakos vadovavimo stiliui.²⁸

Daugelyje šalių vyrauja patriarchalinis modelis, pagal kurį karjeros siekimas ir šeimos finansinis aprūpinimas yra vyro pareiga, o moters pareigos susijusios išskirtinai su šeima. Būtent stereotipai vadovų pasaulį įvardiją kaip vyrišką, o moterims „[...] sunku būti naujoku, mėginančiu prasiskinti kelią priešiška nusiteikusiame ar bent jau nepatikliame visuomenėje.“²⁹ O. G. Rakauskienė (2007) išskyrė dvi pagrindines darbdavių nuomones:

1. Moterų darbo jėga yra ne tokia „naudinga“ ir reikalauja didesnių sąnaudų. Šis stereotipas susijęs su socialinėmis garantijomis ir lengvatomis, kurias gauna dirbančios moterys.
2. Profesijų skirstymas į „moteriškas“ ir „vyriškas“ (t. y. horizontali segregacija darbo rinkoje).

²⁵ Rakauskienė O. G. Lietuvos ekonominė ir socialinė sanglauda // Lietuvos ekonomika Europoje ir globalioje erdvėje: straipsnių rinkinys. - Vilnius : Ekonominų tyrimų centras, 2007. – 119 p. – ISBN 978-9955-9838-4-2.

²⁶ Moterų ir vyrų lygybė – 2009. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52009DC0077:LT:NOT> [žiūrėta 2009-10-11].

²⁷ Žardeckaitė-Matulaitienė K. Kodėl nuvertinamas moters darbas? <http://www.verslosavaite.lt/index.php/Verslas-ir-ekonomika/Kodel-nuvertinamas-moters-darbas-komentaras.html> [žiūrėta 2009-10-07].

²⁸ Kaip pramušti „stiklines lubas“? http://www.cvmarket.lt/career.php?menu=2&lastmenu=227&text_id=728&career_style=0 [žiūrėta 2009-07-14].

²⁹ Beauvoir S. de. Antroji lytis. – Vilnius: Pradai. 1996. – 780 p. – ISBN 9986-405-92-0.

Be aukščiau išvardintų darbdavių nuomonių, organizacijų psichologė L. Vaičaitytė išskyrė veiksnius³⁰, darančius įtaką moterims, siekiančioms užimti vadovaujančias pareigas:

1. Kultūriniai veiksniai, kurie dažniausiai suprantami kaip natūralūs požiūriai, vertybės ir elgesio normos. Mokslinėje terminologijoje jie vadinami kolektyvine sąmone (autorius C. G. Jung'as), stereotipais bei „proto vabalais“ (angl. „mindbugs“). Būtent šie veiksniai lemia, kad sąvokos „moteris“ ir „vadovavimas“ atrodo nesuderinamos, tarsi vienas kitam prieštaraujantys reiškiniai. Organizacijų analitikai K. Escher, P. Heim, D. Hellriegel tai vadina suvokimo klaida.

2. Įvaizdžio formavimas (kitaip vadinama socialinio įrėminimo teorija (angl. „social framing theory“). Televizijos, radijo, interneto ir kitų visuomenės informavimo priemonių reklamos formuoja seksualizuotą moters įvaizdį, vaizduoja ją kaip pagalbininkę. Tuo tarpu vyrai dažniausiai vaizduojami protingi, talentingi, šaunūs, siekiantys karjeros.

3. Organizaciniai veiksniai:

a) Istoriskai susiklostė, kad organizacijoms vadovauja vyrai, kurie daro įtaką kitų vyrų protegavimui.

b) Statistinė diskriminacija - tai reiškinys, kai darbdavys bando nuspėti būsimo darbuotojo produktyvumą. Jei pareigas siekia užimti jauna moteris, darbdavys galvoja, kad ji mažiausiai du kartus ims vaiko priežiūros atostogas, kurių trukmė iki ketverių metų. Dėl šios priežasties darbdavys linkęs į darbą priimti vyrą. Deja, ši tendencija galioja ir vyresnio amžiaus moterims.

4. Psichologiniai veiksniai:

a) Daugumoje organizacijų vyrauja konkuravimo kultūra, tačiau moterims yra daug svarbiau bendradarbiavimas ir geri santykiai su kolegomis.

b) „Žaidimo taisyklių“ (pvz., politiniai žingsniai, neformalūs kontaktai, draugiškas elgesys su vadovais) išmanymas, kuris dažniausiai būdingas vyrams. Viena iš esminių nerašytų taisyklių yra gauti pripažinimą, t.y. pasiekimų ir pergalių reklamavimas.

c) Moterys daro klaidą manydamos, kad jeigu jos profesionaliai atliks savo darbą, rezultatus pastebės ir vadovai. Tačiau šiuo atveju patartina vadovams išreikšti savo ambicijas dėl tolesnės karjeros.

Aptariant aukščiau išvardintus aspektus, pažymima, lyčių stereotipai yra kultūriniai ir socialiniai požiūriai į tai, kas tradiciškai laikoma „vyriškais“ arba „moteriškais“ vaidmenimis ar funkcijomis.

³⁰ **Vaičaitytė L.** Aš moteris ir noriu vadovauti! http://www.alfa.lt/straipsnis/10272658/?As.moteris.ir.noriu.vadovauti.=2009-05-24_14-05 [žiūrėta 2009-07-14].

„Stereotipai iššaknyja kultūros nuostatose ir yra sunkiai suardomi netgi tuomet, kai stipriai iškreipia tikrovę.“³¹

Tačiau visuomenė keičiasi, o su ja keičiasi ir nuostatos, tradicijos, vaidmenys. Lietuvos verslininkės D. Stachura teigimu: „Visos nuomonės turi teisę egzistuoti! Geriausia reakcija yra darbais ir poelgiais parodyti, kas esi ir ko esi verta, o ne kautis su vėjo malūnais įtikinėjant, kad nesame silpnoji lytis. Nes esame! Versle, kaip ir kitose srityse, viską parodo rezultatai ir atsiskleidžia ne prigimtis, bet asmenybė“.³² Tik savo sėkmingos karjeros pavyzdžiais, moteris gali pakeisti visuomenės stereotipus.

Pabaigoje reikėtų pastebėti, kad žiniasklaida daro didelę įtaką kovojant su lyčių stereotipais, nes gali visuomenei realiai parodyti moterų ir vyrų sugebėjimus bei jų potencialą, vengiant įžeidžiančio ir žeminančio perteikimo. Deja, realybė atspindi, kad dažnai žiniasklaida ne tik skleidžia, bet ir sustiprina visuomenėje egzistuojančius stereotipus.

1.4. Moters galimybės užimti vadovės pareigas

Moterys, siekdamos aukščiausių vadovujančių pareigų susiduria su įvairiomis kliūtimis, tačiau kas gali paneigti, kad ir vyrai nesusiduria su panašiomis kliūtimis. Kiekvienas asmuo, nesvarbu ar vyras, ar moteris, norėdamas užimti vadovo pareigas turi įdėti daug darbo ir įrodyti, kad yra geresnis už kitus. Tačiau, kyla klausimas, kodėl labiau nei vyrai išsilavinusios Lietuvos moterys, beveik du kartus rečiau užima vadovujančias pareigas. Išskirtinos tokios minėto fakto priežastys:

1. Šeimos ir karjeros derinimas. Profesorė habil.dr. O. G. Rakauskienė (2007) teigia, kad *moterų darbo jėga apkrauta socialinių veiksmų visuma – moteris gimdo, gauna mokamas atostogas, jai būtina socialinė parama ir paslaugos. Toks darbuotojas nereikalingas verslui, rinkai, darbdaviui. Darbdavys nesuinteresuotas priimti į darbą moterį. Tokia darbuotoja apsunkena darbo organizavimą ir įmonės veiklą, nes jai reikalingos papildomos išlaidos, didėja produkcijos savikaina.*

Reikia sutikti su profesorės nuomone, nes moteris turi daryti pertraukas karjeroje dėl vaikų gimdymo ir auginimo, senyvo amžiaus šeimos narių globos, tačiau, kita vertus, atsiranda vis daugiau moterų kurios sugeba derinti pareigas šeimoje ir darbe.

2. „Stiklinių lubų“ fenomenas, t. y. nematomų, dirbtinų barjerų, trukdančių moteriai užimti vadovujančias pareigas, buvimas. Šis fenomenas susijęs su moterų ir vyrų skirtingomis galimybėmis užimti tam tikras pareigas, nevienodu prieinamumu prie ekonominių išteklių,

³¹ Giddens A. Sociologija. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2006. – 241 p. - ISBN 9986-850-54-1.

³² Žuolytė J. Verslo moteris nebijo būti silpna.

http://www.posh.lt/Zmones/DanguoleStachura/&Language=lt_LTquery=knygaquery=Jasaityt%C4%97query=stilius& [žiūrėta 2009-04-17].

3. Įsisenėjęs visuomenės požiūris (stereotipas), kad geriausi vadovai yra vyrai. Dėl to šios priežasties moterys perpranta vyriško vadovavimo stilių ir „žaidimo taisyklių“ subtilybes.
4. Neigiamas moterų požiūris į moteris vadoves, nes didžiajai daugumai moterų yra geriau, kai vadovas yra vyras. Net moterys vadovės nenori padėti kitoms moterims užimti vadovaujančias pareigas.
5. Per mažos moterų pastangos ar nenoras prisiimti atsakomybę. Moterys pasiekia tam tikrą poziciją ir nesiekia tolesnės karjeros, manydamos kad tai jau yra aukščiausias laiptelis, nors kai kuriais atvejais joms yra sudaromos sąlygos arba net siūlomos aukštesnės vadovaujančios pareigos.
6. Išankstinis darbdavių nusistatymas moterų atžvilgiu, t.y. kad į vadovo pareigas gali būti skiriami tik vyrai.

Be aukščiau išvardintų priežasčių, reikia pažymėti, kad užėmusi vadovaujančias pareigas, moteris turi įgauti pavaldinių pasitikėjimą, nes į moteris vadoves dažniausiai žiūrima įtariai. Net ir tapusi vadove, moteris turi nuolatos tobulėti ir įrodinėti savo kompetenciją, kai tokiu pačiu atveju vyrams to daryti nereikia. Žinoma, moterų galimybės užimti vadovaujančias pareigas neapsiriboja tik neigiamais veiksniais, nes moterų situacija profesinės karjeros atžvilgiu kinta. Joms vis dažniau suteikiamos galimybės užimti vadovaujančias pareigas. Darbdaviai, rinkdamiesi darbuotojus į atsakingas (aukščiausias vadovaujančias) pareigas, vis dažniau atsižvelgia ne į asmens lytį, o į jo išsilavinimą, kompetenciją, darbinę patirtį.

1.5. Moteris vadovė ir šeima

Prieš pradėdant analizuoti moters karjeros ir šeimos derinimo aspektą, aptartina jo padėtis užsienio valstybėse, dėl to išskiriami modeliai, kurie analizuoja moterų galimybes darbo rinkoje. Korpi išskiria tris idealius lyčių politikos modelius³³:

1. Bendros paramos šeimai modelis (Belgija, Prancūzija, Vokietija, Austrija, Olandija), kuriame pabrėžiamas tradicinis darbo pasidalijimas tiek visuomenėje, tiek šeimoje. Šis modelis iš dalies

³³ **Jančaitytė R.** Šeimos politika socialinės gerovės valstybėse. http://images.katalogas.lt/maleidykla/fil44/Fil057_063.pdf [žiūrėta 2009-08-14].

2. Dviejų darbo užmokesčių modelis (Švedija, Norvegija, Suomija, Danija), kuriame moterys skatinamos dalyvauti darbo rinkoje, persikirstant priežiūros našta visuomenėje ir šeimoje. Būdinga: moterų išsilaisvinimas iš nemokamo darbo šeimoje ir galimybės dalyvauti darbo rinkoje bei siekti karjeros.
3. Orientuoto į rinką modelis (Australija, Kanada, Naujoji Zelandija, Jungtinė Karalystė, Jungtinės Amerikos Valstijos, Japonija, Šveicarija), kuriam būdinga individų pasiklojimas rinka, turimais ištekliais ir šeimos santykiais. Būdinga: aukštas moterų užimtumo lygis, tačiau dėl šeimos (pvz., vaikų auginimo) moterys turi nutraukti savo profesinę karjerą.

Lietuva priskirtina prie bendros paramos šeimai modelio, nes vis dar vyrauja patriarchalinis šeimos modelis, kuris orientuotas į vyrą – šeimos maitintoją, o ne į du lygiateisius maitintojus – vyrą ir moterį.

2006 m. atliktas darbdavių tyrimas³⁴ parodo, kad 60 % Lietuvos gyventojų, tiek vyrų, tiek moterų, patiria nuolatinį stresą bandydami suderinti profesinį ir šeimos gyvenimą. Moterys beveik penkis kartus dažniau nei vyrai dėl su vaikų auginimu ir priežiūra, namų ruošia susijusių problemų turėjo pasirinkti dirbti mažiau darbo valandų, atsisakyti karjeros galimybių ar net pakeisti darbą bei patirti nuolatinį fizinį ir psichologinį stresą darbe, apriboti aktyvų dalyvavimą visuomenės gyvenime ir politikoje.

Dėl to, svarbiausia moterų karjeros kliūtimi įvardijama šeima, nes moteris turi daryti pertraukas profesinėje karjeroje gimus vaikams, juos auginant, prireikus rūpintis senyvo amžiaus šeimos nariais (tėvais, seneliais ar kitais giminaičiais). Šios pertraukos daro įtaką tolesnei karjerai, ypač grįžus iš vaiko priežiūros atostogų, kai iš dalies prarandama kompetencija, būna pasikeitimų organizacijos struktūroje, tenka grįžti į žemesnes pareigas. Be to, „nepaisant lyčių lygybės pasiekimų išsilavinimo srityje ir darbo rinkoje, moterų užimtumo galimybes vis dar riboja tai, jog trūksta sąlygų, leidžiančių darbą derinti su šeimos funkcijomis, moterims tenka nepropocingai didelė, lyginant su vyrais, atsakomybės dalis už namų ruošą ir vaikų ugdymą.“³⁵

Kita problema susijusi su tuo, kad retai aukštesnės pareigos siūlomos moteriai, auginančiai mažamečius vaikus, dėl to moteris priversta rinktis mažiau patrauklų darbą, kur nėra didelės konkurencijos ir, žinoma, didelių perspektyvų. Tačiau „besikeičiantis lyčių santykis profesinio užimtumo

³⁴ **Darbo ir šeimos derinimo modelio metmenys.** http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/sadm/teises_aktai/4_priemone/Darbo_ir_seimos_derinimo_modelis.doc [žiūrėta 2009-10-24].

³⁵ **Stankūnienė V.** Šeima, vaikai, šeimos politika : modernėjimo prieštaros. – Vilnius: Socialinių tyrimų institutas. 2005. – 29 p. – ISBN 9955-531-20-7.

sferoje ir išaugęs šeimų, paremtų dviejų šeimos maitintojų modeliu, skaičius rodo bendras pokyčių, vykstančių Europos šeimose, darbo rinkoje [...], tendencijas.³⁶

Pabrėžtina, kad visus aukščiau pateiktus faktus paneigia Lietuvos aukščiausio lygio vadovės, kurios teigia, kad įmanoma derinti darbą su šeima. ŽŪB „Nematekas“ (2008-01-02 duomenimis įmonės metinė apyvarta buvo virš 100.000.000 Lt, įmonėje dirba virš 500 asmenų (2009-04-01 duomenys)) direktorė E. Vaicekauskienė ne tik vadovauja didelei įmonei, bet ir augina 5 vaikus. Verslininkė Liudmila Norkaitienė, kuriai priklauso II „Lanmeta“ (2007-01-01 duomenimis įmonės apyvarta sudarė nuo 100.000 Lt iki 200.000 Lt, įmonėje dirba nuo 9 asmenų (2009-04-01 duomenys)) teigia, kad jai puikiai pavyksta suderinti „[...] aktyvią darbinę veiklą ir savo vaikų poreikius“³⁷, nes gali laisvai derinti savo darbo grafiką, dėl to turi galimybę papietauti su vaikais namuose, nuvežti į būrelius, dalyvauti jų koncertuose ar renginiuose, kurie vyksta darbo metu. UAB „Kaleva Travel“ (2008-01-02 duomenimis įmonės apyvarta nuo 500.000 Lt iki 1.000.000 Lt, įmonėje dirba 19 asmenų (2009-04-01 duomenys)) vadovė Rasa Barisienė tvirtina, kad jai labai svarbi šeima, ji neslepia, kad derinti šeimos rūpesčius su aktyviu darbu nelengva, tačiau kol kas sekasi puikiai. Vadovė atskleidžia paslaptį: tiesiog reikia nustatyti prioritetus – tuomet darbo ir šeimos reikalus derinti kur kas lengviau. Verslininkė sako, kad darbas turi suteikti galimybę realizuoti save, tobulėti, suteikti pasitikėjimo ir stabilumo.³⁸

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktą informaciją, moterys savirealizaciją supranta kaip šeimos ir profesinės karjeros derinimą. „Moters tapatinimas su namų sfera yra demistifikuotas ir nebelaikomas natūraliu, o vyras nebėra taip griežtai asocijuojamas su vyro – šeimos maitintojo vaidmeniu.“³⁹ Net 2009 metais Moterų informacijos centro atliktu „Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstiniu tyrimu ir vertinimu“⁴⁰, tiek moterims, tiek vyrams šeima ir darbas yra pagrindinės gyvenimo vertybės. Moterims šeima šiek tiek svarbesnė už darbą visuose amžiaus tarpsniuose, o vyrams šių gyvenimo sričių svarba konkuruoja tarpusavyje. Kuo aukštesnis moterų ir vyrų išsimokslinimas, tuo labiau jie vertina ir šeimą, ir darbą. Pastebėtina, kad „vyrai prisiima vis didesnę atsakomybę už namų ruošos darbus ir vaikų auklėjimą – nors ir akivaizdu, kad tai prasidėjo neseniai, dėl to moterys vis dar prisiima didžiausią atsakomybę už namų ruošos darbus ir vaikų auklėjimą dalį.“⁴¹

³⁶ **Arnlaug L.** Dirbantys tėvai ir socialinės gerovės valstybė: kintanti šeima ir politikos reforma Skandinavijoje. - Vilnius: Eugrimas : Lygių galimybių plėtros centras. 2006. – 15 p. – ISBN 9955-682-46-9.

³⁷ **Ar sunku moteriai verslininkei?** <http://www.lygus.lt/daromversla/naujienos.php> [žiūrėta 2008-12-03].

³⁸ **Laurinėnaitė J.** Moterys ima viršų // Veidas, 2008, sausio 14 d., Nr. 2, p. 28-33.

³⁹ **Arnlaug L.** Dirbantys tėvai ir socialinės gerovės valstybė: kintanti šeima ir politikos reforma Skandinavijoje. - Vilnius: Eugrimas : Lygių galimybių plėtros centras. 2006. – 15 p. – ISBN 9955-682-46-9

⁴⁰ **Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstinis tyrimas ir vertinimas.** <http://www.socmin.lt/index.php?1606775163> [žiūrėta 2009-10-27].

⁴¹ **Stankūnienė V.** Šeima, vaikai, šeimos politika : modernėjimo prieštara. – Vilnius: Socialinių tyrimų institutas. 2005. – 29 p. – ISBN 9955-531-20-7.

Taigi, galima daryti išvada, kad šiuolaikinei moteriai svarbu ir šeima, ir profesinė karjera, tačiau žiniasklaidoje moters įvaizdis grindžiamas karjeros ir šeimos priešprieša. Iš vienos pusės, šeima neturi tapti moters karjera bei jos visuomeninį ir ekonominį potencialą ribojančia aplinkybe. Iš kitos pusės, darbo ir šeimos derinimas yra sudėtingas dėl nuolatos patiriamo streso, ribotų karjeros galimybių, trumpesnių darbo valandų.

1.6. Vadovė moteris vs. vadovas vyras

Moterų socialinis ir ekonominis statusas nuo seno buvo pripažįstamas kaip žemesnis, o karjeros siekimas buvo susijęs išskirtinai tik su vyrais. Nors kai kuriais atvejais moterys savo kompetencija, išsilavinimu žymiai lenkdavo vyrus, tačiau vadovaujančios pareigos dažniausiai vis tik atitekdavo vyrams. Moteriai sudėtinga būti lygiavertei varžovei „vyriškame“ vadovų pasaulyje. Vyrai nuo pat vaikystės mokomi kovoti ir visomis jėgomis siekti savo tikslo, tuo tarpu moterys mokomos švelnumo, nuolankumo, rūpintis žmonėmis. Pabrėžtini žemiau pateikti moterų ir vyrų galimybių darbo rinkoje skirtumai:

1. Nelygios moterų ir vyrų teisės paskirstant ekonominius išteklius.
2. Skirtingas darbo užmokestis už vienodą ar palyginamo vertingumo darbą.
3. Nevienoda moterų ir vyrų apmokamo darbo trukmė (dėl šeimos ir darbo derinimo moterys pasirenka dirbti ne visą darbo dieną).
4. Segreguota darbo rinka, kai moterys ir vyrai užima skirtingas pozicijas darbo rinkoje.
5. Visuomenėje vyraujantys stereotipai, kurie patvirtina geresnes vyrų galimybes darbo rinkoje.

Dėl aukščiau pateiktų skirtumų vyrams ir moterims siekiant karjeros išsiskiria jų tikslai. Vyrų pagrindinis tikslas yra pinigai ir galia, moterų – savirealizacija, geri santykiai su kolektyvu ir pan. Žinoma, moterys ne ką mažiau nei vyrai suinteresuotos karjeros siekimo galimybėmis, išsilavinimo lygio kėlimu, prestižo ir didesnio uždarbio siekimu. Deja, vyrams keliami daug mažesni reikalavimai norint užimti vadovaujančias pareigas, tuo tarpu moterys turi būti neeilinėmis darbuotojomis. Palyginus vadovų vyrų ir moterų privalumus ir trūkumus (lentelė Nr.2), pastebima, kad moterų privalumai papildo vyrų trūkumus ir atvirkščiai.

2 lentelė*. Moteris vadovė ir vyras vadovas

Moters vadovės privalumai	Vyro vadovo privalumai
<ul style="list-style-type: none"> • Lankstus vadovavimo stilius. • Puiki intuicija. • Mažesnis polinkis rizikuoti. • Sugebėjimas dirbti komandoje. • Keitimasis informacija su pavaldiniais ir jų įtraukimas į įmonės valdymą. • Sugebėjimas skatinti pavaldinius. • Siekimas sukurti tinkamą atmosferą įmonėje. • Sugebėjimas lengviau užmegzti naudingus ryšius. • Gebėjimas greitai perprasti šiuolaikinio verslo subtilybes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sugebėjimas greitai priimti sprendimus. • Nebijojimas priimti atsakomybę. • Sugebėjimas „reklamuoti“ savo nuopelnus. • „Žaidimo taisyklių“ išmanymas. • Sugebėjimas lengviau susidoroti su užgriuvusiomis problemomis. • Apsukrumas.
Moters vadovės trūkumai	Vyro vadovo trūkumai
<ul style="list-style-type: none"> • Būdingas emocionalumas, atviras jausmų reiškimas. • Polinkis per daug savikritiškai vertinti savo pasiekimus ir gabumus. • Nepakankamas pasitikėjimas savo jėgomis. • Inicijatyvos stoka. 	<ul style="list-style-type: none"> • Polinkis rizikuoti. • Polinkis priimti neapgalvotus sprendimus. • Nesugebėjimas motyvuoti pavaldinius. • Siekis kelti savo autoritetą. • Per didelis pasitikėjimas savo jėgomis.

* Lentelė sudaryta darbo autorės.

Reikia pastebėti, kad moterys supraddamos vyrų vadovų privalumus, stengiasi perprasti ir perimti vyrų vadovavimo subtilybes, kopijuodamos vyriško elgesio tipą, pamiršdamos savo, kaip moterų, privalumus.

Pabrėžtina, kad analizuojant moterų ir vyrų galimybės darbo rinkoje, vienu didžiausiu skirtumu įvardintinas darbo užmokesčio dydis. Statistikos departamento duomenimis, 2008 m. Lietuvoje vidutiniškai moterys teuzdirbo 81,8 % vyrų atlyginimo. O. G. Rakauskienė (2007) teigia, kad „darbo užmokesčio pasiskirstymas pagal lytį apibūdinamas dvejopa prigimtimi. Visų pirma, darbo užmokesčio pasiskirstymą lemia vyraujančios visuomenėje patriarchalinės nuostatos, ir, antra, moterų tradiciškai daugiausia feminizuotose gamybos ir paslaugų srityse, kur darbas yra mažiau mokamas.“⁴² Taip pat, pastebimas tiesioginis ryšys tarp užmokesčio didėjimo ir moterų mažėjimo. V. Kanopienė (2001) išskiria vyrų ir moterų darbo užmokesčių skirtumų atsiradimo priežastis:

1. Skirtinga darbo laiko trukmė, nes moterys kai kuriais atvejais (pvz., dėl šeimos) pasirenka dirbti ne visą darbo dieną.
2. Darbo rinkos segregacija.

⁴² Rakauskienė O. G. ir kt. Moterų verslo konkurencingumo didinimas: monografija. – Vilnius: MRU Leidybos centras. 2007. – 19 p. – ISBN 9789955801009.

3. Moterų ir vyrų atlyginimų skirtumai už tą patį darbą.
4. Skirtingi darbo užmokesčiai už palyginamo vertingumo darbą, kai skirstoma į „vyriškas“ ir „moteriškas“ profesija.

Kitas, nemažas skirtumas tarp moterų ir vyrų yra vadovavimo stilius. Būdingi skirtumai:

1. Moterų vadovavimo stilius laikomas švelnesnis, lankstesnis nei vyrų.
2. Moterims būdingas pirmenybės teikimas patirčiai, darbo įgūdžių tobulinimui, tvirtų santykių kolektyve užtikrinimui, o vyrai stengiasi kelti savo autoritetą.
3. Vyrams būdinga drąsa ir pasitikėjimas savo jėgomis, o moterims – atsakomybės jausmas.

Be to, skiriasi vyrų ir moterų darbo vertybės, nes moterims mažiau svarbus geras uždarbis negu vyrams ir svarbiau galimybė daugiau dėmesio ir laiko skirti šeimai (lentelė Nr. 3). Tačiau galimybė bendrauti su žmonėmis ir padėti kitiems žmonėms tiek vyrų, tiek moterų vertybių skalėje užima panašią vietą. Pavyzdžiui, Norvegijoje priėmus įstatymą, reglamentuojantį, kad stambiųjų įmonių direktorių taryboje vienos lyties atstovų būtų ne mažiau nei 40 %, padėjo padidinti darbo našumą įmonėse ir sumažinti nelygių galimybių veiksnį darbo rinkoje.

3 lentelė. Lietuvos moterų ir vyrų darbo vertybės

Vertybės	Moters, %			Vyrai, %		
	1994	2000	2009	1994	2000	2009
Geras uždarbis	39	40	39	54	50	50
Galimybė daugiau dėmesio ir laiko skirti šeimai	29	24	27	15	13	19
Galimybė bendrauti su žmonėmis	19	15	11	14	12	9
Galimybė padėti kitiems žmonėms	14	9	9	9	8	8

Šaltinis: Moterų informacijos centras⁴³

Pabaigai, reikėtų pažymėti, kad nors moterys tik XX amžiuje išsivadavo iš vyrų šešėlio ir ėmė kovoti už savo teises, visgi kai kurioms jų pavyko pranokti stipriąją lytį ir patekti į istoriją. Dabar moterys siekia tų pačių dalykų kaip ir vyrai, vis drąsiau žengdamos į „vyrišką“ laikomą vadovų pasaulį. Dėl to sėkmingas vadovavimas vis dažniau siejamas ne su lytimi, bet su vadovo dalykinėmis ir asmeninėmis kompetencijomis. Moterys ir vyrai, dirbdami kartu ir papildydami vienas kitą, pasiekia daug geresnių

⁴³ Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstinis tyrimas ir vertinimas. <http://www.socmin.lt/index.php?1606775163> [žiūrėta 2009-10-27].

rezultatų. Todėl, galima prognozuoti, kad ateityje verslas taps lankstesnis ir jame bus mažiau hierarchijos, nes bet kurios įmonės sėkmės pagrindas yra išsilavinę ir kompetentingi darbuotojai ir nesvarbu kokios jėlyties.

1.6.1. Moterų ir vyrų vadovavimo ypatumai krizės metu

2008 m. pasaulyje ir Lietuvoje prasidėjusi ekonominė krizė atskleidė moterų ir vyrų vadovavimo kritinėmis sąlygomis ypatumus. Būtent viena iš ekonomikos krizės priežasčių įvardijama rizika, kuri būdinga vyrams. Atlikta nemažai tyrimų, kurie įrodo, kad ekonominę krizę įveikti lengviau sekasi moterims, nes jos sugeba įvertinti riziką, pasižymi puikia intuicija, kantrybe, lankstumu. Pavyzdžiui, Švedijos vyriausybė siekdama, kad kuo daugiau moterų būtų įtrauka į bendrovių valdybas skyrė 5 milijonus Švedijos kronų moterų vadybos paslapčių mokymui. Tarptautinės finansų korporacijos vadovas Lars'as H. Thunell'is teigia, kad „geriausias stimulus ekonomikai yra investicijos į moteris vadoves“⁴⁴.

„Ceram Business School“ Prancūzijoje vadybos profesorius Michel'is Ferrary'is teigė, kad 2008 metais akcijų smukimas buvo mažesnis tose įmonėse, kurioms vadovavo moterys. Tokiomis įmonėmis įvardintos: „Sanofi“, „Sodexo“, „Danone“, o „Hermes“ buvo vienintelė iš didžiųjų Prancūzijos bendrovių, kurių akcijos 2008 metais kilo. Pastebėtina, kad daugiau nei pusė „Hermes“ vadovų sudaro moterys.

Tiesioginės paieškos įmonės „Amrop Hever“ vykdomasis partneris Audrius Šošas teigia, kad moterys yra geresnės derybininkės nei vyrai, be to, „[...] specialistai vienbalsiai sutinka, kad sunkmetį pravartu išnaudoti deryboms – tokiu laikotarpiu partneriai yra linkę nusileisti ir reikalauja mažiau.“⁴⁵ UAB „Mars Lietuva“ vadovė A. Žemaitienė nelinkusi pritarti, kad moterys lengviau susidoroja su krizės sunkumais, nes kaip vadovui pavyks įveikti krizę priklauso ne nuo lyties, bet nuo kompetencijos ir išsilavinimo.

Taigi, moterų vadovavimas krizės metu, vengiant rizikos ir visą dėmesį sutelkiant į derybas, yra ypač naudingas, tačiau moterims paprastai yra sudėtingiau priimti „kietus“ sprendimus. Dėl to geriausiai krizę įveikti galima panaudojant geriausias vadovų vyrų ir moterų savybes ir jiems dirbant kartu gali būti pasiekti produktyviausi rezultatai.

⁴⁴ Natividad I. Women mean business: the key to economic recovery is investing in Women. <http://www.imow.org/economica/stories/viewStory?storyId=3636> [žiūrėta 2009-09-13].

⁴⁵ Sidabrienė L. Vyrų dominavimas versle baigėsi // Verslo žinios, 2009, gegužės 12 d., Nr. 88 (2988), p. 16.

2. SPAUSDINTINĖJE ŽINIASKLAIDOJE FORMUOJAMAS MOTERS VADOVĖS ĮVAIZDIS

Žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį visuomenėje, kurdama vienokius ar kitokius įvaizdžius, skleisdama socialinius vaidmenis, stereotipus, normas, kurie, gali būti traktuojami kaip realūs ir neginčytini (t. y. visuotinai priimtini). Jai būdinga ne pateikti naujienas, o kažkokį asmens veiksmą ar patį asmenį pateikti iškeliant ir sutelkiant įvykius apie jį, dėl to pastebima, kad žiniasklaidos tikslu tampa sensacijų paieška. Žiniasklaida, suvokusi, kad koks nors asmuo ar su asmeniu susijusi tema visuomenėje labai populiaru, pradeda ją plėtoti taip keldamasi reitingus bei populiarumą. Tačiau dažnai populiarumas siekiamas ne pačiais gražiausiais būdais, o žiniasklaida išreiškia ne viešąją, o leidinio ar televizijos kanalo vadovų, redaktorių nuomonę. Jau seniai yra žinoma apie žiniasklaidos reikšmę formuojant įmonių ir aukščiausių jų vadovų įvaizdį visuomenėje.

Aukščiausi privataus sektoriaus vadovai stengiasi išnaudoti žiniasklaidą savo naudai ir jai daryti įtaką. „Jei bendrovė nori išspausdinti didelį redakcijos straipsnį, turi padėti „sumokėti išlaidas“, nusipirkdama reklamos plotą. Kai kurie leidėjai gina šį „ryšį“, teigdami, kad leidinys negali išgyventi be reklamos, todėl normalu, kad bendrovės, siekdamos sulaukti dėmesio leidinyje, turi palaikyti jo finansinį stabilumą.“⁴⁶ Taigi, tarp žiniasklaidos priemonių ir aukščiausių privataus sektoriaus vadovų būdingas glaudus ryšys, nes žiniasklaida, turėdama didelį visuomenės dėmesį, aktyviai formuoja vadovų įvaizdį, tuo pačiu, išnaudodama jį visuomenės dėmesiui pritraukti.

Žiniasklaida yra skirstoma į spausdintinę, garsinę, vaizdinę ir elektroninę. Šio darbe analizuojama spausdintinė žiniasklaida analizė. Viena iš spausdintinės žiniasklaidos rūšių yra žurnalai (kitos rūšys: knygos ir laikraščiai), kurie leidžiami kartą per savaitę ar per mėnesį. Žurnale temos analizuojamos nuodugniau nei laikraščiuose, jos papildomos išsamesne informacija, kurios laikraščiai nepateikia dėl laiko stokos. Temos dažniausiai nukreiptos į tam tikras auditorijas. Darbe pasirinkti du skirtingo pobūdžio žurnalai:

1. Savaitinis dienraščio „Lietuvos rytas“ priedas „Stilius“ (toliau – „Stilius“), kuriame jau 12 metų formuojamas aukščiausių privataus sektoriaus vadovų (kitais, verslo elito) įvaizdis, publikuojant reportažus iš oficialių renginių (įvairių pokylių, pristatymų, gimtadienių, madų demonstracijų ir kt.), interviu su įmonių vadovais, išskirtinių kelionių.
2. Savaitinis žurnalas „Veidas“ leidžiamas nuo 1992 metų. Žurnale publikuojami analitiniai straipsniai apie valstybės politiką, ekonomiką, kultūrą, socialinę šalies raidą. „Veide“

⁴⁶ Wilcox D. L. Ryšiai su visuomene: strategija ir taktika. – Poligrafija ir informatika, 2007. – 224 p. – ISBN 978-9986-850-59-5.

aprašomi ir analizuojami tie įvykiai ar reiškiniai, kurie daro įtaką šalies gyvenimui, jos piliečių kasdienybei.

Minėtų leidinių tiražai labai skiriasi, nes „Stiliaus“ tiražas yra maždaug dešimt kartų didesnis nei „Veido“ (pastebėtina, kad tikslių duomenų apie žurnalų tiražus nėra), tačiau būtent šiuose leidiniuose atsispindėjo formuojamas moters vadovės įvaizdis Lietuvoje. „Veide“ buvo pateikti interviu su savo srities specialistėmis, o „Stiliuje“ labiau akcentuojama ne moters karjera, o šeima, stilius ir pan. Nagrinėjant abiejų leidinių auditorijas, būtina paminėti, kad „Veidas“ orientuojasi į „elitinę auditoriją“ (politikai, verslininkai, didesnių bendrovių vadybininkai, karjeros valdininkai, akademinio sluoksnio atstovai, baigiamųjų kursų studentai, intelektualai), o „Stilius“ orientuojasi į asmenis, kurie domisi Lietuvos elito atstovais, rengiamais prabangiais renginiais, interviu su garsiais asmenimis. „Veido“ skaitytojai tiek vyrai, tiek moterys, o „Stilių“ dažniausiai skaito moterys.

Siekiant iširti koks formuojamas moters vadovės įvaizdis Lietuvos žiniasklaidoje, buvo išnagrinėta ir palyginta 17 savaitiniame dienrašči „Lietuvos rytas“ priede „Stilius“ (priedas Nr. 2) ir 10 žurnale „Veidas“ 2006-2009 metais publikuotų interviu su moterimis vadovėmis (priedas Nr. 1). Wilcox D. L. ir kt. (2007) teigimu, interviu yra sakytinės taktikos metodas, skirti viešinti asmenį ar problemą. Interviu spausdintinėje žiniasklaidoje dažniausiai žurnalistas pateikia ne tiesiogiai, o interpretuodamas asmens žodžius, tačiau būtent interviu gali atskleisti kokį vadovo įvaizdį siekiama juo sukurti.

Žurnale „Veidas“ pateikiami interviu tik su vadovėmis, kurios 2008-2009 m. dalyvauja ar dalyvavo kiekvienų metų pradžioje žurnalo skelbiamuose „Metų vadybininko“ rinkimuose, o žurnale „Stilius“ pateikiami interviu su moterimis, kurios nebūtinai yra geriausios savo srities specialistės, tačiau yra įdomios „Stiliaus“ skaitytojų auditorijai.

2.1. Moters vadovės įvaizdžio formavimo dienrašči „Lietuvos rytas“ priede „Stilius“ ir savaitiniame žurnale „Veidas“ palyginimas

Žurnale „Veidas“ „Metų vadybininko“ rinkimai vykdomi nuo 2000 metų, o pagrindiniais kriterijais⁴⁷ įvardijami geri bendrovės finansiniai rezultatai, sparti plėtra Lietuvoje ir užsienyje, bendrovės gaminamų produktų ar paslaugų unikalumas, mokslinių tyrimų ir aukštųjų technologijų pritaikymas

⁴⁷ **Putelytė G.** 2007 metų vadybininkas – "Sanito" vadovas S.Jurgelėnas. <http://www.veidas.lt/lt/leidinys.full/47a2f0167314a> [žiūrėta 2009-08-04]

gamyboje, inovacijų kūrimas ir diegimas, gebėjimas pritraukti užsienio partnerių ar stambių investuotojų, išlaikyti įmonę esant kritinei situacijai. Deja, šioje nominacijoje nė karto nelaimėjo moteris vadovė.

Ištyrus dešimt į „Metų vadybininko“ rinkimų nominaciją 2008-2009 metais patekusių moterų, pagal statusą galima suskirstyti į dvi kategorijas:

1. Direktorė/vadovė/generalinė direktorė.
2. Steigėja/bendrasavininkė.

Daugiausiai, 80 % visų vadovių pateko į pirmąją – direktorė/vadovė/generalinė direktorė – kategoriją. Išdirbto įmonėje laiko vidurkis – 10,7 metų (daugiausiai 16 metų, mažiausiai – 3 metai). Pusę vadovių įmonėje išdirbo 10 ir daugiau metų, o net aštuonios dirba 8 arba daugiau metų.

Ištyrus septyniolika žurnale „Stilius“ publikuojamų interviu su moterimis vadovėmis, pagal statusą galima suskirstyti į tris kategorijas:

1. Direktorė/vadovė/generalinė direktorė/vykdomoji direktorė.
2. Savininkė/bendrasavininkė/įkūrėja.
3. Valdybos pirmininkė.
4. Tarptautinės įmonės atstovė Lietuvoje.

Vienodai, po septynias vadovės pateko į pirmąją (direktorė/vadovė/generalinė direktorė/vykdomoji direktorė) ir antrąją (savininkė/bendrasavininkė/įkūrėja) kategorijas. Įvertinti įmonėje išdirbto laiko vidurkį yra sudėtinga, nes duomenys yra tik apie 7 vadoves (sudaro 41,2 %), tačiau skirtumas tarp „Stiliuje“ nurodyto vidurkio ir „Veide“ yra akivaizdus (atitinkamai 6,6 (daugiausiai – 14 metų, o mažiausiai – 1 metai) ir 10,7 metų). „Stiliuje“ trys vadovės iš septynių (t. y. 42,9 % įmonėje išdirbo daugiau nei 10 metų).

Aptariant ištirtų vadovių amžių, tik žurnale „Stilius“ nurodomas visų vadovių tikslus amžius. Visų vadovių amžiaus vidurkis yra 35,3 metų. Net dvylika vadovių iš 17, t. y. 70,6 %, yra jaunesnės nei 40 metų. Jauniausia vadovė yra 24 metų UAB „Kristyle“ direktorė Kristina Tripolskaja, o vyriausios – 47 metų AB „Parex“ bankas valdybos pirmininkė Alma Vaitkunkienė ir tokio paties amžiaus UAB „Optika forma“ vadovė Alfreda Jacikievičienė.

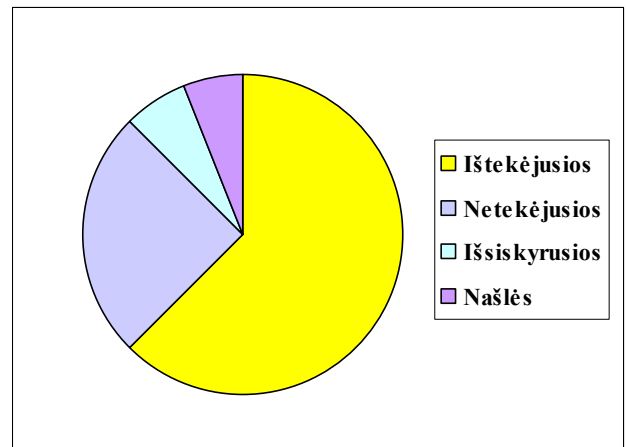
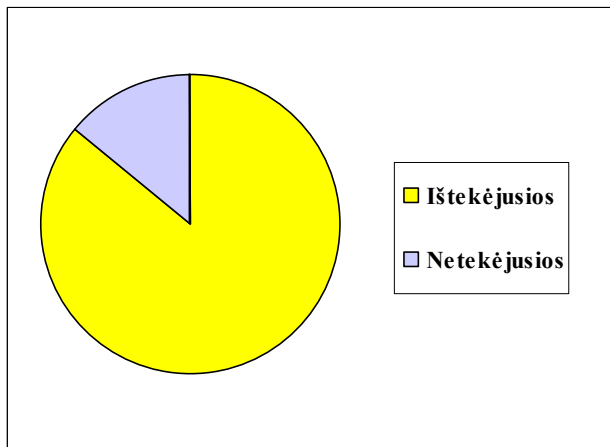
Kitas ištirtas aspektas yra asmeninės savybės darbe ir gyvenimo „kredo“. Asmeninės savybės darbe buvo išskirtos tik žurnale „Stilius“, o gyvenimo „kredo“ tik žurnale „Veidas“. „Stiliuje“ buvo pateiktos tokios savybės: užsispyrimas, atkaklumas, idealumo siekimas, kantrybė, ryžtas, sumanumas, stiprumas, optimizmas, ir žinoma, tikėjimas tuo, ką daro. „Veide“ buvo pateikti tokie vadovių gyvenimo kredo:

1. Kuo didesni tikslai, tuo daugiau pasieki.
2. Dirbti motyvuoja noras pasiekti užsibrėžtus tikslus.

3. Jokiais būdais nepasiduoti.
4. Nelauk, kol kas nors ką nors duos.
5. Gyvenimas yra puikus.
6. Žinau, kad nieko nežinau.
7. Visada eiti į priekį.
8. Geriau nesėdėti vietoje ir neniurzgėti, o kažką daryti.

Tokiu būdu, pastebėtina, kad tiek žurnale „Veidas“, tiek „Stiliuje“ vadovės yra pasitikinčios savimi, siekiančios užsibrėžtų tikslų, užsispyrusios ir atkaklios optimistės.

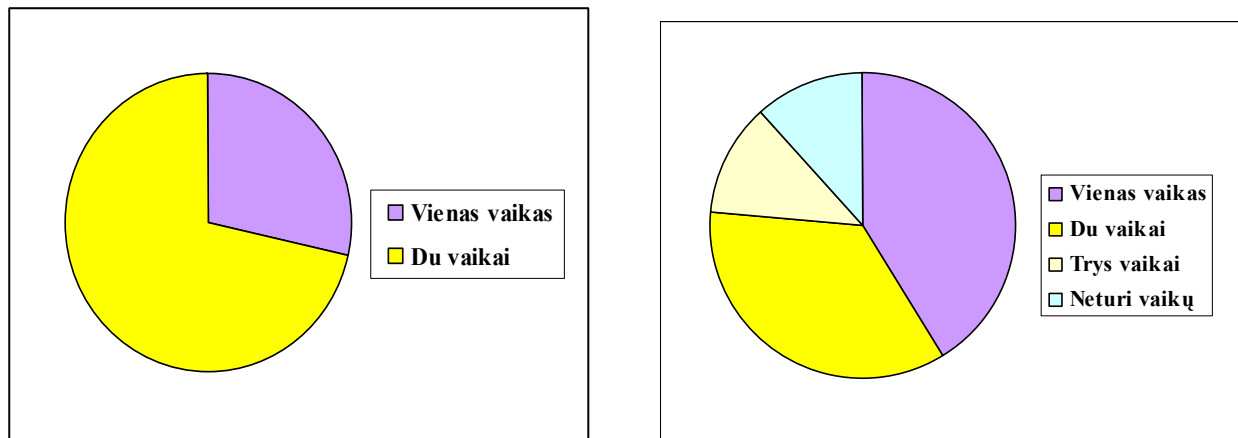
Nagrinėjant moterų vadovių šeimyninę padėtį (žr. 4 ir 5 pav.), pažymėtina, kad daugiausiai, t.y. maždaug du trečdaliai, moterų vadovių yra ištekėjusios: „Veide“ – šešios (t. y. 60 %), „Stiliuje“ – dešimt (t. y. 58,9 %). Iš ištekėjusių moterų, kurių interviu buvo publikuojami „Stiliuje“ dvi yra ištekėjusios antrą kartą, o vieną – net trečią kartą. Netekėjusių skaičius: „Veide“ – 1, „Stiliuje“ - 2. Išsiskyrusių yra tik tarp „Stiliuje“ pateikiamų vadovių ir jų skaičius atitinkamai yra 4. Apie trijų žurnale „Veidas“ moterų vadovių šeimyninę padėtį nėra duomenų.



4 ir 5 pav. **Moterų vadovių pasiskirstymas pagal šeimyninę padėtį („Veide“ (žr. kairėje) ir „Stiliuje“ (žr. dešinėje))**

Pagal vaikų skaičių moterys vadovės gali būti išskiriamos į grupes turinčių vieną vaiką, du vaikus ar tris vaikus, bei neturinčias vaikų (žr. 6 ir 7 pav.). Susumavus abiejų žurnalų rezultatus, matome, kad iš viso daugiausiai, net 11 iš 24 (apie trijų vadovių turimus vaikus nėra duomenų), t. y. 45,8 %, vadovių turi po du vaikus. „Veide“ moterų vadovių, turinčių du vaikus skaičius yra 5, o „Stiliuje“ – 6. Vadovių, turinčių vieną vaiką skaičius „Veide“ ir „Stiliuje“ atitinkamai yra 2 ir 6. Bendras abiejų žurnalų vadovių,

turinčių vieną vaiką, skaičius yra devyni (t. y. 37,5 %). Vienodai, po dvi vadoves turi tris vaikus ir visai jų neturi.



6 ir 7 pav. Moterų vadovių pasiskirstymas pagal vaikų skaičių („Veide“ (žr. kairėje) ir „Stiliuje“ (žr. dešinėje)).

Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytą informaciją, pateiktina moterų vadovių nuomonė apie šeimą ir apie tai kaip jos supranta šeimos ir karjeros derinimą. Šis aspektas puikiai pateikiamas „Stiliuje“. Trys moterys vadovės įvardija, kad šeima yra vertybė, o viena iš jų, UAB „JC Decaux“ generalinė direktorė Žaneta Fomova teigia, kad ji pirmiausia esanti mama, o tik po to vadovė. Dvi vadovės teigė, kad moters pareiga yra kurstyti šeimos židinį. Šeimos ir darbo derinimą pirmojo ekologiško turgaus Lietuvoje steigėja ir UAB „Bendruomenių santykių konsultantai“ direktorė Eglė Januškevičiūtė supranta, kad vienoje erdvėje, vienoje vietoje dirbtų vaikai, tėvai, seneliai. Šiek iš kitos pusės šeimos ir darbo derinimą įvardija „Itališkos kepyklos“ savininkė Žydrūna Damušytė, kuri teigia, kad svarbu bendravimo kokybė, o ne kiekybė. Tarptautinės įmonės „Pilkington“ atstovė Lietuvoje teigia, kad jos tikslas suteikti sūnui visas galimybes tobulėti. UAB „Terra artis“ savininkė Diana Ročienė pažymėjo, „kad ir kokia karjerą padarytum, mūsų širdyje yra tas pats noras – būti mylimai.“⁴⁸ O verslininkė Daina Bosas teigė, kad palikusi verslą, pagaliau tapo mama. Taigi, vadovių nuomonė šeimos klausimu išsiskyrė, bet galima daryti išvadą, kad šeima nėra kliūtis moteriai, siekiančiai karjeros, o šeimos ir karjeros derinimas priklauso tik nuo moters pastangų.

Aptarus vadovių amžių, asmenines savybes darbe, gyvenimo kredo, šeimyninę padėtį ir vaikų skaičių, būtina pereiti prie moters išsilavinimo ir karjeros siekimo proceso.

⁴⁸ Ogulevičiūtė, J. Vienišė laukia meilės. <http://www.lrytas.lt/-12387004971237182510-vieni%C5%A1%C4%97-laukia-meil%C4%97s.htm> [žiūrėta 2009-05-12].

Pirmiausia, siekiant vadovo pareigų labai svarbus išsilavinimas. Tik vienu atveju iš visų tirtų moterų vadovių išsilavinimas buvo aukštesnysis. „Veide“ vadovių išsilavinimas buvo apibrėžtas labai tiksliai (bakaluro ar magistro kvalifikacinis laipsnis), „Stiliuje“ – abstrakčiau (aukštasis išsilavinimas). Iš viso 19 iš 27 (t. y. 70,4 %) vadovių turi aukštąjį išsilavinimą: „Veide“ – 7 iš 10, „Stiliuje“ – 12 iš 17. Penkiais atvejais vadovės turėjo magistro kvalifikacinį laipsnį, o viena moteris atsisakė doktorantūros studijų dėl šeimos. Išsilavinimo naudą pripažino ir UAB „Vikonda“ valdybos pirmininkė Jolanta Uspaskich, teigianti, kad savo asmenybei tobulinti skiria daug laiko.⁴⁹

Kalbant apie karjeros siekimą, „Veide“ ir „Stiliuje“ formuojamas kitoks įvaizdis, nes skiriasi moterų karjeros procesas. „Veide“ pateikiamos išskirtinai karjeros nuo pat pradžių pačios siekusios moterys, o „Stiliuje“ net trečdaliui moterų verslą padėjo įkurti šeimos nariai ar net padovanojo jau įkurtą verslą. Tiksliau įvertinti karjeros procesą, moteris vadoves reikia išskirti į dvi rūšis:

1. Moterys, vadovaujančios ne savo įmonei, t. y. kai nėra savininkės, bendrasavininkės, įkūrėjos ar pan.
2. Moterys, dirbančios jų įkurtose įmonėse.

Pirmuoju atveju, net 50 % „Veide“ aprašytų moterų vadovių savo karjerą pradėjo nuo žemiausios laiptelio: nuo pardavėjos, paprastos ekonomistės, virėjos, bilietų pardavimo vadybininkės pareigų. Pavyzdžiui, UAB „Mars Lietuva“ generalinė direktorė Audronė Malevičienė teigė, kad karjerą pradėjo dirbdama paprasčiausius darbus: vertė, pirko biuro reikmenis, jei reikėdavo vežiodavo automobiliu vadovus. „Stiliuje“ aprašomi tik trys atvejai, kai moteris dirba ne savo pačios ar šeimos narių įkurtoje įmonėje. Viena iš jų yra AB „Parex“ banko valdybos pirmininkė Alma Vaitkunsienė, kuri dirbdama patinkantį darbą ir neskaičiuodama darbo valandų, per dvylika metų pakilo iki aukščiausių pareigų. Panašiai kaip ir aukščiau įvardinta vadovė, sunkiai dirbdama ir užimdama patinkančia veikla, UAB „JC Decaux“ generalinės direktorės pareigas užėmė Žaneta Fomova. Kita, lengvesnės karjeros istorija yra „Idee Fixe Kazakhstan“ direktorės Ievos Biliūnaitės, kuri įmonės vadove tapo po metų. Keisčiausia, kad dirbi įmonėje pradėjo mokydamosi antrame kurse.

Antruoju atveju, „Veide“ pateikiamų moterų istorijos panašios, nes jos visos įmones įkūrė savo pačių jėgomis. Tik vienu atveju, moteris verslą kūrė su šeima, tačiau verslo kūrimui įtaką darė jos ankstesnė, kaip virėjos ir gamybos vadovės, patirtis. Dar vienas išskirtinis atvejis, kai Tatjana Liubertienė savo dukrai įkūrė privačią mokyklą. „Stiliuje“ pateikiamų moterų karjeros procesai skiriasi nei pateiktų „Veide“. Išskiriamos žemiau pateiktos verslo kūrimo situacijos:

⁴⁹ Kaikarytė D. Jolanta Uspaskich: „Nesu ta lyriška moteris, kurią kankintų ilgesys“ // dienraščio „Lietuvos rytas“ priedas „Stilius“. – Vilnius, 2009 m. spalio 30 d., p. 15. – ISBN 1392-7159.

1. Atsisakoma perspektyvių pareigų dėl savo verslo įkūrimo. Trys moterys (Itališkos kepyklos savininkė Žydrūna Damušytė, UAB „Terra artis“ savininkė Diana Ročienė ir reklamos agentūros „ERS“ direktorė Ieva Bieliauskaitė) atsisakė perspektyvių pareigų (dviem atvejais tarptautinėse įmonėse) dėl galimybės įkurti savo verslą.
2. Verslas įkuriamas savo jėgomis. Tarptautinės įmonės „Pilkington“ atstovė Lietuvoje įmonę įkūrė būdama 19 metų, o UAB „Lauros namai“ savininkė Laura Bohne susižavėjusi persiškais rankų darbo kilimais, nusprendė įkurti verslą.
3. Verslas įkuriamas šeimos narių dėka:
 - 3.1. Dviems moterims vyrai sukūrė verslus ir perleido moterims. Vienos iš jų, Jolantos Uspaskich atveju, UAB „Vikonda“ valdybos pirmininkės pareigas užėmė, kai jos vyras, LR seimo narys Viktor Uspaskich, dėl kaltinamų apgaulingos buhalterinės apskaitos organizavimu, neteisingų duomenų Darbo partijos buhalterijoje naudojimu, tų duomenų įrašymu į deklaracijas ir pateikimu įgaliotoms institucijoms, ir kt., ilgą laiką praleido Rusijoje. Kitai, UAB „D & J Group“ savininkei Jolantai Kaišienei vyras padovanojo verslą, kuris po mažiau nei dviejų metų bankrutavo.
 - 3.2. Dvi moterys (UAB „Gralis“ bendrasavininkė Jurgita Varnaitė ir UAB „Beža galerija“ bendrasavininkė Erika Stankevičiūtė) verslą įkūrė padedamos tėvų.
 - 3.3. UAB „Kristyle“ direktorei Kristinai Tripolskajai verslą padėjo įkurti gyvenimo draugas.
4. Verslas buvo įkurtas su šeimos nariais:
 - 4.1. UAB „Žaislų planeta“ buvusioji direktorė Jūratė Kluonė verslą įkūrė kartu su vyru, o po 14 metų darbo pasitraukė iš verslo ir pradėjo įgyvendinti savo svajonę – studijuoti Dailės akademijoje.
 - 4.2. Valymo paslaugas teikiančią įmonę Daina Bosas įkūrė su brolio šeima.

Remiantis aukščiau pateiktais duomenimis, dvi „Stiliuje“ aprašytos vadovės verslą įkūrė kartu su šeimos nariais ir penkioms šeimos nariai padarė įtaką verslo sukūrimui. Toks pats, kaip ir pastarasis, skaičius vadovių, įkūrusių verslą savo jėgomis. Taigi, „Stiliuje“ pastebimas didesnis šeimos indėlis į verslą, o „Veide“ moterys visko pasiekė tik savo jėgomis.

Paskutinis, bet svarbus moterų vadovių vertinimo kriterijus yra vadovaujamos įmonės apyvarta (remiantis 2008-01-02 duomenimis) ir darbuotojų skaičius (remiantis 2009-04-01 duomenimis). „Stiliuje“ minėtos Almos Vaitkunskienės (valdybos pirmininkės) vadovaujamas AB „Parex“ bankas yra didžiausia pagal apyvartą įmonė (nuo 50.000.000 Lt iki 100.000.000 Lt), paminėta žurnale „Stilius“. Mažiausia pagal

apyvartą (nuo 10.000 Lt iki 100.000 Lt) „Stiliuje“ paminėta įmonė, yra Laura Bohne (savininkė) vadovaujama UAB „Lauros namai“. „Veide“ minėtos Audronės Matevičienės vadovaujama UAB „Mars Lietuva“ yra didžiausia pagal apyvartą įmonė (virš 100.000.000 Lt), paminėta žurnale „Veidas“. Mažiausios pagal apyvartą (nuo 500.001 Lt iki 1.000.000 Lt) „Veide“ paminėtos įmonės, yra Privati T. Liubertienės vidurinė mokykla ir UAB „Kaleva Travel“, vadovaujama Rasos Barisienės. „Veido“ paminėtų šešių vadovių vadovaujamų įmonių apyvartos yra mažesnės nei 10.000.000 Lt, iš kurių net keturių įmonių apyvartos mažesnės nei 5.000.000 Lt. Tuo tarpu, „Stiliuje“ paminėtų keturių vadovių vadovaujamų įmonių apyvartos yra mažesnės nei 1.000.000 Lt ir tik trijų įmonių apyvartos yra didesnės nei 10.000.000 Lt. Tokiu būdu tenka pastebėti, kad „Veide“ paminėtų vadovių (t. y. tų, kurios karjeros siekė savo jėgomis) įmonių apyvartos didesnės nei vadovių, paminėtų „Stiliuje“. Tokia pati situacija yra ir su įmonių darbuotojų skaičiumi.

Taigi, išanalizavus moters vadovės įvaizdį dviejuose skirtingo pobūdžio žiniasklaidos priemonėse, pastebimi skirtumai, kad „Veide“ pateikiamos karjeros nuo pat pradžių pačios siekusios moterys, o „Stiliuje“ net trečdaliui moterų verslą padėjo įkurti šeimos nariai ar net padovanojo jau įkurtą verslą. Vertinant pagal apyvartą ir darbuotojų skaičių, tai tiek „Stiliuje“, tiek „Veide“ didžiausia apyvarta pasižymėjusi įmonė, turėjo ir didžiausią darbuotojų skaičių, tačiau „Veide“ pastebimas mažesnis skirtumas tarp didžiausios ir mažiausios įmonės apyvartų. Taip pat, „Veide“ įmonės pasižymėjo tiek didesne apyvarta, tiek didesniu darbuotojų skaičiumi. Aptariant įvaizdžio panašumus, pateikiamus abiejuose leidiniuose, galima daryti žemiau pateiktas išvadas:

1. Vadovo pareigas užima savimi pasitikinčios, atkaklios, užsispyrusios, nebijančios nesėkmių vadovės.
2. Vadovei vidutiniškai yra 35 metai.
3. Du trečdaliai yra ištekėjusios.
4. Beveik pusė iš jų turi du vaikus, 37,5 % turi po vieną vaiką.
5. Įmonėje dirba vidutiniškai 9 metus: „Veide“ pateiktais duomenimis – 10,7 metų, „Stiliuje“ – 6,6 metų.
6. 70, 4 % visų tirtų vadovių turi aukštąjį išsilavinimą.

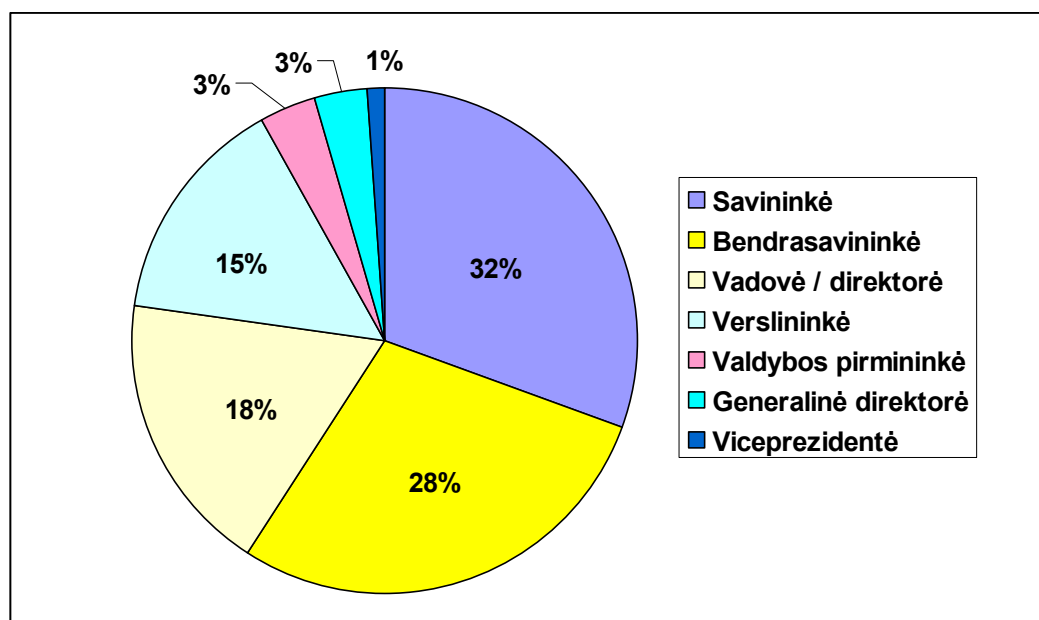
2.2. Moters - įmonės vadovės įvaizdžio formavimas oficialių renginių metu

Siekiant kuo tiksliau ištirti moterų vadovių dalyvavimo oficialiuose renginiuose dažnumą, buvo išanalizuota 98 oficialių renginių (įvairių pobūvių, madų pristatymų, gimtadienių, priėmimų ir pan.) nuotraukos, kurios publikuotos 2008 m. liepos – 2009 m. birželio mėnesiais 47 „Stiliaus“ numeriuose.

Tyrimo tikslas buvo išanalizuoti moterų vadovių pasirodymų oficialiuose renginiuose dažnumą, tikslus ir pasirodymų reikšmę vadovės įvaizdžio formavimui.

Prieš pradėdant nagrinėti temą, buvo išanalizuotas tirtų moterų pasiskirstymas pagal statusą, kas bus svarbu tolesniam tyrimui. Moterys skirstomos (žr. 8 pav.):

1. Savininkė – 27.
2. Bendrasavininkė – 25.
3. Vadovė / direktorė – 16.
4. Verslininkė – 13.
5. Valdybos pirmininkė – 3.
6. Generalinė direktorė – 3.
7. Viceprezidentė – 1.



8 pav. Moterų pasiskirstymas pagal statusą

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus duomenis, dažniausiai renginiuose moterys pristatomos kaip savininkės arba bendrasavininkės. Tiesa, reikia pastebėti, kad bendrasavininkėmis kai kuriais atvejais vadinamos moterys, kurių vyrai realiai valdo individualias įmones, tačiau dėl Lietuvos Respublikos Civilinio kodekso III dalies 6 skyriaus⁵⁰ nustatomo sutuoktinių turto teisinio režimo, individuali įmonė yra

⁵⁰ Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas // Valstybės Žinios. 2000, Nr. 74-2262.

laikoma bendraja jungtine sutuoktinių nuosavybe, todėl žmona, teisine prasme, yra individualios įmonės bendrasavininkė.

Pastebėtina, kad apie 15 % tirtų moterų, kurias renginiuose pristatomos kaip verslininkės, įmones nėra duomenų. Atsižvelgiant į tai, kad daugeliu atvejų, įmonės įvaizdžio formavimui didelę reikšmę turi įmonės vadovo įvaizdis, kyla klausimas, kodėl verslininkės nenori „reklamuoti“ savo įmonės.

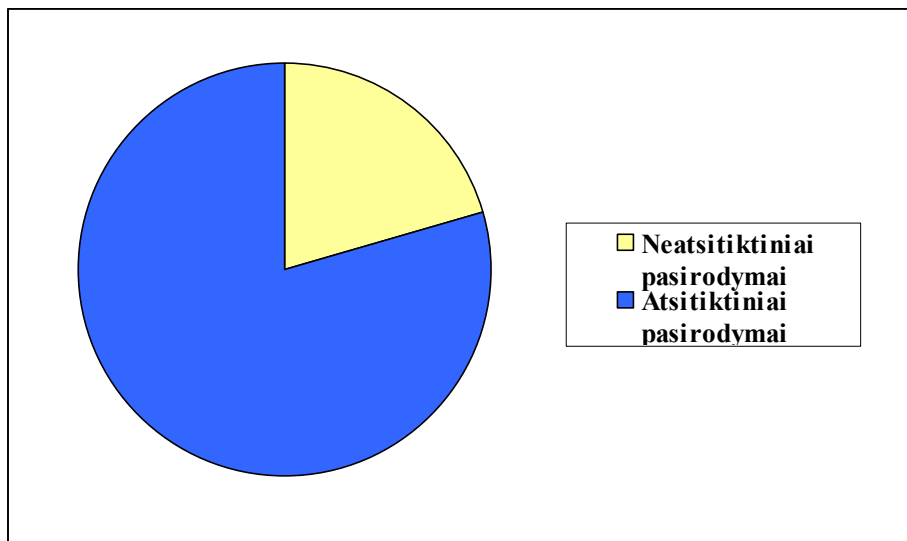
Kitu vertinimo kriterijumi buvo pasirinktas pasirodymų renginiuose dažnumas. Pagal vadovių pasirodymą oficialiuose renginiuose, pasirodymai buvo suskirstyti į (žr. 9 pav.):

1. Atsitiktinius (1-2 kartai):

- Vieną kartą pasirodžiusių skaičius – 58.
- Du kartus pasirodžiusių skaičius – 12.

2. Neatsitiktinius (3-7 kartai):

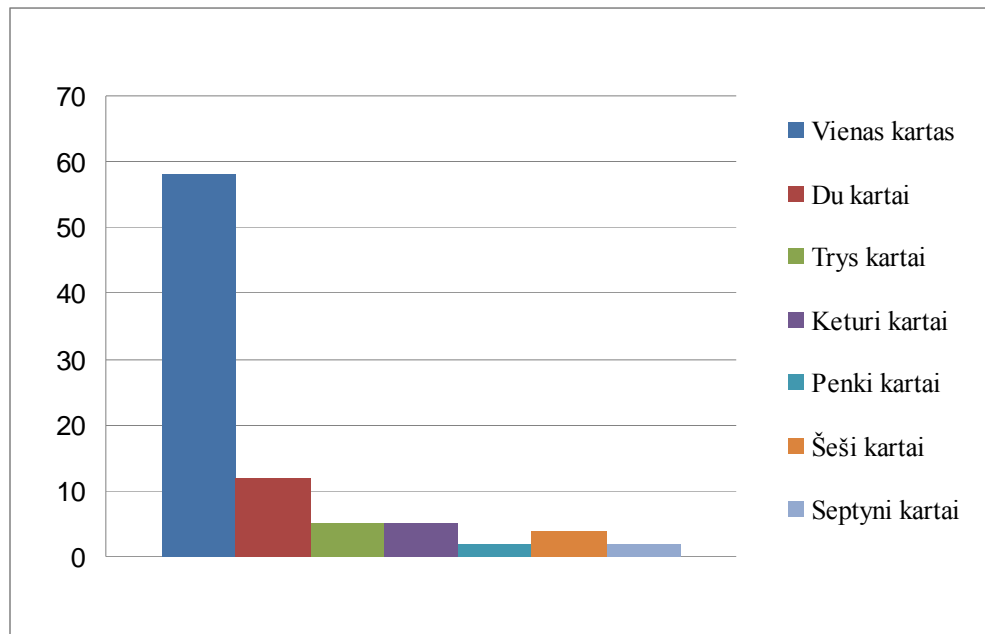
- Tris kartus pasirodžiusių skaičius – 5.
- Keturis kartus pasirodžiusių skaičius – 5.
- Penkis kartus pasirodžiusių skaičius – 2.
- Šešis kartus pasirodžiusių skaičius – 4.
- Septynis kartus pasirodžiusių skaičius – 2.



9 pav. Vadovių pasirodymų oficialiuose renginiuose pasiskirstymas

Atsižvelgiant į aukščiau išdėstyta, net 79,5 % tirtų vadovių renginiuose pasirodo atsitiktinai ir tik 20,5 % vadovių, kurios yra dažnos oficialių renginių lankytojos, tačiau visuomenėje moters vadovės

įvaizdį formuoja būtent tos, kurių nuotraukos dažniausiai pasirodo žurnaluose. Žemiau pateiktoje diagramoje (žr. 10 pav.) pastebimas akivaizdus skirtumas tarp pasirodžiusių vieną ar du kartus, bei pasirodžiusių daugiau nei du kartus.



10 pav. Vadovių pasirodymų oficialiuose renginiuose dažnumas

Siekiant iširti, kurios moterys daro didelę įtaką moterų vadovių įvaizdžio formavimui, buvo išskirtos dažniausiai vakarėliuose pasirodančios vadovės (žr. daugiau Priedas Nr. 3):

1. Antikvaro galerija UAB "Fabra Ars" savininkė Tamara Binevič – 7 kartai.
2. UAB "Fashion gates" valdybos pirmininkė Asta Valentaitė – Pinkevičienė – 7 kartai (pastaroji valdybos pirmininke buvo tik tyrimo laikotarpiu).
3. Modelių namų "Metropolitan" savininkė Inga Buivydaitė-Pragarauskienė – 6 kartai.
4. Salono "Madam W" bendrasavininkė Vaiva Kunstmonaitė – 6 kartai.
5. Verslininkė Daina Bosas – 6 kartai.
6. Modelių namų "Modilina" vadovė Jolanta Sadauskienė – 6 kartai.
7. UAB "Infomix" vadovė Danguolė Stachura – 5 kartai.
8. UAB "In Subsidiūm" savininkė Ilma Žilienė – 5 kartai.
9. UAB "Stikliai" bendrasavininkė Anna Čiupij – 4 kartai.
10. UAB "Sirena" vadovė Irena Serapinienė – 4 kartai.
11. Mados namų "Cantas" savininkė Jolanta Mikalajūnienė – 4 kartai.

12. Verslininkė Alma Latvytė – 4 kartai.
13. Verslininkė Inga Budrienė – 4 kartai.
14. UAB “Vintana” vadovė Erika Sikorskienė – 3 kartai.
15. UAB “Topo centras” bendrasavininkė Aurelija Rusteikienė – 3 kartai.
16. Viešbučio “Mabre Residence Hotel” savininkė Rasa Martens – 3 kartai.
17. UAB “Lauros namai” savininkė Laura Bohne – 3 kartai.
18. Viešbučio “Narutis” bendrasavininkė Nadižda Novickienė – 3 kartai.

Būtent aukščiau pateiktos vadovės, dažnai pasirodydamos oficialiuose renginiuose ir dėl to pakliūdamos į „Stiliuje“ publikuojamas nuotraukas, pateikia visuomenei, kad moteris vadovė yra idealiai atrodanti, visada besišypsanti, besirengianti dizainerių drabužiais ir dažnai dalyvaujanti įvairiuose oficialiuose priėmimuose, tačiau dažniausiai realybė kitokia. Net apie trijų vadovių, kurios įvardijamos kaip verslininkės, įmones nėra jokių duomenų.

Nagrinėjant toliau, reikia pažymėti, kad tyrimo metu buvo iširtos sritys, kuriose dažniausiai telkiasi vadovės:

1. Paslaugų sfera:

- Maitinimosi įstaigos (restoranai, kavinės) – 7.
- Apgyvendinimo, pramogų, sporto paslaugos – 10.
- Nuomos, statybos ir remonto, projektavimo – 5.
- Kelionių organizavimas ir pardavimas – 1.
- Renginių, parodų, mugių organizavimas – 3.
- Gydytojų, grožio, sveikatinimo ir kosmetologijos paslaugos – 5.
- Valymo paslaugos – 1.
- Visuomenės informavimo, spaudos paslaugos – 3.
- Verslo konsultacijos, buhalterinės apskaitos tvarkymo ir kalbų mokymas – 3.
- Banko ir draudimo paslaugos – 3.
- Nekilnojamo ir kilnojamo turto paslaugos – 2.

2. Prekyba:

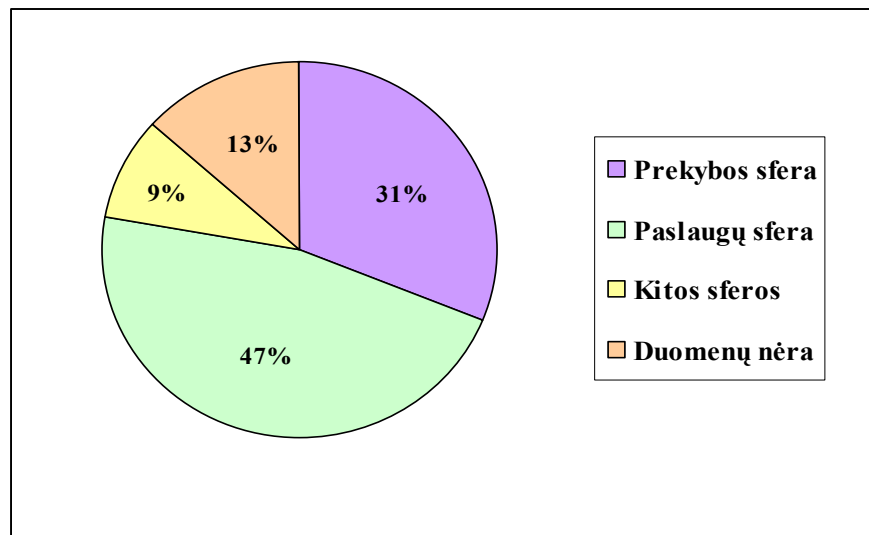
- Drabužių ir aksesuarų prekyba – 12.
- Tabako ir alkoholinių gėrimų prekyba – 4.
- Kuro ir naftos produktų prekyba – 1.
- Kosmetikos priemonių prekyba – 1.

- Antikvarinių daiktų pardavimas – 1.
- Baldų, interjero detalių, indų, stalo reikmenų, buitinės technikos, vaizdo ir garso aparatūros prekyba – 7.
- Automobilių prekyba ir nuoma – 1.
- Maisto produktų gamyba ir prekyba – 1.

3. Kita:

- Modelių namai – 8.

Iš aukščiau išskirtų sričių, pastebėtina, kad moterys vadovės dažniausiai (net 46,7 %) telkiasi paslaugų sferoje (žr. 11 pav.). Prekybos ir kitose sferose atitinkamai 31 % ir 8,9 %. Apie 12 vadovių, t.y. 13,3 % visų vadovių, duomenų nėra.



11 pav. Moterų vadovių pasiskirstymas pagal sritis

Iš aukščiau pateiktų sferų, išskirtinos sritys, kuriose telkiasi daugiausiai tirtų vadovių:

1. Drabužių ir aksesuarų prekyba – 12.
2. Apgyvandinimo, pramogų, sporto paslaugos – 10.
3. Modelių namai – 8.
4. Maitinimosi įstaigos (restoranai, kavinės) – 7.
5. Baldų, interjero detalių, indų, stalo reikmenų, buitinės technikos, vaizdo ir garso aparatūros prekyba – 7.

Tokiu būdu tenka pastebėti, kad tirtos moterys dažniausiai vadovauja „moteriškoms“ įvardijamoms sritims (pvz., drabužių ir aksesuarų prekyba, apgyvendinimo, pramogų, sporto paslaugų sritims, modelių namams ir kt.). Žinoma, yra moterų, kurios vadovauja „vyriškoms“ laikomoms sritims (pvz., tabako ir alkoholinių gėrimų prekyba, kuro ir naftos produktų prekyba, automobilių prekyba ir nuoma), tačiau tokių yra nedaug.

Paskutinis vertinimo kriterijus yra įmonių apyvartos ir darbuotojų skaičius. Vadovės, vadovaujančioms įmonėms, kurios pasižymi didžiausiomis apyvartomis (remiantis 2008-01-02 duomenimis):

1. UAB "Topo centras" bendrasavininkė Aurelija Rusteikienė - virš 100.000.001 Lt
2. AB "Ūkio bankas" valdybos pirmininkė Edita Karpavičienė – virš 100.000.001 Lt.
3. UAB "Vilniaus verslo uostas" bendrasavininkė Vaiva Ginaitytė – virš 100.000.001 Lt.
4. AB "Snoro banko" viceprezidentė Natalija Platonova – virš 100.000.001 Lt.
5. UAB "Nesė pramogų bankas" direktorė Inga Česnakinė – virš 100.000.001 Lt.

Pastebėtina, kad tik UAB „Topo centras“ bendrasavininkė Aurelija Rusteikienė, kuri vadovauja įmonei pasižyminčiai didžiausia apyvarta, neatsitiktinai patenka į oficialiuose renginiuose pasirodančių vadovių aštuonioliktuką. Net trys vadovės (UAB „Vilniaus verslo uostas“ vadovė Vaiva Gineitytė, AB „Snoro bankas“ viceprezidentė Natalija Platonova ir UAB „Nesė Group“ direktorė Inga Česnakinė) pasirodė vos vieną kartą.

Tarp vadovių, vadovaujančių didžiausiam darbuotojų kolektyvui (remiantis 2009-04-01 duomenimis), reikia išskirti:

1. Snoro bankas viceprezidentė Natalija Platonova – virš 1000.
2. AB "Ūkio bankas" valdybos pirmininkė Edita Karpavičienė – nuo 500 iki 999.
3. UAB "Vilniaus verslo uostas" bendrasavininkė Vaiva Ginaitytė – nuo 500 iki 999.
4. UAB "Topo centras" bendrasavininkė Aurelija Rusteikienė – nuo 250 iki 499.
5. AB "Lėvuo" direktorė Laima Kačonienė – nuo 250 iki 499.
6. "Nesė" direktorė Inga Česnakinė – nuo 250 iki 499.
7. UAB "Biovela" bendrasavininkė Birutė Katauskienė – nuo 250 iki 499.

Tarp vadovių, turinčių didžiausią darbuotojų kolektyvą ir dažniausiai dalyvaujančių oficialiuose renginiuose yra UAB „Topo centras“ bendrasavininkė Aurelija Rusteikienė. Dvi vadovės renginiuose pasirodė po du kartus ir rečiausiai, vos vieną kartą pasirodė net keturios vadovės, tarp kurių yra ir didžiausiam darbuotojų kolektyvui vadovaujanti AB „Snoro bankas“ viceprezidentė Natalija Platonova.

L. Donskio teigimu, „Viskas šiame pasaulėlyje yra susiję – kol nepateksi į kompanijas, kurioms priklauso modeliai, madų dizaineriai, dailininkai, teatro ir kino režisieriai, aktoriai, žurnalistai, impresarijai, rašytojai ir meno kritikai, tol tavęs niekas nežinos. Kita vertus, tavęs niekas nežinos, jei nepateksi į šias kompanijas.“⁵¹ Išanalizavus visus duomenis, darytinos žemiau pateiktos išvados:

1. Dažniausiai vadovių pasirodymas oficialiose renginiuose yra atsitiktinis, tačiau yra tam tikra grupė vadovių (20,5 % bendro tirtų vadovių skaičiaus), kurios dažnai pasirodo oficialiuose renginiuose ir taip formuoja moters vadovės įvaizdį.
2. Dažniausiai oficialiuose renginiuose pasirodo vadovės, kurių įmonės nepasižymi didele metine apyvarta. Aštuonių iš 18 dažniausiai renginiuose dalyvaujančių moterų metinė įmonės apyvarta nesiekė 1.000.000 Lt ir net 14 vadovių (t.y. 77,8 %) metinė apyvarta buvo žemesnė nei 10.000.000 Lt. Panaši situacija yra ir moterų, vadovaujančių didžiausiam kolektyvui.
3. Pagal veiklos pobūdį beveik pusė (net 46,7 %) vadovių telkiasi paslaugų sferoje. Prekybos ir kitose sferose – atitinkamai 31 % ir 8,9 %.
4. Kai kurios renginiuose dalyvaujančios moterys pristatomos kaip verslininkės, tačiau tyrimo metu išaiškėjo, kad net apie 13 tirtų vadovių, kurios buvo pristatytos kaip verslininkės, įmonės nėra duomenų.
5. Dažniausiai renginiuose dalyvaujančios vadovės susitelkusios „moteriškomis“ vadinamose srityse, tokiose kaip drabužių ir aksesuarų prekyba, apgyvendinimo, pramogų, sporto paslaugų sritims, modelių namams ir kt. Šitą faktą galima pagrįsti tuo, kad tos vadovės siekia padaryti reklamą net tik sau, bet ir savo vadovujamai įmonei.
6. „Stiliuje“ publikuojamų vadovių nuotraukos „iškreipia“ tikrąją moters vadovės įvaizdį, pateikiant visuomenei, kad moteris vadovė yra idealiai atrodanti, visada besišypsanti, besirengianti dizainerių drabužiais ir dažnai dalyvaujanti įvairiuose oficialiuose priėmimuose. Vadovės, vadovaujančios didžiausioms įmonėms retai ar visiškai nesirodo oficialiuose renginiuose.

⁵¹ Donskis L. Be pykčio: vienerių metų minčių žemėlapis. - Vilnius: Versus aureus, 2006. – 83 p. – ISBN 9955-699-00-0.

3. ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ SUKURTO VADOVĖS ĮVAIZDŽIO ATITIKIMAS REALYBEI

Informacija ir dezinformacija vis sunkiau atskiriamos viena nuo kitos ir viešoji nuomonė blaškosi tarp pseudorealybės ir pseudotikėjimo.⁵² Iš vienos pusės, žiniasklaidos priemonės gali kurti vienokius ar kitokius įvaizdžius, tačiau iš kitos pusės, vadovams tai yra naudinga, ypač jei kuriamas įvaizdis yra teigiamas. Žiniasklaidos pagrindinis tikslas yra kuo platesnei auditorijai „parduoti“ informaciją, dėl to žiniasklaidoje kuriamas tam tikrai auditorijai priimtinausias įvaizdis. O „[...] visuomenė vis labiau pripranta reaguoti ne į unikalią vertybę, o į masiškai gaminamą ir tiražuojamą vertybiškai nuspalvintą simbolių ir ženklų rinkinį.“⁵³

Realybėje moteris vadovė neatitinka dažniausiai žiniasklaidos formuojamo įvaizdžio, nes moteris užimančios vadovaujančias pareigas didelėse įmonėse mažai laiko skiria savo įvaizdžio pateikimui žiniasklaidoje. Vadovės kasdienybė vis dar apima vyraujančius socialinius lyčių vaidmenis, kurie daro įtaką darbo pasidalijimui tarp lyčių. Moters vaidmuo dažniausiai siejamas su motinos, žmonos, namų ūkinio saugotojos, tuo tarpu iš vyro tikimasi sėkmingos profesinės karjeros, bei materialinio pagrindo šeimai sukūrimo. Dėl šios priežasties kaip pagrindinis trukdis moters profesinei karjerai įvardijama šeima. Iš vienos pusės, šeimos nebuvimas įvertinamas kaip itin reikšmingas veiksnys moterims siekiančioms karjeros, tačiau iš kitos pusės, „[...] šeimos parama sudaro tvirtą ir patikimą pagrindą, kuris yra esminis moterų sėkmingai karjerai.“⁵⁴ Tačiau šiais laikais vis daugiau moterų siekia peržengti ne tik visuotinai priimto mąstymo ribas, bet ir įsitvirtinti stereotipiškai laikomame vyriškame vadovų pasaulyje. Taigi analizuojant realią moters vadovės situaciją Lietuvoje, galime išskirti šias pagrindines problemas:

1. Viena iš svarbiausių problemų – visuomenėje vyraujantys stereotipai, kurie įtvirtina nuostatą, kad vadovavimas laikomas vyrų prerogatyva.
2. Antra, ne ką mažiau svarbi problema – netolygi moterų ir vyrų situacija darbo rinkoje. Nors Europos Sąjungos valstybėse moteris sudaro 59 % visų žmonių, baigusiu universitetus, tačiau jos uždirba 17 % mažiau nei vyrai už tokį patį atliktą darbą ir žymiai rečiau užima vadovės pareigas. Dažnai moteris dirba tokiuose sektoriuose (pvz., sveikatos, švietimo, socialinio darbo), kurie mažiau vertinami ir už kuriuos gaunamas mažesnis darbo užmokestis. Net 23,5 % daugiau moterų nei vyrų dirba ne visą darbo dieną.

⁵² **Bielinis L.** Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė. – Vilnius: Eugrimas, 2005.- 36 p. – ISBN 9955-682-10-8.

⁵³ Ten pat.

⁵⁴ **Žukauskienė R., Šakalytė J.** Moterų profesinė karjera. - Vilnius : Lietuvos nacionalinė UNESCO komisija, 2003. – 33 p. – ISBN 995558002X.

3. Trečia problema – sudėtingas šeimos ir profesinės karjeros derinimas, dėl ko moteris turi kuriam laikui nutraukti (pvz., vaiko priežiūros atostogos), o kai kuriais atvejais net atsisakyti tolesnių karjeros siekimo perspektyvų.
4. Ketvirta, tačiau ne mažiau svarbi nei prieš tai įvardintos problemos – psichologinės priežastys: moterų pasitikėjimo stoka, rizikos ir atsakomybės baimė, mažesni keliami sau reikalavimai ir kt.

3.1. Žiniasklaidos formuojamas ir statistiniais duomenimis paremtas vadovės įvaizdis

Tarp darbe tirtų spausdintinės žiniasklaidos priemonių ir statistiniais tyrimais paremto vadovės įvaizdžio yra tam tikrų panašumų, pavyzdžiui, atitinka šeimyninė padėtis ir vaikų skaičius. Ypač svarbu palygintų gautų tyrimų rezultatus su statistiniais duomenimis, iš kurių išsamiausi yra 2007 metais, remiantis beveik 5 tūkstančiais žymiausių Lietuvos moterų, moterų vadovių biografijų, įtrauktų į 2007 m. žinyną „Kas yra kas. Lietuvos moterys“⁵⁵ sudarytu statistiniu Lietuvos moters – lyderės portretu. Žinoma, neatmestini ir kitų sociologinių tyrimų rezultatai (žr. 4 lentelė).

⁵⁵ **Moteris lyderė: statistinis portretas.** <http://www.delfi.lt/archive/article.php?id=16176818> [žiūrėta 2008-10-19].

4 lentelė*. Žiniasklaidos formuojamas ir statistiniais duomenimis paremtas vadovės įvaizdis

Vertinimo kriterijus	Žiniasklaidos formuojamas moters vadovės įvaizdis		Statistiniais duomenimis paremtas moters vadovės įvaizdis
	Žurnale „Veidas“	Žurnale „Stilius“	
Amžius	-	35 metai	50 metų
Šeimyninė padėtis:			
Ištekėjusi	60 %	58,9 %	66 %
Netekėjusi	10 %	11,8 %	30 %
Išsiskyrusi	-	23,5 %	1 %
Našlė	-	5,9 %	3 %
Vaikų skaičius:			
Vienas vaikas	20 %	41,2 %	0,5 %
Du vaikai	50 %	35,3 %	43 %
Trys vaikai	-	11,8 %	8,5 %
Neturi vaikų	-	5,9 %	Nėra duomenų
Sritys, kuriose dažniausiai telkiasi moterys vadovės	-	1. Drabužių ir aksesuarų prekyba. 2. Apgyvendinimo, pramogų, sporto paslaugos. 3. Modelių namai. 4. Maitinimosi įstaigos (restoranai, kavinės). 5. Baldų, interjero detalių, indų, stalo reikmenų, buitinės technikos, vaizdo ir garso aparatūros prekyba.	1. Siuvimas. 2. Sporto klubai. 3. Plaukų kirpimas, grožio salonai. 4. Maži restoranai ir kavinės. 5. Privatūs odontologijos ir kt. sričių gydytojų kabinetai.
Asmeninės savybės darbe/gyvenimo kredo	Gyvenimo kredo: 1. Kuo didesni tikslai, tuo daugiau pasieki. 2. Dirbti motyvuoja noras pasiekti užsibrėžtus tikslus. 3. Jokiais būdais nepasiduoti. 4. Nelauk, kol kas nors ką nors duos. 5. Gyvenimas yra puikus. 6. Žinau, kad nieko nežinau. 7. Visada eiti į priekį. 8. Geriau nesėdėti vietoje ir neniurzgėti, o kažką daryti.	Savybės: 1. Idealumo siekimas. 2. Užsispyrimas, atkaklumas, ryžtas 3. Stiprumas 4. Kantrybė 5. Optimizmas 6. Sumanumas 7. Tikėjimas tuo, ką daro.	Savybės: 1. Moterys vadovavimą sieja ne su pinigais, o su aukštesnių tikslų siekimu. 2. Pasižymi atkaklumu, užsispyrimu, kantrybe. 3. Sugeba atlaikyti visus „gyvenimo smūgius“. 4. Puikiai susidoroja su nesėkmėmis ir iš jų pasimoko. 5. Būdingas tvirtas tikėjimas tuo, ką daro. 6. Puikiai bendrauja su žmonėmis

* Lentelė sudaryta darbo autorės.

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus duomenis, pastebima, kad skirtumų tarp pasirinktų kriterijų (amžiaus, šeimyninės padėties nėra, išskirtų sričių, kuriose telkiasi vadovės, asmeninių savybių darbe/gyvenimo kredo) nėra. Tačiau pagrindinis skirtumas yra pasirodymai oficialiuose renginiuose. Šio darbo 2.1. poskyryje pateiktų sėkmingiausių moterų vadovaujamų bendrovių sąraše (Lentelė Nr. 1) ir

sėkmingiausių 2008 m. bendrovių vadovių penketuke esančios moterys paneigia oficialių renginių lankymą kaip svarbų įmonės vadovės įvaizdžio formavimo aspektą. Pabrėžtina, kad nė viena iš aukščiau pateiktas kategorijas patekusių vadovių, nepateko į tirtus interviu su moterimis vadovėmis „Veide“ ir „Stiliuje“, bei nedalyvavo ne viename oficialiame renginyje (per vienerius metus buvo publikuojama informacija apie 98 renginius), kurių nuotraukas publikavo „Stilius“.

Tokiu būdu tenka pastebėti, kad žiniasklaida, siekdama pritraukti visuomenės dėmesį, iškelia tam tikrus asmenis ir jų sukurtą įvaizdį pateikia kaip visuotinai priimtina, o vėliau, nuolatos publikuojami straipsniai apie visuomenės dėmesį pelniusių asmenų laisvalaikį, pramogas, prabangius pirkinius ir pan. Susiformuoja nedidelio, bet įtakingų asmenų sluoksnis, kurių nuotraukos nuolatos publikuojamos žiniasklaidos priemonėse. Kita vertus, vadovas, dažnai pritraukiantis žiniasklaidos dėmesį yra atsakingas ne tik už savo įvaizdį, bet ir už visos įmonės. Ir būtent toms vadovėms, kurios vadovauja didžiausioms įmonėms, nereikalingas nuolatinis žiniasklaidos dėmesys, jos nedalyvauja oficialiuose renginiuose, nes dažna iš jų neturi tam laiko.

Taigi, darytina išvada, kad visuomenė linkusi pasitikėti žiniasklaida, kuri turi galimybę daryti įtaką visuomenės idėjų, nuostatų, elgesio ir vertinimo modelių formavimui ar keitimui. Dažnai žiniasklaida gali kurti bei kontroliuoti visuomenės supratimą apie realybę. Kita vertus, „[...] žiniasklaidoje nėra nieko tokio, kas nebūtų giliai įsišakniję mūsų visuomenėje.“⁵⁶

3.2. Vadovai ir žiniasklaida

Žiniasklaida neatspindi įvairiapusės, lygiomis galimybėmis darbo rinkoje grįstos visuomenės, nes joje kuriamas realybės neatitinkantis vadovo įvaizdis. Žiniasklaidoje publikuojami straipsniai pateikia tik gražiąją vadovavimo pusę, bet nepateikia kiek daug pastangų, sunkaus darbo, bemiegių naktų pareikalauja atsakingos pareigos. L. Bielinio (2005) teigimu: „Jei anksčiau žiniasklaida buvo langas ir rodė mums realybę, o vėliau, pakitus techninėms sąlygoms, ėmė atspindėti ją ir imta vadinti veidrodžiu tai šiandien, kurdama ir modeliudama mums realybę, ji tampa sapnu, kurį visi kolektyviai sapnuojame susitelkę prie laikraščių, radijo imtuvų ir televizorių.“⁵⁷

⁵⁶ **Donskis L.** Be pykčio: vienerių metų minčių žemėlapis. - Vilnius : Versus aureus, 2006. – 197 p. – ISBN 9955-699-00-0.

⁵⁷ **Bielinis L.** Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. – Vilnius: Eugrimas, 2005.- 79 p. – ISBN 9955-682-10-8.

Net patys vadovai nepasitiki žiniasklaida, nes remiantis 2007 m. „Transparency International“ užsakymu atliktu (agentūra RAIT) sociologiniu – kriminologiniu Lietuvos žiniasklaidos skaidrumo tyrimu⁵⁸, kuris pateikė tokias išvadas:

1. Net 91,1 % verslininkų tiki, kad nepalankios publikacijos apie asmenį ar įmonę laikraščiuose ar reportažai televizijose gali sužlugdyti tą asmenį ar įmonę.
2. Žinių, kad žiniasklaida už atlygį pateikia neigiama (šmeižia) įmones ar žmones, sako turintys 63,2 % verslininkų. Verslininkai žiniasklaidą laiko šiek tiek mažiau korumpuota nei valdžia, bet labiau korumpuota nei verslininkai.
3. Beveik pusė apklaustųjų teigia per pastaruosius dvejus metus gavę pasiūlymų reklamuotis už palankias publikacijas ar palankius reportažus.
4. Dešimtadalis prisipažįsta, jog patys yra atsilyginę pinigais ar reklama už palankių publikacijų skelbimą ar nepalankių neskelbimą.
5. 42,6 % prisipažįsta, jog nemato nieko bloga užsakomuosiuose straipsniuose, kurie nėra pažymėti kaip reklama, o beveik 18 proc. vertina juos teigiamai.
6. Beveik 40 % verslininkų mano, kad yra visiškai natūralu, kai įmonė stengiasi, kad prakištų už atlygį tokius straipsnius ir reportažus į spaudą ir televiziją, o 8,8 % tokias pastangas netgi vertina teigiamai.

Aukščiau pateikti duomenys, informuoja, kad žiniasklaida apibūdinama kaip antra pagal korupcijos pasireiškimą institucija Lietuvoje, kurios reikšmė visuomenei yra neabejotina. Kai kuriais atvejais žiniasklaida gali ne tik išpopuliarinti tam tikrą asmenį ar organizaciją, bet ir visiškai sunaikinti.

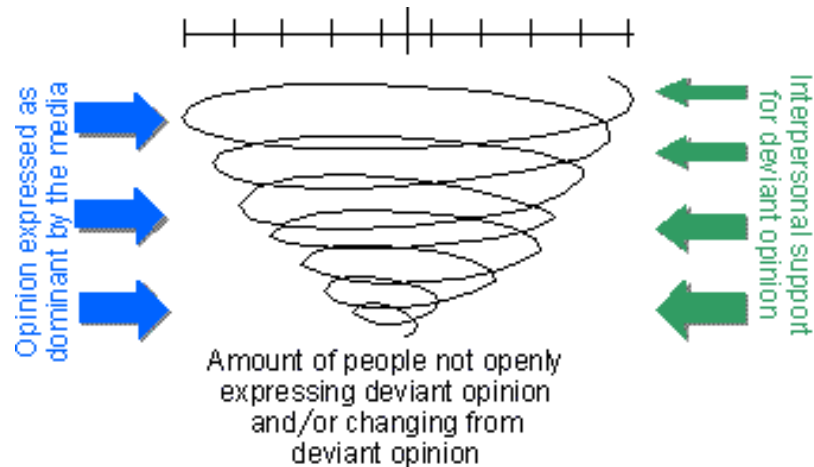
3.3. Elisabeth'os Noelle-Neumann „Tylos spiralės“ teorija

Nagrinėjant moters vadovės įvaizdžio kūrimą būtina paminėti Elisabeth'os Noelle-Neumann „Tylos spiralės“ (*angl. „spiral of silence*) teoriją. E. Noelle-Neumann teigimu, žiniasklaida gali ne tik nurodyti, ką mums galvoji, bet ir pateikia, ką galvoja kiti. Autorė įsitikinusi, kad žiniasklaida padeda plėtoti visuomenės nuomonę. Išskirtinos „Tylos spiralės“ (žr. 12 pav.) teorijos pagrindinės idėjos:

1. Žmonės slepia savo nuomonę, nes bijo nepritapimo prie visuomenės. Tik stiprios asmenybės gali pasipriešinti daugumo nuomonei.

⁵⁸ Žiniasklaidos skaidrumas: straipsnių rinkinys. – Vilnius: Eugrimas, 2007. – 6-13 p. – ISBN – 978-9955-682-79-0.

2. Žmonės linkę geriau nereikšti savo nuomonės, jei ji yra palaikoma mažumos. Kita vertus, žiniasklaida daro įtaką nuomonės skleidimui net ir tada, kai ji yra priimtina tik mažumai.
3. Žmonės turi šeštąjį pojūtį, kuris leidžia perprasti dominuojančią visuomenės nuomonę.
4. Izoliacijos visuomenėje baimė daro įtaką nuomonės išreiškimui.



Noelle-Neumann's Spiral of Silence

12 pav. Elisabeth Noelle-Neumann Tylos spirālė

Šaltinis: Spiral of silence.

http://www.cw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Mass%20Media/spiral_of_silence.doc/
[žiūrėta 2009-11-05].

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktą informaciją, pastebėtina, kad izoliacijos baimė yra jėga, sukianti judėjimą tylos spirale. Thomas'o Hobbes'o teigimu, „tyla gali būti interpretuojama kaip sutikimo rodiklis, nes yra lengviau pasakyti ne, nei nesutikti. Hobbes'as [aut. past. E. Noelle-Neuman teigimu] yra neteisis sakydamas, kad yra lengva pasakyti ne, bet yra teisis, manydamas, kad tyla gali būti interpretuojama kaip sutikimas [...]“⁵⁹. Dėl to, dažnai žmonės, bijodami išsakyti savo nuomonę, kuri prieštarauja daugumos, ją nutyli, kas dažnai suprantama kaip sutikimas.

Taigi, darytina išvada, kad žmonės dažniausiai nesipriešina visuomenėje vyraujančiai nuomonei, t.y. slepia savo nuomonę, jeigu mano, kad pastaroji neatitinka didžiajai visuomenės daliai priimtinių

⁵⁹ Noelle-Neumann, E. The spiral of silence: public opinion – our social skin. – Chicago, London: University of Chicago Press, 1993. – 1-8 p. – ISBN 0-226-58936-6.

pažiūrų. Žiniasklaida, siekdama pritraukti kiek įmanoma didesnę auditoriją, tampa visuomenės daugumos nuomonės įkaite, t.y. perteikia tokią nuomonę, kuri yra priimtina didžiajai daliai auditorijos (visuomenės). Tai paaiškina žiniasklaidos formuojamą moters vadovės įvaizdį, kuris remiasi daugumos pozicija ir tik nedidelis moterų vadovių skaičius dėl užimamos pozicijos nebijo izoliacijos ir gali garsiai kalbėti mažumos vardu.

IŠVADOS

Lietuvos ir Europos Sąjungos teisinė bazė patikimai *de jure* užtikrina moterų ir vyrų lygias teises darbo rinkoje, tačiau *de facto* vadovaujančias pareigas dažniausiai užima vyrai. Moterys siekdamos vadovo pareigų susiduria su įvairiais sunkumais, tačiau reikia pastebėti, jog nepaisant to, kad moterys tik XX amžiuje išsivadavo iš vyrų šešėlio ir ėmė kovoti už savo teises, kai kurioms jų pavyko pranokti stipriąją lytį ir patekti į istoriją. Šiais laikais moterys siekia tų pačių dalykų kaip ir vyrai, vis drąsiau žengdamos į „vyrišką“ laikomą vadovų pasaulį. Dėl to sėkmingas vadovavimas vis dažniau siejamas ne su lytimi, bet su vadovo dalykinėmis ir asmeninėmis kompetencijomis.

Nors moterys dažniausiai turi aukštesnį išsilavinimą nei vyrai, jos beveik du kartus rečiau užima vadovaujančias pareigas. Ši problema yra susijusi su moters vadovės įvaizdžio formavimu žiniasklaidoje, kuri būdama tarpininke tarp vadovių ir visuomenės, užmezga ir padeda palaikyti ryšius su tam tikromis tikslinėmis auditorijomis bei formuoja asmens ar organizacijos įvaizdį visuomenėje. Žiniasklaida turėtų suteikti visuomenei objektyvią informaciją apie visus įvykius ar asmenis, tačiau realybė yra kitokia, nes dažniausiai informacija yra atrenkama, nusprendžiama, kuri gali būti pranešama, o kuri ne. Informacijos atrankai daro įtaką komerciniai interesai, konkurencija rinkose, dėl to naujienomis ne tik pranešama informacija apie įvykius ar asmenis, bet ir skleidžiamos subjektyvios nuomonės ir interesai, kurie dažniausiai riboja moterių galimybes siekti vadovaujančių pozicijų.

Taigi, darytinos žemiau nurodytos išvados, dėl žiniasklaidos formuojamo moters vadovės įvaizdžio ir jo atitikimo realiam moters vadovės įvaizdžiui:

1. Žiniasklaida, įtvirtindama stereotipinį požiūrį į moters socialinį vaidmenį, šeimos ir darbo derinimo problemas, neigiamai veikia moterų galimybes siekiant vadovaujančių pareigų.
2. Žiniasklaida, formuodama moters vadovės įvaizdį patriarchalinės visuomenės rėmuose „primeta“ visuomenei tam tikrą – sukurtą (teisingą ar iškreiptą) įvaizdį, tačiau realus moters vadovės įvaizdis yra susijęs su nelygiomis galimybėmis darbo rinkoje, visuomenėje vyraujančiomis nuostatomis, šeimos ir darbo derinimo sunkumais. Pažymėtina, kad statistiniai duomenys byloja apie geresnes moterų galimybes darbo rinkoje – daugėja moterų valdančių dideles įmones. Šis faktas įrodo, kad moterys daug dirbdamos gali įveikti aštrią konkurenciją ir užimti vadovaujančias pareigas net „vyriškomis“ vadinamose srityse. Be to, darbdaviai,

3. Žiniasklaida, kaip vienas svarbiausių ir nemažą visuomenės pasitikėjimą įgijusių informacijos šaltinių, yra įtakinga socialinė institucija, formuojanti visuomenės nuomonę, vertybines nuostatas ir stereotipus Lietuvoje. Dėl to, ji ypač prisideda prie aukščiausio lygio vadovo kaip vyriškų pareigų propagavimo visuomenėje, nes pabrėžiama aukščiausio lygio vadovų naudojama jėga ir įtaka tam, kad būtų priimti strateginiai sprendimai ir paskirstyti išteklių. Dėl to žiniasklaidos formuojamo vadovo kaip kario įvaizdis nesuderinamas su moters kaip vadovės įvaizdžiu.
4. Šiuolaikinei moteriai yra svarbios tiek šeimos, tiek ir profesinės karjeros, tačiau žiniasklaidoje moters įvaizdis grindžiamas karjeros ir šeimos priešprieša, t.y., kad darbo ir šeimos derinimas yra itin sudėtingas dėl nuolatos patiriamo streso, ribotų karjeros galimybių, trumpesnių darbo valandų ir kitų faktorių.
5. Pastaruoju metu žiniasklaida formuoja gražios, jaunos, tačiau pakankamai aukšto socialinio statuso, dažnai dalyvaujančios oficialiuose renginiuose, užimančios vadovaujančias pareigas ir sukūrusios gražią šeimą moters įvaizdį, tačiau toks įvaizdis laikytinas dirbtiniu. Remiantis darbe pateiktu tyrimu, perspektyviausių ir didžiausių Lietuvos įmonių vadovės retai pasirodo oficialiuose renginiuose ir save apibūdina pagal aukščiau minėtus kriterijus.
6. Skirtingose spausdintinės žiniasklaidos priemonėse pateikiamas savitas moters vadovės įvaizdis, kadangi skirtingoms auditorijoms yra patrauklūs skirtingi moters bruožai ar savybės.
7. Žiniasklaida daro įtaką visuomenės nuomonės formavimui atstovaudama tam tikroms (dažniausiai dominuojančioms, turinčioms išteklių kontroliuoti žiniasklaidą ir jos informacijos šaltinius) grupėms, atspindint pastarųjų požiūrius ir nuomones apie moterį vadovę.
8. Žmonės dažniausiai nesipriešina visuomenėje vyraujančiai nuomonei, t.y. slepia savo nuomonę, jeigu mano, kad pastaroji neatitinka didžiajai visuomenės daliai priimtinių pažiūrų. Žiniasklaida, siekdama pritraukti kiek įmanoma didesnę auditoriją, tampa visuomenės daugumos nuomonės įkaite, t.y. perteikia tokią nuomonę, kuri yra priimtina didžiajai daliai auditorijos (visuomenės). Tai paaiškina žiniasklaidos formuojamą moters vadovės įvaizdį, kuris remiasi daugumos pozicija ir

LITERATŪROS SĄRAŠAS

I. Monografijos:

- 1) **Arnlaug L.** Dirbantys tėvai ir socialinės gerovės valstybė: kintanti šeima ir politikos reforma Skandinavijoje. - Vilnius : Eugrimas : Lygių galimybių plėtros centras, 2006. – 13, 15 p. – ISBN 9955-682-46-9.
- 2) **Bagdonas A.** Skirtingi, bet lygūs visuomenėje ir darbuotėje. – Vilnius : Vilniaus universiteto Specialiosios psichologijos laboratorija : Lietuvos darbo rinkos mokymo tarnyba, 2007. – 196 p. – ISBN 978-99-55-636-06-9.
- 3) **Beauvoir S.** Antroji lytis. – Vilnius: Pradai, 1996. – 783 p. – ISBN 9986-405-92-0.
- 4) **Bielinis L.** Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė. – Vilnius: Eugrimas, 2005.- 35 p. – ISBN 9955-682-10-8.
- 5) **Crompton R.** Employment and the family : the reconfiguration of work and family life in contemporary societies. - Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 74 p. – ISBN 0521840910.
- 6) **Donskis L.** Be pykčio: vienerių metų minčių žemėlapis. - Vilnius : Versus aureus, 2006. – 83, 197 p. – ISBN 9955-699-00-0.
- 7) **Frenier C. R.** Verslas ir moteriškumo principas: neatrastas lobis. Vilnius: Vaga, 2009. – 151, 186-187, p. – ISBN 0-7506-9829-2.
- 8) **Giddens A.** Sociologija. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2006. – 241 p. – ISBN 9986-850-54-1.
- 9) **Noelle-Neumann, E.** The spiral of silence: public opinion – our social skin. – Chicago, London: University of Chicago Press, 1993. – 1-8 p. – ISBN 0-226-58936-6.
- 10) **Rakauskienė O. G.** Lietuvos ekonominė ir socialinė sanglauda // Lietuvos ekonomika Europoje ir globalioje erdvėje: straipsnių rinkinys. - Vilnius : Ekonominių tyrimų centras, 2007. – 119 p. – ISBN 978-9955-9838-4-2.
- 11) **Rakauskienė O. G. ir kt.** Moterų verslo konkurencingumo didinimas: monografija. – Vilnius: MRU Leidybos centras. 2007. – 252 p. – ISBN 978-9955-801-00-9.
- 12) **Stankūnienė V.** Šeima, vaikai, šeimos politika : modernėjimo prieštaros. – Vilnius: Socialinių tyrimų institutas. 2005. – 29 p. – ISBN 9955-531-20-7.
- 13) **Wilcox D. L. ir kt.** Ryšiai su visuomene: strategija ir taktika. – Poligrafija ir informatika, 2007. – 224 p. – ISBN 978-9986-850-59-5.

- 14) **Žiniasklaidos skaidrumas: straipsnių rinkinys.** – Vilnius: Eugrimas, 2007. – 6-13 p. – ISBN – 978-9955-682-79-0.
- 15) **Žmogaus socialinė raida:** vadovėlis. – Vilnius : Homo liber, 2001. – 155 p. – ISBN 995-449-27-6.
- 16) **Žukauskienė R., Šakalytė J.** Moterų profesinė karjera. - Vilnius : Lietuvos nacionalinė UNESCO komisija, 2003. – 33 p. – ISBN 9955-580-02-X.

II. Norminiai teisės aktai:

- 1) **Europos Bendrijos steigimo sutartis** // Valstybės žinios, 2004. Nr. 2-2.
- 2) **Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas** // Valstybės Žinios. 2000, Nr. 74-2262.
- 3) **Lietuvos Respublikos Konstitucija.** – Vilnius: Teisinės informacijos centras, 2005. – 29 p. – ISBN 9955-557-54-0.
- 4) **Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutiniojo verslo plėtros įstatymas.** http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=311296 [žiūrėta 2009-10-15].
- 5) **Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas** // Valstybės Žinios. 2000, Nr. 75-2272.
- 6) **Nacionalinė Lisabonos strategija.** <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/n.lis.pr.-2005-11-22.nr.1270.doc> [žiūrėta 2009-04-13].
- 7) **2006 m. liepos 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/54/EB dėl moterų ir vyrų lygių galimybių ir vienodo požiūrio į moteris ir vyrus užimtumo bei profesinės veiklos srityje principo įgyvendinimo.** http://www3.lrs.lt/pls/inter1/dokpaieska.showdoc_l?p_id=53079 [žiūrėta 2009-10-14].

III. Statistinė informacija:

- 1) **Lietuvos statistikos metraštis.** <http://www.stat.gov.lt/lt/> [žiūrėta 2009-06-12].

IV. Spausdintinė žiniasklaida (laikraščiai, žurnalai):

- 1) **Armalė A.** Kūrusi mokyklą dukrai, sukūrė mokyklą visiems // Veidas, 2008, rugsėjo 1 d., Nr. 35, p. 34-35.

- 2) **Augustinaitytė M.** Direktorė, ketinanti pakeisti visą turizmo rinką // Veidas, 2008, liepos 21 d., Nr. 29, p. 42-43.
- 3) **Augustinaitytė M.** Nuo paprastos ekonomistes iki generalines direktores // Veidas, 2009, gegužės 11 d., Nr. 19, p. 38-39.
- 4) **Augustinaitytė M.** Nuo paprastos vadybininkės iki 21-os parduotuvės direktorės // Veidas, 2009, sausio 5 d., Nr.2, p. 28-29.
- 5) **Augustinaitytė M.** Restoranų ir ledainių versle rizika pasiteisino // Veidas, 2008, gruodžio 15 d., Nr. 50, p. 30-31.
- 6) **Augustinaitytė M.** Vadovė, sukūrusi restoranų verslo receptą // Veidas, 2008, lapkričio 10 d., Nr. 45, p. 32-33.
- 7) **Augustinaitytė M.** Verslo sėkmė - kavos puodelyje // Veidas, 2008, rugsėjo 29 d., Nr. 39, p. 36-37.
- 8) **Augustinaitytė M.** Verslininkės pomėgis - vertinti turta // Veidas”, 2008, lapkričio 24 d., Nr. 47, p. 32-33.
- 9) **Augustinaitytė M.** Verslo azartas atstoja net poilsį // Veidas, 2008, gruodžio 8 d., Nr. 49, p. 30-31.
- 10) **Augustinaitytė M.** Verslo sėkmė - kavos puodelyje // Veidas, 2008, rugsėjo 29 d., Nr. 39, p. 36-37.
- 11) **Juraitė K., Zdanavičius A.** Lyčių lygybės vertinimai ir Lietuvos viešoji nuomonė // Sociologija. Mintis ir veiksmai. – Vilnius: Vilniaus universitetas ir Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 2004, Nr. 3, p. 95-106. – ISSN 1392-3358.
- 12) **Kaikarytė D.** Auksinė mergaitė su mados žurnalu. <http://www.lrytas.lt/-12375005551236046659-auksin%C4%97-mergait%C4%97-su-mados-%C5%BEurnalu.htm> [žiūrėta 2009-03-29].
- 13) **Kaikarytė D.** Erika Stankevičiūtė: „Tėti, mano sparnai jau užaugo, ir po tavaisiais man ankšta.“ <http://www.lrytas.lt/-12441556221242456961-erika-stankevi%C4%8Di%C5%ABt%C4%97-t%C4%97ti-mano-sparnai-jau-u%C5%BEaugo-ir-potavaisiais-man-ank%C5%A1ta.htm> [žiūrėta 2009-06-05].
- 14) **Kaikarytė D.** Jauna direktorė I. Biliūnaitė: „Galiu ir pati mamutą sumedžioti, bet smagiau su kuo nors kartu“. <http://www.lrytas.lt/-11939501791192170890-jauna-direktor%C4%97-i-bili%C5%ABnait%C4%97-galiu-ir-pati-mamut%C4%85-sumed%C5%BEioti-bet-smagiau-su-kuo-nors-kartu.htm> [žiūrėta 2009-09-14].

- 15) **Kaikarytė D.** Jolanta Kašienė: „Nuoširdumo ir šilumos niekada nebus per daug“, <http://www.lrytas.lt/-12381046691236773695-jolanta-ka%C5%A1ien%C4%97-nuo%C5%A1irdumo-ir-%C5%A1ilumos-niekada-nebus-per-daug.htm> [žiūrėta 2009-03-27].
- 16) **Kaikarytė D.** Jolanta Blažytė: „Kas mūsų nesunaikina, padaro mus stipresnius“, <http://www.lrytas.lt/-11607190381160016923-jolanta-bla%C5%BEyt%C4%97-kas-m%C5%ABs%C5%B3-nesunaikina-padaro-mus-stipresnius.htm> [žiūrėta 2009-07-15].
- 17) **Kaikarytė D.** Jūratė Kluonė: „Visada galiu būti savo pasakų pasaulyje“. <http://www.lrytas.lt/-12544301011253807537-j%C5%ABrat%C4%97-kluon%C4%97-visada-galiu-b%C5%ABti-savo-pasak%C5%B3-pasaulyje.htm> [žiūrėta 2009-10-02].
- 18) **Kaikarytė D.** Jolanta Uspaskich: „Nesu ta lyriška moteris, kurią kankintų ilgesys“ // Stilius. – Vilnius, 2009 m. spalio 30 d., p. 15. – ISBN 1392-7159.
- 19) **Kaikarytė D.** Vienintelis moters darbas – būti geros nuotaikos. <http://www.lrytas.lt/-12254070161224817069-vienintelis-moters-darbas-b%C5%ABti-geros-nuotaikos.htm> [žiūrėta 2009-10-17].
- 20) **Kepyklos savininkė Ž.Damulytė - pabėgėlė iš ramios kasdienybės** <http://www.lrytas.lt/-12399172221238289187-kepyklos-savinink%C4%97-%C5%BE-damulyt%C4%97-pab%C4%97g%C4%97i%C4%97-i%C5%A1-ramios-kasdienyb%C4%97s.htm> [žiūrėta 2009-04-17].
- 21) **Kučinskė I.** Elito įvaizdžio formavimo ypatumai Lietuvos žiniasklaidoje // Sociologija. Mintis ir veiksmai. – Vilnius: Vilniaus universitetas, Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 2005, Nr. 2, p. 55-74. – ISSN 1392-3358.
- 22) **Kudzmanienė E.** Padori moteris neturi gadinti savo reputacijos... darbu. <http://www.lrytas.lt/-12247974181223251018-p3-padori-moteris-neturi-gadinti-savo-reputacijos-darbu.htm> [žiūrėta 2009-09-17].
- 23) **Laurinėnaitė J.** Moterys ima viršų // Veidas, 2008, sausio 14 d., Nr. 2, p. 28-33.
- 24) **Mickutė L.** Daina Bosas: „Gyvenimas mane lepina“. <http://www.lrytas.lt/-12326654441231504919-daina-bosas-gyvenimas-mane-lepina.htm> [žiūrėta 2009-01-23].
- 25) **Mickutė L.** I. Bieliauskaitė: „Negi aš panaši į nuskriaustą moterį?“. <http://www.lrytas.lt/-12169315361216762037-i-bieliauskait%C4%97-negi-a%C5%A1-pana%C5%A1i-%C4%AF-nuskriaust%C4%85-moter%C4%AF.htm> [žiūrėta 2009-03-14].
- 26) **Mickutė L.** Indrė Puišė: „Nemėgstu, kai man paklūsta“. <http://www.lrytas.lt/-12126984231211004120-indr%C4%97-pui%C5%A1%C4%97-nem%C4%97gstu-kai-man-pakl%C5%ABsta.htm> [žiūrėta 2009-09-15].

- 27) **Mickutė L.** Kristina Tripolskaja: „Moterims reikia laiko, vyrams reikia erdvės“. <http://www.lrytas.lt/-12356906551234896472-kristina-tripolskaja-moterims-reikia-laiko-vyrams-reikia-erdv%C4%97s.htm> [žiūrėta 2009-03-02].
- 28) **Mickutė L.** Nenusivylusi banko šeiminkė. <http://www.lrytas.lt/-12350831331234189811-nenusivylusi-banko-%C5%A1eimink%C4%97.htm> [žiūrėta 2009-02-24].
- 29) **Mickutė L.** Verslininkė A. Latvytė: „Nieką gyvenime negavau lengvai“. <http://www.lrytas.lt/-11921334361191941050-verslinink%C4%97-a-latvyt%C4%97-nieko-gyvenime-negavau-lengvai.htm> [žiūrėta 2009-08-12].
- 30) **Moterys krizes išgyvena geriau.** <http://www.siauliaiplius.lt/main/turinys/laisvalaikis/1/3649> [žiūrėta 2009-08-25].
- 31) **Ogulevičiūtė J.** Daina Daubarė: „Dar nežinau, ką išleisiu į savo rojų“. <http://www.lrytas.lt/-12229725061221844756-daina-daubar%C4%97-dar-ne%C5%BEinau-k%C4%85-%C4%AFsileisiu-%C4%AF-savo-roj%C5%B3.htm> [žiūrėta 2009-04-17].
- 32) **Ogulevičiūtė J. J.** Varnaitė: „Nėra tokio dalyko, kuris priverstų mane nusivilti gyvenimu“. <http://www.lrytas.lt/-12000054111198015825-j-varnait%C4%97-n%C4%97ra-tokio-dalyko-kuris-priverst%C5%B3-mane-nusivilti-gyvenimu.htm> [žiūrėta 2009-08-13].
- 33) **Ogulevičiūtė J.** Žaneta Fomova: „Niekas neparduos bilieto į laimingą gyvenimą“. <http://www.lrytas.lt/-12151112411214637551-%C5%BEaneta-fomova-niekas-neparduos-bilieto-%C4%AF-laiming%C4%85-gyvenim%C4%85-nuotraukos.htm> [žiūrėta 2009-10-12].
- 34) **Ogulevičiūtė J.** Vienišė laukia meilės, <http://www.lrytas.lt/-12387004971237182510-vieni%C5%A1%C4%97-laukia-meil%C4%97s.htm> [žiūrėta 2009-04-17].
- 35) **Ostasevičienė A.** Karjeros traukinys stabtelėjo stotelėje „Motinystė“. <http://www.lrytas.lt/-12108880381209535961-karjeros-traukinys-stabtel%C4%97jo-stotel%C4%97je-motinyst%C4%97.htm> [žiūrėta 2009-09-17].
- 36) **Ostasevičienė A.** Verslininkė Laura Bohne: „Žmonės neturi sparnų, bet turi svajones“. <http://www.lrytas.lt/-12344704571232339355-verslinink%C4%97-laura-bohne-%C5%BEmon%C4%97s-neturi-sparn%C5%B3-bet-turi-svajones.htm> [žiūrėta 2009-02-15].
- 37) **Pasaulį išgelbės moterys?** <http://kauno.diena.lt/dienrastis/pasaulis/pasauli-igjelbes-moterys-215504> [žiūrėta 2009-08-25].
- 38) **Povilaitytė E.** Tikslas medžiotoja // Viktorija, 2008, birželio 19 d., Nr. 2, p. 8.
- 39) **Ranonytė A.** Bloga mama?! // Viktorija, 2008, birželio 19 d., Nr. 2, p. 4.

- 40) **Sidabrienė L.** Vyrų dominavimas versle baigėsi // Verslo žinios, 2009, gegužės 12 d., Nr. 88 (2988), p. 16.
- 41) **Stereotipai ir pasaulio pažinimas.**
<http://archyvas.vz.lt/news.php?id=1536570&strid=1050&rs=0&ss=ecd95d857f98e3a97bfd3aff1b5084ee&y=2008%2006%2030> [žiūrėta 2009-10-02].
- 42) **Tereškinas A.** Konfliktinė hegemonija: žiniasklaida ir moterys Lietuvoje ir Europos Sąjungoje // Sociologija. Mintis ir veiksmai. – Vilnius: Vilniaus universitetas ir Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 2004, Nr. 3, p. 65-76. – ISSN 1392-3358.
- 43) **Vadovė – moteris.** <http://www.15min.lt/naujiena/jisnji/santykiai/13/16074/> [žiūrėta 2009-04-17].
- 44) **Vaitiekūnienė J.** Taip ir ne // Viktorija, 2008, kovo 20 d., Nr. 1, p. 30.
- 45) **Verbienė I.** Bankininkei emocijos padeda // Viktorija, 2008, birželio 19 d., Nr. 2, p. 40.

V. Kita literatūra (publicistiniai straipsniai):

- 1) **Ar sunku moteriai verslininkei?** <http://www.lygus.lt/daromversla/naujienos.php> [žiūrėta 2008-12-03].
- 2) **Budreikaitė D.** Lyčių lygybė: Europa – ne pažadėtoji žemė. <http://www.budreikaite.lt/index.php/pageid/62/articlepage/11> [žiūrėta 2009-01-22].
- 3) **Chorudžij N.** Šiuolaikinės moters įvaizdis darbo aspektu. http://www.moterys.lt/assets/leidiniai/index5ef7.html?show_content_id=295 [žiūrėta 2008-11-23].
- 4) **Darbo ir šeimos derinimo modelio metmenys.** http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/sadm/teises_aktai/4_priemone/Darbo_ir_seimos_derinimo_modelis.doc [žiūrėta 2009-10-24].
- 5) **Dževeckytė R.** Vyrams tiesūs keliai, moterims – žvyrkeliai. <http://manokarjera.cv.lt/Default4.aspx?ArticleID=084d2f68-b331-4894-a002-ff21f10522c2#continue> [žiūrėta 2009-10-01].
- 6) **Jančaitytė R.** Šeimos politika socialinės gerovės valstybėse. http://images.katalogas.lt/maleidykla/fil44/Fil057_063.pdf [žiūrėta 2009-08-14].
- 7) **Jonaitytė A.** Į darbą kaip į šventę. http://www.infoverslui.lt/index.php?cid=1070&new_id=1089 [žiūrėta 2008-11-23].

- 8) **Kaip pramušti „stiklines lubas“?**
http://www.cvmarket.lt/career.php?menu=2&lastmenu=227&text_id=728&career_style=0
 [žiūrėta 2009-07-14].
- 9) **Klišytė R.** Su aukštakulniais į viršūnes. <http://ei.libis.lt:8080/arc/2006-7-19/0/58c97680f4449b8625bc295853242c0b> [žiūrėti 2009-04-17].
- 10) **Kodėl vyrai pasiekia daugiau lipdami karjeros laiptais?**
http://www.verslobanga.lt/lt/patark_printer/44b203038d0d7 [žiūrėta 2009-02-21].
- 11) **Lietuva – antra pasaulyje pagal moterų-vadovių skaičių ir mobiliojo ryšio plėtrą.**
<http://www.delfi.lt/news/economy/business/article.php?id=17026274> [žiūrėta 2008-12-03].
- 12) **Lietuviams mažiau rūpi šeima, didėja darbo ir draugų svarba.**
http://gyvenimas.delfi.lt/namai_ir_seima/lietuviams-maziau-rupi-seima-dideja-darbo-ir-draugu-svarba.d?id=24024530 [žiūrėta 2009-08-13].
- 13) **Lietuvos darbo rinkoje didėja moterų diskriminacija.**
<http://www.lygus.lt/ITC/news.php?id=1618> [žiūrėta 2008-11-22].
- 14) **Lyčių lygybė Lietuvoje.** <http://gyvenimas.delfi.lt/career/lyciu-lygybe-lietuvoje.d?id=25125229> [žiūrėta 2009-10-27].
- 15) **Mano viršininkas – moteris.**
http://eli.mama.lt/gyvenimo_budas/karjera/mano_virsininkas_moteris [žiūrėta 2009-06-20].
- 16) **Moteris lyderė: statistinis portretas.** <http://www.delfi.lt/archive/article.php?id=16176818>
 [žiūrėta 2008-10-19].
- 17) **Moteris vadovė – norma su nedidelėmis išimtimis.**
<http://www.santarve.lt/article/articleview/10189/1/46/?PrintableVersion=enabled> [žiūrėta 2009-07-14].
- 18) **Moterys – geriausias vadovės.** <http://mama.diana.lt/show-article/1608/Moterys-geriausios-vadoves> [žiūrėta 2009-08-12].
- 19) **Moterys ir vyrai Lietuvos visuomenėje – 2009: moterų ir vyrų padėties pokyčių išplėstinis tyrimas ir vertinimas.** <http://www.socmin.lt/index.php?1606775163> [žiūrėta 2009-10-27].
- 20) **Moterys labiau išsilavinusios, bet daugiau uždirba vyrai.**
http://www.anglija.lt/straipsniai/naujienos/lietuvoje/lietuvos_moterys_labiau_issilavinusios_bet_daugiau_uzdirba_vyrai_statistika.html [žiūrėta 2008-11-23].
- 21) **Moterys Lietuvoje uždirba mažiau ir šis skirtumas nelinkęs mažėti.**
<http://www.viskas.eu/news.php?readmore=1256> [žiūrėta 2009-09-27].

- 22) **Moterys viršininkės pavaldinėms kelia daugiau įtampos nei vadovai vyrai.** <http://www.naujasdarbas.lt/index.php?info=3&t=news&g=E1360E0D-75C0-41A1-BAEC-92A32653BCBF> [žiūrėta 2009-10-17].
- 23) **Moterų ir vyrų lygybė – 2009.** <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52009DC0077:LT:NOT> [žiūrėta 2009-10-11].
- 24) **Moterų ir vyrų darbo užmokesčio skirtumas. Kokios jo priežastys?** <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=682&langId=lt> [žiūrėta 2009-09-13].
- 25) **Moterų verslinė ir visuomeninė veikla.** <http://www.lygus.lt/ITC/verslas.php?id=7> [žiūrėta 2008-11-24].
- 26) **Naprytė E.** Šiuolaikinės verslininkės – drąsios, ryžtingos ir ... moteriškos. <http://www.verslosavaite.lt/index.php/Savaitrastis-Nr.-2-2007-03-13/Siuolaikines-verslininkes-drasios-ryztingos-ir...-moteriskos.html> [žiūrėta 2008-11-23].
- 27) **Natividad I.** Women mean business: the key to economic recovery is investing in Women. <http://www.imow.org/economica/stories/viewStory?storyId=3636> [žiūrėta 2009-09-13].
- 28) **Navaitis G.** Moters profesinės karjeros keliai. <http://zurnalas.darnipora.lt/moters-profesines-karjeros-keliai-63.html> [žiūrėta 2009-03-11].
- 29) **Navickaitė R.** Kodėl moterys neskuba ginti savo teisių? <http://www.delfi.lt/news/economy/business/kodel-moterys-neskuba-ginti-savo-teisiu.d?id=24126227> [žiūrėta 2009-09-27].
- 30) **Poluchina O.** Kaip pramušti „stiklines lubas“? <http://www.paciolis.lt/?cid=30096&details=1> [žiūrėta 2009-08-13].
- 31) **Račas A.** Verslas ir žiniasklaida: kuo pats kvepia, tuo ir kitus tepa. <http://www.alfa.lt/straipsnis/139553> [žiūrėta 2009-04-17].
- 32) **Reingardė J.** Kodėl moterys uždirba mažiau nei vyrai? <http://www.alfa.lt/straipsnis/155410> [žiūrėta 2008-11-23].
- 33) **Sausienė I.** Lietuvos moterys nori dirbti. Bet karjeros siekti nedrįsta. <http://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/article.php?id=20459408> [žiūrėta 2009-02-07].
- 34) **Sidaraitė L.** Sunkmetis padeda sužibėti moterims. <http://manokarjera.cv.lt/Default4.aspx?ArticleID=e288d7f3-e01a-4b42-94a2-6a2055e8c383&RubricID=10000000-0000-0000-0000-111111112224> [žiūrėta 2009-03-20]
- 35) **Simonavičienė J.** Moterys versle. <http://www.krvi.lt/4923/moteris-versle/> [žiūrėta 2008-12-17].

- 36) **Stankevičiūtė R.** Lyčių kova darbe. <http://gyvenimas.delfi.lt/career/article.php?id=21672428>
[žiūrėta 2009-07-14].
- 37) **Šidlauskienė V.** „Stiklo lubų“ fenomenas moterų profesinės karjeros raidoje. <http://www.google.lt/search?hl=lt&source=hp&q=%22Stiklo+lub%C5%B3%22+fenomenas+moter%C5%B3+profesin%C4%97s+karjeros+raidoje&btnG=Google+Paie%C5%A1ka&meta=&aq=f&oq=> [žiūrėta 2009-07-29].
- 38) **Vaičiaitė L.** Aš moteris ir noriu vadovauti! http://www.alfa.lt/straipsnis/10272658/?As.moteris.ir.noriu.vadovauti.=2009-05-24_14-05
[žiūrėta 2009-07-14].
- 39) **Vaičiūtė L.** Lyčių lygybė darbe: kodėl atsitrenkiame į stiklines lubas? <http://gyvenimas.delfi.lt/career/lyciu-lygybe-darbe-kodel-atsitrenkiame-i-stiklines-lubas.d?id=24622339> [žiūrėta 2009-10-13].
- 40) **Varanauskienė J.** Kodėl moterys uždirba mažiau? <http://gyvenimas.delfi.lt/career/article.php?id=20880237> [žiūrėta 2009-04-17].
- 41) **Viešbučio vadovė viršvalandžių nedirba.** <http://klaipeda.diena.lt/dienrastis/lietuva/viesbučio-vadove-viršvalandziu-nedirba-152811> [žiūrėta 2008-10-19].
- 42) **Zykutė J.** XXI a. moters misija. <http://gyvenimas.delfi.lt/stories/article.php?id=22573616>
[žiūrėta 2009-06-20].
- 43) **Žardeckaitė-Matulaitienė K.** Kodėl nuvertinamas moters darbas? <http://www.verslosavaite.lt/index.php/Verslas-ir-ekonomika/Kodel-nuvertinamas-moters-darbas-komentaras.html> [žiūrėta 2009-10-07].
- 44) **Žuolytė J.** Moteris ant užsispyrusio žirgo. <http://www.ve.lt/?data=2009-01-17&rub=1065924828&id=1232134463> [žiūrėta 2009-10-17].
- 45) **Žuolytė J.** Verslo moteris nebijo būti silpna. http://www.posh.lt/Zmones/DanguoleStachura/&Language=lt_LTquery=knygaquery=Jasaityt%C4%97query=stilius& [žiūrėta 2009-04-17].

SANTRAUKA

Tik XX a. viduryje pradėtos kelti idėjos apie moterų ir vyrų lygias galimybes darbo rinkoje, todėl moterų vadovavimas yra naujas reiškinys visuomenėje ir ekonomikoje. Nors sukurta pakankama teisinė bazė, garantuojanti *de jure* lygias moterų ir vyrų galimybes darbo rinkoje, tačiau *de facto* moterys siekdamos karjeros vis dar susiduria su daugybe kliūčių (vyraujantys stereotipai, šeimos ir darbo derinimo klausimai, realus lygių galimybių neužtikrinimas ir pan.). Tokiu atveju svarbų vaidmenį atlieka žiniasklaida, kaip tarpininkė tarp vadovų ir visuomenės, daranti įtaką tam tikro moters-vadovės įvaizdžio formavimui.

Magistro baigiamajame darbe analizuojamas ir lyginamas realus (faktais, tyrimais, statistiniais duomenimis pagrįstas) ir žiniasklaidos formuojamas moters vadovės įvaizdis Lietuvoje, pateikiamos minėtos analizės išvados.

Darbo dėstomoji dalis susideda iš trijų pagrindinių skyrių. Pirmajame aptariamas statistinis moters vadovės portretas, galimybės užimti vadovaujančias pareigas, visuomenėje vyraujantys stereotipai, nelygių galimybių darbo rinkoje klausimai, šeimos ir darbo derinimo sunkumai bei moterų ir vyrų kaip vadovų palyginimas. Antrasis darbo dalies skyrius yra skirtas dviejuose skirtingo pobūdžio spausdintinės žiniasklaidos leidiniuose pateikiamo moters vadovės įvaizdžio analizei ir palyginimui. Trečiajame skyriuje siekiama apibūdinti žiniasklaidos įtaką visuomenės nuomonės formavimui, taip pat, atsakyti į klausimą – ar žiniasklaidos formuojamas moters vadovės įvaizdis atitinka realybę? Galiausiai, trečiajame darbo dėstomosios dalies skyriuje aptariamas vadovų nepasitikėjimas žiniasklaida ir Elisabeth'os Noelle-Neumann „Tylos spiralės“ (*angl. „spiral of silence*) teorija.

Raktiniai žodžiai: žiniasklaida, stereotipai, įvaizdis, karjera, lyčių segregacija darbo rinkoje, lygios galimybės darbo rinkoje, „stiklinės lubos“, lyčių vaidmenys, „tylos spiralė“.

SUMMARY

The ideas of men and women having equal opportunities on labour market emerged only in the middle of the 20th century, therefore, female leadership is a new social and economical phenomenon. Although a sufficient legal base securing equal *de jure* opportunities for women and men in the labour market has been developed, in reality (*de facto*) career women still encounter many barriers (prevailing stereotypes, family and work combination issues, real insecurity of equal opportunities, etc.). In this case the mass media assumes the main role as a medium between leaders and society, influencing formation of a certain female leader image.

The Master's final paper analyzes and compares the real female leader image (based on the facts, research and statistics) and the one created by the mass media in Lithuania, including the conclusions of the aforesaid analysis.

The main part of the paper consists of three main chapters. The first chapter includes the discussion on the statistic female leader portrait, opportunities of taking the leader position, prevailing social stereotypes, issues on unequal opportunities on labour market, family and work combination difficulties and the comparison of men and women in the role of the leader. The second chapter of the paper concentrates on the analysis and comparison of the female leader image provided by two different printed publications. The purpose of the third chapter is to describe the influence of the mass media upon the formation of social opinion, as well as to answer the question "if the image of the female leader created by the mass media corresponds to the reality?" Conclusively, the third chapter of the main part discusses the leaders' distrust of the mass media, and the theory of *spiral of silence* by Elisabeth Noelle-Neumann.

Keywords: mass media, stereotypes, image, career, segregation of sexes on labour market, equal opportunities on labour market, *glass ceiling*, roles of sexes, *spiral of silence*.

Interviu su moterimis vadovėmis duomenys (žurnalas „Veidas“)

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Gyvenimo kredo	Šeimyninė padėtis	Vaikų skaičius	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Įmonės apyvarta (2008-01-02)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*
1.	Kristina Zeringytė - Vasiliauskienė	"C&D Style"	vadovė	Kuo didesni tikslai, tuo daugiau pasieki.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Pradėjo nuo pardavėjos	9 metų	Duomenų nėra	Nuo 7.000.001 iki 10.000.000	100-149
2.	Audronė Tendzegolskienė	"Smulkus urmas"	generalinė direktorė	Dirbti motyvuoja noras pasiekti užsibrėžtus tikslus	Duomenų nėra	Duomenų nėra		Karjerą pradėjo nuo paprastos ekonomistės. Laidelis po laiptelio kilo iki finansų direktorės pareigų	15 metų	Duomenų nėra	Nuo 20.000.001 iki 30.000.001	250-499
3.	Justė Kaselienė	"Pomodoro" ir "Valentino"	direktorė	Jokiais būdais nepasiduoti	Ištekėjusi	2	Bakalauro kvalifikacinis laipsnis (režisūros, kultūros vadybos specialistė)	Po vienos nesėkmės, iš naujo kūrė restoranų tinklą	10 metų	250	Nuo 10.000.001 iki 20.000.000	100-149
4.	Palmira Sirusienė	"Noriu darbo"	vadovė	Nelauk, kol kas nors ką nors duos	Ištekėjusi	2	Magistro kvalifikacinis laipsnis	Pati įkūrė verslą	12 metų	10	Nuo 1.000.001 iki 2.000.000	nuo 5 iki 9

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Gyvenimo kredo	Šeimyninė padėtis	Vaikų skaičius	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Įmonės apyvarta (2008-01-02)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*
5.	Gražina Garuolienė	"Verslavita"	direktorė	Gyvenimas yra puikus	Ištekėjusi	2	Magistro kvalifikacinis laipsnis	Turėdama privalomuosius 10 tūkst. įkūrė įmonę.	8 metus	20	Nuo 50.0001 iki 1.000.000	nuo 10 iki 19
6.	Eugenija Dailidonienė	"Kolonos"	bendrasavininkė	Verslas - tai kova dėl būvio ir vietos po saule.	Ištekėjusi	2	Aukštesnysis	Dirbo virėja, po to gamybos vadove. Vėliau su šeima įkūrė restoranų tinklą.	9 metus	Daugiau nei 50	Nuo 2.000.001 iki 3.000.000	50-99
7.	Laura Vyšniauskaitė	"DC Holdingas"	direktorė	Žinau, kad nieko nežinau	Netekėjusi	Duomenų nėra	Bakalauro kvalifikacinis laipsnis (verslo vadyba)	Įmonėje pradėjo dirbti kaip rinkodaros vadovė, o po metų tapo direktore.	3 metus	226	Nuo 7.000.001 iki 10.000.000	100-149
8.	Tatjana Liubertienė	Privati Liubertienės vidurinė mokykla	steigėja	Visada eiti į priekį	Ištekėjusi	2 vaikai, 1 anūkas	Magistro kvalifikacinis laipsnis	Mokyklą įkūrė dukrai, kurioje jai būtų saugu ir gera	16 metų	60-100	Nuo 500.001 iki 1.000.000	50-99
9.	Rasa Barisienė	"Kaleva Travel"	generalinė direktorė	Duomenų nėra	Ištekėjusi	1	Aukštasis išsilavinimas (ekonomika)	Karjerą pradėjo nuo bilietų vadybininkės latvių kapitalo bendrovėje, vėliau beveik 10 metų dirbo pardavimo ir rinkodaros vadove "British Airways"	Duomenų nėra	15	Nuo 500.001 iki 1.000.000	nuo 10 iki 19

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Gyvenimo kredo	Šeimyninė padėtis	Vaikų skaičius	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Įmonės apyvarta (2008-01-02) *	Darbuotojų skaičius (2009-04-01) *
10.	Audronė Matevičienė	"Mars Lietuva"	generalinė direktorė	Geriau nesėdėti vietoje ir neniurzgėt, o kažką daryti	Duomenų nėra	1 vaikas	Aukštasis išsilavinimas (chemija)	Pradėjo dirbdama paprasčiausius darbus: vertė, pirko biuro reikmenis ir, jei reikėdavo, automobiliu vadovus vežiodavo. Vėliau įmonės kokybės skyriaus vadove.	15 metų	1000	Nuo 100.000.00 1 iki 999.999.99 9.999	500-999

PRIEDAS NR. 2

Interviu su moterimis vadovėmis duomenys (dienraščio „Lietuvos rytas“ priedas „Stilius“)

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Amžius	Asmeninės savybės darbe	Šeimyninė padėtis	Vaikų skaičius	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Apie šeimą	Įmonėje dirba	Vadovaujama žmonių skaičius	Pomėgis	Įmonės apyvarta (2008-01-02 duomenimis)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*
1.	Žydrūna Damulytė	Itališka kepykla	savininkė	30 m.	Duomenų nėra	Išsiskyrusi	1	Aukštasis	Turėjo perspektyvų darbą, dirbo teisininke Seime, tačiau nusprendė imtis verslo.	Dėl praleisto su šeima laiko teigia, kad svarbu kokybė, o ne kiekybė	1 m.	10	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra
2.	Diana Ročienė	"Terrartis"	savininkė	42 m.	Duomenų nėra	Našlė	1	Aukštasis	Paliko Ūkio banko investicijų grupės Komunikacijos skyriaus vadovo postą ir išvažiavo į Indiją dviem mėnesiams. Grįžus įkūrė savo verslą.	Kad ir kokia karjera padarytum, mūsų širdyje yra tas pats noras - būti mylimai.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra
3.	Jolanta Kaišienė	"D&J Group"	savininkė	37 m.	Duomenų nėra	Ištekėjusi	3	Baigusi vaidybą	Vyras padovanojo verslą	Duomenų nėra	2 m.	Šiuo metu likviduota	Duomenų nėra	Nuo 500.001 iki 1.000.000	nuo 5 iki 9

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Amžius	Asmeninės savybės darbe	Šeimyninė padėtis	Vaikų skaičius	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Apie šeimą	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Pomėgis	Įmonės apyvarta (2008-01-02 duomenimis) *	Darbuotojų skaičius (2009-04-01) *
4.	Kristina Tripolskaja	"Kristyle"	direktorė	24 m.	Užsispyrimas ir atkaklumas	Netekėjusi	1	Aukštasis	Gyvenimo draugas padėjo pradėti verslą	Duomenų nėra	1 m.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nėra duomenų	Duomenų nėra
5.	Alma Vaitkunskienė	"Par ex" bankas	valdybos pirmininkė	47 m.	Idealumo siekimas	Ištekėjusi	2	Aukštasis	Teigia, kad jai patinka jos darbas, dėl to dirba neskaičiuodama valandų. Per dvylika metų pakilo iki aukščiausio laiptelio.	Moters pareiga - kurstyti židinį, kad jis nuolat degtų ir šildytų namiškius. Didžiausia vertybė įvardija šeimą.	12 m.	500	Duomenų nėra	Nuo 50.000.001 iki 100.000.000	250-499
6.	Laura Bohne	"Lauras namai"	savininkė	35 m.	Kantrybė	Išsiskyrusi	1	Aukštasis	Susižavėjo persiškais rankų darbo kilimais ir po to įkūrė verslą.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nuo 10.001 iki 100.000	Nuo 0 iki 4

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Amžius	Asmeninės savybės darbe	Šeimyninė padėtis	Vaikų sk.	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Apie šeimą	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Pomėgis	Įmonės apyvarta (2008-01-02 duomenimis) *	Darbuotojų skaičius (2009-04-01) *
7.	Daina Bosas	Valymo paslaugas teikianti įmonė	Pasitraukė iš vykdomojo direktoriaus pareigų	38 m.	Duomenų nėra	Trečią kartą ištekėjusi	2	Duomenų nėra	Gyvendama Vokietijoje labai ilgėjosi Lietuvos, o į ją grįžo su brolio šeima įkurti valymo paslaugas teikiančią kompaniją.	Teigia, kad palikusi verslą, pagaliau tapo mama.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra
8.	Ieva Bieliauskaitė	Reklamos agentūra ERS	direktorė	30 m.	Duomenų nėra	Antrą kartą ištekėjusi	Neturi	Aukštasis	Pirmą kartą ištekėjusi modelio karjerą iškeitė į šeimą. Vėliau padirbėjusi tarpatautinėje reklamos agentūroje nusprendė kurti savo verslą.	Moteris yra namų ūdinio kūrentoja	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nuo 100.001 iki 200.000	Nuo 0 iki 4
9.	Žaneta Fomova	"JC Decaux"	generalinė direktorė	31 m.	Duomenų nėra	Antrą kartą ištekėjusi	2	Duomenų nėra	Pasiekė sunkiai užsiimdama patinkančią veiklą.	Teigia, kad šeima yra vertybė. Pirmiausia esu mama, o antroje vietoje - vadovė.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nuo 10.000.001 iki 20.000.000	20-49

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Amžius	Asmeninės savybės darbe	Šeimyninė padėtis	Vaikų sk.	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Apie šeimą	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Pomėgis	Įmonės apyvarta (2008-01-02 duomenimis)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*
10.	Jurgita Varnaitė	"Grails"	bendrasavininkė	27 m.	Duomenų nėra	Ištekėjusi	1	Magistro kvalifikacinis laipsnis	Tėvai pamokė ir padėjo įkurti verslą.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	20	Duomenų nėra	Nuo 3.000.001 iki 5.000.000	50-99
11.	Ieva Biliūnaitė	"Idee Fixe Kazachstan"	direktorė	27 m.	Duomenų nėra	Netekėjusi	Neturi	Aukštasis	Pradėjo dirbti antrame kurse, o po metų tapo direktore	Šeima - vertybė	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra
12.	Alma Latvytė	"Pilkington"	atstovė Lietuvoje	32 m.	Atkaklumas, ryžtas ir sumanumas	Išsiskyrusi	1	Duomenų nėra	Verslą įkūrė būdama 19 metų.	Siekia sūnui suteikti visas galimybes mokytis ir tobulėti.	4 m.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra
13.	Jūratė Kluonė	"Žaislų planeta"	direktorė	45 m.	Duomenų nėra	Ištekėjusi	3	Duomenų nėra	Verslą kūrė kartu su vyru, tačiau paliko ir pradėjo studijuoti Dailės akademijoje	Duomenų nėra	Dirbo 14 metų	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nuo 20.000.001 iki 30.000.001	100-149
14.	Alfreda Jacikevičienė	"Optimaforma"	vadovė	47 m.	Stiprumas ir energija	Ištekėjusi	1	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	12 m.	Duomenų nėra	Pradėjo mokytis smuiku groti	Nuo 300.001 iki 500.000	nuo 5 iki 9

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Vadovė	Įmonė	Užimamos pareigos	Amžius	Asmeninės savybės darbe	Šeimyninė padėtis	Vaikų sk.	Išsilavinimas	Kaip tapo vadove	Apie šeimą	Įmonėje dirba	Vadovaujamų žmonių skaičius	Pomėgis	Įmonės apyvarta (2008-01-02 duomenimis)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*
15.	Erika Stankeviciūtė	"Beža", "Beža galerija"	bendras avininkė	35 m.	Tvirtas tikėjimas tuo, ką daro.	Išsiskyrusi	2	Doktorantūros studijas iškeitė į motinystę	Verslo kūrimą įtakojo tėvai.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Nuo 100.001 iki 200.000	nuo 10 iki 19
16.	Eglė Januškevičiūtė	Pirmasis ekologiškas turgus Lietuvoje / "Bendruomenių santykių konsultantai"	įkūrėja / direktorė	29 m.	Idealizmas	Ištekęs	2	Aukštasis	Duomenų nėra	Šeimos ir darbo derinimą supranta, kad vienoje erdvėje, vienoje veikloje suktųsi tėvai, vaikai, seneliai.	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Anksčiau grojo smuiku	Duomenų nėra	Duomenų nėra
17.	Jolanta Uspaskich	UAB "Vikonda"	valdybos pirmininkė	44 m.	Optimizmas, asmenybės tobulinimas	Ištekęs	2	Aukštasis	Verslą įkūrė vyras	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Duomenų nėra	Dalyvaavo šokių projekte "Šok su manimi", po kurio toliau žada mokytis šokti	Duomenų nėra	Duomenų nėra

**Duomenys apie moterų vadovių pasirodymą oficialiuose renginiuose
(dienraščio „Lietuvos rytas“ priedas „Stilius“)**

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)*	Įmonės apyvarta (2008-01-02)*	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)*	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis**
1.	Tamara Binevič	Antikvaro galerija UAB "Fabra Ars"	savininkė	Veikiantis subjektas	0 -1000 (2003-01-01)	0-4	7	Antikvarinių daiktų pardavimas
2.	Asta Valentaitė - Pinkevičienė	UAB "Fashion gates"	valdybos pirmininkė	Veikiantis subjektas	7000001 - 10000000	50-99	7	Drabužių ir laisvalaikio centras
3.	Inga Buivydaitė - Pragarauskienė	"Metropolitan" modelių namai	savininkė	Veikiantis subjektas	3000001 - 5000000	0-4	6	Modelių namai
4.	Vaiva Kunstmonaitė	"Madam W"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	3000001 - 5000000	10-19	6	Interjero detalių prekyba
5.	Daina Bosas	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	6	Valymo paslaugos
6.	Jolanta Sadauskienė	Modelių namai "Modilina"	vadovė	Veikiantis subjektas	1001 - 10000 (2007-01-01)	0-4	6	Modelių namai
7.	Danguolė Stachura	UAB "Infomix"	vadovė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000	0-4	5	Visuomenės informavimo paslaugos
8.	Ilma Žilienė	"In Subsidiium"	savininkė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	0-4	5	Verslo konsultacijos
9.	Anna Čiupij	UAB "Stikliai"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	5000001 - 7000000	50-99	4	Maitinimo si įstaiga

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
10.	Irena Serapinienė	UAB "Sirena"	vadovė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	nuo 5 iki 9	4	Aksesuarų pardavimas
11.	Jolanta Mikalajūnienė	Mados namai "Cantas"	savininkė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	0-4	4	Drabužių pardavimas
12.	Alma Latvytė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	500001 - 1000000	nuo 10 iki 19	4	Duomenų nėra
13.	Inga Budrienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	4	Duomenų nėra
14.	Enrika Sikorskienė	UAB "Vintana"	vadovė	Veikiantis subjektas	500001 - 1000000	nuo 5 iki 9	3	Alkoholinių gėrimų prekyba
15.	Aurelija Rusteikienė	UAB "Topo centras"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Virš 1000000 00	250-499	3	Prekyba buitine technika, garso ir vaizdo aparatūra
16.	Rasa Martens	Viešbutis "Mabre Residence Hotel"	savininkė	Veikiantis subjektas	1000000 1 - 2000000 0	20-49	3	Apgyvendinimo paslaugos
17.	Laura Bohne	UAB "Lauros namai"	savininkė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000	0-4	3	Interjero detalių prekyba

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
18.	Nadiežda Novickienė	Viešbutis "Narutis"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	5000001 - 7000000	50-99	3	Apgyvendinimo paslaugos
19.	Laima Kačonienė	AB "Lėvuo"	direktorė	Veikiantis subjektas	50000001 - 100000000	250-499	2	Drabužių pardavimo tinklas
20.	Birutė Peleičikienė	UAB "Vaizga"	savininkė	Veikiantis subjektas	20000001 - 30000001	nuo 5 iki 9	2	Kuras, naftos produktai
21.	Živilė Stankevičiūtė	"Beža galerija"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	nuo 10 iki 19	2	Drabužių pardavimas
22.	Erika Stankevičiūtė	"Beža galerija"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	nuo 10 iki 19	2	Drabužių pardavimas
23.	Edita Karpavičienė	AB "Ūkio bankas"	valdybos pirmininkė	Veikiantis subjektas	Virš 100000000	500-999	2	Banko paslaugos
24.	Loreta Šurkutė	„Pilies 6 Boutique“	verslininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	0-4	2	Drabužių pardavimas
25.	Agnė Armoškaitė - Šemberienė	UAB "Uzi Group"	savininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	2	Renginių organizavimas

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
26.	Sabina Repčenkienė	"Sothys" (UAB "Grožio kosmetologijos centras")	direktorė	Veikiantis subjektas	3000001 - 5000000	50-99	2	Grožio ir kosmetologijos paslaugos
27.	Žaneta Fomova	"JC Decaux Lietuva"	vadovė	Veikiantis subjektas	0 - 1000 (2004-01-01)	0-4 (2005-01-02)	2	Parodų, mugių organizavimas
28.	Laura Bleževičiūtė	TV3	generalinė direktorė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	2	Visuomenės informavimo paslaugos
29.	Monika Gabriėlaitienė	UAB "Centrum"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	10000001 - 20000000	150-249	2	Alkoholinių gėrimų prekyba
30.	Renata Mikalionytė	Modelių namai "Major Image Group"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000	nuo 10 iki 19	2	Modelių namai
31.	Goda Skačkauskaitė	UAB "G models"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	0-4	1	Modelių namai
32.	Giedrė Rusytė	UAB "G models"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	0-4	1	Modelių namai
33.	Irena Marozienė	UAB "Amatininkų užėiga"	savininkė	Veikiantis subjektas	0 - 1000 (2007-01-01)	0-4	1	Duomenų nėra
34.	Asta Dagilienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
35.	Meda Jonaitytė	Modelių agentūra "Major Image Group"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Modelių namai
36.	Orinta Ambrazevičiūtė	"Travel Retail Vilnius"	generalinė direktorė	Veikiantis subjektas	0 - 1000	50-99	1	Kelionių organizavimas ir pardavimas
37.	Rasa Stravinskienė	"Bokštas"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Maitinimo siūstaiga
38.	Severa Čepulienė	ĮĮ "Mažasis modelis"	direktorė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000	0-4	1	Modelių namai
39.	Justa Kyzelytė	"Auster ir Ko"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	10000001 - 20000000	50-99	1	Aksesuarų pardavimas
40.	Birutė Milienė	Birutės salonas	savininkė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000 (2007-01-01)	0-4	1	Grožio paslaugos
41.	Virginija Martin	UAB "Creme de la Creme"	savininkė	Veikiantis subjektas	1001 - 10000	0-4	1	Kosmetikos priemonių pardavimas
42.	Justė Kasekienė	"Pomodoro"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	10000001 - 20000000	100-149	1	Maitinimo siūstaiga
43.	Aksana Naujokienė	Modelių agentūra "Aksmera"	savininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	0-4 (2005-01-01)	1	Modelių namai

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
44.	Dovilė Mikaliūnaitė	UAB "PJL Trading"	savininkė	Bankrutuojantis subjektas	500001 - 1000000	nuo 5 iki 9	1	Drabužių prekyba
45.	Oksana Libman	Salono "Nostalgija" (UAB "Arnika")	savininkė	Veikiantis subjektas	10000001 - 20000000	nuo 10 iki 19	1	Drabužių prekyba
46.	Daiva Malinauskienė	"Soros international house"	savininkė	Veikiantis subjektas	1000001 - 2000000	nuo 10 iki 19	1	Kalbų mokymas
47.	Virginija Jakubauskienė	"Sfinksas"	savininkė	Veikiantis subjektas	1000001 - 2000000	20-49	1	Apgyvėdimo paslaugos
48.	Aleksandra Velickaja	"Ars Longa"	savininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Dailės parodų rengimas
49.	Aušrinė Tuvyahu	"Block 190"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	nuo 5 iki 9	1	Drabužių prekyba
50.	Lina Bilinskienė	"Block 190"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	nuo 5 iki 9	1	Drabužių prekyba
51.	Violeta Campana	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
52.	Roma Žutautienė	Baldų salonas "Lartė"	direktorė	Veikiantis subjektas	10001 - 100000	nuo 5 iki 9	1	Baldų prekyba

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiųose skaičius	Veiklos sritis
53.	Vaiva Ginaitytė	"Vilniaus verslo uostas"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Virš 100000000	500-999	1	Nuomos paslaugos
54.	Indra Ramanauskienė	"Sadutė"	savininkė	Veikiantis subjektas	1001 - 10000	0-4	1	Maitinimo siūstaiga
55.	Rasa Šnaiderienė	"Apvalaus stalo klubas" (UAB "Kistela"), Margis ("Lausna")	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	2000001 - 3000000 1000001 - 2000000	20-49, 20-49	1	Apgyvendinimo paslaugos
56.	Dovilė Mikaliūnaitė	"Arka"	direktorė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	0-4	1	Projektavimo paslaugos
57.	Virginija Dobrovolskienė	"CO finansai"	direktorė ir savininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	nuo 10 iki 19	1	Buhalterinės apskaitos tvarkymo paslaugos
58.	Natalija Platonova	Snoro bankas	viceprezidentė	Veikiantis subjektas	Virš 100000000	>1000	1	Banko paslaugos
59.	Asta Ungulaitienė	"Aviva Lietuva"	valdybos pirmininkė	Veikiantis subjektas	0 - 1000	50-99	1	Draudimo paslaugos
60.	Aurėja Paškevičienė	"Turto garantas"	direktorė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	20-49	1	Nekilnojamo ir kilnojamo turto paslaugos
61.	Jurga Varnaitė	"Gralis"	direktorė	Veikiantis subjektas	3000001 - 5000000	50-99	1	Maitinimo siūstaiga

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiųose skaičius	Veiklos sritis
62.	Daina Juraitienė	UAB „Zepter International“	savininkė	Veikiantis subjektas	3000000 1 - 5000000 0	20-49	1	Indų, stalo reikmenų pardavimas
63.	Inga Česnakienė	"Nesė"	direktorė	Veikiantis subjektas	Virš 1000000 00	250-499	1	Pramogų ir poilsio paslaugos
64.	Laura Orloviienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
65.	Edita Rakauskienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
66.	Tamara Mirazienė	"Grafija"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	1000000 1 - 2000000 0	100-149	1	Spaudos paslaugos
67.	Agnė Zuokienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
68.	Kotryna Naprušytė	"Forum Palace"	generalinė direktorė	Veikiantis subjektas	1000000 1 - 2000000 0	20-49	1	Pramogų ir sporto paslaugos
69.	Irena Kabašinskienė	"Cognac Boutique"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	1000001 - 2000000	nuo 5 iki 9	1	Alkoholinių gėrimų prekyba
70.	Rima Sinkevičienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiuose skaičius	Veiklos sritis
71.	Birutė Katauskienė	"Biovela"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	5000000 1 - 1000000 00	250 - 499	1	Maisto produktų gamyba ir prekyba
72.	Jurgita Skrabulienė	"Vanagupė"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	0-4	1	Apgyvendinimo paslaugos
73.	Daiva Jovaišienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
74.	Diana Žilvytė	JP interjero studija	vadovė	Veikiantis subjektas	500001 - 1000000	0-4	1	Interjero detalių prekyba
75.	Stasė Gribienė	"Grybonamai"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	0-4	1	Apgyvendinimo paslaugos
76.	Irena Balaišienė	"Rinno"	savininkė	Veikiantis subjektas	1000001 - 2000000	nuo 10 iki 19	1	Apgyvendinimo paslaugos
77.	Alė Jankauskienė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
78.	Genovaitė Ramanauskienė	"Weyergans"	savininkė	Veikiantis subjektas	500001 - 1000000	nuo 5 iki 9	1	Grožio ir sveikatinimo paslaugos
79.	Reda Matulevičienė	viešbučio kavinė "Deims"	savininkė	Veikiantis subjektas	1000001 - 2000000	20-49	1	Maitinimo siūstaiga
80.	Giedrė Kuodė	UAB "Filija"	savininkė	Veikiantis subjektas	100001 - 200000	0-4	1	Nuomos paslaugos

Tęsinys kitame puslapyje

Nr.	Įmonės vadovės vardas ir pavardė	Įmonės pavadinimas	Statusas	Dabartinis įmonės statusas (2009-10-06)	Įmonės apyvarta (2008-01-02)	Darbuotojų skaičius (2009-04-01)	Pasirodymų renginiųose skaičius	Veiklos sritis
81.	Jolanta Čiapienė	UAB "Lotas"	savininkė	Veikiantis subjektas	2000001 - 3000000	20-49	1	Statybos paslaugos ir remontas
82.	Sandra Butkienė	UAB "Aukštėja"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	500001 - 1000000	20-49	1	Gydymo įstaiga
83.	Jurgita Riasnojė	Duomenų nėra	verslininkė	Veikiantis subjektas	Duomenų nėra	Duomenų nėra	1	Duomenų nėra
84.	Jurgita Skrabulienė	UAB "Eskom"	direktorė	Veikiantis subjektas	1000000 - 2000000	50-99	1	Nekilnojamo turto paslaugos
85.	Asta Bagdonavičienė	"Kраста auto"	direktorė	Veikiantis subjektas	5000000 - 10000000	50-99	1	Automobilių prekyba ir nuoma
86.	Daiva Bakučienė	AB "Kauno alus"	bendrasavininkė	Veikiantis subjektas	1000000 - 2000000	50-99	1	Alkoholinių gėrimų gamyba ir prekyba
87.	Greta Akcijonaitė	"La Boheme" (UAB "Promgų pilis")	savininkė	Veikiantis subjektas	10001-100000	20-49	1	Maitinimo siūstaiga
88.	Daina Šustauskienė	"Maddam" grožio salonas	savininkė	Veikiantis subjektas	300001 - 500000	nuo 10 iki 19	1	Grožio paslaugos

* Registrų centro duomenys

** Darbo autorės surinkta informacija