

Крупский А.П.,
к.психол.н., доцент кафедры менеджмента и туризма,
Днепропетровский национальный университет имени О. Гончара

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ЗАНЯТОСТИ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

В украинском обществе происходят существенные изменения не только в формах хозяйственной деятельности, но и в менталитете, и в сознании людей. Однако некоторые представления и установки касательно деловой жизни и управления в Украине, как никакие другие, остаются под влиянием социальной и культурной инерции. В первую очередь – это представления о том, что в роли

руководителя более эффективными являются мужчины. С одной стороны, это, безусловно, связано с трудностями управления предприятиями в современных условиях, а с другой – обуславливается феноменом патриархальных стереотипов. Экономическое положение Украины, направленность на европейские ценности делает ключевой задачей борьбы с гендерной сегрегацией на рынке труда. Начало XXI века футурологи определили как «век женщины» [1, с. 24]. В настоящее время женщины продолжают активно осваивают сферы политики и бизнеса, возглавляют большие и успешные корпорации.

Массовое участие женщин в профессиональном труде и экономической жизни страны дает возможность рассмотреть женское население в качестве самостоятельного объекта исследования. Интерес к более активному участию женщины в управлении возрастает также из-за развития сфер малого и среднего бизнеса, и предпринимательства в сфере услуг, которые воспринимаются обществом как наиболее женский домен, и именно к этому домену относятся и предприятия туристической сферы. Считается, что в современном обществе женщинам приходится прилагать больше усилий для достижения карьерных высот, нежели мужчинам. Если первые женщины-управляющие принимали правила поведения, характерные для мужчин, и это приводило их к успеху, то вторая волна женщин-руководителей высшего эшелона достигла успеха не путем использования «мужского стиля», а создавая и разрабатывая свой специфический «женский стиль» управления. Женщины разрабатывают собственные технологии, адекватные неопределенным условиям, в которых существуют современные предприятия. Но, тем не менее, женщин-руководителей меньше, чем мужчин-руководителей. До сих пор действуют традиционные ролевые стереотипы, по-разному сформулированные для мужчин и женщин. Но, несмотря на все трудности, ожидающие бизнес-леди, женский менеджмент активно набирает силу не только в торговле и сфере услуг, которые в Украине традиционно считались женскими, но и в таких типично «мужских» отраслях национального хозяйства, как машиностроение, связь, строительство.

В настоящее время особое значение уделяется поиску новых путей повышения эффективности производства, одним из аспектов которой видится учет гендерной специфики функций управления, как следствие гендерно-ориентированной организационной культуры.

Сегрегация по признаку «пола» проявляется в асимметричном распределении мужчин и женщин в различных структурах:

отраслевых, профессиональных и должностных. При этом обычно выделяют горизонтальную и вертикальную сегрегацию. Горизонтальная сегрегация проявляется в различных профессиональных группах, а вертикальная среди одной и той же профессиональной категории. Отраслевую и профессиональную сегрегацию можно считать в таком случае в основном горизонтальной, а должностную – вертикальной сегрегацией. Следует отметить, что из-за специфики менеджмента туристических предприятий говорить о вертикальной сегрегации не приходится, так как женщин, работающих непосредственно в офисах туристических предприятий более 70%, а есть фирмы, в которых мужчины никогда не работали и как потенциальные сотрудники вообще не рассматривались. По данным Государственной службы статистики Украины [2] (см. табл. 1) в юридических лицах в 2013 году в 1799 турагентствах работало 3790 женщин (71%) и 1547 мужчин (29%), т.е. примерно 7 из 10 сотрудников женщины. У туроператоров (945 зарегистрированных предприятий) работало 4440 женщин (66,6%) и 2228 мужчин (33,4%), т.е. количество женщин в 2 раза превышает количество мужчин.

Таблица 1

Общая характеристика субъектов туристической деятельности в Украине в 2012–2013 гг. [2]

	2012				2013			
	Всего	В том числе			Всего	В том числе		
		туроператоры	турагенты	Субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность		туроператоры	турагенты	Субъекты, осуществляющие экскурсионную деятельность
Количество субъектов туристической деятельности, единиц	2880	927	1853	100	2859	945	1799	115
Среднесписочное количество штатных работников, чел	12724	6905	5278	541	12517	6668	5337	512
из них: женщины	8187	4386	3568	233	8430	4440	3790	200

Статистические данные дают возможность оценить только отраслевую и профессиональную сегрегацию по полу. Но пол, как критерий, не позволяет оценить социальное поведение (гендер). Таким образом, данный вид статистических данных не чувствителен к поведенческим (ролевым) предпочтениям на рабочем месте и не может служить валидным индикатором гендерной сегрегации, но позволяет говорить о туристической сфере, как об области женских профессиональных интересов и устремлений.

Традиционно основная сфера женской занятости – сфера услуг. В ней заняты почти 60% женщин, тогда как доля этого сектора в занятости мужчин составляет меньше 30%. Расширение сектора услуг в последние полвека стимулировало рост занятости женщин, способствовало созданию рабочих мест, росту спроса на женскую рабочую силу, но в то же время – и сегрегации на рынке труда. Так, по данным сайта HeadHunter.ua в топ-10 профессиональных областей для соискателей мужчин и женщин такая отрасль, как «Туризм, гостиницы, рестораны» у женщин заняла в 2012 г. 9 место (3,37% резюме) и вообще не попала в сферу интересов по поиску работы мужчин. Мужчины ориентированы на продажу и руководство, а женщины на обслуживание предприятий и клиентов. У мужчин-соискателей больше опыта и выше запросы по поводу зарплаты [3]. Однако туризм становится именно «сугубо женской профобластью» и это притом, что уровень продаж услуг ежегодно растет. Украина в рейтинге 2013 г. получила оценку в 3,98 балла (индекс конкурентоспособности путешествий и туризма) из семи возможных и заняла 76-е место среди 140 стран мира (2011 г. – 85 место) [4]. Это наивысшее место, которое занимала Украина за период расчета Индекса, однако этот результат свидетельствует скорее о восстановлении утраченных после кризиса позиций (соответственно 78-е и 77-е места в 2007 и 2008 гг.) [5]. Туризм в 2012 г. сформировал 2,2% ВВП Украины (28,8 миллиарда гривен) [6]. Все вышеперечисленное указывает на необходимость формирования на туристических предприятиях организационной культуры, совмещающей в себе адекватные поведенческие и управленческие паттерны. Огромное количество публикаций об отличии мужского и женского менеджмента констатируют «факты» [7] или формируют гендерные стереотипы [8], но ни в коей мере не объясняют с научной точки зрения механизмы формирования гендерных особенностей управления и, как следствие, ожиданий от управленцев различного пола, но не гендера.

Кадровый потенциал туристических предприятий (и как следствие конкурентоспособность) определяет уровень эффективности функционирования их хозяйственной системы, поскольку от личных и деловых качеств руководителей и специалистов, их общеобразовательного и квалификационного уровня, зависит качество: принимаемых управленческих решений; их реализации (и как следствие результат реализации); предоставляемых предприятием услуг; межличностных коммуникаций (менеджер-потребитель, руководитель-менеджер, менеджер-менеджер).

Если вопрос решения, реализации, коммуникации зависит от уровня формирования профессиональной культуры менеджера туристического предприятия, а качество туристической услуги не есть константа, так как прямо зависит от восприятия услуги конечным потребителем и нелинейно зависит от стоимости, то именно организационная культура является тем объединяющим сосудом, в котором профессионально-культурные навыки исполнителя услуги максимально выгодно воспринимаются потребителем услуги. Женщины, зачастую, более амбициозны, чем современные мужчины [9], и направить амбиции женщины-менеджера в созидательное, выгодное для предприятия русло призвана гендерноориентированная организационная культура, которая, априори, является более чувствительной к индивидуально-психологическим и физиологическим особенностям персонала предприятия.

Литература:

1. Женщина и свобода: Пути выбора в мире традиций и перемен. / Отв. ред. В.А. Тишков. – М.: Наука, 1994. – 448 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Какую работу ищут мужчины и женщины: гендерная сегрегация рынка труда. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hh.ua/article/13203>
4. Развитие туризма в Украине (анализ туристической конкурентоспособности). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socium.com.ua/2014/01/tourism-development-in-ukraine/>
5. Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://competitiveukraine.org/uploadfiles/reports/files/ukraine_inthe_world_2013_rus_web_part2_2_travel.pdf
6. Сфера туризма в 2012 г. обеспечила рост ВВП Украины на 2,2%. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://turist.rbc.ua/sfera-turizma-v-2012-g-obespechila-rost-vvp-ukrainy-na-2-2--13062013095600>

7. Данилова Н.И. Содержание и принципы гендерного управления. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lib.herzen.spb.ru/text/danilova_99_281_286.pdf
8. Женщина-руководитель. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ubsjournal.com/business/idea/332-2009-05-16-10-41-32?format=pdf>
9. Женские амбиции. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rabotai.in/rabota1/index7.php>