

А. С. Ходосевич

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ УСЛУГ

В статье рассмотрены актуальные проблемы профессионального самоопределения личности работников сферы услуг в условиях современной рыночной экономики страны. Приведен подробный анализ полученных результатов исследования и даны практические рекомендации работодателям для оптимизации труда персонала.

Ключевые слова: профессиональная мотивация, удовлетворенность трудом, гендерные различия, личность, карьерные ориентации.

Во второй половине XX столетия в мировой экономике произошел быстрый рост сферы услуг. В современных развитых и развивающихся странах занятость в сфере услуг (порядка 70 % всех работников) заметно преобладает над занятостью в других отраслях экономики [1]. Однако стремительное развитие сервисизации и масштабность занятого в ней населения не влияют на качество предоставляемых услуг. Во многом данная проблема связана с постоянной текучестью кадров в этой области, причинами которой служат разнообразные факторы: низкая заработная плата, плохие условия труда, отсутствие заинтересованности в работе и др.

Другими словами, можно говорить о понятии «удовлетворенность (неудовлетворенность) трудом». Отсюда особую актуальность приобретает изучение профессиональной мотивации (направленности, интересов и планирования жизненных приоритетов) сотрудников сферы услуг, так как соответствие профессиональных ориентиров персонала организационным миссиям их работодателей является гарантом снижения текучести кадров и увеличения производительности труда.

Проблему мотивов трудовой деятельности в своих работах рассматривают многие исследователи [2–5]. Однако конкретных исследований в области мотивации персонала и удовлетворенности трудом специалистов, занятых в сфере услуг, недостаточно. Поэтому цель данного исследования – выявление профессиональной направленности личности сотрудников сферы услуг в контексте гендерных различий.

Выборка составила 149 человек в возрасте от 18 до 52 лет, среди них 42 мужчины и 107 женщин. Все участники опроса являлись сотрудниками различных предприятий сферы услуг г. Краснодара: официанты, продавцы, сотрудники автосервиса и туризма, парикмахеры и др. Для опроса использовалась методика «Якоря карьеры». Данная методика позволяет определить ведущие карьерные ориентиры личности, которые направляют ее реализацию в профессии.

В целом в группе испытуемых достаточно высоко выражен фактор профессиональной мотивации – средний показатель по группе 6.4 (из максимальных 10 баллов). В контексте гендерных различий было установлено, что у мужчин он несколько ниже, чем у женщин (6.1 и 6.4 балла соответственно).

Результаты исследования по параметру гендерных различий показали следующее. Наиболее значимыми карьерными стратегиями для мужчин являются предпринимательство (7.2), автономия (независимость) (7.0) и менеджмент (6.9). Далее выделяются интеграция стилей жизни (6.6), вызов (6.3) и стабильность места работы (6.1). Наименьшее предпочтение мужчины отдают служению (5.2), стабильности места жительства (5.0) и профессиональной компетенции (4.8). Среди женщин прослеживается иная картина выбора карьерных стратегий. Так, наиболее часто выбираемые – стабильность места работы (7.4), интеграция стилей жизни (7.3) и служение (6.9). Остальные карьерные ориентации (автономия (6.6), вызов (6.0), менеджмент (5.9), профессиональная компетенция (5.8), предпринимательство (5.8) и стабильность места жительства (5.6)) выражены примерно в одинаковой степени, разница в средних показателях незначительная.

Таким образом, для женщин важна стабильность места работы, а также возможность совмещать и гармонизировать все сферы жизненного пространства. При этом женщины в большей степени, чем мужчины, стремятся к «работе с людьми», «желанию сделать мир лучше», реализовать общественно важные цели и быть полезными для общества. Предпринимательство, стремление создавать что-то новое и готовность к риску для опрошенных женщин представляют мало интереса в отличие от опрошенных мужчин. Мужчины в малой степени ориентированы на развитие своей компетентности в рамках определенной профессии, навыков и умений, но стремятся к управлению, интеграции усилий других людей. Для них очень важно быть хозяевами не только своего дела,

но и своей жизни в целом, самостоятельно определять, когда, над чем и сколько работать. Стабильность же работы и служение для мужчин мало важны в отличие от женщин.

Таким образом, по результатам опроса, мужчины оказались более амбициозными в сравнении с женщинами. Они готовы идти на риск, открывать новые горизонты и обретать собственную финансовую и социальную независимость, но во благо себе. Женщины же, напротив, склонны к поддержанию стабильности и работы «во благо общества». Исходя из представленных данных, можно заключить, что мужчины менее склонны к построению профессионального пути в сервисной деятельности, и, следовательно, адаптация в сфере услуг у них будет затруднена, в то время как женщины, наоборот, быстрее могут адаптироваться к требованиям профессии и работать в такой организации значительно дольше мужчин.

На основании полученных результатов был проведен анализ достоверности различий предпочтений у мужчин и женщин. Достоверность различий выявлена по следующим шкалам: профессиональная компетентность, менеджмент, стабильность места работы, служение, интеграция стилей жизни и предпринимательство.

Таким образом, по стремлению к автономии и независимости различий между мужчинами и женщинами нет, т. е. и мужчины, и женщины в равной степени стремятся к возможности самостоятельно распоряжаться своими рабочим временем и пространством. В то же время опрошенные женщины в большей степени, чем мужчины, стремятся быть компетентными в своей области, хотят иметь стабильную работу, приносить пользу обществу и совмещать различные стороны жизни. Общий показатель направленности на карьеру у женщин также выше, чем у мужчин. Мужчины из исследуемой выборки явно чувствуют себя некомфортно, работая в сфере услуг, так как такая ориентация, как служение, т. е. направленность на помощь людям, на работу с людьми, у них слабо выражена. В то же время в приоритетах – создание своего дела и управление другими людьми.

От чего же зависят выявленные предпочтения? На основе корреляционного анализа установлено, чем старше женщина, тем более она ориентирована на развитие в профессиональной области, на реализацию себя в профессии. В то же время выяснилось, что более старшие представительницы исследуемой

группы не стремятся к руководящим постам или предпринимательской деятельности. Они также не ориентированы на конкуренцию и решение трудных производственных задач. Напротив, чем старше женщина, тем больше усиливается ее комплексное видение мира, она стремится к стабильности и безопасности на работе и в других жизненных пространствах. В то же время женщины стремятся к тому, чтобы организация-наниматель не была враждебна их целям и ценностям, т. е. давала бы возможность реализовать главные ценности жизни, не относящиеся только к профессиональной сфере. Была выявлена также прямая корреляционная связь возраста женщин и карьерной ориентации на служение.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что женщины из представленной выборки чувствуют себя достаточно комфортно, работая в сфере услуг. Мужчины с возрастом проявляют все меньше интереса к предпринимательской и управленческой деятельности. Для них также важна стабильность места работы, но в отличие от женщин достоверной связи возраста мужчин со стабильностью места жительства выявлено не было. Из представленных данных можно также сделать вывод о том, что есть прямая связь возраста мужчин с карьерной ориентацией на служение, т. е. более старшие мужчины в большей степени ориентированы на занятость в сфере оказания услуг, чем их младшие коллеги. Младшие представители мужской группы, как было описано выше, чувствуют себя не на своем месте, работая в данной сфере. По результатам опроса, они демонстрируют высокие амбициозные приоритеты, лишены какой-либо перспективы на настоящем месте работы.

Итак, можно сделать вывод, что женщины в отличие от мужчин более осознанно выбирают место работы в сфере оказания услуг. Большинство мужчин устраиваются на работу в такие организации как на временную (например, подработка у студентов), не имея четких представлений об условиях и особенностях данной деятельности.

Полученные в результате исследования данные следует учитывать при разработке и реализации программ мотивационного стимулирования сотрудников организации сферы услуг с целенаправленным воздействием на гендерные субгруппы. Это позволит надеяться на достижение оптимальной результативности труда и предотвращение массовой текучести персонала, обусловленной неудовлетворенностью трудом.

Список литературы

1. Демидова Л. С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. 1999. № 2.
2. Аргайл М. Психология счастья. М., 1990. 336 с.
3. Замфир К. Удовлетворенность трудом: мнение социолога. М., 1983. 42 с.
4. Зеличенко А. И., Шмелев А. Г. К вопросу о классификации мотивационных факторов трудовой деятельности и профессионального выбора // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 1987. № 4.
5. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб., 2006. 351 с.

Ходосевич А. С., аспирант кафедры общей психологии и психологии личности.

Кубанский государственный университет.

Ул. Ставропольская, 149, г. Краснодар, Краснодарский край, Россия, 350033.

E-mail: lightlagoon@mail.ru

Материал поступил в редакцию 05.02.2010.

A. S. Khodosevich

GENDER DIFFERENCES IN PROFESSIONAL STANDING OF PERSONALITY OF THE STUFF IN SERVICE INDUSTRY

The article describes actual problems of professional standing of personality of the stuff in service industry in conditions of modern market-oriented economy. The article also deals with the detailed analysis of the results of completed psychological research and gives practical recommendations to employers in order to optimize working practices of the service stuff.

Key words: *professional motivation, occupational satisfaction, gender differences, personality, career aspirations.*

Kuban State University.

Ul. Stavropolskaya, 149, Krasnodar, Krasnodar krai, Russia, 350033.

E-mail: lightlagoon@mail.ru