

М. І. Волобуєв,
к. м. н., доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

M. Volobuev,
PhD Associate Professor of Management Kyiv National University of Trade and Economics

GENDER-SPECIFIC HR

У статті розглянуто проблему особливості управління персоналом підприємства в залежності від статі працівників. Важливою проблемою управління персоналом є побудова ефективної програми стимулювання. Оптимальною системою стимулювання вважається така, що будується за індивідуальним підходом до кожного працівника підприємства виходячи з його життєвих позицій. В основу життєвої позиції працівника покладено в тому числі систему життєвих цінностей конкретної людини. Проведене дослідження базується на вивченні особливостей вибору життєвих цінностей чоловіками та жінками. Аналіз цінностей працівника дає можливість створення не тільки різних програм стимулювання для різних за статтю груп працівників. Результати дослідження можуть бути покладені в основу побудови індивідуальної програми стимулювання та розвитку працівника як професіонала та особистості.

This paper considers the problem of plant personnel management features depending on the sex workers. An important challenge is to build human resource management effective incentive programs. The optimal incentive system is considered, which is based on an individual approach to each employee based on their attitudes. The basis of the employee's assigned position in life, including the system of values of the individual. The study is based on the study of features of the choice of values men and women. Analysis of the values of the employee provides the ability to create not only a variety of incentive programs for different groups of sex workers. Results can be the basis for building the individual incentive programs and employee development as a professional and individual.

*Ключові слова: цінність, гендерні особливості, управління персоналом, жіночі цінності, чоловічі цінності.
Key words: value, gender sensitive, human resources management, women's values, men's values.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним з актуальних напрямів світової економічної науки є гендерна економіка. Необхідність дослідження гендерних аспектів менеджменту обумовлена появою нової соціальної когорти "ділових жінок". Особливо помітні ці процеси в розвинених країнах. Наприклад, у США жінкам належить більше 50 % грошових коштів, що обертаються в країні, на них виписані 65 % рахунків, в їх руках зосереджені 57 % цінних паперів, 74 % будинків, на них припадає 88 % загальної купівельної спроможності.

У більш порівнянних з Україною країнах Центральної та Східної Європи жінки володіють більш ніж 30 % бізнесу, наймають 25 % робочої сили, складають 55 % навчаються, близько 25 % заробляють більше чоловіків у сім'ях з двома працюючими. Частка жінок на міністерських постах тільки за останнє десятиліття подвоїлася — з 3,4 до 6,8%. Наве-

дені дані підтверджують помітне зростання участі жінок в економічному житті і дозволяють прогнозувати перспективні зрушення в цьому напрямі [2, с. 66]. Цікавим залишається питання вивчення гендерних особливостей у виборі життєвих цінностей. У всіх доступних літературних джерелах для вивчення ціннісних виборів дослідниками було використано методику М. Рокіча [4—6, 8—10]. Цікавим вважається дослідження ціннісних виборів різних груп студентів за гендерною ознакою з використанням методики К. Харського [4, с. 150; 8].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Гендерна проблематика має важливе прикладне значення. Вивчення гендерних психологічних відмінностей історично починається ще в Древній Греції Платоном та Аристотелем.

Таблиця 1. Актуальні цінності в досліджуваних групах

№ п/п	Групи цінностей	ЧГ		ЖГ	
		бали	місце	бали	місце
1	Ідеологічні цінності	4,39	2	3,76	3
2	Матеріальні цінності	3,85	3	2,95	4
3	Емоційні цінності	3,16	4	4,36	1
4	Вітальні цінності	4,77	1	4,27	2

Жан-Жак Руссо в 1770 році проаналізував подібності і відмінності статей, висловив уявлення про різні норми поведінки для чоловіків і жінок (те, що пізніше буде назване "гендерними стереотипами"), а також міркував про особливості освіти жінок і чоловіків і про взаємини в браку. На думку Руссо, рівність, подібність чоловіків і жінок полягає в їх схожості як біологічних істот, представників людського роду: схожі багато органів, потреби і здібності [1, с. 24—25].

Проте як суспільні істоти вони не рівні, і це пояснюється їх природженими характеристиками (остання ідея навряд чи прийнятна в сучасному суспільстві). Відповідно, різні і норми поведінки ("чесноти"): для чоловіка це — відвертість, прямота, сумлінність, самостійність думок, правдивість, а для жінки — соромливість, хитрість, кокетство, удавання. Руссо вважав, що жінка володіє витонченим і проникливим розумом, тому вона здатна здобути освіту, причому не лише в області того, як вести домашнє господарство і виховувати дітей.

Артур Шопенгауер звернув увагу на відмінність психічних процесів чоловіка і жінки: для чоловіків характерна абстрактна ідея справедливості, для жінок — співчуття конкретній людині.

З. Фрейд у своїх роботах покладає наукові основи у вивченні цього питання. Термін "гендер" (соціальна стать, став як продукт культури) з'явився порівняно недавно — у 1975 р. Гендерні дослідження стали проводитися відразу і декількох науках, інколи не уникнути залучення робіт і ідей філософів, соціологів, демографів, етнографів, які у свою чергу звертаються до психологічних досліджень [1, с. 26—27].

У вітчизняній науці, на відміну від зарубіжної, проблема гендеру й гендерних стереотипів сформулася в самостійний предмет дослідження порівняно недавно. В 70-ті роки ХХ століття, за винятком окремих публікацій Б.Г. Ананьєва й деяких його учнів, вона не була достатньо висвітлена. Тільки з часом ця проблема привернула до себе увагу відомого вченого І.С. Кона, який актуалізував необхідність її аналізу, сформулював теоретико-методологічні проблеми вивчення специфіки статевої диференціації та статевої відмінностей. Водночас, слід зауважити, що чи не найсерйозніша спроба в українській науці сформулювати коло психолого-педагогічних завдань, що потребують свого спеціального дослідження в аспекті статевої проблематики, належала Т.М. Титаренко: встановлення й наукове обґрунтування специфіки сприйняття чоловіком і жінкою реальності (зовнішньої і внутрішньої), відмінностей між ними за способами розвитку й саморозвитку, формами самореалізації, характером спілкування, типом розвитку та іншими показниками життєдіяльності [2, с. 67].

Сьогодні характеризується бурхливим розвитком гендерної психології. Ознаками розквіту цієї області служать новий сплеск експериментальних досліджень, теоретичне осмислення емпіричних фактів, початок культурних для курсу досліджень у всьому світі, адаптація відомих методів і методик для вивчення гендерної проблематики і створення специфічних гендерних методик [3, с. 16—19].

На новому етапі вчені приступили до тоншого освоєння гендерної проблематики. Сталі відомі області, в яких най-

частіше виявляються статевої відмінності (зокрема, перевага чоловіків по зорово-просторових здібностях). Їх перевіряють в різних культурах. Йде пошук причин, що пояснюють емпіричні факти. Дослідження стали ретельнішими плануватися. Виявлена маса методик, які виявилися чутливими до вивчення чоловіків і жінок.

У багатьох країнах на основі гендерних досліджень (у тому числі і по психології) змінюються підручники, йде перебудова виховання з врахуванням гендерного підходу. В комерційних компаніях проводиться політика рівних можливостей для чоловіків і жінок-менеджерів. Останніх навчають по спеціальних програмах. Існує закордонний досвід роботи з працівниками офісів, керівником яких є жінки для пояснення їм особливостей жіночки-менеджера та адекватної поведінки відповідно до цього її підлеглих. Психологи і психотерапевти також реалізують гендерний підхід. Таким чином, почато впровадження результатів гендерних досліджень у практику.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Метою дослідження було визначення особливостей вибору життєвих цінностей в залежності від гендерної ознаки працівників офісу. Проведені попередні дослідження ціннісних виборів працівників показали, що існує досить суттєва неоднорідність результатів. Було висунуто теорію, що ця має гендерну складову. Дослідження проводилось із застосуванням методики, яку запропонував К. Харський в модифікації автора [4, с. 150; 8].

Дослідження проводилось на двох групах працівників виробничого підприємства — жіночою (ЖГ) (n=58) та чоловічою (ЧГ) (n=52). Середній вік працівників складає 29,6 роки (в межах 20—36 років).

Сутність методики полягає в тому, що кожному з респондентів був запропонований список з 32 цінностей. Він складався з чотирьох груп цінностей — по вісім в кожній: ідеологічні, матеріальні, емоційні та вітальні. Але для того, щоб це не вплинуло на вибір, групи цінностей не були визначені в тексті і не були розділені між собою. Кожному з працівників необхідно було обрати з 32 запропонованих цінностей тільки вісім. Після цього обрані вісім цінностей необхідно було оцінити та надати вісім балів тій цінності, яку вони вважали найважливішою для себе, а один бал — найменш важливішій з обраних [4, с. 150].

Проведене дослідження дозволило отримати результати, наведені в таблиці 1.

Як видно з таблиці, ціннісні профілі груп ЖГ та ЧГ мають суттєві відмінності. Точний збіг не відбувається ні по одній з груп цінностей.

Перше місце в групі ЧГ зайняла група вітальних цінностей з середнім показником 4,77 бали, а в групі ЖГ ця група зайняла друге місце з показником 4,27 балів.

Друге місце в групі ЧГ зайняла група ідеологічних цінностей. Показник цієї групи склав 4,39 бали, тоді як в групі ЖГ ця група цінностей займає тільки третє місце з показником 3,76 балів.

У групі ЧГ матеріальні цінності зайняли третє місце з показником 3,85 балів. В групі ЖГ ця група цінностей зайняла останнє четверте місце. А показник групи майже на один бал менший — 2,95 бали.

Група емоційних цінностей серед працівників-чоловіків обійняла лише останнє четверте місце з показником 3,16 балів. Ця ж група цінностей в групі працівниць зайняла перше місце з показником більшим ніж на бал в групі ЧГ — 4,36 бали. Тобто, працівниці найважливішими для себе вважають емоційні цінності, а працівники-чоловіки цю групу вважають для себе самою не важливою.

Звернув на себе увагу результат порівняння бальних оцінок у кожній групі по місцях, які вони зайняли. Перше

місце в групі ЧГ має показник 4, 77 бали, а в групі ЖГ — 4,36 бали; другі місця — 4,39 бали та 4,27 бали, треті місця — 3,85 бали та 3,76 бали та четверті місця — 3,16 балів та 2,95 бали відповідно. Це свідчить про більшу сконцентрованість виборів у групі ЧГ. Тобто чоловіки мали більшу єдність у висловленні свого вибору цінностей.

Аналіз виборів респондентами окремих цінностей також показав суттєві гендерні відмінності.

Так, серед ідеологічних цінностей групою ЖГ у два рази частіше обирали цінність "віра". А з групи ЧГ половина обирала цінність "свобода", тоді як група ЖГ обирала цю цінність лише в 40% випадків.

З матеріальних цінностей групою ЧГ в три рази частіше, ніж група ЖГ, обирали цінність "професія". Якщо група ЖГ обирала цінність "гроші" в 24% випадків, то група ЧГ обирала цю цінність в 44% випадків.

Серед емоційних цінностей представниці групи ЖГ в два рази частіше обирали цінність "розуміння" у порівнянні з представниками групи ЧГ.

Результати проведеного дослідження дозволили керівництву підприємства прийняти рішення про створення двох різних програм стимулювання — для двох груп працівників, що сформовані за гендерною ознакою. Група "вітальні цінності" займає важливе місце в обох групах — в ЧГ — перше місце, в ЖГ — друге місце, а в цій групі найбільшу кількість виборів отримала цінність "здоровий образ життя". Для можливості реалізації цієї цінності у виробничому колективі було прийняте рішення про проведення профілактичних медичних оглядів всіх працівників з використанням флюорографії (для жінок — ще й маммографії) два рази на рік та проведення профілактичних оглядів стоматолога раз на рік. Крім того, у виробничих приміщеннях були встановлені кулери з питною водою. Керівництво підприємства взяло під свою опіку футбольні матчі, що проводили чоловіки підприємства по суботам.

Серед працівників підприємства було проведено анонімне анкетування для з'ясування їх думок про морально-психологічну атмосферу у виробничих колективах. Анкетування показало, що працівники оцінюють психологічний клімат досить високо — 4,45 бали з п'яти можливих. Таке дослідження було проведене не тільки заради результату, але й для демонстрації працівникам зацікавленості та турботи керівництва підприємства щодо цього питання, оскільки саме ця цінність є дуже важливою для жіночої частини колективу. Для реалізації важливої ідеологічної цінності працівників-чоловіків "патріотизм" керівник виробництва запропонував працівникам власноруч створити та розмістити на виробництві ті символи державності, які вони вважають за необхідне.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити певні висновки.

1. Працівники-чоловіки та працівники-жінки суттєво відрізняються за своїми виборами груп цінностей. Якщо для працівників-жінок найголовнішою є група емоційних цінностей ("дружба", "любов", "впевненість"), то для працівників-чоловіків ця група цінностей була останньою у виборі. Головною групою цінностей для працівників-чоловіків є група життєвих цінностей, а саме: "наявність родини", "відносини з батьками", "якість життя".

2. Працівники-чоловіки мають значно вищу єдність думки при наданні переваги тій чи іншій групі цінностей.

3. У залежності від статі групи працівників розрізняються за частотою вибору певних запропонованих цінностей — "віра", "свобода", "розуміння", "професія" тощо.

4. Отримані результати слід використовувати при розробці рекомендацій щодо формування програм стимулювання на підприємствах в залежності від статі працівників.

Література:

1. Бендас Т.В. Гендерная психология: учебное пособие. — СПб.: Питер, 2006. — 431 с.

2. Бердыкльчева Н.М. Женщины в управлении и бизнесе // Энергия, 2002. — № 5. — С. 66—70.

3. Берн Шон Меган. Гендерная психология (Секреты психологии) СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. — 320 с.

4. Волобуєв М.І. Значущість цінностей людини // Вісник Хмельницького національного університету. — № 2. — Т. 2. — 2011. — С.149—152.

5. Гарькавец Н.С. Психологічні особливості системи цінностей студентської молоді (гендерний аспект) // теоретичні і прикладні проблеми психології Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету імені В. Даля. — 2010. — № 1 (24). — С. 46—51.

6. Кікінежді М. Амбівалентність статево-рольових цінностей у життєвому самоздійсненні молоді // Проблеми сучасної психології. Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. — 2010. — Випуск 10. — С. 299—308.

7. Кон И.С. Психология половых различий // Вопросы психологии. — 1980. — № 2. — С. 118—129.

8. Константин Харский о системе ценностей и ее влиянии на человека [Электронный ресурс]. — Режим доступа до статті: <http://www.zubry.ru/articles/2009/05/konstantin-xarskij-o-sisteme-cennostej-i-ee-vliyanii-na-cheloveka/>

9. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентации / Д.А. Леонтьев. — М.: Эксмо, 1992, — 170 с.

10. Методика "Ценностные ориентации" М. Рокіча // Лучшие психологические тесты для профотбора и профориентации / Отв. ред. А.Ф. Кудряшов. — Петрозаводск: Петроком, 1992. — С. 112—114.

References:

1. Bendas, T. V. (2006), *Hendernaia psykholohyia* [Gender psychology], Pyter, St.Petersburg, Russia.

2. Berdyklycheva, N.M. (2002), "Women in Management and Business", *Enerhyia*, vol.5, pp. 66—70.

3. Bern, Shon M. (2001), *Hendernaia psykholohyia. (Sekrety psykholohyy)* [Gender psychology. (Secrets of Psychology)], prajm-EVROZNAK, St.Petersburg, Russia.

4. Volobuiev, M.I. (2011), "The importance of human values", *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, vol. 2, no. 2, pp. 149—152.

5. Har'kavets', N. S. (2010), "Psychological characteristics of young student values (gender aspect)", *Zbirnyk naukovykh prats' Skhidnoukrains'koho natsional'noho universytetu imeni V. Dalia*, vol.1 (24), pp. 46—51.

6. Kikinezhdi, M. (2010), "Ambivalence sex-life values in the self-realization of young people", *Problemy suchasnoi psykholohii. Zbirnyk naukovykh prats' KPNU imeni Ivana Ohiiienka, Instytutu psykholohii im. H.S.Kostiuka APN Ukrainy*, vol. 10, pp. 299—308.

7. Kon, Y.S (1980), "Psychology of sex differences", *Voprosy psykholohy*, vol. 2, pp. 118—129.

8. Kharskyj, K. (2009), "On the system of values and its impact on human", available at: <http://www.zubry.ru/articles/2009/05/konstantin-xarskij-o-sisteme-cennostej-i-ee-vliyanii-na-cheloveka/> (Accessed 28 June 2014).

9. Leont'ev, D. A. (1992), *Metodyka yzucheniya tsennostnykh orientatsyy* [Method for studying the value orientations], Eksmo, Moscow, Russia.

10. Kudriashov, A.F. (1992), *Metodyka "Tsennostnye orientatsyy"* M. Rokycha. *Luchshye psykholohycheskye testy dlia profotbora y proforyentatsyy* [Methodology "Value orientations" M. Rokeach. Best psychological tests for professional selection and guidance], Petrokom, Petrozavodsk, Russia.

Стаття надійшла до редакції 01.07.2014 р.