

## Источники

1. 16 интересных фактов об Октоберфесте // Tandem. — URL: <https://tandem.net/ru/blog/16-crazy-facts-about-oktoberfest> (дата обращения: 26.10.2025).

2. Гастрономический туризм в Беларуси // Belarus.by. — URL: <https://www.belarus.by/ru/travel/culinary-tourism> (дата обращения: 26.10.2025).

**Е. В. Хурденко, А. П. Шапорева**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — К. Н. Сонич, канд. социол. наук*

## ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ЗАНЯТОСТИ И СОЦИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В белорусской туристической отрасли традиционно преобладают женщины. По данным Белстата, в 2024 г. в стране действовало 1108 туристических организаций [1]. По нашим оценкам, основанным на структуре занятости в смежных сервисных отраслях, доля женщин, занятых в этих компаниях, может составлять 70–80 %, что подтверждает их значительное количественное доминирование в секторе. Это связано со стереотипным восприятием профессии как относительно легкой и ориентированной на внешнюю привлекательность, что объясняет преобладание девушек в профильном образовании. Женщины в основном занимают позиции, связанные с непосредственным взаимодействием с клиентами, в то время как мужчины чаще занимают административные должности. Однако роль женщин не ограничивается эстетической функцией. Они играют ключевую роль в формировании турпродукта — отбирают отели, контролируют их качество и непосредственно влияют на продажи.

В Беларуси отмечается растущая активность женщин в сфере управления. Они с заметной энергией и самоотдачей реализуют себя в публичном пространстве, и это касается не только большой политики, но и различных отраслей, например туризма. Многие успешные туристические компании возглавляют женщины, в том числе офисы международных операторов в Беларуси, такие как CORAL TRAVEL и FUN&SUN.

В Индии гендерная структура туристической индустрии имеет более сложный характер. Женщины в основном заняты в низкооплачиваемых сегментах сферы услуг, таких как обслуживание номеров и работа на предприятиях питания. Их доступ к руководящим позициям ограничен, а предпринимательская активность сдерживается социокультур-

ными барьерами, включая ограниченный доступ к ресурсам, и традиционными семейными обязанностями.

Сравнение гендерной структуры туристической индустрии двух стран представлено в таблице.

Гендерная структура туристической индустрии Индии и Беларуси, % [1, 2]

Критерий	Индия	Беларусь
Доля женщин в туристической индустрии	45–55	70–80
Доля женщин — владельцев туристического бизнеса	15–25	40–50
Гендерный разрыв в оплате труда (оценочно)	20–30	10–15
Доля мужчин среди студентов туристических специальностей	30–40	10–20

Таким образом, женщины играют ключевую роль в развитии туристической индустрии. Эта сфера является сложной, поскольку требует постоянного общения с разными клиентами, динамичной из-за необходимости совмещать поездки с семейными обязанностями, а также предполагает постоянное обучение и освоение новых технологий. Именно этот комплекс требований делает вклад женщин, сочетающих гибкость, коммуникабельность и многозадачность, особенно ценным для устойчивого развития туризма.

#### Источники

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. — URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 28.11.2025).
2. Ministry of Tourism. Government of India : [website]. — URL: <https://tourism.gov.in> (date of access: 28.11.2025).

**В. Н. Черныш**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — О. В. Ежель, канд. экон. наук, доцент*

## **ВНЕДРЕНИЕ ГРЕЙДИНГА И СИСТЕМЫ КРП КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ**

Современная конкурентная среда в гостиничном бизнесе диктует необходимость поиска эффективных инструментов управления персоналом, среди которых ключевое место занимает система оплаты труда. Повременная система оплаты труда, ориентированная на отработанное время, слабо коррелирует с результатами деятельности сотрудников, такими как качество сервиса или объем продаж, что за-