

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО И ПРОДВИЖЕНИЕ ЖЕНЩИН ПО КАРЬЕРНОЙ ЛЕСТНИЦЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Гендерное неравенство и продвижение женщин по карьерной лестнице — вопрос не новый, даже заезженный, но нерешенный. Сегодня эта тема становится все более актуальной.

В сфере гостеприимства во всем мире занято около 55 % женщин, в Беларуси — 72,2 %. По данным Корнеллского университета женщины чаще занимают низкооплачиваемые должности, связанные с непосредственным обслуживанием гостей, менее задействованы там, где требуется более высокая квалификация. Согласно исследованию в Суинберне женщины, работающие в гостиничном бизнесе, получают на 7,5 % меньше, чем мужчины этой же отрасли. Пусть по сравнению с XX ст. гендерное неравенство сократилось, индустрия гостеприимства еще на пути к продвижению по карьерной лестнице в гостиницах мужчин и женщин в равных долях.

Привлечение к работе смешанной команды содействует последовательному и устойчивому экономическому росту гостиницы, а рациональность и сдержанность мужчин и эмоциональность и открытость женщин вместе улучшат результаты работы.

Сегодня многие признают преимущества смешанных руководящих команд, но лишь единицы внедряют их в свою работу.

Отмечая, что гостиничный бизнес — это сектор сферы услуг, где общение производителя и потребителя услуг является долгим и сложным, хорошие коммуникационные навыки требуются как от линейного, так и от руководящего персонала. Когда женщина общается, то у нее задействованы семь мозговых центров, а у мужчин — два. Более развитое вербальное мышление позволяет женщине быстрее разрешать конфликт с разгневанным гостем. Также женская домовитость ориентирует ее обладательницу на выстраивание сервиса таким образом, чтобы гость мог почувствовать себя как дома, а внимание к деталям сыграет важную роль в работе отеля.

Некоторый прогресс заметен: компания Marriott International развивает программу по развитию лидерства среди женщин и обучению женщин на руководящих постах для участия в работе совета директоров. Интернет-портал о гостеприимстве Хоско отснял серию видео, посвященную женщинам—лидерам гостиниц, где проинтервьюировал их. Исходя из интервью, были выделены качества, необходимые успешному руководителю отеля: умение сочувствовать, умение слушать и быть тактичным, стрессоустойчивость, креативность, способность видеть наперед, умение заботиться.

Проведя мониторинг блогов, я выяснила, что многие леди—руководители отелей признают инструментом для развития на разных этапах карьеры наличие наставника, совмещающего контроль с предоставлением свободы взглядов, принятия решений, обеспечением психологического комфорта. Учитывая, что мы живем в веке Интернета, сегодня доступно общение коллег в различных социальных сетях, что позволит им делиться опытом и впечатлениями.

Таким образом, были представлены статистика занятости и заработка женщин в сравнении с мужчинами, гендерные особенности женщин-руководителей, положительно влияющие на работу в гостинице, а также инструменты, программы и мероприятия, полезные для укрепления женщин на руководящих позициях гостиницы.

М.В. Козловская

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Ф. Волонцевич
БГЭУ (Минск)*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА, ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ

Полноценное функционирование предприятия невозможно без составления планов различной срочности. Не являются исключением и предприятия индустрии гостеприимства. В настоящее время владельцы компании уделяют больше внимания решению проблем краткосрочного характера и, как следствие, игнорируют задачи и цели, трактуемые стратегией предприятия. Как следствие — совмещенное решение проблем кратко- и долгосрочной перспективы является весьма сложной задачей.

Рассмотрим в качестве примера одну из гостиниц г. Минска, принадлежащей крупнейшей международной сети. На сегодняшний день гостиница претерпевает некоторые трудности, что может быть обусловлено рядом причин. Топ-менеджмент отеля по согласованию с руководящими компаниями проводит политику жесткого сокращения расходов.

В ходе изучения действующей практики стратегического планирования гостиницы было отмечено несколько особенностей.

Так, например, материально формализованная стратегия есть только на глобальном, международном уровне, она находится в открытом доступе. Миссия отеля прописана в ее главном девизе. Упоминания о целях деятельности можно найти в уставе предприятия, главная из которых — максимизация прибыли.