

УДК 341.96

***ПРОБЛЕМА ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕНСТВА В РУКОВОДСТВЕ
ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ И ПУТИ ЕЁ РЕШЕНИЯ***

Титенко Ю.Е.

*Студентка 3 курса Юридической школы,
Дальневосточный федеральный университет,
Владивосток, Россия*

Аннотация. Гендерное неравенство было и остаётся глобальной проблемой человечества. Не смотря на модернизацию и даже низложение некоторых моральных устоев, традиционная модель общества, в которой роли мужчины и женщины чётко определены и противопоставлены друг другу, остаётся доминирующей. Так, в ключевых направлениях функционирования и развития общества до сих пор количественно преобладают мужчины, в том числе в бизнес-секторе лишь один из четырёх менеджеров – женского пола.

В данной статье изучены проблема гендерного неравенства в руководстве транснациональных корпораций, а также возможные пути её решения на примере влиятельнейших международных юридических лиц, McKinsey & Company и The Procter & Gamble Company.

Ключевые слова: трудовые отношения; дискриминация в отношении женщин; транснациональная корпорация; гендерное неравенство; права женщин; McKinsey & Company; The Procter & Gamble Company.

***THE PROBLEM OF GENDER INEQUALITY IN THE WORKPLACE
AND WAYS TO SOLVE IT***

Titenko Y.E.

3rd year student of the School of Law,

*Far Eastern Federal University,
Vladivostok, Russia*

Abstract. Gender inequality is still the global problem of humanity. Despite the modernization and deposition of some moral foundations, the traditional model of society, when the roles of men and women are clearly defined and opposed to each other, stays like mainstreaming. Also men still prevail quantitatively in the important areas of functioning and development of society, including in the business sector, so only one out of four managers is female.

This article is devoted to the problem of gender inequality in the leadership of multinational corporations and possible ways to solve it on the example of the most influential international companies, McKinsey & Company and The Procter & Gamble Company.

Keywords: labor matters; discrimination against women; transnational company; gender inequality; women's rights; McKinsey & Company; The Procter & Gamble Company.

Гендер, в отличие от пола, который определяется генетически обусловленными биологическими различиями, «социально-порожденное понятие, приписывающее мужчинам и женщинам различные социальные роли и особенности» [8; с. 104]. Во всех обществах гендерная принадлежность является причиной специфического социального расслоения, а также важнейшим фактором при определении социальных ролей внутри каждого социального института (семья, образование и др.). В целом мужские роли ценятся выше и вознаграждаются лучше, чем женские: как правило, на матери лежит ответственность за воспитание детей и выполнение различной домашней работы, а отец несёт ответственность за материальное благосостояние семьи. Аналогичное разделение труда в отраслях народного хозяйства привело к

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

неравному доступу женщин и мужчин к власти, капиталу, образованию и иным ресурсам. Следовательно, гендерное неравенство – это «различие в статусе, престиже и обладании властью женщин и мужчин в группах, организациях и обществах» [8; с. 106]. Не смотря на негативную окраску этого социального феномена, многие исследователи, особенно сторонники функционального подхода, считают, что такие гендерные различия способствуют поддержанию социальной справедливости и интеграции общества, приводя в качестве главного аргумента тезис о том, что мужчины и женщины лучше выполняют те работы, к которым они биологически приспособлены. Безусловно, данная точка зрения была подвергнута критике приверженцами феминизма, по мнению которых люди независимо от гендерной принадлежности выбирают ту или иную профессию в соответствии с «их культурой».

В настоящее время все сферы жизни общества пронизаны дискриминационными явлениями по гендерному (половому) признаку, в том числе трудовые отношения. Специалисты выделяют три основных проявления гендерного неравенства на рабочем месте: профессиональная гендерная сегрегация (деление должностей и видов работ на мужские и женские), концентрация женщин с сфере частичной занятости и неравная оплата труда на аналогичных должностях при одинаковом уровне квалификации работников.

Несмотря на то, что уже не первое десятилетие происходит глубокое реформирование системы ценностей и национального законодательства различных государств, данная проблема остаётся актуальной, международные правовые акты не работают, общество продолжает оставаться патриархальным. Так, по результатам исследования McKinsey Global Institute в мире на 195 миллионов больше безграмотных женщин, чем мужчин; на 190 миллионов меньше женщин, чем мужчин, имеющих зарегистрированные банковские счета; в 90% крупнейших компаний лишь 20% руководящих должностей замещают женщины [12]. В это же время гендерное неравенство крайне негативно влияет на развитие экономики: социологи подсчитали, что при решении описанной Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

проблемы мировой ВВП может увеличиться на 12-28 триллионов долларов (суммарный ВВП Великобритании, Германии и Японии) к 2025 году благодаря вовлечению большего количества образованных специалистов-женщин в производство, при том, что по состоянию на 2020 год только 37% женской половины человечества вносит вклад в мировой ВВП.

Кроме того, особая сложность и специфика проблемы гендерного неравенства заключается в том, что её невозможно решить единовременно, например, путём принятия определённого нормативного правового акта. Также в разных странах в связи региональными экономическими, политическими и культурными особенностями уровень и глубина дискриминационных явлений различается, следовательно, порядок решения проблемы ущемления прав по половому признаку должен быть различным и т.д. С учётом этих обстоятельств американские исследователи считают, что гендерное неравенство удастся скомпенсировать не ранее, чем через 150 лет [13].

Впервые исследования о роли женщины в бизнес-секторе общественных отношений начали проводить американские социологи в 1970-х годах. Так, Дж. Бред Чапман пришёл к выводу, что женщины-лидеры ориентированы на поддержание гармоничных взаимоотношений в коллективе благодаря врождённой внимательности и стремлению заботиться о ком-либо [6; с. 646]; была выдвинута гипотеза о том, что идеальный лидер сочетает в себе мужские и женские качества. Спустя 20 лет, в 1995 году Робин Эли представила провокационный вывод об обесценивании женщины и её деловых качеств в компаниях с преобладающим количеством работников-мужчин, в это же время именно «фирма является важным институтом социального конструирования гендера» [7; с. 601]. Однако, не смотря на неблагоприятные заключения социологов, согласно данным ООН-женщины за 2020 год лишь один из четырёх менеджеров в различных сферах бизнеса – женского пола [10].

Российские учёные считают, что неравномерное гендерное распределение в руководстве компаний связано не только с так называемым «стеклянным Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

потолком», но и с тем, что «женщины реже мужчин готовы жертвовать и усердно трудиться, чтобы достичь определённых высот в крупных корпорациях» [3; с. 54]. Результаты исследования международной ассоциации Global Women in PR за 2019 год, напротив, демонстрируют иные, дискредитирующие женщин барьеры на карьерной лестнице: беременность и материнство, уход за ребёнком или больным родственником, отсутствие «гибкой рабочей политики» в компании, неравномерное распределение домашних дел, отсутствие баланса между работой и личной жизнью [12]. При этом менее 50% респондентов считают, что их работодатели делают всё возможное для ликвидации гендерного неравенства, в результате чего мужчины преобладают в 62% советов директоров PR-компаний.

Безусловно, минимальное количество женщин в руководстве компаний имеет негативные последствия при принятии стратегических решений, особенно в случае ориентированности производства на товары для дома, косметику, одежду, поскольку 70% потребителей этих товаров – женская половина человечества с покупательской способностью в 20 триллионов долларов [9]. Кроме того, в силу психологических особенностей (дисциплинированность, ориентированность на интересы людей, видение проблемы «в целом», комбинирование различных управленческих стратегий и т.д.) женщины могут гармонизировать деловые бизнес-отношения и благоприятно влиять на развитие компании, что подтверждают исследования Марковой О.Ю. [4; с. 306] Тем не менее, наибольшая эффективность руководителей - женщин возможна только в условиях устойчивой стабильности.

Следовательно, самым оптимальным и продуктивным вариантом является равное количество мужчин и женщин в совете директоров корпораций, когда реализуется инструментальное (мужское) и эмоциональное (женское) типы лидерства. Помимо непосредственной экономической выгоды гендерного равенства в бизнес-секторе, о которой говорилось выше, специалисты швейцарской неправительственной организации – Всемирного экономического Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМН Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

форума выделяют следующие положительные аспекты подобного паритета: «Развитие и использование половины имеющихся в мире (женских) талантов окажет огромное, положительное влияние на развитие, конкурентоспособность и готовность к вызовам будущего мировой экономики и бизнеса» [14].

Однако, по состоянию на 2020 год, ни одна страна в мире не демонстрирует гендерное равенство в четырёх ключевых сферах жизни общества: здравоохранении, политике, образовании и экономике. Тем не менее, наиболее близкими по отношению к положительному единичному коэффициенту являются следующие пять стран: Исландия (0,877), Норвегия (0,842), Финляндия (0,832), Швеция (0,820) и Никарагуа (0,804); Российская Федерация занимает 81 место в рейтинге с коэффициентом 0,706 согласно The Global Gender Gap Index 2020 rankings [15].

По мнению специалистов Global Women in PR международная консалтинговая корпорация (функционирует как партнёрство), специализирующаяся на решении задач, связанных со стратегическим управлением, McKinsey & Company, поддерживает гендерное разнообразие в руководстве компании. Данный вывод подтверждают официальные статистические сведения, опубликованные на сайте корпорации: «в 2019 году 48% сотрудников наших фирм – женщины, кроме того, 39% из них – руководители офисов по всему миру», что сама McKinsey & Company считает «чемпионским прогрессом» [12]. Однако, для достижения подобного результата корпорации потребовалось 10 лет и 20 миллионов долларов для проведения исследования, результаты которого продемонстрировали важность «женских лидерских позиций в экономическом секторе». На данный момент McKinsey & Company реализует комплекс бизнес-программ, направленных на развитие компетенций руководителя у женской половины своих сотрудников, независимо от их управленческого уровня: Presence with Purpose learning program, Women's Leadership Workshop and Pathway to Partner и др. Кроме того, корпорация гордится проведением особых, ориентированных на повышение

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

профессиональной квалификации сотрудниц, заседаний в форме мастерских, вне-рабочих мероприятий и пятничных офисных совещаний; а также функционированием неформальных объединений, например, McKinsey Moms, которое оказывает поддержку беременным коллегам и помогает построить успешную карьеру параллельно с материнством, в том числе публикацией и распространением пособия «Laptops and Lullabies». Благодаря успешному проведению программы поддержки работающих матерей, включая 16-недельный оплачиваемый декретный отпуск, McKinsey & Company ежегодно попадает в рейтинг Working Mother 100 Best Companies [12].

Другой транснациональной корпорацией, успешно реализующей политику «увеличения гендерного разнообразия» является один из лидеров мирового рынка потребительских товаров, The Procter & Gamble Company. Так, согласно данным отчёта компании за 2020 год 40% всех сотрудников – женщины, включая 41% топ-менеджмента, 48% управленческого персонала в целом, 35% технических специалистов и 52% «свежих» кадров [11]. Необходимо сказать, что такие результаты так же можно назвать «чемпионским прогрессом», поскольку реализацию кампании по гендерному равенству Procter & Gamble начала лишь в 2017 году по трём направлениям: реклама и СМИ, инвестирование в женское образование и развитие инклюзивной среды внутри корпорации (в том числе учреждение должности директора по гендерному равенству и разнообразию). В 2020 году P&G вошла в топ-10 компаний по количеству руководителей-женщин (Top Companies for Executive Women) благодаря «созданию культуры равного отношения и равных возможностей», что подразумевает развитие 4 направлений политики компании [11]:

- 1) равные льготы для родителей. В 2017 году в 26 странах были расширены льготы, связанные с материнством, усыновлением и декретным отпуском для отцов наравне с матерью в течение первого года жизни ребенка;

- 2) программа взаимной поддержки женщин. Совместно с LeanIn.org Procter & Gamble организует «кружки» взаимной женской поддержки по Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

решению бизнес- и карьерных проблем (участвует более 4 тысяч девушек и женщин);

3) развитие мужского движения по борьбе с гендерным неравенством совместно с международной некоммерческой организацией Catalyst;

4) развитие и поощрение равной гендерной политики в региональных представительствах (например, в Бангкокском офисе P&G количество женщин на руководящих должностях достигло 70%, половина из которых – работающие матери);

5) проведение #WeSeeEqual форума совместно с ООН-женщины с целью распространения гендерного равенства через производственные отношения и др.

Необходимо отметить, что инклюзивная политика Procter & Gamble направлена не только на создание равных возможностей для мужчин и женщин (гендерная принадлежность), но для представителей различных национальностей и сексуальных меньшинств.

Таким образом, преодоление гендерного неравенства в руководстве уже производится рядом крупнейших и влиятельнейших транснациональных корпораций, чей положительный опыт может служить бизнес-моделью для других компаний.

Библиографический список

1. Абдулаева З.З. Влияние гендерных стереотипов на формирование рынка труда и занятости. / З.З. Абдулаева // Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. №8. С. 129-137.

2. Кейзик А.С. Гендерное неравенство на современном этапе развития общества. / А.С. Кейзик // Символ науки. Социологические науки. 2015. №7. С. 178-179.

3. Луганская Е.В. Обзор гендерных исследований в менеджменте. / Е.В. Луганская // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. №1. С. 52-57.

4. Маркова О.Ю. Гендерные аспекты внутриорганизационных коммуникаций. / О.Ю. Маркова // Актуальные проблемы теории коммуникаций. 2004. С. 299-313.
5. Тагибова А.А. Управление гендерными конфликтами в транснациональных корпорациях. / А.А. Тагибова, Г.Н. Ильина // Социодинамика. 2018. №12. С. 26-40.
6. Chapman J. Brad Comparison of male and female leadership styles. / Brad J. Chapman // Academy of Management Journal. 1975. №18. P. 645-650.
7. Ely J. Robin The power in demography: women's social constructions of gender identity at work. / Robin J. Ely // Academy of Management Journal. 1995. №38 (3). P. 589-634.
8. Giddens A. Sociology : students book / A. Giddens. Oxford: Polity, 2001. 631 P.
9. Gender equality: a smart proposition for business. URL: <https://www.mcc.gov/resources/story/story-kin-apr-2015-gender-equality-a-smart-business-proposition> (дата обращения: 26.12.2021).
10. Gender equality: women's rights in review 25 years after Beijing. URL: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/03/womens-rights-in-review> (дата обращения: 26.12.2021).
11. The Procter & Gamble Company 2020 Citizenship report. URL: <https://us.pg.com/citizenship-report-2020/> (дата обращения: 19.12.2021).
12. Women at McKinsey. URL: <https://www.mckinsey.com/careers/meet-our-people/women-at-mckinsey> (дата обращения: 19.12.2021).
13. Why gender equality matters in business success. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesnonprofitcouncil/2020/03/27/why-gender-equality-matters-in-business-success/?sh=25a85fb8669c> (дата обращения: 24.12.2021).

14. World Economic Forum Gender Gap 2020 Report. URL:
<https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>

(дата обращения: 15.12.2021).

15. World Economic Forum Global Gender Gap Report 2020. URL:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf (дата обращения:

15.12.2021).

Оригинальность 97%