

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИДЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

М. И. Кимадзе

Пятигорская государственная фармацевтическая академия

Рассмотрены гендерические аспекты лидерства в управлении фармацевтическими организациями. Проанкетировано 420 человек. Как показали исследования, среди руководителей аптечных организаций ЮФО преобладают мужчины (56,6%), второе звено управления представлено мужчинами и женщинами примерно в равных долях (мужчины — 51%, женщины — 49%). 75% женщин-руководителей отметили существенный вклад в развитие их карьерного роста влиятельных знакомых. Задача женщин-лидеров состоит в том, чтобы разрушить предрассудки, препятствующие продвижению женщин на руководящие должности в фармацевтических организациях в том соотношении, в каком они представлены на рынке труда.

Современная производственная и деловая среда резко отличается от той, что существовала всего лишь поколение назад. Широкое представительство женщин на руководящих постах и в менеджменте — это один из факторов, определяющих основополагающие изменения в том положении, которое занимают представители обоих полов в сфере бизнеса и фармацевтического бизнеса в том числе.

Вся наша общественная система выстроена на основе представления о «мужской» и «женской» роли, заложенного, закрепленного и усиленного опытом предыдущих поколений.

Сегодня мужчины и женщины живут в ином пространственном и временном измерении, но иногда привычные взгляды очень трудно изменить. И все же люди могут преодолеть устаревшие шаблоны и взглянуть друг на друга по-новому, разглядев в своем коллеге личность и профессионала. Такой подход взаимно обогащает людей, улучшает эффективность их взаимодействия и результаты совместной работы.

В последние годы представлены все более убедительные доказательства существования различий между мужчинами и женщинами в стилях лидерства и управления. Различие между полами может отражать такой факт: у женщин более развиты навыки общения и межличностных отношений, что позволяет им быть более искусными в нахождении компромиссов при совместном принятии решений. Другое возможное объяснение состоит в том, что лидеры-женщины часто сталкиваются с отрицательными установками по отношению к женской компетентности и их статусу менеджеров, поэтому

партнерский стиль лидерства позволяет им получить признание со стороны других. Совместное принятие решений также укрепляет их уверенность в себе.

В зарубежной гендерной психологии в последнее время появились многочисленные исследования, посвященные препятствиям, которые женщины вынуждены преодолевать, делая карьеру. Это работы Дж. Ландау, С. Марлоу, Т. Меламед и др. [1, 2, 3].

В этих исследованиях были выдвинуты три гипотезы о том, каково положение женщин в деловом мире. Согласно первой, принадлежащей Дж. Маршаллу, женщины здесь — пришельцы, «существа с другой планеты», которые не вписываются в жесткую мужскую среду. Но дальнейшие исследования продемонстрировали несостоятельность данной гипотезы: в последнее время женщины вполне успешно конкурируют с мужчинами и даже вытесняют их с руководящих должностей. В частности, установлено, что мужчины лучше работают на низшем уровне управления (где требуются технические знания и умения), а женщины — на среднем, где требуется умение ладить с людьми [4].

Большее распространение получила гипотеза «стеклянного потолка», под которым имеется в виду невидимая, но реальная преграда, на которую наталкивается женщина-лидер, когда пытается достичь вершин успеха. Для мужчин такой преграды не существует. Поскольку она невидима, с ней трудно бороться. Как выяснилось в исследованиях, этот феномен действительно существует. Даже в научных школах женщины-лидеры сталкиваются с трудностями. Коллектив не признает их в качестве лидеров, а мужчины даже противостоят этим женщинам. В реальных условиях женщины-

менеджеры сталкиваются с большими препятствиями на пути служебного роста, чем мужчины [5].

Третья гипотеза принадлежит Г. Штайнсу и именуется теорией «звездной болезни». Под «звездной болезнью» понимается явление, когда женщины-менеджеры склонны считать ситуацию с женским лидерством благополучной и не помогают другим претенденткам. Такое жесткое отношение к представителям своего пола сейчас именуют также «реверсивным гендерным стереотипом»: вопреки ожиданиям предубеждение против женщин демонстрируют не мужчины, а женщины [4].

Развитие фармацевтического сектора рынка труда в России в 2000-е годы можно назвать интенсивным. На сегодняшний день основной кадровый контингент аптечных и дистрибьюторских фармацевтических компаний составляет: 97% — женщины и только около 3% — мужчины. Т.е. фармацевтика — одна из областей, которая укомплектована главным образом женщинами, но управляют ею преимущественно мужчины.

Один из вопросов, который нас интересовал: насколько сама практика управления средним и низшим звеном фармацевтического бизнеса реагирует на актуальность интересующей нас проблемы. С этой целью нами было проведено анкетирование, участниками которого были слушатели факультета последиplomного образования нашей академии, руководители и менеджеры аптечных организаций и фармацевтических предприятий Южного Федерального округа. Анкета включала три блока вопросов:

- сведения о респонденте (пол, возраст, должность, стаж);
- второй блок вопросов касался женщин-руководителей: ключевые факторы, влияющие на карьеру женщины-руководителя (помощь со стороны, послужной список, способность управлять подчиненными, применяемый стиль управления);
- блок анкеты был посвящен взаимоотношениям между мужчинами-руководителями и женщинами-руководителями.

В опросе участвовали обе стороны. Респондентам предлагалось охарактеризовать лидера-мужчину с похожими обязанностями или лидера-женщину, используя один и тот же опросник. Всего было проанкетировано 420 человек.

Как показали наши исследования, среди руководителей аптечных организаций ЮФО преобладают мужчины (56,6 %), а второе звено управления представлено мужчинами и женщинами примерно в равных долях (мужчины — 51 %; женщины — 49 %).

Женщины-руководители отметили существенный вклад в развитие их карьерного роста влияющих знакомых (75%). Способность управлять подчиненными, профессионализм и лидерские качества как факторы, способствующие карьерному росту, указали лишь 25% респонденток. Причем большая часть женщин-руководителей отметила, что их оценивают более жестко, чем мужчин; их ошибки могут поставить под угрозу не только их собственное будущее, но и возможности других женщин в организации.

Мужчины используют власть как результат их положения. Женщины, наоборот, описали себя в терминах, характеризующих трансформационное лидерство: способность заставить подчиненных преобразовывать свои эгоистические интересы в интересы группы так, чтобы личные и организационные цели были связаны. Они больше, чем мужчины, заинтересованы достигать согласия, стимулировать участие работников в принятии решений, создавать атмосферу открытости и развивать чувство собственной ценности у сотрудников и подчиненных. При этом 40% женщин-руководителей отметили, что используют власть, основанную на личных качествах, таких как харизма, навыки межличностных отношений, а не на должностных полномочиях. В то же время 60% женщин-руководителей вынуждены были принимать стиль и привычки, успешные для мужчин (авторитарный стиль управления).

При опросе 73% респонденток отметили, что руководство женщин эффективнее, чем руководство мужчин, благодаря гибкости, склонности к компромиссу, умению делегировать полномочия, лучшей восприимчивости к новизне. Мужчины (61%) оценили женщин-руководителей как уступающих в стиле руководства, отметив, что им несвойственно быстрое принятие решений и умение рисковать. Но в то же время 26% мужчин-руководителей признали женщин-руководителей равными себе.

Как показали наши исследования, женщины-руководители всегда помнят о выполнении своих социальных функций: профессиональной и семейной — жены, матери. Часто эти функции вступают в противоречие, но как показал наш опрос, беременность и материнство не помешали карьерному росту женщин-руководителей (85% из них оказались замужем и 98% имеют детей).

При опросе выявилась тенденция восприятия женщин мужчинами-руководителями как угрозу своему положению и ослаблению своей власти, а также обозначились элементы соперничества при занятии одних и тех же должностей. Многие муж-

чины-руководители предпочитают не считаться с реалиями современного мира, а находиться в плену старых корпоративных традиций.

Как же наилучшим образом интегрировать женщин в высшие звенья управления?

Очевидно, было бы полезно ввести определенные квоты. Если перед компаниями поставить задачу, что женщины должны быть представлены на тех или иных должностях (например, в количестве 25—30%), то руководители компаний непременно произведут эти назначения. Необходимо, чтобы существовали законы, предусматривающие равенства в трудовых отношениях. Сила традиций так велика, что иначе ситуацию не изменить.

Опыт Скандинавских стран, где действуют такие квоты и где фирмам предписано принимать на работу определенный процент женщин, доказывает эффективность этой меры. В странах, идущих по такому пути, складывается благоприятная ситуация. Когда система квот положительно скажется на общем состоянии дел, можно будет забыть об обязательных квотах и вернуться к отбору сотрудников по их деловым качествам независимо от пола. Думается, в будущем фармацевтический бизнес в немалой степени перейдет в руки женщин. Противоречия между мужчинами и женщинами

исчезнут из повестки дня, все будет решать уровень образования и профессионализма.

Задача женщин-лидеров состоит в том, чтобы разрушить предрассудки, препятствующие продвижению женщин на руководящие должности в фармацевтических организациях в том соотношении, в каком они представлены на рынке труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Landau J. The relationship of race and gender to manager's ratings of promotion potential / J. Landau // Journal of organizational behavior. — 1995. — Vol. 16. — P. 391—400.

2. Melamed T. Career success: the moderating effect of gender / T. Melamed // Journal of vocational behavior. — 1995. — Vol. 47, № 1. — P. 35—60.

3. Marlow C.M. Gender and attractiveness biases in hiring decisions: are more experienced managers less biased? / C.M. Marlow, S.L. Schneider, C.E. Nelson // Journal of applied psychology. — 1996. — Vol. 81, № 1. — P. 11—21.

4. Rojahn K. The social identities of female leaders in different cultural contexts / K. Rojahn., A.N. Fischer, T. M. Willemsen // Feminism and psychology. — 1997. — Vol. 7, №3. — P. 183—207.

5. Bartol K.M. Women and man in task groups / K.M. Bartol, D.C. Martin // The social psychology of female male relations. — N.Y.; L. — 1986. — P.259—310.