

Популова Инна Юрьевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»
г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: в статье рассматриваются актуальные вопросы, связанные с формированием корпоративной культуры в молодежной среде. В работе рассматриваются основные элементы и аспекты управления корпоративной культурой. Целью исследования является описание основных характеристик, отличающих молодежную корпоративную культуру. Автором обозначены проблемы, с которыми могут сталкиваться молодые специалисты, адаптируясь в новом коллективе. Делается вывод, что культурная среда имеет огромное значение для формирования не только эффективной работы молодых профессионалов, но и существенно влияет в целом на их социализацию и адаптацию в системе социальных взаимодействий.

Ключевые слова: молодежь, корпоративная культура, социализация, культурная среда, управление корпоративной культурой.

Актуальность формирования корпоративной культуры среди молодежи связана с особенностями развития и социализации молодого поколения в информационном обществе. Размышляя о вопросе формирования различного вида культур, можно предположить, что в условиях современных реалий «культурное многообразие мира растворяется в современной агрессивной унифицированной среде» [7, с. 164]. Проблемы, с которыми сталкивается современный работодатель, работая с молодыми кадрами, обусловлены сразу несколькими факторами. Во-первых, это различие жизненных ориентиров и мировоззренческих ценностей в целом у разных поколений, смена которых происходит в последнее время слишком быстро. Проблема заключается в противоречии позиций: ценности – ожидания: Молодые люди часто ориентируются на свои нормы (ожидания),

поэтому не всегда прислушиваются к более опытными сотрудниками. Для современных выпускников, только начинающих свою профессиональную деятельность, характерно стремление не только иметь финансовую стабильность, но и возможность самореализации, полноценный отдых, гибкость в графике работы и социальную ответственность компаний. Другая важная особенность молодых специалистов связана с тем, что они технологически зависимы, то есть их повседневная и трудовая жизнь тесно связаны с активным использованием новейших технологий. Так нередко у работника возникает ожидание, что его рабочее место будет оснащено современным оборудованием, но в реальности происходит разочарование, поскольку не каждая организация, компания имеют возможность успешно адаптироваться и модернизироваться.

Проблема работы с молодыми кадрами в действительности может представлять собой ряд вызовов для современных работодателей, особенно в области коммуникаций. Так как современная молодежь предпочитает цифровые способы общения, такие как мессенджеры и социальные сети, это иногда приводит к недопониманию в коллективе, опирающимся больше на традиционные методы коммуникации. Внедряясь в трудовой коллектив, вчерашние выпускники школ часто стремятся к быстрому карьерному росту и поэтому разочаровываются, если не видят четких возможностей для успешного и ускоренного продвижения. В результате компания может иметь серьезные проблемы из-за высокой текучести кадров. Часто работодатели жалуются на отсутствие лояльности у молодых специалистов по отношению к руководству (не желание и не умение подчиняться, выполнять приказы), поскольку они не чувствуют связи с корпоративной культурой или ценностями компании. Молодые люди в настоящее время придают серьезное значение балансу между работой и личной жизнью, так, если компания не предлагает гибкие условия труда и возможности полноценного отдыха, то это может привести к недовольству и уходу молодых сотрудников.

Все эти перечисленные факторы показывают, насколько сегодня важна адаптационная стратегия управления персоналом для эффективной работы с молодыми кадрами, которая включает в себя, прежде всего развитие гибкой

корпоративной культуры, программы наставничества и создание возможностей для профессионального роста. Нельзя забывать о том, что корпоративная культура является частью культуры общества и во многом отражает ее проблемы, особенности и тенденции. Если фиксировать внимание на включении молодого поколения в организационный трудовой процесс, то необходимо указать, что: «Культура для молодежи в той или иной степени обеспечивает воспроизведение наиболее значимых социокультурных установок через специфическое восприятие их молодым поколением» [3, с. 550].

В современной системе управления, уже очевидна важность корпоративной культуры, поскольку она организует, направляет, задает ценности и приоритеты, способствует формированию чувства принадлежности и единства среди сотрудников. Молодежь, работающая в команде, учится выстраивать социальные связи, позиционировать себя в коллективе, а это в свою очередь создает благоприятную среду для достижения общих целей. Эффективность трудовой деятельности во многом зависит от того насколько устойчиво существует тот или иной коллектив. В условиях быстро меняющегося социума молодежь, имеющая четкие представления о корпоративной культуре, лучше адаптируется к изменениям и новым вызовам, что помогает ей намного быстрее осваивать новые навыки и более уверенно внедряться в новый коллектив. В тоже время корпоративная культура однозначно способствует формированию у представителей нового поколения важных социальных качеств, таких как лидерство, ответственность, взаимоуважение (умение сглаживать конфликты), чувство долга и т. д. Участие в создании и поддержании культуры компании помогает молодым специалистам развивать эти качества. Изменению отношения молодых работников к трудовому процессу и коллективу будет способствовать повышение мотивации и чувство удовлетворенности от самих результатов деятельности. Поскольку на первый план выйдут понимание и разделение ценностей компании, организации, а это в свою очередь приведет к повышению производительности.

Следующий шаг, необходимый для воспитания будущего специалиста и эффективного работника – это необходимость формирования у него

профессиональной идентичности. Так как именно корпоративная культура помогает молодежи осознать свою роль в общем стремлении коллектива реализовать поставленные задачи и позволяет сформировать профессиональную идентичность, которая является важным аспектом их карьерного роста. В результате включения в профессиональную деятельность молодые люди социализируются и так «...формируются принципиально новые культурные и субкультурные (цифровые) движения и сообщества» [10, с. 6655]. Управление корпоративной культурой в молодёжной среде предполагает реализацию важных решений, таких, например, как увеличение авторитета руководителя, который должен стать для них примером для подражания, показывая ценности организации в действии» [2]. Очевидно, что существенную роль в сплочении трудового коллектива играет социально-психологический климат, работа в этом направлении помогает создать нужную атмосферу. Также имеет смысл придумать и активно внедрять элементы фирменного стиля [2], который будет отвечать интересам молодых членов коллектива. Для этого можно проводить периодически опросы среди работников, чтобы лучше понимать их предпочтения вкусы и интересы.

Важно иметь в виду, что «в корпоративной культуре проявляется и культура личности, в том числе культура мышления, речи, исполнения, законопослушность, соблюдение норм служебной этики [1, с. 419]. Следовательно, речь идет не только о создании общего культурного пространства в рамках осуществления той или иной деятельности, но и о формировании индивидуальных человеческих качеств, влияющих на отношение молодых людей и за переделами их профессиональной сферы.

Таким образом, управление корпоративной культурой представляет собой единый комплекс мероприятий и стратегий, направленных на формирование, поддержку и развитие ценностей, норм и поведения, которые определяют организационную среду компании. В этом случае современные исследователи отмечают ряд важных элементов, необходимых для эффективного управления, как в небольших трудовых коллективах, так и в крупных компаниях [5, с. 62]. Во-первых, необходимо определить и сформулировать общие ценности, к ним может

4 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

относиться, например, ответственность, командная работа, уважение. При этом важно, чтобы данные ценности были не формальными, навязанными, а действительно востребованы и активно внедрялись в повседневную практику. Во-вторых, для слаженной работы в коллективе принципиальное значение имеет эффективная коммуникация сотрудников на всех уровнях.

Система управления корпоративной культурой включает в себя возможность регулярного обмена информацией. Это связано с необходимостью доносить до молодых работников идеи и ценности компании через самые разные каналы коммуникации: собрания, сайты, внутренние бюллетени, мероприятия, события. При этом даже те, кто совсем недавно работает на предприятии, тоже должны быть вовлечены в процесс формирования корпоративной культуры, поскольку это будет способствовать их быстрой интеграции и увлеченности общим делом. Современное молодое поколение явно сегодня подвержено воздействию глобальных процессов, особенно связанных информатизацией и активным внедрением технологий в сферу коммуникаций. Размышляя о современной культуре надо учитывать, что: «Важным детерминантом молодежной культуры сегодня становятся политическая жизнь социума и мировые тенденции в сфере массовой коммуникации, с помощью которой осуществляются манипуляции общественным мнением [8, с. 43]. Третий момент влияния на создание позитивной корпоративной среды связан с авторитетом лидеров, которые должны служить ролевыми моделями для сотрудников, демонстрируя те ценности и поведение, которые ожидаются от команды. В-четвертых, имеет значение создание условий для образования и развития у молодых специалистов нужных качеств и умений, играющих важную роль в укреплении культуры. Однако надо учитывать, что коллектив постоянно изменяется, появляются новые люди, меняется среда, задачи, цели, поэтому необходимо отслеживать все эти изменения. Для этого можно проводить регулярные опросы, интервью и фокус-группы, которые могут помочь в оценке состояния корпоративной культуры и выявлении областей для улучшения. Оценка должна быть систематической и целенаправленной, чтобы

обеспечивать актуальность и своевременность действий, связанных с управлением.

Обязательным мотивирующим и укрепляющим элементом коллектива является разработанная и справедливая система поощрений и признания, которые подчеркивают поведение, соответствующее корпоративной культуре и поэтому могут значительно усилить ее влияние. Так, к ним можно отнести как формальные программы (например, «Сотрудник месяца»), так и различные неформальные способы признания. Особенно на работников оказывает влияние обеспечение комфортных условий труда, нормальная рабочая нагрузка и внимание к благосостоянию. Это касается и создания инклюзивной среды, где молодым людям с инвалидностью будут предоставлены специальные условия для реализации и активной деятельности в рамках коллектива. Так социокультурная реабилитация «... дает возможность молодым людям чувствовать свою полезность, включенность в трудовые процессы, позволяет влияться в коллектив, а значит выстраивать отношения с другими людьми» [9, с. 237]. И, наконец, корпоративная культура должна быть гибкой и уметь быстро адаптироваться к трансформациям как внутренним, так и во внешней среде, поскольку организации, способные постоянно развиваться, как правило, более устойчивы к вызовам и кризисам. Таким образом, корпоративная культура «впитывает» и «запоминает» эффективные навыки и практики, позволяющие организации упорядочить поведение людей для достижения цели [6, с. 36].

Все перечисленные элементы являются частью более широкой стратегии управления корпоративной культурой, которая требует постоянного внимания и усилий со стороны всех уровней управления. Таким образом, управление корпоративной культурой – это процесс, который включает в себя формирование, поддержку и развитие ценностей, норм и практик внутри компании. Работаю с современной молодежью надо учитывать, что она в основном ориентирована на виртуальное потребление культурного контента и поскольку «культура претерпевает сегодня фундаментальные преобразования благодаря ее погружению в

информационное интернет пространство» [4, с. 348], то необходимо активно работать именно в этом направлении.

В заключении необходимо отметить, что формирование корпоративной культуры среди молодежи не только способствует развитию самих молодых сотрудников, делая их профессионалами, но и снижает уровень конфликтности в коллективе, а также укрепляет трудовой коллектив и саму организацию в целом, создавая прочную основу для ее успеха в будущем. Создание и внедрение сильной корпоративной культуры – это длительный и трудоемкий процесс, однако вложенные усилия, как показывает практика, окупаются и дают положительный результат, если будет последовательно реализовываться цель. Управление корпоративной культурой – это комплексный процесс, требующий внимания и постоянной работы. Важно не только создать позитивную корпоративную культуру, но и поддерживать её, адаптируя к изменениям внутри и вне компании.

Список литературы

1. Богомолов А.В. Формирование и значение корпоративной культуры в системе управления / А.В. Богомолов, Е.А. Белимова, Е.Б. Кушекбаев // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2017. – Т. 79. №1 (71). – С. 416–421. – DOI 10.20914/2310-1202-2017-1-416-421. – EDN YTNJLD
2. Булатова Т.А. Особенности формирования корпоративной культуры в молодёжной организации / Т.А. Булатова, И.А. Кулькова // Human Progress. – 2018. – Т. 4. №5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://progress-human.com/images/2018/Tom4_5/Bulatova.pdf (дата обращения 15.03.2025). – EDN XVLLAD
3. Гутова С.Г. Особенности современной информационной молодежной культуры / С.Г. Гутова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Нижневартовск, 12 ноября 2019 года) / отв. ред. Д.А. Погонышев. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2019. – С. 547–550. EDN QBGHND

4. Гутова С.Г. Новое измерение культуры в цифровом обществе как культурно-антропологический феномен / С.Г. Гутова, З.А. Целищева // Культура и взаимодействие народов в музейных, научных и образовательных процессах – важнейшие факторы стабильного развития стран Евразии: Международная научная конференция: сборник научных трудов (Омск, 21–24 сентября 2021 года). – В 2 ч. Ч. 1. – Омск: Наука, 2021. – С. 348–354. EDN QHSCAN

5. Ермишина Е.Б. Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития организации / Е.Б. Ермишина // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2017. – №1. – С. 56–62. – DOI 10.31775/2305-3100-2017-1-56-62. – EDN YJBKVJ

6. Окатов А.В. Понятие и виды корпоративной культуры / А.В. Окатов, Д.А. Соловьев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2017. – Т. 3. №3 (11). – С. 35–47. – EDN ZAEMPX

7. Рымарева Е.Н. Трансформация архетипов и мифологем в творчестве обских угров и произведениях писателей Югры: дис. ... канд. филол. наук / Е.Н. Рымарева; ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского», 2020. – 182 с. EDN QMADQW

8. Целищева З.А. Роль межведомственных взаимодействий в профилактике распространения идеологии экстремизма и терроризма в молодежной среде / З.А. Целищева, С.Г. Гутова // Общество: социология, психология, педагогика. – 2020. – №7 (75). – С. 42–47. – DOI 10.24158/spp.2020.7.6. EDN GDMIQM

9. Чурсинова Е.А. Организация и поддержка молодежи с ограниченными возможностями здоровья / Е.А. Чурсинова // Стратегии устойчивого развития: социальные, экономические и юридические аспекты: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Чебоксары, 26 июня 2024 года). – Чебоксары: Среда, 2024. – С. 235–238. EDN JESXIS

10. Personal information culture: Security and development / S.G. Gutova, N.N. Samokhina, Z.A. Tselishcheva, A.A. Litsuk // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020 : 33, Education

Excellence and Innovation Management through Vision 2020, Granada, 10–11 апреля 2019 года. Granada, 2019. Pp. 6651–6658.