

Ссылка для цитирования этой статьи:

Булатова Т.А., Кулькова И.А. Особенности формирования корпоративной культуры в молодежной организации // Human Progress, 2018, Том 4, № 5. URL: http://progress-human.com/images/2018/Том4_5/Bulatova.pdf, свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В МОЛОДЁЖНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ



Булатова Татьяна Александровна
Магистрант направления «Управление персоналом»
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»

tanyabulatova@bk.ru
ул. 8-е Марта, 62, ауд. 455,
г.Екатеринбург, РФ, 620144
+7 (343) 22-11-757



Кулькова Инна Анатольевна
Доктор экономических наук, доцент
профессор кафедры Экономики труда
и управления персоналом
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет»

redactor@progress-human.com
ул. 8-е Марта, 70, офис 232,
г.Екатеринбург, РФ, 620144
+7 (982) 62-40-400

Аннотация. В статье изучаются вопросы формирования корпоративной культуры в организации, где весь персонал является молодыми людьми. Исследование проведено авторами на основе анализа деятельности общественной организации «Свердловский областной транспортный отряд «Экспресс». В статье анализируются такие элементы корпоративной культуры, как миссия организации, принципы ее деятельности и провозглашаемые ценности. Исследование корпоративной культуры было проведено с учетом внешней среды и конкуренции, анализа собственных сил и оценки текущего состояния с помощью SWOT-анализа. В статье приводятся корпоративные стандарты данной молодежной организации. Выявлены основные недостатки в деятельности организации по формированию корпоративной культуры, и для их устранения авторами разработаны рекомендации, направленные на сплочение коллектива, нормализацию поведения молодых

сотрудников, повышение имиджа организации и увеличения потока привлекаемых кандидатов. Элементом научной новизны в статье является определение особенностей формирования корпоративной культуры организации, состоящей из персонала в возрасте до 30 лет на основе выделения факторов корпоративной культуры молодежной организации. Определение этих особенностей и факторов может широко применяться в процессе формирования корпоративной культуры различных молодежных организаций.

Ключевые слова: корпоративная культура; молодёжная организация; ценности и принципы компании; формирование корпоративной культуры; особенности корпоративной культуры; факторы корпоративной культуры.

JEL коды: M 14.

Введение

Корпоративная культура является важным фактором успешного функционирования любой организации [3; 4], особенно молодёжной. Сплоченная, стремящаяся к единой цели команда намного эффективнее и быстрее справится с поставленными задачами, чем разобщенный коллектив, не чувствующий единения с коллегами, не имеющий возможности получить от них помощь и поддержку в трудной ситуации. Именно поэтому корпоративная культура сегодня часто является предметом изучения ученых не только в нашей стране [1; 2], но и в Европе [9], в том числе в Англии [7], Германии [11], США [10], Нигерии [8].

Цель данной статьи состоит в определении особенностей формирования корпоративной культуры организации, состоящей из персонала в возрасте до 30 лет на основе выделения факторов корпоративной культуры молодежной организации.

1. Принципы и ценности молодёжной организации.

В качестве объекта исследования нами была взята молодёжная общественная организация «Свердловский областной студенческий транспортный отряд «Экспресс» (ОСТО «Экспресс»).

Миссия организации – объединение студенческой и учащейся молодежи Свердловской области для общения по интересам, вовлечение в движение студенческих отрядов Свердловской области.

Принципы и ценности организации:

- поддержка студентов, состоящих в отряде проводников ОСТО «Экспресс». Организация помогает каждому студенту в обучении, прохождении медицинской комиссии, в пошиве формы и в трудоустройстве на должность проводника пассажирского вагона;

- важность сотрудников, их развития в процессе обучения и поддержка в нестандартных ситуациях;

- ориентация на рост численности. С каждым годом организация планирует увеличение численности отрядов и студентов;

- работа в команде. Штаб – это команда во главе с командиром и его заместителями, которые представляют интересы организации для студентов.

- поддержка и доверие. В небольшом коллективе все проблемы друг друга открыты и каждый пытается помочь советом или делом. Если проблемы возникают у бойца отряда, то он также в любой момент может обратиться в Штаб за помощью или советом.

2. Оценка корпоративной культуры молодёжной организации.

Изучив известные методы исследования корпоративной культуры, авторы выбрали SWOT-анализ как метод, позволяющий представить корпоративную культуру с учетом внешней среды и конкуренции, анализа собственных сил и оценки текущего состояния. Анализ деятельности изучаемой общественной организации представлен в таблице 1.

Табл. 1: SWOT-анализ деятельности ОСТО «Экспресс»¹

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none">- история, традиции (50 лет на рынке);- наличие молодых и опытных сотрудников;- главная ценность сотрудников – качество работы;- наличие товарных знаков;- наличие фирменного стиля в одежде.	<ul style="list-style-type: none">- отсутствие формального общения;- недопонимания между сотрудниками Штаба и студентами;- отсутствие материального финансирования;- снижающая численность.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none">- высокая оценка качества подготовки студентов;- увеличение числа партнёров в других регионах и вагонных участках;- работа на фирменных поездах;- участие в региональных конкурсах;- взаимодействие с администрацией.	<ul style="list-style-type: none">- текучесть кадров;- снижение конкурентоспособности;- упадок репутации;- резкое снижение численности может привести к ликвидации предприятия.

Исходя из данной таблицы, видно, что преимущество корпоративной культуры выражается в том, что все сотрудники организации, заботятся о процветании фирмы, направив все свои силы на качественное выполнение работы, что является их главной ценностью; в компании имеются отличительные знаки и стиль.

Слабость выражается в отсутствии формального общения между работниками, наличии недопонимания бойцов и штаба, что негативно влияет на сплоченность персонала, также

¹ Составлено авторами на основе исследований

была выявлена проблема снижения численности, что может привести к упадку репутации и ликвидации организации.

Правила, они же корпоративные стандарты, являются частью корпоративной культуры молодёжной организации, которые необходимо соблюдать. Данные правила в ОСТО «Экспресс» сводятся к следующему:

- взаимодействие с руководителем и с коллегами строятся на дружбе, исходя из того, что организация студенческая, как таковой субординации не существует, и нет обращений на «Вы», но при этом решение руководителя не подлежит обсуждению;

- взаимоотношения со студентами также проходят в дружественной обстановке, при этом существуют правила, которые студенты обязуются выполнять, или их ждут штрафные санкции;

- у каждого работника имеется свое рабочее место, оснащенное столом, стулом, компьютером, каждый сотрудник может пользоваться оргтехникой в офисе, соблюдается порядок путём назначения дежурных на одну неделю;

- отношения с внешней средой строятся как на деловой, так и на дружественной основе: это зависит от организации. С представителями АО «ФПК» отношения выстраиваются только деловым образом, подтверждая это документально, со студенческими организациями других направлений или областей устанавливается дружеское взаимодействие.

3. Формирование корпоративной культуры

Изучив корпоративную культуру общественной организации, контактирующей непосредственно со студентами, были сделаны выводы, что при формировании корпоративной культуры в молодёжной организации, в первую очередь, стоит учитывать авторитет руководителя, так как он является примером для подражания, важно, чтобы именно он определял цели и ценности организации.

Персоналом компании являются студенты. При формировании корпоративной культуры в молодёжной организации также стоит учитывать:

- создание дружеской, семейной атмосферы;
- создание здоровой среды нравственного роста;
- реализацию творческого и лидерского потенциала;
- социально значимые дела;
- обучение работы в команде;
- организация досуга;
- изучение правонарушений.

Авторами также были выявлены факторы корпоративной культуры молодёжной организации:

- психологическое состояние коллектива;
- неосознанное принятие ценностей и приоритетов организации под воздействием внутреннего микроклимата;
- высокая работоспособность в любое время;
- влияние внешней среды на каждого члена организации;
- отсутствие опыта работы в коллективе;
- ярко выраженная самостоятельность;
- чрезмерная активность в погоне за наградами.

Изменения в корпоративной культуре необходимы по большей мере из-за того, что в последние годы снижается численность бойцов отряда. При этом следует учитывать, что организацию образует молодёжь, которая живо воспринимает все достижения научного прогресса. Для улучшения корпоративной культуры ОСТО «Экспресс» мы рекомендуем следующие мероприятия:

1. Разработать коллективно и ввести кодекс корпоративного поведения, положение о корпоративной культуре.

Разработка такого документа, как Положение о корпоративной культуре позволит компании наглядно понять: миссию и стратегические цели деятельности, систему управления компанией, эффективно распределить полномочия и обязанности, как в Штабе, так и между студентами и Штабом.

2. Начать более активную работу в сети Интернет.

Организация является молодёжной, это вызывает необходимость использования такого популярного ресурса, как интернет. За последний месяц были проведены наблюдения посещаемости сайта и группы в социальных сетях. Количество участников варьируется от 5 до 20 человек в день. Это говорит о незаинтересованности публики в данных ресурсах. Необходимо ежедневно обновлять информацию актуальными и интересными событиями и новостями.

3. Провести ряд мероприятий по улучшению социально-психологического климата.

Корпоративные праздники помогают сплотить коллектив, создать более дружескую атмосферу, где царит взаимопонимание. Главное, чтобы во время праздников возникло доверие между студентами и сотрудниками Штаба, идеальная возможность узнать друг друга по-новому, пообщаться на отвлеченные темы, найти общие увлечения и интересы.

4. Повышение внимания к фирменному стилю.

Организация выпускает ежегодно календари (настенные и карманные), раз в пять лет выпускается фирменная продукция к юбилею, имеются фирменные сувениры.

Предлагаем также выпуск фирменных футболок или ручек, и вручение их отличившимся членам организации. Кроме того, необходимо рассмотреть возможность организации различных конкурсов за пределами компании, и повышение тем самым имиджа компании.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что нововведения помогут улучшить корпоративную культуру молодёжной организации. Кодекс корпоративного поведения нормализует поведение студентов [5; 6], что повысит имидж организации. Улучшение работы информационных Интернет-ресурсов более красочно расскажет миру об организации, увеличит поток привлекаемых студентов. Мероприятия по улучшению социально–психологического климата сплотят коллектив, тем самым улучшат корпоративную культуру, а повышение фирменного стиля будет способствовать увеличению потока кандидатов в организацию.

Заключение

Анализ и диагностика показали, что корпоративная культура в организации занимает важное место, но последние изменения в ней происходили много лет назад. В компании имеются: миссия, цели, стратегия деятельности. Существуют сформированные определенные корпоративные ценности, в том числе и символика, стиль одежды и другие отличительные черты.

На основе проведенного анализа были определены особенности формирования корпоративной культуры организации, состоящей из персонала в возрасте до 30 лет, и выделены факторы корпоративной культуры молодежной организации, что может быть использовано в любой молодежной организации.

Литература

1. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации – М.: Ленанд, 2015. – 248 с.
2. Zhao, H.; Teng, H.; Wu, Q. The effect of corporate culture on firm performance: Evidence from China // China Journal of Accounting Research. 2018. Том: 11 Выпуск: 1 Стр.: 1-19.
3. Демин Д.В. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 154 с.

4. Кандария И.А. Формирование корпоративной культуры в организации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kaus-group.ru/>, свободный.
5. Kampf, R.; Lorincova, S.; Hitka, M.; at all Generational Differences in the Perception of Corporate Culture in European Transport Enterprises // Sustainability. 2017. Том: 9 Выпуск: 9 Номер статьи: 1561.
6. Cox, P.; Soobiah, D. An empirical investigation into the corporate culture of UK listed banks // Journal of Financial Regulation and Compliance. 2018. Том: 26 Выпуск: 1 Стр.: 120-134.
7. Buck, T; Shahrim, A. The translation of corporate governance changes across national cultures: the case of Germany // Journal of International Business Studies. 2005. Том: 36 Выпуск: 1 Стр.: 42-61.
8. Mittring, N.; Perard, M.; Witt, C.M. Corporate Culture Assessments in Integrative Oncology: A Qualitative Case Study of Two Integrative Oncology Centers // Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine. 2013. Номер статьи: 316950.
9. Osemeke, N.; Osemeke, L. The effect of culture on corporate governance practices in Nigeria // International Journal of Disclosure and Governance. 2017. Том: 14 Выпуск: 4 Стр.: 318-340.
10. Tomasic, R. Corporate Crime and Corporate Culture in Financial Institutions: An Australian Perspective // White Collar Crime and Risk: Financial Crime, Corruption and the Financial Crisis. 2018. Серия книг: Palgrave Studies in Risk Crime and Society Стр.: 283-315.
11. Nesmeianova, R.; Lipatov, S. Perceived Corporate Culture and Organizational Identity: A Research of Employees' Attitudes Toward Organization // Organizatsionnaya Psikhologiya. 2018. Том: 8 Выпуск: 1 Стр.: 122-145.

PECULIARITIES OF CORPORATE CULTURE FORMING IN YOUTH ORGANIZATION

Tatiana Bulatova

Master Student in Ural State University of Economics

Yekaterinburg, Russia

Inna Kulkova

Doctor of Economics, Professor in Ural State University of Economics

Yekaterinburg, Russia

Abstract. The article examines the issues of the corporate culture formation in such organization where all staff is young people. The public organization Sverdlovsk Regional Transport Squad “Express” activities’ analysis was the basis study. Such corporate culture elements are analyzed in the article as the organizational mission, the principles of its activities and the values it proclaims. The study of the corporate culture was conducted through SWOT analysis taking into account the external environment and competition, own forces analysis and the current state assessment. The article describes this youth organization corporate standards. The main shortcomings about the corporate culture formation in the organization's activity have been identified, and the authors have developed recommendations to eliminate them, aimed at uniting the team, normalizing the young employees’ behavior, enhancing the organization's image and increasing the attracted candidates’ flow. The scientific novelty element in the article is the specifics identification of the corporate culture formation in the organization, consisting of personnel fewer than 30 on the basis of singling out the youth organization corporate culture factors. These features and factors identification can be widely used in the corporate culture forming process in various youth organizations.

Key words: corporate culture; youth organization; company’s values and principles; corporate culture formation; corporate culture features; corporate culture factors.

JEL Code: M 14.

References

1. Makeev, V.A. Corporate Culture as a Factor of Effective Organizational Activity - Moscow: Lenand, 2015. - 248 p.
2. Zhao, H.; Teng, H.; Wu, Q. The effect of the corporate culture on firm performance: Evidence from China // China Journal of Accounting Research. 2018. Volume: 11 Issue: 1 P.: 1-19.
3. Demin, D.V. Corporate Culture: The Ten Most Common Misconceptions - M.: Alpina Pablisher, 2015. - 154 p.
4. Kandaria, I.A. Formation of corporate culture in the organization. URL: <https://kaus-group.ru/>, free.
5. Kampf, R.; Lorincova, S.; Hitka, M.; at all Generational Differences in the Perception of Corporate Culture in the European Transport Enterprises // Sustainability. 2017. Volume: 9 Issue: 9 Article number: 1561.
6. Cox, P.; Soobiah, D. An empirical investigation into the corporate culture of the UK listed banks // Journal of Financial Regulation and Compliance. 2018. Volume: 26 Issue: 1 P.: 120-134.
7. Buck, T; Shahrim, A. The Journal of International Business Studies. 2005. Volume: 36 Issue: 1 P.: 42-61.

8. Mittring, N.; Perard, M.; Witt, C.M. Corporate Culture Assessments in Integrative Oncology: A Qualitative Case Study of Two Integrative Oncology Centers // Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine. 2013. Article number: 316950.
9. Osemeke, N.; Osemeke, L. The effect of culture on corporate governance in Nigeria // International Journal of Disclosure and Governance. 2017. Volume: 14 Issue: 4. P.: 318-340.
10. Tomasic, R. Corporate Crime and Corporate Culture in Financial Institutions: An Australian Perspective // White Collar Crime and Risk: Financial Crime, Corruption and the Financial Crisis. 2018. Book Series: Palgrave Studies in Risk Crime and Society. P.: 283-315.
11. Nesmeianova, R.; Lipatov, S. Perceived Corporate Culture and Organizational Identity: A Research of Employees' Attitudes Toward Organization // Organizatsionnaya Psikhologiya. 2018. Volume: 8 Issue: 1. P.: 122-145.

Contact

Tatiana Bulatova

Ural State University of Economics

62-455, 8th of March Str., 620144, Yekaterinburg, Russia

tanyabulatova@bk.ru

Inna Kulkova

Ural State University of Economics

70-232, 8th of March Str., 620144, Yekaterinburg, Russia

redactor@progress-human.com