

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПЕРСОНАЛА КРУПНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Устинова О.В.¹, Хайруллина Н.Г.²

¹ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный архитектурно-строительный университет», Тюмень, Россия (625001, Тюмень, ул. Луначарского, 2), e-mail: sema_79@bk.ru

²ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», Тюмень, Россия (625000, Тюмень, ул. Володарского, 38), e-mail: nursafa@inbox.ru

Корпоративная идентичность оказывает влияние на эффективность работы предприятия, повышая сплоченность сотрудников, увеличивая производительность, способствуя развитию трудовой дисциплины, мотивации и взаимодействию сотрудников. Проблема формирования корпоративной идентичности персонала российских предприятий актуализируется ее двойственностью. С одной стороны, очевидной представляется необходимость создания условий, способствующих формированию корпоративной идентичности персонала. С другой – современные российские руководители отводят на второй план мероприятия по развитию корпоративной культуры, мотивирующей сотрудников идентифицировать себя с конкретной компанией и ее ценностями. В статье анализируются результаты авторского исследования особенностей формирования корпоративной идентичности сотрудников на крупном предприятии розничной торговли. Выявляются организационные проблемы – низкая оценка сотрудниками непосредственного руководителя, неэффективность системы обучения и развития, препятствующие развитию корпоративной идентичности персонала.

Ключевые слова: корпоративная идентичность сотрудников, формирование корпоративной идентичности персонала, управление корпоративной культурой.

THE FORMATION OF A CORPORATE IDENTITY OF STAFF MAJOR RETAILERS

Ustinova O.V.¹, Khairullina N.G.²

¹Tyumen State University of Architecture and Civil Engineering, Tyumen, Russia (625001, Lunacharskogo Street, 2), e-mail: sema_79@bk.ru

²Tyumen State Oil and Gas University Tyumen, Russia (625000, Volodarskogo Street, 38), e-mail: nursafa@inbox.ru

Corporate identity has an impact on the efficiency of the enterprise, increasing the cohesion of employees, increasing productivity, promoting the development of labour discipline, motivation and teamwork of employees. The problem of the formation of corporate identity of staff of the Russian enterprises updated its duality. On the one hand it seems obvious the need to create conditions conducive to the formation of a corporate identity of the staff. With modern Russian leaders assign to the background activities for the development of corporate culture that motivates employees to identify themselves with a particular company and its values. The article analyzes the results of the author's investigation of the formation of corporate identity of employees at a major retailer. Identified organizational problems - low evaluation by the employees immediate supervisor, the inefficiency of the system of training and development, impeding the development of the corporate identity of the staff.

Keywords: corporate identity of employees, development of corporate identity of the personnel, the management of corporate culture.

Результаты многочисленных исследований показывают, что во многих российских компаниях существует весьма негативное отношение персонала к исполняемой им роли в организации. Термины «преданность компании», «лояльность фирме» и «корпоративная солидарность» не имеют для большинства сотрудников какого-либо значения. В этой связи особую значимость приобретает необходимость развития организационной культуры, направленной на формирование корпоративной идентичности персонала.

Корпоративная идентичность (от лат. corporatio – объединение; от лат. identicus – тождественный, одинаковый) – это отождествление сотрудниками или организационными структурами себя как части организации, с признанием ее философии, ценностей и норм

поведения [2]. Наличие у сотрудника чувства корпоративной идентичности означает, что он осознает идеалы компании, полностью принимает корпоративные ценности, соблюдает правила и нормы поведения, ассоциирует себя с организацией и связывает свое будущее с ней. Организационные цели становятся личностно значимыми для индивида, а корпоративные ценности – личными ценностями сотрудника.

Теоретическое осмысление феномена корпоративной идентичности, начатое во второй половине XX века, касалось различных аспектов формирования корпоративного стиля. Позднее исследуемое понятие стало рассматриваться в разрезе корпоративной философии и принадлежности сотрудников к организации через разделение ее ценностей.

В зарубежной литературе корпоративная идентичность интерпретируется, преимущественно, как «безграничная привязанность сотрудников к организации» (Дж. Марч и Г. Саймон [6]). При этом исследователи обращают внимание на необходимость изучения корреляции между корпоративной идентичностью и таких переменных, как мотивация, удовлетворенность работой, квалификация, рабочая позиция. Большое внимание уделяется выявлению степени влияния корпоративной идентичности сотрудников на эффективность профессиональной деятельности организаций (М. Рикета [7]).

Корпоративная идентичность сотрудников российских организаций стала предметом научных исследований начиная с 90-х гг. XX в. (А.Н. Крылов [1], Н.Ю. Пименова [3], С.А. Куприянов [2], А.Н. Силин, Н.Г. Хайруллина [4], О.В. Устинова, Р.С. Утешев [5]). Особое внимание в работах ученых отводится функциям корпоративной идентичности.

С целью исследования особенностей формирования корпоративной идентичности авторами статьи был проведен опрос сотрудников крупного предприятия розничной торговли (далее предприятия). Выборочная совокупность совпала с генеральной и составила 252 человека.

В ходе анализа полученных данных для удобства сравнения разнородных показателей, имеющих шкалу ответов, они были приведены к унифицированному показателю – «индексу согласия».

Остановимся на результатах исследования подробнее.

1. Морально-психологический климат в коллективе. Относительно взаимоотношений в коллективе наиболее позитивно сотрудники предприятия воспринимают адаптацию новичков, сплоченность команды и поощрение инициативы. Наиболее критично – профессионализм и ответственность сотрудников и распределение рабочей нагрузки между ними. «Индекс согласия» по этим критериям меньше 75%. (рис. 1).

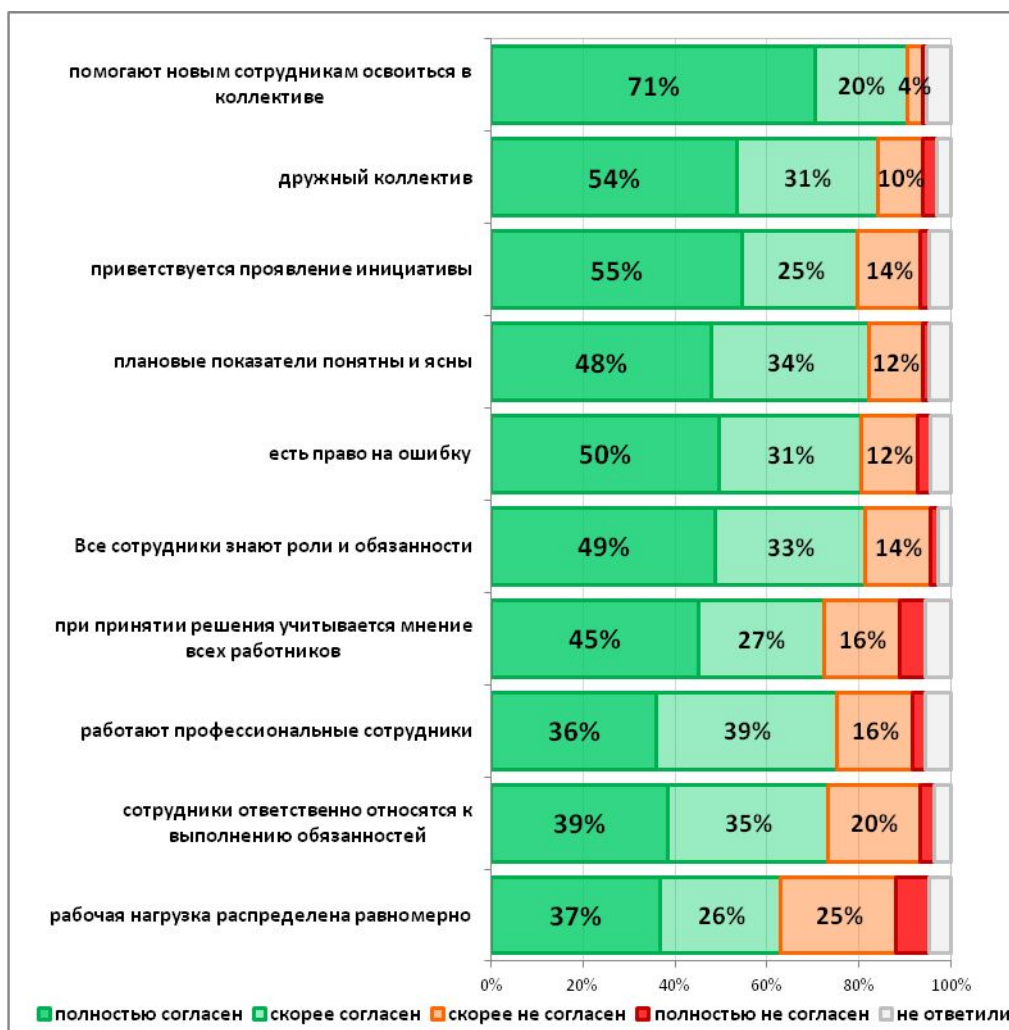


Рис. 1. Оценка сотрудниками работы команды / отдела, %

Лидерами среди факторов повышения эффективности работы, по мнению сотрудников, являются: количество персонала (57%), обучение (44%) и стабильность команды (42%). Также сотрудники отмечают необходимость улучшения условий труда и организации работы. Это факторы, способные повлиять на уровень удовлетворенности и комфорта от работы в целом. Менее всего сотрудников волнуют проблемы взаимоотношений с другими командами и состояние оборудования.

2. Оценка непосредственного руководителя. В целом на предприятии работа менеджеров оценивается как недостаточно эффективная. По большинству аспектов доля крайне недовольных не превышает 5%. Выше всего сотрудники оценивают доступность менеджеров, их доверие своей команде, и взаимодействие с коллективом. Сравнительно низко оценивается возможность непосредственных руководителей по продвижению своих сотрудников, в том числе повышению профессионального уровня.

В наименьшей степени сотрудники довольны участием менеджеров в работе команды и тем, как менеджеры подают пример своей собственной работой, что говорит о низком авторитете непосредственного руководителя (рис. 2).

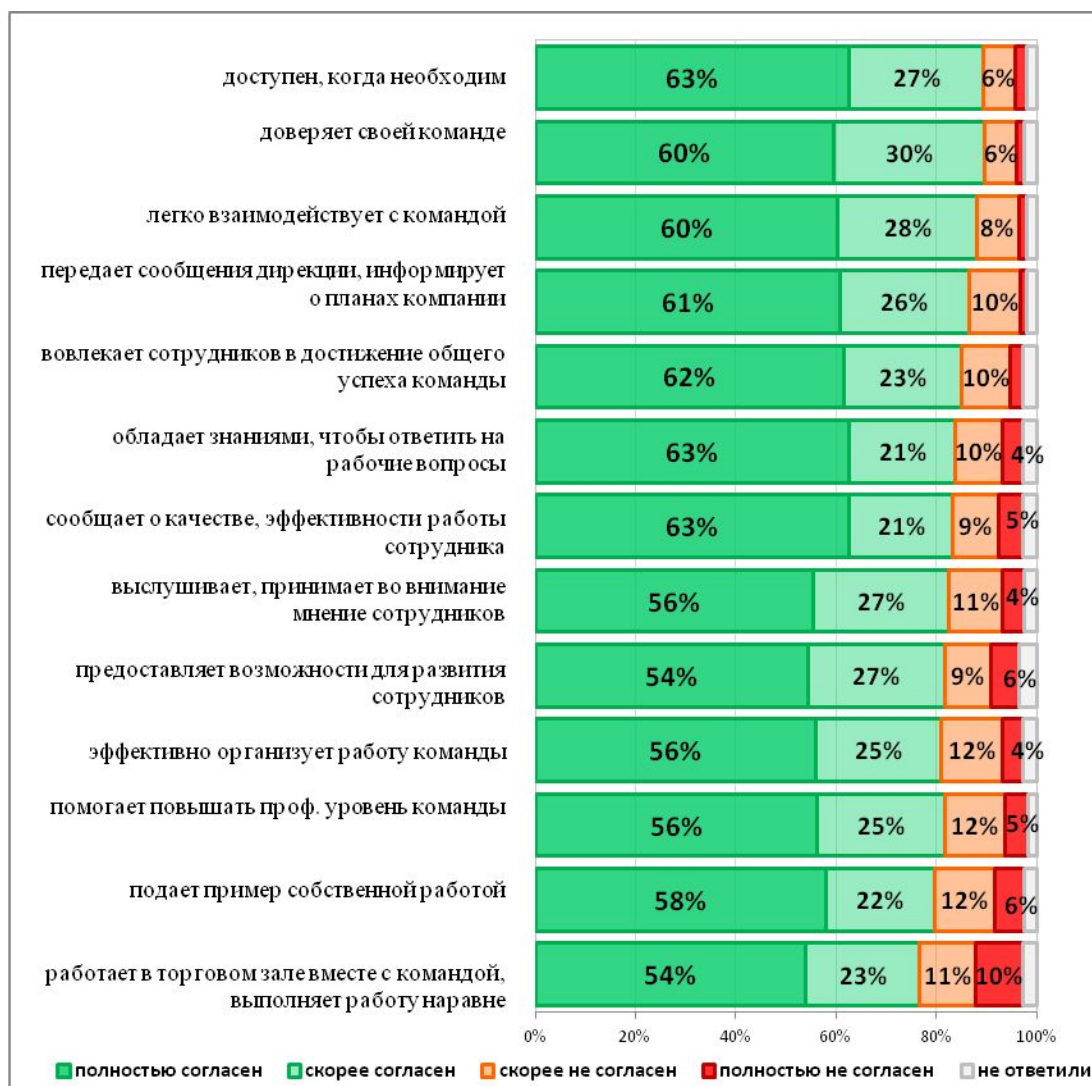


Рис. 2. Оценка сотрудниками своего непосредственного руководителя / менеджера, %

Полностью доверяют решениям, принимаемым своим менеджером, 61% сотрудников; сомневаются в решениях непосредственного руководителя около 12%. Необходимо отметить, что в целом по результатам опроса сотрудники демонстрируют низкий уровень доверия и оценки непосредственных руководителей.

3. Восприятие ценностей и культуры предприятия сотрудниками. Важными для себя ценности предприятия считают около 88% респондентов. Однако корпоративные ценности в меньшей степени разделяются руководством, чем сотрудниками предприятия в целом (рис. 3).

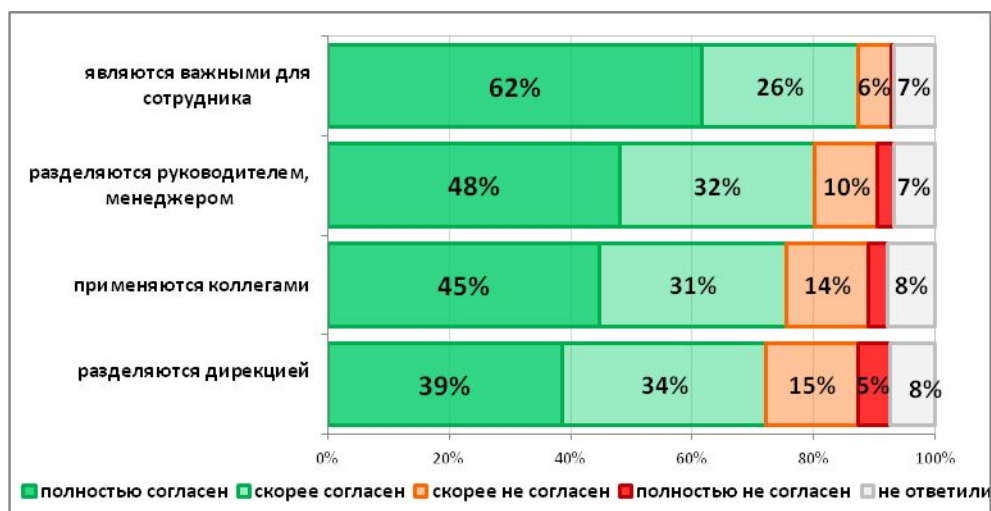


Рис. 3. Восприятие сотрудниками ценностей предприятия, %

Качества, которые, по мнению респондентов, лучше всего характеризуют внутреннюю культуру предприятия, – простота в общении и доверие. Далее следуют уважение и ответственность – выбор около трети сотрудников. Менее всего для внутренней культуры предприятия, по мнению сотрудников, свойственны такие понятия, как этичность, энтузиазм и динамизм – менее 15% опрошенных (рис. 4).

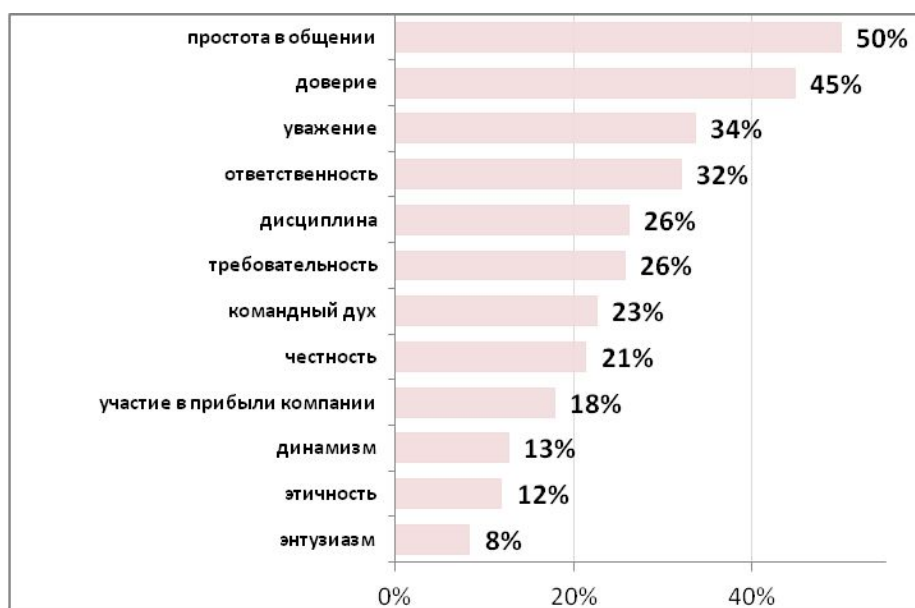


Рис. 4. Основные качества внутренней культуры предприятия, %

4. Оценка сотрудниками дополнительных средств стимулирования. Большинство сотрудников предприятия (76%) считают, что понимают, как оценивается их работа. Хуже всего ими воспринимается объективность применяемых критериев премии – 28% сотрудников не знают о правилах и критериях премии заранее (рис. 5).

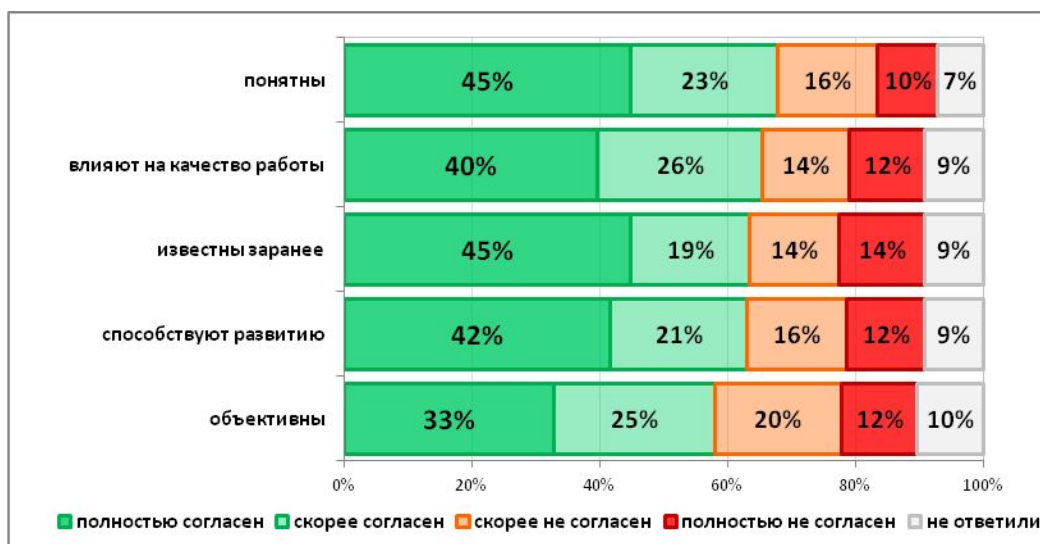


Рис. 5. Оценка сотрудниками критериев начисления премии, %

При оценке самооущения 45% сотрудников идентифицируют себя, в первую очередь, как сотрудники предприятия. Также заметна доля (21%) считающих себя частью команды.

Чувство гордости от работы на предприятии испытывают 80% персонала. Доля респондентов, готовых рекомендовать работу на предприятии по программе «Перспективный специалист» составила 76%.

Что касается замечаний, то от общего количества респондентов высказался только 151 сотрудник. В рейтинг пожеланий вошли наиболее часто упоминаемые предложения сотрудников предприятия. Лидером является предложение повышения заработной платы – 56%. Также очень актуальны вопросы развития, обучения и карьерного роста. В следующую по частоте упоминаний группу входят предложения, связанные с графиком работы, необходимостью более благожелательного отношения со стороны руководства и повышением премии (табл. 1).

Таблица 1

Основные пожелания сотрудников по улучшению профессиональной деятельности, %

Критерий	Доля ответивших, %
повышение з/п / оклада	56,3
дать возможность развития и карьерного роста	8,7
увеличить количество тренингов/ частоту обучения	8,7
изменить график работы	6,8
больше уважения, вежливости, доброты к сотрудникам со стороны руководителей	5,8
увеличить размер премии	5,8
поощрять сотрудников и признавать заслуги	3,9
добросовестное отношение к работе	2,9
улучшить организацию труда	2,9
улучшить условия труда	2,9
устроить совместные мероприятия и праздники чаще	2,9

повысить понимание, доверие, уважение, доброжелательность в коллективе	2,9
премии должны быть индивидуальными	2,9
равномерно распределять нагрузку между сотрудниками	1,9
поощрять лучший отдел	1,9

Таким образом, результаты авторского исследования позволили выявить две основные проблемы, в большей степени негативно влияющие на формирование корпоративной идентичности персонала. Стоит оговориться, что анализ результатов опроса основывался на выявлении критических показателей «индекса согласия» по каждому вопросу. Кроме того, учитывалась тема исследования (корпоративная идентичность персонала), в разрезе которой изучались полученные результаты, а также незначительный по продолжительности срок деятельности предприятия.

Итак, первая проблема – низкая оценка сотрудниками своего непосредственного руководителя. Об этом свидетельствуют результаты опроса сотрудников, указывающие на низкое качество индивидуальных встреч с руководителем, неэффективность взаимодействия его с командой, нежелание менеджеров участвовать в работе торгового зала, неумение их вовлекать сотрудников в достижение общего успеха команды, необладание в полном объеме знаниями, необходимыми для руководства командой и т.д.

Вторая проблема – неэффективность системы обучения и развития. Результаты опроса показали неудовлетворенность сотрудников возможностями развития и карьерного роста, а также системой обучения персонала в компании. Необходимо отметить, что обозначенные проблемы взаимосвязаны, поскольку без обучения не представляется возможным карьерное развитие сотрудника.

Список литературы

1. Крылов А.Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов. – М., 2004. – 312 с.
2. Куприянов С.А. Корпоративная идентичность сотрудников бизнес-организаций в России: автореферат дисс. к.с.н. 2014. – 21 с.
3. Пименова Н.Ю. Особенности формирования корпоративной идентичности в системе дистанционного обучения: опыт Владивостокского государственного университета экономики и сервиса // Университетское управление: практика и анализ. – 2004. - № 5-6(33). – С. 163-172.
4. Силин А.Н., Хайруллина Н.Г. Управление персоналом: Учеб. по кадровому менеджменту для студентов вузов. Тюмень: Тюм. гос. нефтегазовый университет. – М., 2004. – 380 с.

5. Устинова О.В., Утешев Р.С. Концептуальные основы управления карьерным ростом менеджера. // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2014. - №2. – С. 219-222.
6. March J.G., Simon H.A. Organizations. – N.Y., 1958.
7. Ricketia M. Organizational Identification: A Meta-Analysis // Journal of Vocational Behavior. – 2005. – Vol. 66 (2). – P. 8-12.

Рецензенты:

Линник Т.Г., д.э.н., профессор, Тюменский государственный архитектурно-строительный университет, г. Тюмень;

Силин А.Н., д.с.н., профессор, Тюменский государственный нефтегазовый университет, г.Тюмень.