молодёжь ответила на вопрос о главных параметрах, на которые они опираются при выборе профессии.

Так, для 27% респондентов таким параметром является любовь к профессии. Способность к определённому виду профессиональной деятельности главное для 20% опрошенных. Немаловажным аспектом при выборе является престижность, её выбрали 18%. Гарантии трудоустройства и хорошая оплата одинаково важны для 14% молодёжи. Наконец, за 9% респондентов был сделан выбор родителями, друзьями, родственниками либо им было всё равно. Среди вариантов «Другое» были: «Запись В трудовую книжку» и «Гибкость графика».

Наиболее первостепенно при выборе места работы является возможность профессионального роста (59%). Не менее важным фактором является уровень предполагаемого заработка (57%). Далее идёт сфера деятельности, она важна для 46% опрошенных. Также как и получение практического опыта (41%). Также не малую роль для молодёжи играет гибкий график работы, за него проголосовал 31%. Возможность самовыражения и социально психологический климат в организации первостепенный фактор для 25%. Наименее важными факторами для респондентов являются престижность фирмы и месторасположение организации (22%). Также в варианте «Другое» отметили: «Реализация своего потенциала»[3].

Таким образом, занятость населения страны, а именно молодежи является одной из главных проблем государственных органов. Остро проблема стоит в СКФО, так как молодёжь превалирует в этом округе. Независимо от итогов опроса в начале кризисного периода, молодёжь ориентирована на поиски лучшей работы, с лучшим заработком. Однако, этот критерий становится все более сложным для удовлетворения с течением времени. Нередки моменты не соответствия профессиональных навыков, предлагаемым должностям. Это, а также переизбыток некоторых профессий, отсутствие опыта, демографические показатели и возрастные рамки, несоответствие количества предлагаемых рабочих мест уровню безработных в стране является источником ухудшения ситуации.

1. Неформальная занятость и легализация трудовых отношений [Электронный ресурс]://–Режим доступа: <http://www.voronezh-city.ru/communications/comments/detail/10912> (дата обращения: 09.11.2019)
2. Рынок труда молодых специалистов в первом квартале 2019 года [Электронный ресурс]://–Режим доступа: <https://groznyj.hh.ru/article/24508> (дата обращения: 10.11.2019)
3. Социологическое исследование «Ориентации молодёжи в сфере труда и занятости» [Электронный ресурс]://–Режим доступа: <http://dmoshans.ru/shansy-sociologicheskie-issledovaniya-sociologicheskoe-issledovanie-orientacii-molodezhi-v-sfere-truda-i-zanyatosti> (дата обращения: 06.11.2019)
4. Цифровая экономика, риски автоматизации и структурные сдвиги в занятости в России [Электронный ресурс]://–Режим доступа: <https://www.vcot.info/blog/tsifrovaya-ekonomika-riski-avtomatizatsii-i-strukturnye-sdvigi-v-zanyatosti-v-rossii> (дата обращения: 12.11.2019)

Багаева А.И.

Корпоративная культура: сущность и главные ее составляющие

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»

(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/lj-11-2019-64

idsp: ljournal-11-2019-64

Аннотация

В данной статье рассматривается понятие и сущность корпоративной культуры. Дается оценка основным элементам корпоративной культуры. И автор делает акцент на то, что корпоративная культура неразрывно связана с мотивацией персонала.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная культура, предприятия, мотивация.

Abstract

This article discusses the concept and essence of corporate culture. The assessment of the main elements of corporate culture. And the author focuses on the fact that corporate culture is inextricably linked with staff motivation.

Keywords: organizational culture, corporate culture, enterprises, motivation.

Корпоративная культура является не только инструментом, но и объектом корпоративного управления.

На современных предприятиях корпоративная культура многих организаций начинается с формирования собственного уникального стиля. Характеристики корпоративной культуры влияют на работников «единого» предприятия и становятся важным условием успешной работы компании, основой ее динамичного развития и гарантом повышения эффективности.

Сформирована корпоративная культура, способная повысить конкурентоспособность компании за счет повышения мотивации сотрудников и улучшения их корпоративного имиджа среди всех целевых аудиторий.

В текущих рыночных условиях корпоративная культура компании во многом определяет ее успех и долгосрочное выживание.

Если давать точное и более детальное определение термину «корпоративная культура», то следует обратиться к В. Д. Козлову, который отмечал, что «корпоративная культура представляет собой систему формальных и неформальных правил, традиций и обычаев, групповых и индивидуальных интересов, особенностей поведения работников определенной организационной структуры, норм деятельности, 7 показаний удовлетворенности работников условиями труда, стиля руководства и уровня взаимного сотрудничества».

Из того, что было описано выше, мы можем сделать вывод, что корпоративная культура - это способ создавать, поддерживать, развивать и управлять, это постоянно развивающееся явление, как и живой организм.

Корпоративная культура включает в себя ценности, концепции и отношения.

В рамках корпоративной культуры под этим понимается и психологический климат в коллективе.

Итак, если говорить о основных элементах корпоративной культуры, то здесь следует задать вопрос «что же мотивирует людей, работающих в вашей организации?».

Во-первых, это четкое понимание целей бизнеса, его главная миссия.

Если имидж компании сформирован правильно, каждый сотрудник будет гордиться тем, что работает на вас.

Во-вторых, это система ценностей. Т.е. в компании нет места недопониманиям, хотя, без них не обходится в коллективе.

В-третьих, известные всем нам нормы и правила поведения.

В-четвертых, конкретные каналы связи.

Дополнительные мотивирующие факторы в корпоративной культуре. К ним относятся:

- Самореализация каждого сотрудника.

Это прекрасный инструмент нематериальной мотивации персонала. Для каждого человека важно реализовать свой потенциал, а также достичь профессионального развития. Для этого нужно предоставлять возможность принять участие в управленческих процессах, а также стимулировать человека принимать

самостоятельные решения. Для этого нужно отправлять сотрудников на различные профессиональные стажировки, тренинги, конкурсы и т.д.

- Карьерный рост.

Здесь важно не столько само повышение, сколько признание руководством и коллегами. Это мотивирует в дальнейшем работать еще более эффективно, а также стремиться к большему (как в личном развитии, так и в развитии компании, в целом).

- Ротация персонала.

При помощи этого инструмента можно не только повысить профессиональной квалификации отдельно взятого сотрудника, но и обеспечить взаимозаменяемость внутри коллектива. Также такой метод дает возможность расширить представления сотрудников о различных направлениях деятельности внутри компании и может значительно укрепить связи между подразделениями.

- Информирование.

Чем больше у каждого человека в вашем коллективе есть информации о компании, тем меньше у людей возникает состояние неопределенности и неясности.

- Коммуникация.

Чем лучше налажены коммуникационные потоки, тем больше единение и сплоченность внутри коллектива. Отсюда и возникают различные модели поведения, которые отвечают определенным нормам, стандартам и правилам вашей организации (о чем шла речь выше).

Символика.

Сюда относятся не только логотип и корпоративные цвета в офисе, одежда сотрудников. Здесь также важную роль играют девизы, обряды и внутренние традиции компании. Через все эти атрибуты можно наиболее четко и правильно донести цели и миссию компании.

Выводы: корпоративная культура – это не пустые слова, это действительно эффективный инструмент для нематериальной мотивации сотрудников. И, понятно, если люди лучше работают, то и прибыль компании повышается.

1. Захаров, Н. Л. Организационное поведение государственных служащих / Н.Л. Захаров. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 240 с.
2. Иванникова, Н. Н. Организационная культура. Краткий курс / Н.Н. Иванникова, Д.А. Лурье. - М.: Окей-книга, 2016. - 128 с.
3. Иванова, Е. А. Корпоративное управление / Е.А. Иванова, Л.В. Шишкина. - М.: Феникс, 2016. - 256 с.
4. Козлов, В. Д. Управление организационной культурой / В.Д. Козлов, – М.: Изд-во МГУ, 2010. – 151 с.
5. Никуленко, Т. Г. Организационное поведение / Т.Г. Никуленко. - М.: Феникс, 2016. - 416 с

Багаева А.И.

Экономическая система: принципы и ее основные типы

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-11-2019-65

idsp: ljjournal-11-2019-65

Аннотация

В статье автор определяет экономическую систему страны как совокупность отношений между двумя участниками, а именно: производителями и потребителями. В данной статье также рассматривается классификация типов экономической системы.

Ключевые слова: экономическая система, принципы, формы, собственность.