

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-2-6>

УДК 316.4



Attribution

cc by

«ЗАГРЯЗНЕНИЕ» ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА
И ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ

Калашникова И.В.¹, Несмеянов Д.В.², Акимов Д.В.³

Тихоокеанский государственный университет^{1,2},

НИКА, <https://orcid.org/0009-0007-8747-0978>³

<https://orcid.org/0000-0003-4950-5862>¹, <https://orcid.org/0009-0002-5750-0009>²,

Аннотация. Исследователи трудовой занятости молодежи, ее стратегий на рынке труда традиционно выделяют четыре группы проблем: 1) компетенции, в том числе профессиональные, не отвечающие ожиданиям и требованиям работодателей; 2) не соответствующие действительности представления абитуриентов и студентов о своей будущей профессии; 3) низкая конкурентоспособность выпускников системы образования по причине отсутствия опыта; 4) поиск работы и трудоустройство не по специальности. Однако, на наш взгляд, существует малоизученное научно-исследовательское поле, касающееся работы молодых сотрудников в условиях «загрязнения» внутренней среды организации. Феномен «загрязнения» связан с деформациями базовых корпоративных ценностей и культуры управления. Чаще, чем иные группы работников, с социальным загрязнением сталкивается молодежь. Менеджмент игнорирует аналитическую функцию по выявлению трудовых установок работников, необходимость формирования комфортного внутрикорпоративного пространства, благоприятного социально-психологического климата, способствующих закреплению кадров, успешной профессиональной социализации, раскрытию трудового потенциала, удовлетворенности трудом. Возникающее несоответствие реальных, а не декларируемых базовых ценностей компании и индивидуальных ценностей молодых сотрудников в конечном итоге заканчивается увольнением по собственному желанию. Полученный негативный опыт в дальнейшем выталкивает многих из них в сферу неформальных трудовых практик.

Цель данной публикации заключается в раскрытии зависимости между «загрязнением» внутрикорпоративного пространства и ценностями представителей молодёжи, в выявлении социальных триггеров, с которыми они сталкиваются, работая в организациях Хабаровского края.

Ключевые слова: молодые сотрудники, ценностные установки, внутрикорпоративное пространство, социальное «загрязнение».

Финансирование: инициативная работа.

Original article

«POLLUTION» OF THE INTERNAL CORPORATE SPACE AND THE VALUES OF YOUNG EMPLOYEES

Irina V. Kalashnikova¹, Denis V. Nesmeyanov², Denis V. Akimov³

Pacific National University^{1,2},

Abstract. Researchers of youth employment and its strategies in the labor market traditionally identify four groups of problems: 1) competencies, including professional ones, that do not meet the expectations and requirements of employers; 2) the ideas of applicants and students about their future profession that do not correspond to reality; 3) low competitiveness of graduates of the educational system due to lack of experience; 4) job search and employment outside the specialty. However, in our opinion, there is a little-studied research field concerning the work of young employees in conditions of "pollution" of the internal environment of the organization. The phenomenon of "pollution" is associated with deformations of basic corporate values and management culture. More often than other groups of workers, young people face social pollution. Management ignores the analytical function of identifying employees' work attitudes, the need to create a comfortable internal corporate space, a favorable socio-psychological climate conducive to the consolidation of personnel, successful professional socialization, the disclosure of labor potential, and job satisfaction. The resulting discrepancy between the real, rather than declared, basic values of the company and the individual values of young employees eventually ends with their own dismissal. The negative experience gained further pushes many of them into the sphere of informal labor practices.

The purpose of this publication is to reveal the relationship between the "pollution" of the corporate space and the values of youth representatives, and to identify the social triggers they face when working in organizations in the Khabarovsk Territory.

Keywords: young employees, values, internal corporate space, social «pollution».

Funding: Independent work.

Введение.

Существует два альтернативных состояния внутрикорпоративного социального пространства: благоприятное и «загрязненное» (токсичное, деструктивное). «Загрязненное» пространство – результат деструктивных практик менеджмента, проявляющийся, в том числе через деформации корпоративных ценностей. С этой точки зрения, оно («загрязнение») представляет собой особый формат социально-трудовых отношений и коммуникаций в коллективе, которые причиняют работникам морально-нравственные страдания, негативные эмоции, переживания, когнитивный диссонанс, нанося явный и/или латентный ущерб деятельности компании.

«Загрязнение» внутрикорпоративного пространства можно также понимать, как процесс, связанный с формированием токсичной внутренней социальной среды организации.

Нельзя сказать, что «загрязнения» внутренней среды компании – принципиально новый феномен в сфере труда. Так, в советский период многие исследования были посвящены проблемам климата в коллективе, создания благоприятного социально-психологического климата, который принято считать критерием благополучия, гармоничности и взаимопонимания в отношениях между сотрудниками (в том числе «работник – руководитель») [1; 2]. «Загрязнение» пространства как бы раздвигает границы климата в организации и предполагает исследование более широкого круга факторов, которые влияют на состояние социального пространства. И это объяснимо: в информационном обществе понятия «работа», «труд», «свободное время», «досуг» становятся размытыми, изменяются содержание и условия труда, требования к работникам, методы организации и охраны труда, подход к образованию, технологии менеджмента, растет востребованность человекоцентричности [3; 4].

Потенциальных источников токсичности рабочей среды несколько. Самые распространённые из них:

- ценностные ориентации работников компании, в том числе руководителей, их ситуативные жизненные обстоятельства;
- системные ошибки менеджмента (непродуктивные регламенты и стандарты, несовершенство подходов к стимулированию труда, необоснованная дифференциация оплаты труда, игнорирование ценностных установок сотрудников, конкуренция среди сотрудников компании и др.);
- токсичность деструктивных практик менеджмента;
- текущее положение компании на рынке;
- распространённость случаев неисполнения трудового законодательства;
- реализация кадровой стратегии сокращения затрат на персонал и др.

Обзор результатов исследований на эту тему позволяет сделать вывод о том, что среди них есть две

детерминанты: деструкции в поведении руководителя и нарушения трудового законодательства [5; 6]. Их негативное влияние приводит к избыточной частоте увольнений, длительным срокам и сложностям адаптации нанимаемых сотрудников, неудовлетворённости трудом, снижению производительности и др. Особенно это касается молодых поколений, ценности и жизненные ориентиры которых связаны с начальным этапом профессиональной социализации. IT-технологии, искусственный интеллект вносят значительную лепту в процессы аномии, ценностных ориентаций молодежи, влияя на отношение к жизни, работе, образованию, свободному времени, к приобретению компетенций, необходимых для успешности в быстро меняющемся мире. Под ускоренные процессы цифровизации всё более подстраивается индивидуальная ценностная структура представителей молодежных когорт, в то время как динамика корпоративных ценностей отстаёт, причём значительно [7].

В отношении работы, судя по научным публикациям, в молодёжной среде сложились две ведущие установки. Одни полагают, что труд является самооценностью, определяющей содержание жизни, её смысл. Другие же уверены – научно-технологический прогресс «освобождает» человека от трудностей работы, внеэкономического принуждения к труду, минимизирует затраты времени на трудовую занятость, увеличивает ценность досуга и потребления, что деструктивно сказывается на сбалансированности российского рынка труда, испытывающего сегодня кадровый голод [8]. Между тем, замещение вакансий компании осуществляют, в основном, за счёт студенчества и выпускников системы образования. Принимая решение о трудовой деятельности, они руководствуются индивидуальными ценностями, интересами, мотивами. Но даже если выбор был сделан в соответствии с упомянутыми ориентирами, не всегда можно считать его успешным. Проходит время, и недавно трудоустроенный заявляет о желании уволиться [9]. Более того, если молодого работника что-то не устраивает на рабочем месте, не соответствует его ценностным установкам, велика вероятность, что руководитель столкнётся с его девиантным поведением в организации вплоть до гостинга, когда сотрудник исчезает из поля зрения и не только после собеседования. Покидая компанию, некоторые прекращают деловые коммуникации, общение, не заботясь о формальностях процедуры увольнения. Особенно этот феномен получил распространение среди молодёжи, совмещающей учебу с работой и испытывающей неудовлетворенность трудом и отрицательные эмоции из-за токсичности внутрикорпоративного пространства, поведения начальства, коллег. По данным сервиса hh.ru, каждый четвёртый работодатель сталкивается с одним из вариантов гостинга, но не задумывается о том, что данный феномен может иметь отношение к «загрязнению» внутрикорпоративной среды [10].

Несмотря на многообразие проявлений гостинга, его содержание сводится к тому, что в определённый момент человек, принимая решение, предпочитает бросить работу, нежели испытывать отрицательные эмоции и утрату личного комфорта.

В чём заключается токсичность рабочей атмосферы для молодежи? Это нарушения границ личного пространства, несправедливое отношение, отсутствие признания, давление, манипуляции, нарушение договоренностей, прямой обман, введение в заблуждение, придиризм, оскорбления со стороны менеджмента, унижение, сплетни и т. д. В случае деструктивного менеджмента, такая среда может либо иницироваться и поддерживаться руководством, либо игнорироваться (когда не предпринимаются меры по устранению причин токсичности среды). В результате возникают трудовые конфликтные ситуации, интриги, травля (моббинг), неудовлетворённость работой, желание сменить рабочее место.

Существует идеальная модель трудоустройства представителей молодежных поколений, когда их ценностные ориентации близки к базовым ценностям корпоративной культуры [11]. При их несовпадении, чем больше «разрыв», тем меньше вероятность удержания работника. Зачастую ценностный «разрыв» происходит именно по причине токсичности внутриорганизационной среды. Именно она, на наш взгляд, – доминирующий предиктор увольнения по собственному желанию. Даже по причине недовольства зарплатой увольнения реже.

Обсуждение.

Теоретической основой исследования является концепция социального благополучия на рабочем месте Дж. Пфеффера, выделившего феномен социального загрязнения. Его негативные последствия могут быть еще более значительными, чем экологическое загрязнение. Это стрессы, неудовлетворенность трудом, распространение различных форм психологического давления, конфликты в коллективах, увеличение дистанции между менеджментом и рядовыми сотрудниками, непрозрачность управления, текучесть кадров, нежелание нести общественную нагрузку, абсентеизм и др.

При проведении исследования использовалась как первичная, так и вторичная социологическая информация. Первичная информация была получена на основе анкетирования и интервьюирования работающей молодежи в организациях Хабаровского края. В стандартизированном интервью принимали участие в основном студенты дневной формы обучения университетов г. Хабаровска, совмещающие учебу с работой.

В июне-августе 2024 г. был проведён сбор социологической информации о состоянии внутрикорпоративного пространства в организациях Хабаровского края «Насколько Вам комфортно в компании» посредством рассылки опросной формы анкеты через Интернет. Сотрудникам компаний предлагалось ответить на вопросы закрытого типа, где на выбор давались четыре варианта ответа: «определённо да», «скорее да, чем нет», «скорее нет, чем да» и «определённо нет». Респондентам следовало выбрать один вариант ответа, в наибольшей степени отражающий их позицию в отношении конкретно заданного вопроса. В интернет-опросе, который проводился на условиях анонимности, приняли участие работники в возрасте до 35 лет (N=127). Выборка случайная. Отвечающие не представляли никакой личной информации, а только выражали собственное мнение. Результаты интернет-опроса прошли обработку и представлены в агрегированном виде, что позволило говорить о некоторых тенденциях, сложившихся во внутрикорпоративном пространстве организаций Хабаровского края.

Этап, заключающийся в исследовании ценностных установок молодежи региона, был проведён нами в августе-сентябре 2024 г. методами Интернет-анкетирования представителей молодежи и углубленного интервью подрабатывающего студенчества (N=151).

Результаты.

Состояние внутрикорпоративного пространства, в первую очередь, определяется базовыми ценностями, осмысленными идеологическими постулатами, соответствующими философии менеджмента конкретной организации. Они должны служить платформой для развития бизнеса, для формирования конкурентных преимуществ на рынке труда. По своей сути, ценности компании – перечень правил нравственных, этических и деловых принципов, которые являются ориентирами в работе и коммуникациях каждого сотрудника. Подобно тому, как жизненные ценности формируют культуру личности, так ценности компании формируют её культуру [11].

Есть четыре группы корпоративных ценностей. Одна из них – отношение к сотрудникам. Считается, что половина всех ценностей компании относится к ней.

На вопрос: «Внутренняя среда является благоприятной для сотрудников Вашей компании?» ответили «определённо да» лишь 12,5 %; «скорее да, чем нет» – 55 % (рис. 1).

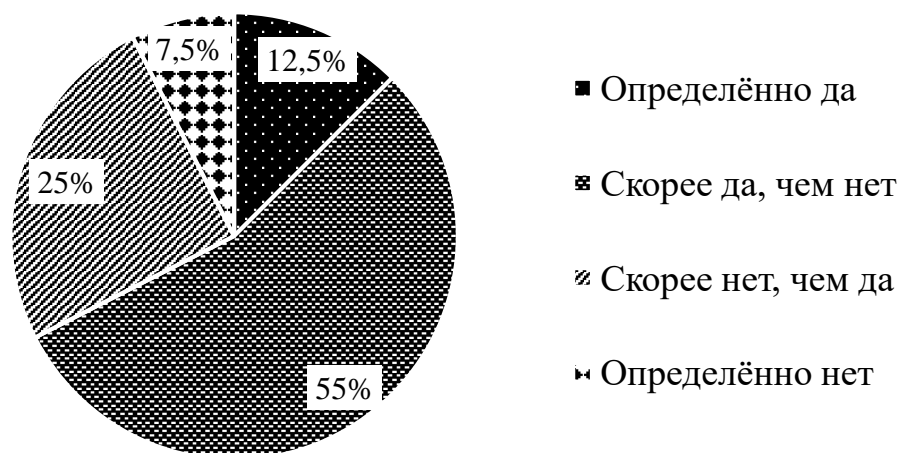


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Внутренняя среда является благоприятной для сотрудников Вашей компании?»

Фактически 32,5 % опрошенных не считают внутреннюю среду благоприятной (25 % ответили «скорее нет, чем да», 7,5 % – «определенно нет»).

Для экспресс-анализа внутрикорпоративной среды нами были установлены следующие критерии: справедливость системы вознаграждения; участие компании в развитии своих сотрудников; проявление заботы о сотрудниках; признание трудовых заслуг работников руководством; доступность руководителя

для сотрудников; учет мнения и профессионального опыта работников руководством (возможность работников участвовать в принятии решений).

Оценивая систему корпоративного вознаграждения, назвали её однозначно справедливой 12,5 % респондентов, еще 35,5 % считают её скорее справедливой, чем нет.

Можно утверждать, что в глазах каждого второго (52,5 %) оплата труда является несправедливой (рис. 2).

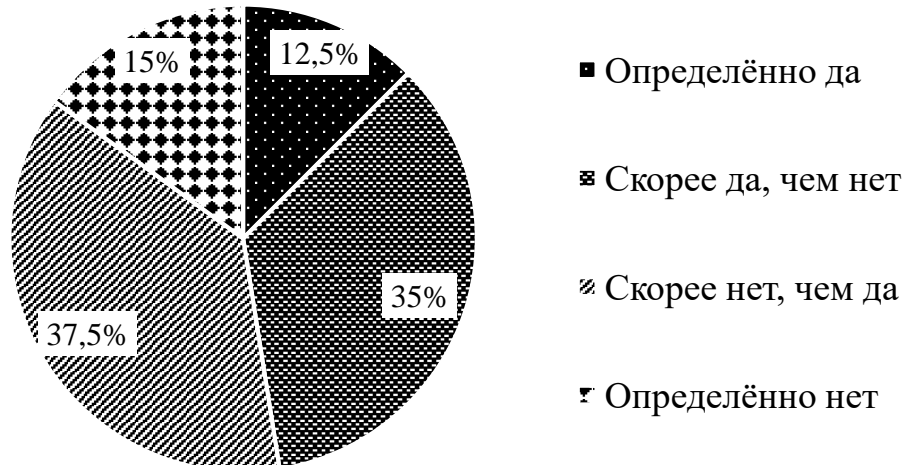


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Справедлива ли существующая система вознаграждения в Вашей компании?»

Практически 55 % ответили, что в их компаниях руководство заботится о профессиональном росте своих работников (35 % полагают «скорее нет, чем да»). По мнению 65 % респондентов, компании компенсируют расходы своих сотрудников на развитие

профессиональных компетенций. Только 7,5 % на этот вопрос ответили, как «определенно нет», а 27,5 % (и это высокий процент!) полагают «скорее нет, чем да» (рис. 3).

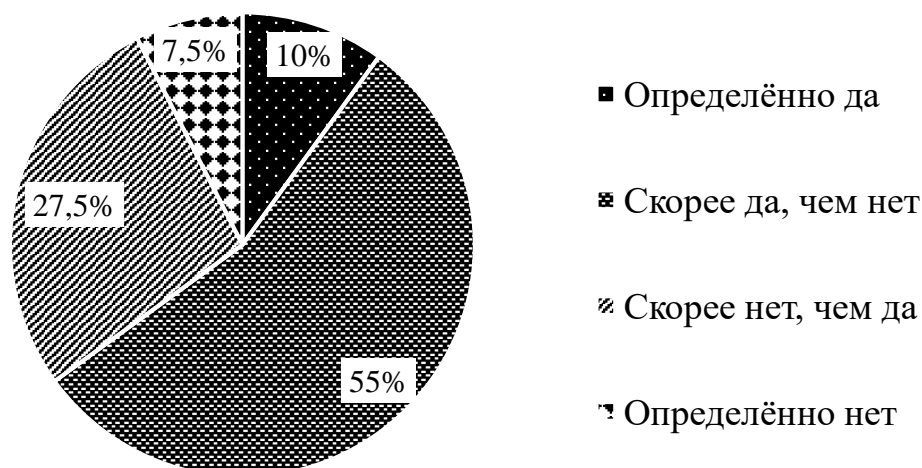


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Компенсирует ли Ваша компания расходы на повышение квалификации и переподготовку?»

Что еще вызывает беспокойство в отношении состояния внутрикорпоративного пространства? Только 12,5 % опрошенных считают, что на работе их ценят, 27,5 % в этом сомневаются.

Настораживает фактор доступности руководителя для подчиненных, обеспечивающий обратную связь, что так важно для самооценки и самореализации сотрудников, для повышения эффективности социального управления. Доступность мы оценивали по таким вопросам, как «Прислушивается ли Ваш непосредственный руководитель к мнению подчиненных?», «Принимая управленческие решения, руководитель

учитывает компетентность, стаж, опыт подчиненных?», «Легко ли сотруднику попасть на прием к начальству?», «Достаточно ли часто непосредственный руководитель беседует с рядовыми сотрудниками?». Почти 28 % респондентов считают, что руководитель не прислушивается к мнению подчиненных. Каждый четвертый ответил, что руководитель, принимая управленческое решение, не учитывает компетентность, опыт, квалификацию своих подчиненных. Почти для каждого третьего работника из числа опрошенных не проблема попасть на прием к руководителю. Для 1/3 респондентов проблематично встретиться с начальством (рис. 4).

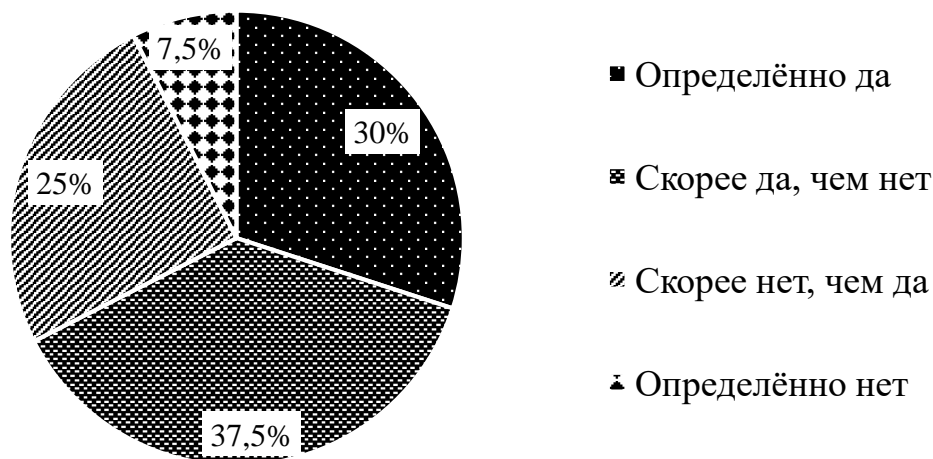


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Легко ли попасть работнику на прием к руководителю?»

Почти 3/4 респондентов полагают, что непосредственный руководитель достаточно часто общается со своими подчиненными.

Резюмируя, можно утверждать, что в корпоративном пространстве организаций Хабаровского края имеются признаки деструкции, «загрязнения», которые не могут не сказаться на социальном самочувствии и качестве трудовой жизни работников, на их трудовом поведении, способном нанести вред организации в

целом и деятельности ее структурных подразделений. Особенно остро на социальные внутрикорпоративные загрязнения реагирует молодежь.

Молодежь – особая социальная группа, отличающаяся высоким уровнем социальной мобильности, формированием жизненных ценностей и приоритетов, активным поиском смысла и своего места в жизни, неоднозначным отношением к наемному труду и трудовой занятости вообще. Ценностные установки

имеют относительный характер. Каждый человек имеет определенную систему ценностей, руководствуясь которой он удовлетворяет свои потребности, в том числе потребность в труде.

По данным ВЦИОМа, в структуре ценностных ориентаций молодых россиян первое место занимают семейные ценности: 97 % назвали важными здоровье членов семьи и безопасность семьи; 96 % – отношения в семье; 95 % – материальное положение семьи. Далее следует группа ценностей, связанных с условиями по месту проживания: социальная инфраструктура (94 %) и возможности для достижения поставленных целей (94 %), экологическая ситуация (90 %). Экономическая ситуация в стране важна для 89 %, полноценный досуг – 83 %. Менее значимыми для рассматриваемой категории населения стали ценности личного развития. Перспективы карьерного продвижения важны для 81 % респондентов; социальный статус для 72 %. Для 71 % значима творческая самореализация. Почти 65 % молодежи внимательно относятся к своему здоровью, треть признались в обратном (33 %) [12].

Топ-3 жизненных ориентиров российской молодежи на сегодняшний день – это высокий уровень благополучия (58 %); жить спокойно, работая и заботясь о семье (54 %); возможность приносить пользу своему народу, обществу, активно участвуя в общественной и политической жизни (26 %). Изменить мир, внедрить что-то новое хотели бы 17 % представителей молодежи, а беззаботная жизнь, без мыслей о будущем привлекает 9 % ответивших.

Каковы же ценностные установки молодежи Хабаровского края?

На вопрос: «Как бы вы хотели прожить свою жизнь?» в ТОП-5 вошли «добиться высокого уровня благополучия» (77,2 %), «иметь дружную семью» (54,5 %), «получить хорошее образование» (48,8 %), «работать и заботиться о своих близких» (46,3 %),

«прежде всего, получать удовольствие от потребления» (32,5 %). Стремление к благополучию соответствует общероссийскому тренду, его ценность для молодых хабаровчан имеет большую значимость. «Хотели бы жить, не думая о будущем» 11,4 % респондентов; «удачно выйти замуж, жениться» желают 24,4 %; «добиться популярности известности» – 8,9 %. Больше всего осложняют жизнь молодежи нерешенный жилищный вопрос (61 %), трудности материального характера (53,7 %), проблемы поиска хорошей работы и трудоустройства (40,7 %), неуверенность в завтрашнем дне (36,6 %), политическая обстановка (28,5 %). Более 21 % в качестве проблем отмечают конфликты с родителями, а также неустроенность личной жизни (15,4 %), характер работы, условия труда (13 %).

В беседе с подготавливающими студентами в качестве ценностной установки часто упоминалась «карьер»». Ее они привязывают к ожиданиям материального вознаграждения и благополучия. Ценность семьи связывается ими, в первую очередь, с близкими людьми, которые дают заботу, любовь, домашний уют и комфорт, обеспечивают поддержку в сложных ситуациях.

Что касается атмосферы во внутрикорпоративном пространстве, то гармоничные отношения с коллегами «однозначно важны» для 51,2 % принявших участие в анкетировании, «скорее важны» для 38,2 %. Лишь для 10,6 % ответивших хорошие отношения в коллективе «однозначно не важны», «скорее не важны» или же вопрос вызвал затруднения при ответе.

По мнению молодых сотрудников организаций региона, формирование благоприятной внутренней среды в наибольшей степени зависит от руководителя компании (57,7 %), наличия командного духа в коллективе (52 %), условий и организации труда (52 %) (рис. 5).



Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Что по-Вашему формирует благоприятную среду в компании?»

С результативностью своей трудовой деятельности связывают уважительное отношение начальства

87,8 % респондентов (61 % ответили «однозначно влияет», 26,8 % – «скорее влияет») (рис. 6).

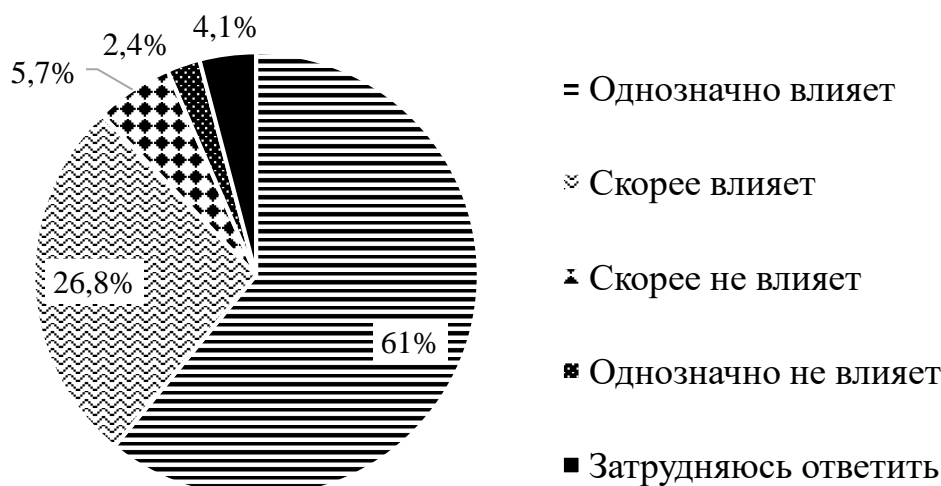


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Влияет ли на результативность Вашего труда уважительное отношение со стороны руководителя?»

Молодежь края в целом демонстрирует уважительное отношение к корпоративной власти, реагируя не столько на личность руководителя, сколько на должность. По этой причине 57,7 % полагают, что даже если задание начальства не влияет на деятельность компании, его следует «выполнять в любом случае», 22 % считают возможным его проигнорировать; 16,3 % затруднились ответить.

Опросы молодежи Хабаровского края показали, что многие в процессе трудовой деятельности сталкиваются с различного рода проявлениями деструктивности внутрикорпоративного пространства:

а) игнорирование руководителем корпоративной этики: «сплетничает и лицемерит»; «сравнивает сотрудников между собой, публично принижая одних и возвышая других»; «повышает голос, использует ненормативную лексику»; «кричит на сотрудников при всех»; «были намёки на интим»; «руководитель присваивает себе достижения других»; «хорошо премируют только любимчиков»;

б) отсутствие компетенций менеджмента у сотрудников административно-управленческого аппарата: «ограничивает доступ к информации»; «не может толком сформулировать задачу»; «выдает срочные задания в конце рабочего дня»; «премируют в зависимости от личного отношения, а не результатов работы»; «руководитель использует ресурсы компании для личных нужд»; «для участия в перспективных проектах отбирает не толковых, а своих приближенных»; «замечает только ошибки и не поощряет достижения»; «много работы ради работы»; «жизнь проходит на работе»;

в) корпоративный абьюз: «начальник настраивал коллег против меня»; «управляющий отпуская обидные сравнения»; «директор позволяет неприятные комментарии, язвительные реплики»; «опасаясь конкуренции, увольняют ценных сотрудников»; «угрожают, если человек не выйдет на работу по вызову»;

«придерживается принципа «могу себе позволить, имею на это право, вы тут никто»; «пассивная агрессия со стороны управляющей»;

г) манипуляции со стороны руководителя: «обидные и несправедливые упрёки», «частые угрозы увольнения», «угрозы, похожие на запугивание», «обещал премию или повышение, не выполнил ни то, ни другое», «затягивает сроки выполнения своих обещаний»;

д) несоблюдение трудового законодательства, локальных нормативных актов и регламентов: «управляющая заставляет разгружать коробки, хотя это не входит в мои обязанности»; «заставляют выполнять обязанности, не имеющие отношение к моей должности»; «работников не хватает, заставляют работать дольше предусмотренного законодательством»; «работаем до тех пор, пока не отпустит начальство»; «не доплачивают за выполнение обязанностей, не предусмотренных должностью»; «принимают без официального трудоустройства»; «вызывают срочно на работу, хотя сотрудник находится в отпуске».

Из интервью со студентами дневного отделения вузов г. Хабаровска следует, что каждый второй, желающий устроиться на работу, не смог реализовать свой трудовой порыв, потому что работодателю не интересен вариант неполной занятости сотрудников.

Подрабатывающее студенчество вузов Хабаровска, согласно нашим исследованиям, недовольно условиями и организацией труда, жалуется на некорректность информации при собеседовании, отсутствие асертивности и эмпатии у работодателей. В компаниях же считают, что молодые люди излишне чувствительны, не способны нести ответственность, часто прокрастинируют, игнорируют дедлайны. По признанию опрошенных студентов, они применяли стратегию гостинга, сталкиваясь с токсичными руководителями компаний оптовой и розничной торговли и сферы HoReCa (отель, ресторан, кафе). Соприкоснувшись с хамством

руководителя, неуважением личных границ, отсутствием эмпатии, молодежь предпочитает «просто не выходить на работу». По собственной инициативе и часто прибегая к стратегии гостинга, расставался с компаниями каждый пятый студент, совмещающий учебу с работой, предпочитая «избавить себя от плохого настроения и отрицательных эмоций».

В поисках работы, молодежь Хабаровского края ориентируется, в первую очередь, на заработную плату. И это естественно, поскольку представителям молодежных поколений нерешенный жилищный вопрос осложняет жизнь, требуя таких доходов, которые бы позволили возмещать затраты на аренду жилья. Материальные затруднения, обусловленные потребительским поведением, тоже способствуют установке при выборе работы учитывать в первую очередь оплату труда, предусмотренную вакансией. Согласно устному опросу, зарплатные ожидания каждого второго студента, подрабатывающего на условиях частичной занятости (4 часа в день, с графиком, предусматривающим два выходных дня в неделю), колеблются в районе 20–25 тыс. руб.

Есть еще одно обстоятельство, вызывающее некоторое недоумение: молодые сотрудники организаций края практически не информированы о корпоративных ценностях тех компаний, где они работают. На просьбу перечислить ценности, которых придерживается организация по отношению к персоналу, называют только «оплачивают учебу», «оплачивают повышение квалификации», «наставничество». Такого рода незнание тоже можно рассматривать в качестве проявления «загрязнения» внутрикорпоративного пространства, демонстрирующего незаинтересованность, равнодушие к молодежи, их профессиональной социализации со стороны менеджмента.

Заключение.

Как и российская молодежь в целом, молодые хабаровчане демонстрируют желание «добиться высокого уровня благополучия» (77,2 %). Препятствия на этом пути они видят в нерешенности жилищного вопроса (61 %), трудностях материального характера (53,7 %), проблемах трудоустройства, поиска хорошей работы (40,7 %). По результатам наших исследований, свыше половины работников организаций Хабаровского края полагают, что сложившаяся корпоративная среда является благоприятной для сотрудников. В этом

велика заслуга руководства: 57,7 % считают, что социальное пространство зависит, главным образом, от руководителя компании. Оно также складывается под влиянием командного духа в коллективе (52 %), условий труда и организации рабочего места (52 %), ценностей, которых придерживается компания (49,6 %).

Однако для 1/3 опрошенных молодых сотрудников внутреннее социальное пространство не является комфортным. Причин несколько. Так, каждый второй считает, что несправедливой является оплата труда; 27,5 % сомневается, что на работе их ценят. Неудовлетворенность внутрикорпоративной средой – следствие социального «загрязнения». Как результат, неблагоприятный социально-психологический климат в коллективе, отражающийся на эмоционально-психологическом благополучии и социальном самочувствии работающих, на желании уволиться. Практически каждый из опрошенных в своей трудовой деятельности сталкивался с проявлениями корпоративного «загрязнения» (игнорирование этики со стороны руководства, отсутствие управленческих компетенций; манипуляции, корпоративный абьюз и пр.). Усугубление социального «загрязнения» происходит по причине несоответствия ценностных установок работника базовым ценностям культуры компании, в том числе культуре управления. Деструктивная рабочая среда, считаем, всегда является следствием игнорирования утверждения И. Канта о том, что самая высшая и абсолютная ценность – сам человек, его жизнь, и эта ценность должна рассматриваться исключительно как ценность-цель, и никогда – как ценность-средство.

Ценности человека определяют образ его действий, модель поведения в организации. Один, например, получает образование, развивает деловые компетенции, чтобы больше зарабатывать, другой работает, чтобы иметь возможность учиться, развиваться ради расширения возможностей самореализации. Выявление ценностных установок молодых работников руководством компаний, их учет на этапе трудоустройства, при проектировании системы компенсационного менеджмента, выработке стиля руководства положительным образом скажутся на формировании реальных корпоративных ценностей, благоприятного внутрикорпоративного пространства, что сократит случаи проявления токсичных практик, повысит трудовую мотивацию, удовлетворенность трудом, «закрепляемость» молодых специалистов, их лояльность.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Зайцев Г. Г., Файбушевич С. И. *Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет экономики и финансов, 1992. 208 с.*

2. Спивак В. А. Системно-социологический подход к исследованию факторов, определяющих требования работодателя к молодому специалисту-экономисту // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 1995. № 3-4(3-4). С. 77-87.
3. Олимпиева И. Б., Кондаков А. А., Ежова Л. В., Слободской А. Л. Социальный капитал организации: аналитические подходы и возможности измерения на уровне организации // Петербургская социология сегодня. 2014 Т. 1. № 1-1(5). С. 10-41.
4. Одегов Ю. Г. Чем управление человеческими ресурсами принципиально отличается от управления персоналом? // Вестн. Ом. ун-та. Сер. «Экономика». 2018. № 1 (61). С. 106-114.
5. Гатти М., Фёдорова А. Э. Устойчивость и двойственность в практике управления персоналом: где выход? // Управление. 2013. № 2 (42). С. 56-63.
6. Фёдорова А. Э., Парсюкевич А. М. Прекаризация занятости и её влияние на социально-экономическое благополучие наёмных работников // Известия Уральского государственного университета. 2013. № 5 (49). С. 76-81.
7. Калашникова И. В., Медведева Г. Г., Сигитова М. А., Филиппова К. В. Ценности и предпочтения молодежи на российском рынке труда // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2022. № 1 (64). С. 145-154.
8. Березутский Ю. В. Социальная активность молодежи региона: социологический анализ: монография. Хабаровск: Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС, 2019. 174 с.
9. Калашникова И. В., Сигитова М. А., Соцкова С. И. Корпоративная культура: нормативный уровень // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2023. № 1 (68). С. 109-118.
10. Комментарий в СМИ: На рынке труда появился новый тренд – гостинг. – URL: <https://fsn.unn.ru/novosti/kommentarij-v-smi-na-rynke-truda-poyavilsya-novyy-trend-gosting/> (дата обращения: 06.06.2024).
11. Несмеянов Д. В. Организационная и корпоративная культуры: контекстно-семантический анализ определений // Kant. 2024. № 2(51). С. 100-106.
12. ВЦИОМ. Новости: Ценности молодежи. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi?ysclid=m2r0r0h85o258317121> (дата обращения: 13.09.2024).

References:

1. Zaitsev G. G., Faybushevich S. I. *Personnel management at the enterprise: personal management*. Saint Petersburg: Saint Petersburg University of Economics and Finance, 1992. 208 p.
2. Spivak V. A. A systematic sociological approach to the study of factors determining the requirements of an employer for a young specialist in economics // *Izvestiya St. Petersburg University of Economics and Finance*. 1995. No. 3-4(3-4). pp. 77-87.
3. Olympieva I. B., Kondakov A. A., Yezhova L. V., Slobodskoy A. L. *Social capital of an organization: analytical approaches and measurement possibilities at the organizational level* // *St. Petersburg Sociology today*. 2014 Vol. 1. No. 1-1(5). pp. 10-41.
4. Odegov Yu. G. How is human resource management fundamentally different from personnel management? // *Vestn. Om. Uni. Ser. "Economics"*. 2018. No. 1 (61). pp. 106-114.
5. Gatti M., Fedorova A. E. *Stability and duality in the practice of personnel management: where is the way out?* // *The manager*. 2013. No. 2 (42). pp. 56-63.
6. Fedorova A. E., Parsyukevich A. M. *Precarization of employment and its impact on the socio-economic well-being of employees* // *Izvestiya Ural State University*. 2013. No. 5 (49). pp. 76-81.
7. Kalashnikova I. V., Medvedeva G. G., Sigitova M. A., Filippova K. V. *Values and preferences of youth in the Russian labor market* // *Bulletin of the Pacific State University*. 2022. No. 1 (64). pp. 145-154.
8. Berezutsky Yu. V. *Social activity of the youth of the region: a sociological analysis: monograph*. Khabarovsk: Far Eastern Institute of Management, RANEP Branch, 2019. 174 p.
9. Kalashnikova I. V., Sigitova M. A., Sotskova S. I. *Corporate culture: a normative level* // *Bulletin of the Pacific State University*. 2023. No. 1 (68). pp. 109-118.
10. *Media comment: There is a new trend in the labor market – hosting*. – URL: <https://fsn.unn.ru/novosti/kommentarij-v-smi-na-rynke-truda-poyavilsya-novyy-trend-gosting/> (date of access: 06.06.2024).
11. Nesmeyanov D. V. *Organizational and corporate cultures: contextual and semantic analysis of definitions* // *Kant*. 2024. No. 2(51). pp. 100-106.
12. VTSIOM. *News: Values of youth*. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi?ysclid=m2r0r0h85o258317121> (date of access: 09/13/2024).

Информация об авторах:

Калашникова Ирина Владимировна, доктор экономических наук, профессор, профессор Высшей школы менеджмента Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет», Хабаровск, Россия. E-mail: 006013@togudv.ru.

Несмеянов Денис Вячеславович, аспирант, преподаватель Высшей школы менеджмента Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет», Хабаровск, Россия. E-mail: 013319@togudv.ru.

Акимов Денис Владимирович, аспирант, генеральный директор ООО «НИКА», Хабаровск, Россия. E-mail: akimovdenisvladimirovich@mail.ru.

Irina V. Kalashnikova, Doctor of Economics, Professor, Professor at the Higher School of Management, Institute of Economics and Management, Pacific State University, Khabarovsk, Russia.

Denis V. Nesmeyanov, PhD student, Lecturer at the Higher School of Management, Institute of Economics and Management, Pacific State University, Khabarovsk, Russia.

Denis V. Akimov, PhD student, General Director of NIKA LLC, Khabarovsk, Russia.

Вклад авторов:

все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors:

All authors contributed equally to this article.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 30.01.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 12.02.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.02.2025.

Авторами окончательный вариант рукописи одобрен.