

DOI: 10.12731/2218-7405-2014-12-21

УДК 159.99

ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИЙ: КАРЬЕРНАЯ ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Ободкова Е.А.

В статье по-новому раскрывается понятие «имиджевая политика» и рассматривается как деятельность по управлению отношениями между субъектом и объектом (между организацией и конкретной целевой аудиторией – потенциальными сотрудниками). Имиджевая политика имеет 3-х уровневую структуру анализа отношений социальный, групповой, индивидуальный. Имиджевая политика опирается на основные тенденции развития мира – в статье проанализированы тенденции развития общества, влияющие на сущность и позиционирование организации в подходах к построению карьеры. Современные компании в рыночных условиях заинтересованы в подборе лучших сотрудников на рабочие места. Один из путей, позволяющих достичь данную цель – это сформировать необходимый имидж в глазах потенциальных работников (субъектов имиджа). Знание основных критериев с точки зрения потенциальных сотрудников, на основе которых осуществляется принятие решения, это часть пути подбора кадров. Важно выстроить целую деятельность по управлению отношениями между организацией (объектом) и потенциальным сотрудником (субъектом имиджа), для реализации миссии организации, через формирование конкретных представлений и образов на основе идеалов и ценностей. Таким образом, процессы глобализации порождают создание новых транснациональных компаний, гибких, основанных на знании и информации, предъявляющих иные требования к сотрудникам, к управлению имиджевой политикой компании.

Ключевые слова: имиджевая политика; глобализация; карьера.

IMAGE POLICY OF ORGANIZATIONS: THE GLOBALIZATION OF CAREER

Obodkova E.A.

The article reveals a new concept of «image policy» and regards as a management activity relationship between subject and object (between the organization and a specific target audi-

ence – potential employees). Image policy has a 3-level structure analysis of social relations, group, individual. Image policy is based on the main trends in the world – in the article analyzes trends in society that affect the essence and positioning of the organization in the approaches to building a career. Today's companies are interested in market conditions in the selection of the best employees in the workplace. One of the ways that allow to achieve this goal – is to form the desired image in the eyes of potential employees (subjects of the image). Knowledge of the basic criteria in terms of potential employees on the basis of which the decision is part of the way of recruitment. It is important to build the whole management activity relationships between the organization (s) and potential employee (subject image) for the implementation of the organization's mission, through the formation of specific ideas and images based on the ideals and values. Thus, the processes of globalization generate the creation of new multinational companies, flexible, based on knowledge and information, different requirements to employees, management branding company policy.

Keywords: *image policy; globalization; career.*

В настоящее время одним из эффективных методологических подходов, используемых при принятии управленческих решений, является прогнозирование развития общества. Прогнозирование позволяет оценить возможный в будущем ход событий и выработать комплекс мероприятий для стимулирования одних и предотвращения других тенденций будущего развития. Кроме того, прогнозирование позволяет точнее оценить затраты времени и конкретизировать действия, необходимые для реализации задуманного.

Тенденция представляет собой некое «русло» по которому движется развитие всех сфер жизни общества, человека, которое определяет его направление, в том числе и реализация карьеры.

Изучением основных тенденций занимается большое количество современных ученых (Р.Ф. Васильев, Б.Д. Марков, А.И. Ракитов, М.С. Решетников, Дж. Сорос, У. Эко, А.Н. Юрьев и др.), авторы рассматривают и изучают отдельно взятые тенденции (информатизация общества, нанотехнологическое развитие общества и т.д.).

В настоящее время классифицированы следующие тенденции развития общества с точки зрения руководителей предприятий, организаций: «глобализация»: объединение народов, компаний, мнений; культур, религий и т.д. следствием чего становится выработка общих правил, которым должно следовать общество в целом, организация, а так же и сам человек). В качестве значимых тенденций развития общества руководители так же отметили: ускорение темпа жиз-

ни; «информатизация» общества; «виртуализация»; «робототизация»; нанотехнологии (Новиков В.В., Ободкова Е.А) [2].

Глобализация относится к числу основных тенденций современного общества. Общества становятся взаимозависимыми во всех аспектах – политическом, экономическом, культурном, социальном и масштаб этих взаимозависимостей становится глобальным. Человечество превращается в социальную целостность, охватывающую всех людей, живущих на Земле.

Усиливающееся влияние глобализации, как нового фактора мировой истории, актуализирует вопрос о ее сути и возможных последствиях. Для одних глобализация носит неизбежный характер и имеет позитивное значение, тогда как для других она представляет собой угрозу. Поэтому глобализацию следует рассматривать как проблему и новую становящуюся реальность, которая только тогда будет устойчивой, когда она, учитывая уроки прошлого, решает фундаментальные вопросы, вставшие перед современной цивилизацией [5]. Глобализация – это процесс всевозрастающего воздействия различных факторов международного значения.

Глобализация – сложный, многомерный феномен, влияние которого стремительно растет. Встает вопрос о ее структуре и сущности. Концептуализация процесса глобализации показывает, что данный процесс состоит из двух уровней – естественной, неуправляемой глобализации и глобализации искусственной, организуемой, управляемой [4].

И.М. Подзигун описывает естественную глобализацию как эволюционный процесс восприятия различными культурами достижений других культур. Это восприятие происходит преимущественно добровольно и зависит от уровня развития той или иной социокультурной традиции, ее желания усвоить и на практике применить достижения других культур.

Искусственная глобализация является попыткой навязать силой или другими методами – обманом, убеждением, подкупом и т.д. конкретные представления о мире. Так как искусственная глобализация связана с насильственным внедрением экономических, политических, ценностно-мировоззренческих представлений, она является революционным процессом.

Глобализация является объективным процессом, порождается характером производства, выходящего за границы отдельных стран. Интеграция в мировую экономику – основной стимул экономического развития стран, что ведет к расширению и углублению связей между государствами и усилению их влияния друг на друга.

Основу целостного мира образуют глобальные структуры, представляющие собой организации экономического, политического, социального и культурного характера, действующие во всех или в большинстве стран мира.

Для того чтобы понять, как работают компании в условиях различных культур, нужно уметь выйти за пределы собственных культурных стереотипов. Любопытство, открытость и желание достичь взаимопонимания – хорошие качества для межкультурного управления карьерой.

Современные компании в рыночных условиях заинтересованы в подборе лучших сотрудников на рабочие места. Один из путей, позволяющих достичь данную цель – это сформировать необходимый имидж в глазах потенциальных работников (субъектов имиджа). Знание основных критериев с точки зрения потенциальных сотрудников, на основе которых осуществляется принятие решения, это часть пути подбора кадров. Важно выстроить целую деятельность по управлению отношениями между организацией (объектом) и потенциальным сотрудником (субъектом имиджа), для реализации миссии организации, через формирование конкретных представлений и образов на основе идеалов и ценностей, такую деятельность мы называем имиджевой политикой.

В условиях глобализации возникает необходимость формирования нового набора компетенций, необходимых профессионалу для построения карьеры. Важными на первый план выходят такие характеристики руководителя как: стратегическое мышление; интуиция; лидерство; новые технологии в управлении; компетентность. Гениальность; потребность саморазвития; стабильный интерес; личная ответственность; уважение к себе и другому; преданность – основные требованиями к сотрудникам, действующим в потоке современных тенденций развития общества, а также неотъемлемыми для профессионала в условиях глобализации становятся: высочайшего уровня профессиональные знания и владение иностранными языками (В.В. Новиков, Е.А. Ободкова) [3].

Работа в транснациональных компаниях в первую очередь требует гибкости от сотрудника, учета традиций страны в которой расположено рабочее место, следование четким стандартам в работе. Транснациональные корпорации отличаются едиными принципами корпоративной культуры вне зависимости от местонахождения офиса, приоритетными принципами являются: уважение к личности, равенство возможностей, справедливые условия труда и найма.

Если обратить внимание на деятельность службы HR в транснациональных компаниях, то Е.А. Иглицкая приводит следующую картину: HR-департаменты транснациональных компаний занимаются вопросами организационного и психологического характера, то есть подбор, отбор сотрудников и организация их работы, создание оптимальных условий для высокопроизводительного труда. Служба выполняет такие функции как:

- аудит кадрового потенциала компании, выявление потребности в новых сотрудниках;
- рекрутинг;

- профессиональная и психологическая адаптация нового персонала к условиям работы в транснациональной корпорации;
- планирование и отслеживание деловой карьеры работников;
- управление трудовой мотивацией;
- анализ социально-психологической ситуации в компании;
- коррекция групповых и межличностных взаимоотношений;
- управление конфликтами;
- регулирование правовых аспектов социально-трудовых отношений;
- содействие в повышении квалификации и сотрудников;
- организация процесса высвобождения работников;
- организация аттестации рабочих мест по условиям труда [1].

Ссылаясь на исследование Е.А. Иглицкой отметим типовую структуру описанных работ с объемом времени на их выполнение:

- разработка целевых программ управления персоналом и организация их выполнения – 24%;
- соблюдение условий труда и мер безопасности – 18%;
- управление трудовыми отношениями – 17%;
- организация оплаты труда – 16%;
- учет персонала и делопроизводство – 10%;
- обучение персонала – 9%;
- другие работы – 6% .

По мнению большинства экспертов HR-службы транснациональных компаний с большим вниманием и уважением относятся к трудовому потенциалу работников, т.к. наивысшей ценностью является уважение к личности.

Таким образом, процессы глобализации порождают создание новых транснациональных компаний, гибких, основанных на знании и информации, предъявляющих иные требования к сотрудникам. Как отмечает С.В. Шекшня [6], сегодня работодателю знания нужны гораздо больше, чем дисциплина, а умение учиться – больше, чем преданность, что позволяет выстраивать новый тип организационного контракта, схожего с коммерческим партнерством, когда стороны сотрудничают до тех пор, пока это выгодно каждой из них. Выделенные тенденции с необходимостью должны учитываться при реализации имиджевой политики компании, то

есть деятельности по управлению отношениями между организацией и потенциальным и реальными сотрудниками, для реализации миссии организации, через формирование конкретных представлений и образов на основе идеалов и ценностей.

Список литературы

1. Иглицкая Е.А. Политика государства на рынке труда – важнейшее направление модернизации экономики России // Социально-гуманитарные знания. 2011. № 1. С. 323-329.
2. Ободкова Е.А., Основные тенденции развития общества, руководителя, сотрудника компании // Вестник Ярославского Государственного Университета им. П.Г. Демидова. Серия Гуманитарные Науки. №4, 2012. С. 95-98.
3. Ободкова Е.А., Современные тенденции и перспективы подготовки специалистов для инновационной экономики: коллективная научная монография / Общ. ред. Е.А. Ободковой. – Ярославль: Изд-во Академии Пастухова, 2013. 500 с.
4. Подзигун, И.М. Глобализация как реальность и проблема // Философские науки. 2003. № 1. С. 5-17.
5. Хмылёв, П.Н. Глобализация в социально-философском измерении. Сборник материалов конференции. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. С. 5-22.
6. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: 2002. 368 с.

References

1. Iglitskaya E.A. *Politika organizacii na rynke truda – vagneyshee napravlenie modernizacii Rossii* [State policy in the labor market – the major direction of modernization of the Russian economy] // *Socialno-gymanirarnuye znaniya*. 2011. № 1. Pp. 323-329.
2. Obodkova E.A., *Osnovnie tendencii razvitiya obshestva, rukovoditelya, sotrudnika kompanii* [Major trends in society, officer, employee of the company] // *Vestnik Yaroslavscoego gosudarstvennogo univerciteta im. P.G. Demidova / Seriya Gumanitarnuye nauki*. №4, 2012. Pp. 95-98.
3. Obodkova E.A., *Sovremennie tendrncii I perspective podgotovki specialistov dlya innovacionnoy ekonomiki: kollektivnaya nauchnaya monografiya* [Modern trends and prospects of training for the innovation economy: collective monograph] /Obsh.red. E.A. Obodkovoy. – Yaroslavl: Izd-vo Fkademiy Pastuchova, 2013. 500 p.

4. Podzigun, I.M., *Globalizaciya kak realnost I problema* [Globalization as a reality and the problem] // *Filosofskie nauki*. 2003. № 1. Pp. 5-17.
5. Hmiley, P.N. *Glibalizaciya socialno-filosofskom izmerenii*. Sbornik materialov konferencii. [Globalization in the social and philosophical dimension]. – SPb.: Sankt-Peterburgskoe filosofskoe obcheatvo, 2003. Pp. 5-22.
6. Shekshnya, S.V. *Upravleniye personalom sovremennoy organizacii* [Personnel management of the modern organization]. – 5-e izd., pererab. i dop. – M.: 2002. 368 p.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Ободкова Евгения Александровна, кандидат психологических наук, доцент, докторант факультета психологии

*Ярославский государственный университет
ул. Советская, 14, г. Ярославль, 150000, Россия
e-mail: obodok@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Obodkova Eugenia Aleksandrovna, PhD, associate professor
*P.G. Demidov Yaroslavl State University
14, Sovetskaya st., Yaroslavl, 150000, Russia
e-mail: obodok@mail.ru*

Рецензент:

Белкова Елена Алексеевна, к.п.н., доцент, доцент кафедры социологии и психологии ФГБОУ ДПО «Государственная академия промышленного менеджмента им. Н.П. Пастухова»