

Научный журнал «Костюмология» <https://kostumologiya.ru>

2017, №2, Том 2 (апрель, май, июнь) <https://kostumologiya.ru/vol2-no2.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/01KL217.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Пеша А.В. Фирменный стиль одежды и дресс-код как элементы корпоративной культуры лучших работодателей России // Костюмология, 2017 №2, <https://kostumologiya.ru/PDF/01KL217.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 331.108.3

Пеша Анастасия Владимировна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, Екатеринбург¹

Доцент кафедры «Экономики труда и управления персоналом»

Кандидат экономических наук

E-mail: Myrabota2011@gmail.com

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=864622

Фирменный стиль одежды и дресс-код как элементы корпоративной культуры лучших работодателей России

Аннотация. В статье приводится анализ подходов к понятию корпоративной культуры, дается краткая характеристика трех уровней ее исследования. В работе нами обозначена актуальность вопроса формирования фирменного стиля при развитии корпоративной культуры. Проводится анализ одного из элементов корпоративной культуры поверхностного уровня - стиль одежды и дресс-код, существующий в организациях, признанных лучшими работодателями России в 2016 году по рейтингу, составленному HeadHunter и «РБК». В качестве объектов анализа нами были выбраны 4 компании, входящие в ТОП-5 работодателей России 2016 по указанному выше рейтингу - ОАО «Газпром Нефть», ВТБ24, Госкорпорация Росатом, ОАО МТС (Мобильные ТелеСистемы). Раскрыты элементы формирования фирменного стиля, включающего логотип, фирменную одежду, стиль обслуживания, товарный знак, фирменную атрибутику, цветовое и графическое решение и другие. Дается классификация фирменных стилей одежды. Приводится анализ преобладающего офисного стиля одежды сотрудников компаний, существующей униформы, как отражение существующей корпоративной культуры и ценностей. Делается вывод об актуальности введения фирменного стиля одежды для современных компаний, в том числе для трансляции, развития и поддержания корпоративной культуры

Ключевые слова: фирменный стиль; corporate ID; фирменный стиль одежды; корпоративная культура; дресс-код; офисный стиль; униформа

Введение

Корпоративная культура - явление многогранное. Основатель научного направления «организационная психология» и автор работ по организационной культуре Эдгар Шейн выделил в культуре организации три уровня восприятия - поверхностных - артефактов, которые можно увидеть и услышать, надповерхностный (провозглашаемые ценности, миссия и стратегия) и глубинный (источник ценностей и поступков, самоубеждения, которые не всегда осознаются носителями) [8, С. 35-44].

¹ 620144, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 62

Среди очевидных элементов культуры Эдгар Шейн выделяет: «архитектуру, ее материальное окружение, ее язык, технология и продукты деятельности, ее художественные произведения и стиль, воплощаемый в одежде, манере общения, эмоциональной атмосфере, мифах и историях, связанных с организацией; описание принятых ценностей, внешние ритуалы и церемонии, для целей анализа культуры; в этот уровень включаются также видимое поведение группы и соответствующие организационные процессы» [там же, С. 36].

В данной статье мы проведем анализ одного из элементов корпоративной культуры поверхностного уровня - стиль одежды и дресс-код, существующий в организациях, признанных лучшими работодателями России в 2016 году по рейтингу, составленному HeadHunter и «РБК» [6].

ОАО Газпром нефть



ВТБ24



Госкорпорация Росатом



МТС, Мобильные ТелеСистемы



Корпоративная культура и фирменный стиль одежды

Проанализировав различные подходы к определению понятий культуры в организации [5, с. 13-18], в том числе определение организационной (корпоративной) культуры с точки зрения возможностей ее формирования (рационально-прагматический подход - Э. Шейн, Т.Ю. Базаров и др. и феноменологический подход - Дж. Мерсье, П. Бергер и др.); подход G.S. Saffold к корпоративной (организационной) культуре с точки зрения ее происхождения и эволюции в организации; целостный или системный подход. Ф. Харрис и Р. Моран, Э. Шейн, В. Сате, Организационный символизм У. Томас, Когнитивный подход К. Уэйк и К. Робертс, А.Н. Занковский и другие подходы, мы уточнили различия понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». Различия исходят из того, что: понятие "корпоративная" изучается нами в смысле "связующая, объединяющая", а "корпорация" рассматривается в качестве формы организации трудовых коллективов со своими индивидуальными признаками в области цели и задач деятельности, целесообразности поведения людей, наличия иерархии отношений, а также легитимного лидерства. Таким образом, мы считаем, что понятие корпоративная культура может применяться не только к корпорациям, но и прочим организационным формам; организационная культура - то, что существует изначально и задает направления формирования корпоративной культуры. Корпоративная культура призвана обеспечить уникальность, саморазвитие и самосохранение организации через участие каждой личности в жизни организации; ценности, этические нормы и убеждения, создаваемые формированием корпоративной культуры, принимаются и разделяются большей частью коллектива организации и находят свое отражение в формальных документах организации и ее фирменном стиле [5, С. 61].

По определению Туватовой В. «Фирменный стиль организации в широком понимании - использование единых принципов оформления, цветовых сочетаний и образов для всех форм рекламы, деловых бумаг, технических и других видов документации, офиса, а также одежды сотрудников» [7, с. 77].

Фирменный стиль (corporate ID) можно назвать формируемым и узнаваемым образом корпоративной культуры, находящий свое отражение во всех ее элементах.

В числе ключевых элементов фирменного стиля можно выделить следующие [4]:

1. Логотип, эмблема и название организации.
2. Стиль работы/обслуживания.
3. Цветовое решение, шрифты и графика.
4. Фирменная атрибутика (меню, папка-счет, клубные карты, сувенирная продукция, и другие).
5. Слоган.
6. Товарный знак (trade mark, англ.).
7. Брендбук. Брендбук - руководство по применению фирменного стиля и его элементов: логотипа, шрифтов, графики, цветовой палитры, звуков.
8. Фирменная (корпоративная) одежда, дресс-код.

Одежда - один из источников самовыражения личности, фирменная одежда/дресс-код - один из источников выражения существующей корпоративной культуры. Стиль одежды часто определяет организацию, а иногда и целые отрасли (FMCG, общественное питание). Фирменная одежда - способ заявить о себе на рынке. Атрибуты фирменной одежды: логотип, корпоративное цветовое решение, символы.

Классификация фирменных стилей одежды представлена нами схематично на рис. 1. Пример одежды офисного стиля представлен на рис. 2.

Дресс-код, так же как и фирменная одежда, является неотъемлемым элементом корпоративной культуры, вне зависимости от того, насколько это признает сама организация. Родиной дресс-кода (от англ. dress - одежда, code - правило) является Англия, страна, где тому как выглядит человек всегда придавалось и придается большое значение. Дресс-код выполняет двойную функцию, работая и на доверие внешнего потребителя и на коллектив.

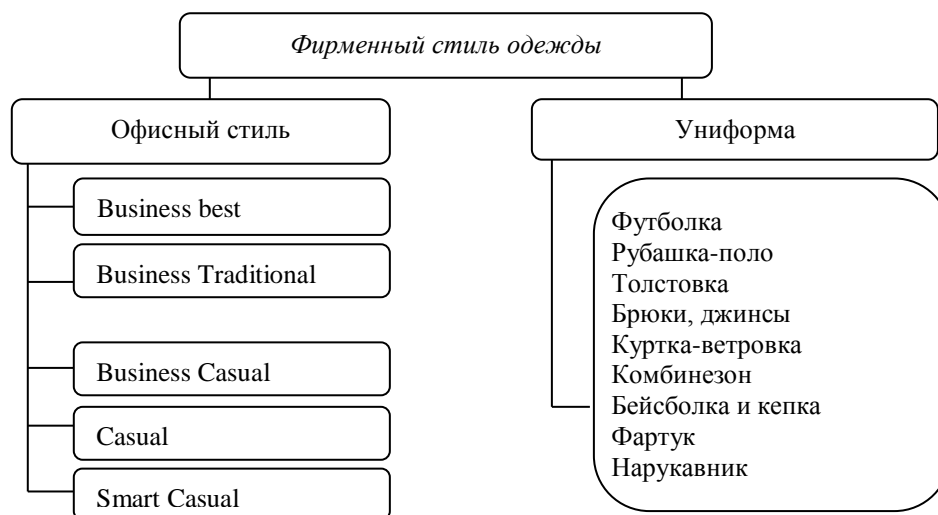


Рисунок 1. Классификация фирменных стилей одежды



Рисунок 2. Пример офисного стиля одежды
(<http://www.stilnos.com/2014/12/stil-effektivnaya-rabota.html>)

Встречая клиента в одежде фирменного стиля, мы подаем клиенту эмоциональный сигнал о том, что компания серьезно относится и к своим потребителям, и к своему бизнесу, вызывая тем самым доверие. Ведь первое впечатление нельзя произвести дважды. Дресс-код и фирменная одежда выступают связующим звеном для сотрудников, отражает правила и традиции, дисциплинирует и настраивает на работу. До сотрудников важно донести значимость введения фирменного стиля, соблюдая баланс между интересами бизнеса и удовлетворением личных потребностей сотрудников.

Фирменный стиль одежды и дресс-код лучших работодателей России 2016

Фирменный стиль, дресс-код отражают систему ценности компании, индивидуальность и неповторимость ее корпоративной культуры. Требования к корпоративной одежде, дресс-код прописываются в специальных кодексах и положениях, касающихся корпоративной культуры и требований к корпоративному поведению сотрудников.

Безусловно, компании, признанные лидерами среди работодателей России, имеют свой дресс-код, прописанный, или негласный свод правил и требований относительно внешнего вида сотрудников. Во многих современных компаниях требования к внешнему виду сотрудников становятся демократичнее, но, чем серьезнее компания и чем выше ответственность должности, тем более высокие требования предъявляются и к корпоративной одежде и дресс-коду.

При разработке корпоративного стиля, дресс-кода организации необходимо провести анализ внешнего вида сотрудников; в соответствии с корпоративными ценностями и фирменным стилем разработать план действий по внедрению/ изменению дресс-кода, разработать требования и политику компании в отношении внешнего вида сотрудников; разработать документ, регламентирующий корпоративный дресс-код; организовать информирование персонала; постоянно отслеживать результаты реализации плана и вносить коррективы.

Логотип как элемент фирменного стиля находит свое место в одежде сотрудников всех четырех компаний - лидеров среди работодателей России (рис. 5, 6, 7, 9, 10, 11). Логотип размещается либо на униформе сотрудников (ОАО «Газпром», Госкорпорация Росатом, ОАО

«МТС»), либо на элементах корпоративного дресс-кода - галстуки, платки (ОАО «МТС», ВТБ24).

Основные корпоративные цвета и ценности компаний.

Фирменный стиль и корпоративный ценности компаний находят свое отражение и в цветовой гамме (таблица 1) - красный в сочетании с белым (ОАО «МТС»), красный - белый - синий (ВТБ24), синий цвет Pantone 300 CV (ОАО «Газпром Нефть»), голубой - яркий, активный, динамичный, молодой и темно синий - основные цвета, записанные в брендбуке Госкорпорации Росатом.

Таблица 1

Отражение корпоративных ценностей в фирменных цветах компаний

Компания	Ценности	Основные корпоративные цвета	Значение цветов
ОАО «Газпром Нефть»	- Честность - Лидерство - Взаимоуважение и доверие - Менталитет победителя - Менталитет ответственного собственника ²	Синий цвет Pantone 300 CV - цвет горящего природного газа, темно-синий Pantone 295 CV, голубой и белый	Синий цвет характеризует силу, упорство, важность, интеллект, преданность, самоотверженность, он же является цветом авторитета, уверенности в будущем, лояльности и спокойствия. Белый - характеризуется
ВТБ24	- Развитие - Надежность - Люди - Эффективность ³	Красный - белый - синий	завершенностью и совершенством. Полная свобода для возможностей и снятие препятствий, цвет равенства и открытости.
ОАО «МТС»	- Партнерство - Результативность - Ответственность - Смелость - Творчество - Открытость ⁴	Красный и белый цвет	Красный цвет - цвет энергии, агрессии, активности, страсти и тепла. Голубой - яркий, активный, динамичный тепла.
Госкорпорация Росатом	- На шаг впереди - Ответственность за результат	Голубой, темно синий	
	- Эффективность - Единая команда - Уважение - Безопасность ⁵		Темно-синий - цвет упорства, важности, интеллекта, преданности, самоотверженности.

Как видно из таблицы 1, фирменные цвета компаний отражают основные провозглашаемые корпоративные ценности.

² Корпоративная культура / Официальный сайт годового отчета за 2014 год ОАО «Газпром Нефть» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://csr2014.gazprom-neft.ru/governance/corporate-culture/> (дата обращения 05.05.2017).

³ Предтренинг комплексной программы обучения сотрудников ВТБ24 [Электронный ресурс] Режим доступа: static.vtb24.ru/Documents/PreTraining_KPO.pdf (дата обращения 05.05.2017).

⁴ Ценности МТС [электронный ресурс] Режим доступа: <https://rabota.ssl.mts.ru/company/valuable/> (дата обращения 05.05.2017).

⁵ Миссия. Стратегические цели. Ценности / Официальный сайт Госкорпорации Росатом. [электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rosatom.ru/about/mission/> (дата обращения 05.05.2017).

Разберем фирменные стили одежды на примере лучших работодателей России.

Business best

В этом стиле актуален черно-белый ансамбль одежды, а также нейтральные оттенки синего, бежевого, серого цвета. Рукав жакета/блузки/рубашки не может быть коротким, вне зависимости от сезона. Блуза/рубашка исключительно белого цвета. Стиль является самым строгим из офисных стилей. В Business best минимум самовыражения. Стиль используется при проведении переговоров, деловых встреч. Распространен стиль в юридических компаниях, банковской сфере и государственных структурах.

В 17-страничном документе, являющемся приложением к приказу «О внешнем виде и деловом стиле работников ОАО «Газпром-Нефть»», регламентируется внешность сотрудников женского пола. Вплоть до длины ногтей, юбок, причесок и даже брендов одежды, которые рекомендовано приобретать [2]. Исходя из представленных в документе требований к внешнему виду, можно сделать вывод о принадлежности стиля офисных сотрудников ОАО «Газпром-Нефть» к *Business best* (рис. 3).

При участии в официальных мероприятиях на высшем уровне сотрудники *Госкорпорации Росатом* также выбирают стиль Business Best.

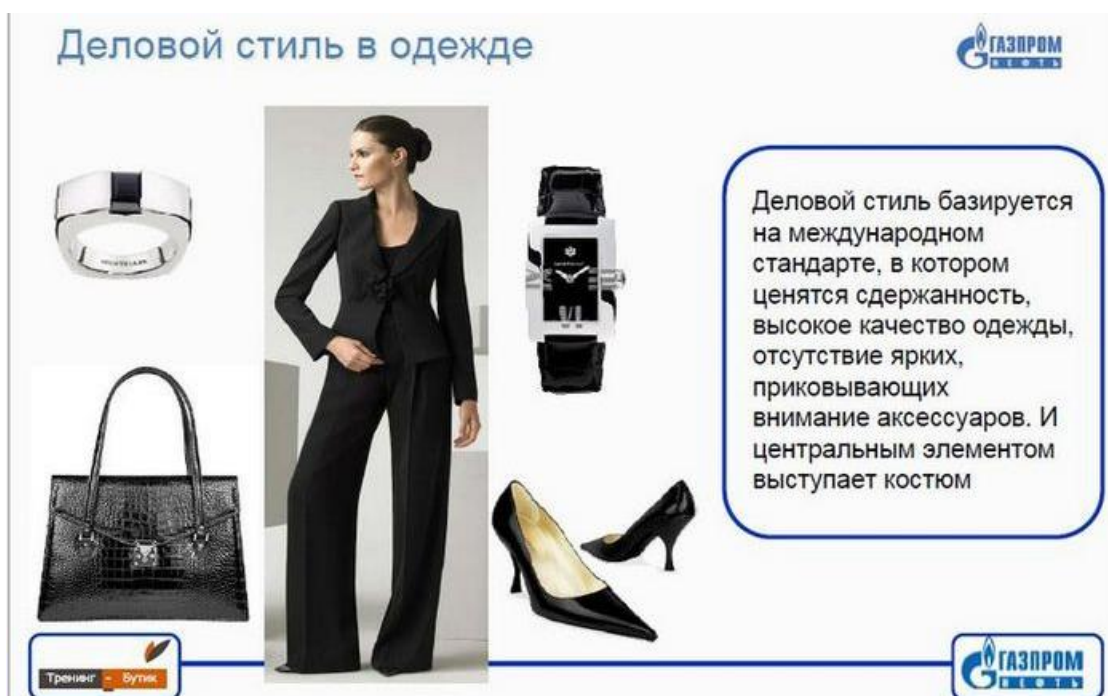


Рисунок 3. Пример требований к внешнему виду сотрудников ОАО «Газпром Нефть»
(источник <http://gagago.ru/dress-kod-kak-sostavlyayushaya-korporativnogo-imidja-kompa.html>)

Business Traditional

Традиционный формальный деловой стиль - идеально подходит для каждодневных деловых встреч и появления в офис. В данном стилевом направлении можно проявить немного больше индивидуальности. Уместен короткий рукав и платье футляр с жакетом сверху. Классического кроя брючный костюм, платье, юбка карандаш и пиджак, все это уместно в данном случае, но желательно приобретать однотонные модели спокойных тонов. Блуза все же должна быть постельного оттенка, но теперь она не обязана быть белой и однотонной [1]. Юбки

в формальном деловом стиле одежды уже не являются монополистами, брючные костюмы также популярны. Традиционный формальный деловой стиль дает возможность модницам комбинировать элементы основного гардероба.

Работа в ОАО «МТС» обязывает сотрудников соблюдать дресс-код. В МТС принят спокойный деловой стиль в одежде, не отвлекающий окружающих от работы, не допускается спортивная одежда и обувь. Сотрудники должны иметь аккуратный внешний вид, чистую и отглаженную одежду, начищенную обувь, аккуратную прическу, уделять внимание личной гигиене (рис. 4). Корпоративная культура компании очень самобытна и фирменный стиль в одежде подчеркивает ее уникальность.



Рисунок 4. В офисе ОАО «МТС» (http://mts.egrgraduate.ru/multimedia/photo_gallery_people)

Из Кодекса корпоративного поведения работников Банка ВТБ 24 (закрытое акционерное общество) «Работник Банка обязан соблюдать деловой стиль в одежде, соответствующий имиджу Банка, или единый стандарт одежды для отдельных категорий работников. Внешний вид работника Банка не должен быть вызывающим или небрежным» [3, С. 6]. Работники банковской сферы по роду своей деятельности должны своим внешним видом производить впечатление стабильности, надежности и консервативности для того, чтобы вызывать доверие у клиентов и партнеров.

Придерживаясь данного стиля одежды, сотрудники могут приходить в офис в современной, стильной, но все же деловой одежде. В основу гардероба «business casual» входят нейтральные тона - черный, синий, коричневый, бежевый, темно-зеленый, серый. Можно включить жакеты и кардиганы, юбки чуть выше колена, классические джинсы, не исключая строгих костюмов. Обувь можно выбрать разную, но желательно не откровенно спортивную и все же каблук приветствуется [1].

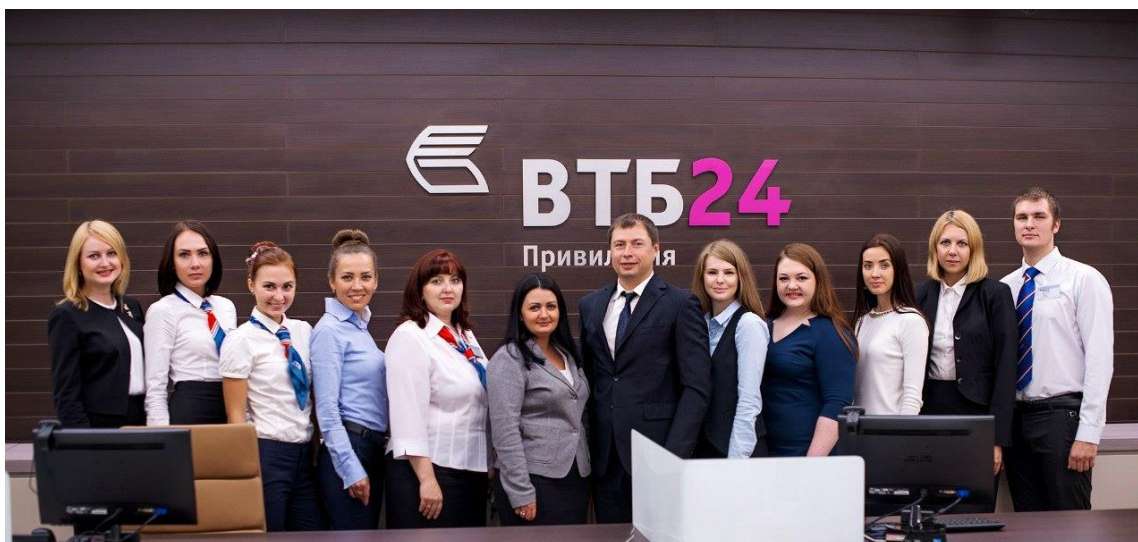


Рисунок 5. Пример фирменного стиля ВТБ24
(<http://www.tdkport.ru/gallery/glavnoe--nadejnost-i-servis>)

Business Casual

В последний день рабочей недели в ОАО «МТС» для большинства сотрудников допустима более свободная форма одежды в стиле casual, если не назначено деловых встреч с клиентами и контрагентами компании.



Рисунок 6. Пример фирменный стиль одежды сотрудников ОАО «МТС»
(<http://krasnoyarsk-credit.ru/news/142-asv-vydelilo-mts-banku-pomosch-na-72-mlrd-rublej>)

Униформа

Особое внимание при описании фирменного стиля лучших работодателей России нам хочется уделить униформе сотрудников.

Для каждого из ТОП-5 работодателей России 2016 униформа является обязательным элементом культурной идентификации сотрудников.

Примеры униформы сотрудников представлены на рисунках 7-11.



Рисунок 7. Фирменный стиль ВТБ 24 (https://vk.com/album-63156315_209980975)

Для таких компаний, как компании Госкорпорации Росатом, ОАО «Газпром Нефть» дресс-код и униформа - это не только элемент фирменного стиля, но и обязательное условие обеспечения безопасности людей (рис. 8, 9, 10).



Рисунок 8. Пример униформы сотрудников ОАО «Газпром Нефть» (<http://wognews.net/news/2014/4/otkryitie-gazpromnefti?lang=en>)

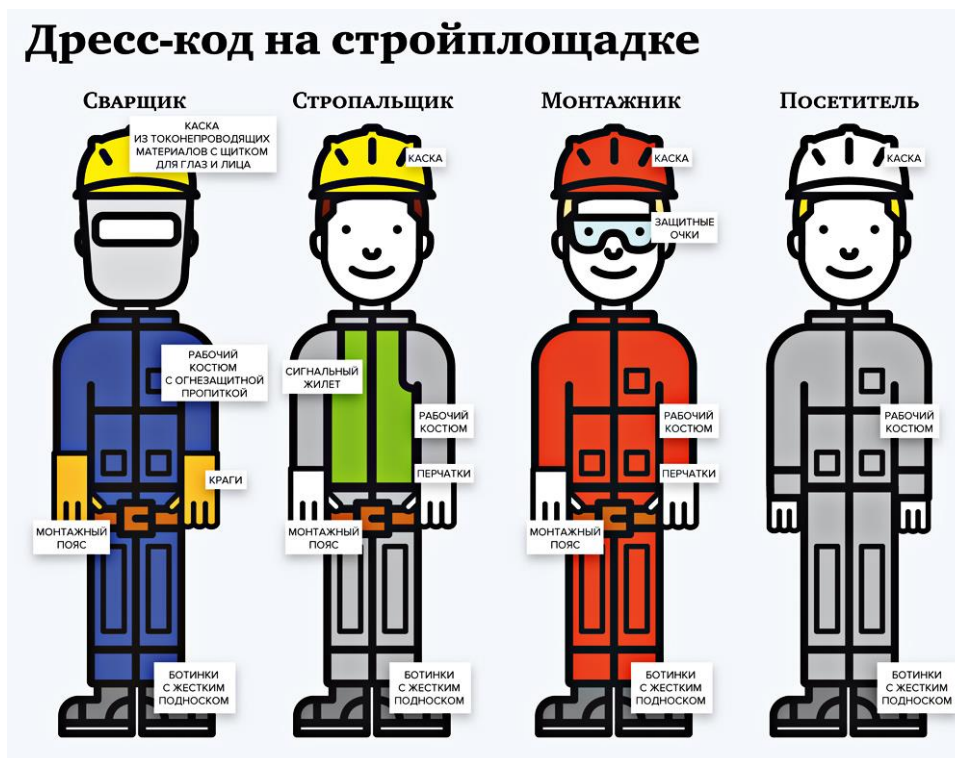


Рисунок 9. Дресс-код на стройплощадке Госкорпорации Росатом (<http://www.strana-rosatom.ru>)

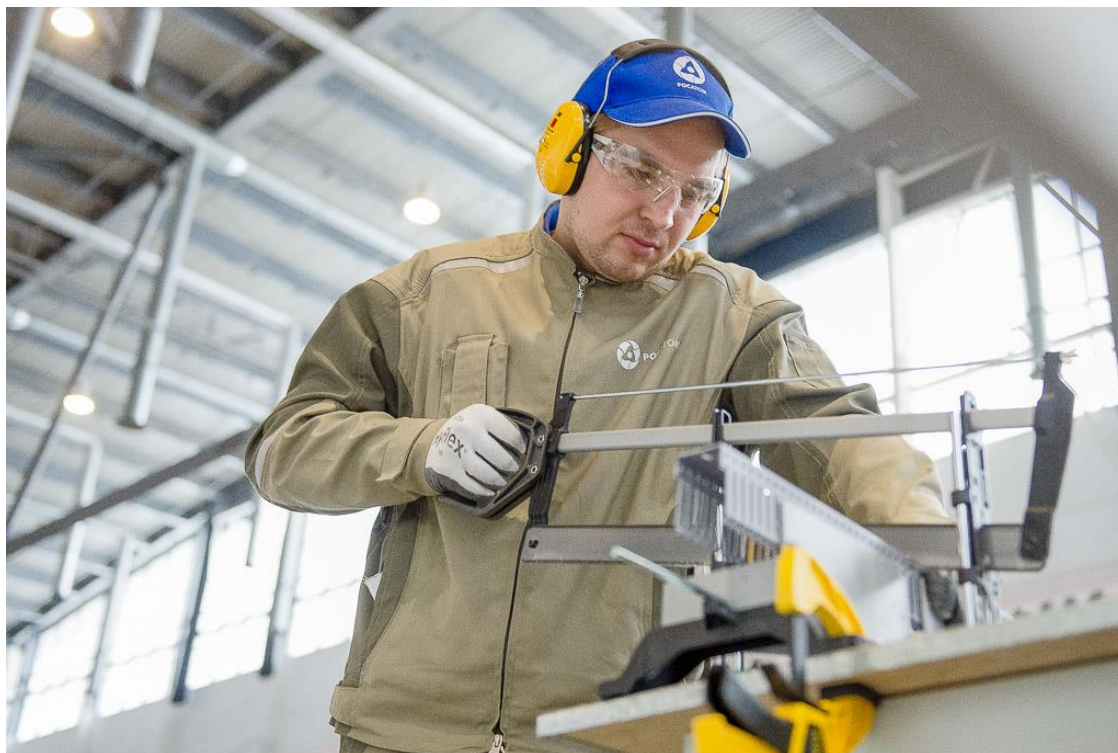


Рисунок 10. Пример униформы Госкорпорации Росатом (<http://www.rosatom.ru/journalist/media/photo/>)



Рисунок 11. Пример фирменного стиля Госкорпорации Росатом
(<http://www.rosatom.ru/journalist/media/photo/>)

Выводы

Корпоративная одежда - это часть внутренней культуры организации. Она является не менее важной составляющей корпоративной культурой наряду с коммуникациями, правилами и нормами взаимодействия.

Актуальность введения фирменного стиля одежды для современных компаний можно обосновать несколькими доводами:

Во-первых, конкуренция среди компаний постоянно растет. Особенно это касается сферы услуг. Фирменный стиль одежды позволяет запомниться клиентам, привлечь внимание. У клиентов формируется представление о компании как стабильной и надежной.

Во-вторых, благодаря грамотно разработанному фирменному стилю организации, в том числе стилю одежды может снизить бюджет затрат на рекламу и PR (Public Relations), при этом повышается его эффективность.

В-третьих, влияние дресс-кода и униформы на формирование и развитие корпоративного мышления. Развивает бренд компании-работодателя, благоприятствует привлечению, сохранению и развитию кадрового потенциала максимально отвечающего требованиям организации и стоящими перед нею стратегическими задачами.

В-четвертых, дресс-код позволяет поддерживать единые корпоративные стандарты, формирует корпоративную идентичность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дресскод в офисе: офисный стиль женщины [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://anisima.ru/ofisnyj-stil-odezhdy/> (дата обращения 14.04.2017).
2. Дресс-код от Газпрома (17 страниц приложения к приказу о внешнем виде) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://xchelovek.ru/dress-kod-ot-gazproma-17-stranits-prilozheniya-k-prikazu-o-vneshnem-vide/> (дата обращения 02.05.2017).
3. Кодекс корпоративного поведения работников Банка ВТБ 24 (закрытое акционерное общество) [Электронный ресурс] Режим доступа: [static.vtb24.ru>Documents/papers/vtb24...codex.pdf](http://static.vtb24.ru/Documents/papers/vtb24...codex.pdf) (дата обращения 02.05.2017).
4. Пеша А.В. Фирменный стиль как один из инструментов формирования корпоративной культуры организаций сферы обслуживания [Электронный ресурс] // Костюмология. - 2017. - Том 2. № 1. - 9 С. Режим доступа: <http://kostumologiya.ru/PDF/01KL117.pdf> (дата обращения 26.04.2017).
5. Пеша А.В. Управленческий подход к формированию корпоративной культуры организаций сферы обслуживания [Текст]: дис. канд. экон. наук 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (менеджмент) / А.В. Пеша. - Екб., 2014. - 224 с.
6. Стали известны лучшие работодатели России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ekaterinburg.hh.ru/article/303217> (дата обращения 12.04.2017).
7. Туватова, В. Фирменный стиль предприятия индустрии питания // Маркетинг. - 2013. - № 2 (129). - С. 77-83.
8. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. - СПб: Питер, 2002. - 336 с: ил. - (Серия «Теория и практика менеджмента»).

Pesha Anastasiia Vladimirovna

Ural state university of economics, Russia, Yekaterinburg
E-mail: Myrabota2011@gmail.com

Corporate uniform and dress code as the elements of corporate culture best employers of Russia

Abstract. In article the analysis of approaches to the concept of corporate culture, provides a brief description of the three levels of her research. In work we have identified the relevance of the issue of corporate identity in the development of corporate culture. The analysis of one of the elements of corporate culture superficial level - style clothing and dress code that exists in the organizations recognized as best employers in 2016, according to rankings compiled by HeadHunter and "RBC". As objects of analysis we have chosen 4 companies within TOP 5 employers of Russia 2016 for the above-mentioned rating - OJSC "Gazprom Neft", VTB24, Rosatom, MTS OJSC (Mobile TeleSystems). Disclosed elements of corporate identity, including logo, corporate clothes, style, service, trademark, brand attributes, color and graphic solution and others. The classification of branded styles of clothes. The analysis of the predominant office dress style of employees, the existing uniform as a reflection of the existing corporate culture and values. The conclusion about the relevance of the introduction of a corporate style of clothing for modern companies, including for broadcast, developing and maintaining corporate culture.

Keywords: corporate identity; corporate ID; corporate identity apparel; corporate culture; dress code; office style uniform