

Ефективна реалізація механізму соціально-господарської відповідальності на практиці в системі стратегічного й операційного менеджменту забезпечує отримання синергетичного ефекту завдяки поєднанню тактичного і стратегічного потенціалів в одному векторі, який дозволяє забезпечити підвищення капіталізації підприємств залізничного транспорту і підвищити їхньої конкурентоспроможності.

УДК 656.2.001.73

АФФІЛІАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Широкова О.М., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)

Загальновідомо, що основна роль у ефективності роботи будь-якого підприємства належить від його персоналу. Раціонально організований процес управління трудовими ресурсами може стати рушійною силою при реалізації програм розвитку підприємства.

Провідний досвід і положення сучасної теорії показують, що підприємство досягає успіху тоді, коли має обґрунтований підхід до оптимізації використання трудового потенціалу. Це означає, що сучасний рівень виробництва не може розвиватися без ефективних мотиваційних систем персоналу. І серед можливих компонентів активізації високих виробничих результатів у працівників стоять психологічні фактори організації їх трудової діяльності.

Це є особливо актуальним в періоди економічної нестабільності: коли під впливом макроекономічних факторів, фактичні доходи працівників недостатньо відповідають обґрунтованому рівню, а соціальне забезпечення та матеріальне стимулювання не можуть компенсувати психологічний тиск на працівників.

Тому, у випадках, коли підприємство піддано зовнішньому впливу та при наявності нестабільного внутрішнього стану системи управління з обмеженістю фінансових можливостей щодо впровадження дієвих інструментів стимулювання працівників, необхідним є формування відповідного психологічного стану працівників.

Зокрема, у сучасних умовах життєдіяльності при управлінні персоналом особливу увагу треба приділяти особистісним якостям працівника і його вимогам до організації праці. Відповідно до цього міняються стимули, які найкращим чином можуть задовольнити його вимоги.

Головним стає те, що мотиваційна частина впливу на працівника повинна задовольняти його потребу в саморозвитку, самовдосконаленні.

Серед досліджень цієї проблематики

перспективним є напрямок знань про аффіліацію, як прагнення бути в суспільстві інших людей, потреба в створенні довірчих, теплих, емоційно значимих відносин.

Кожний з працівників у різному ступені має потребу в спілкуванні і тому необхідно враховувати ці особливості при підборі кадрів та організації їх трудової діяльності.

Тому так важливо для сучасних менеджерів вивчати основні ознаки, функції, елементи, принципи формування й методи підтримки відповідного соціально-психологічного стану, і застосовувати ці знання в практичній діяльності для досягнення цілей у своїй організації (підприємстві), тобто формувати відповідну корпоративну культуру.

Формування корпоративної культури за рахунок аффіліації припускає вірність співробітника цілям, інтересам, цінностям, місії організації, спрямованості діяльності й збереження власності організації. А від залежить успішність професійної діяльності і відповідно результати роботи підприємства.

УДК 331.108:656.2

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Юсунова Т.М., ст. викладач (УкрДУЗТ)

В наш час перед залізничною галуззю поставлено важливу задачу щодо підвищення ефективності її діяльності. Результати значною мірою залежать від злагодженої роботи працівників, розуміння та сприйняття ними процесів реформування. Забезпечити єдність, розкриття потенціалу робітників покликана корпоративна культура.

Поняття «корпоративна культура» є одним з базових понять в менеджменті. Під корпоративною культурою розуміють систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, властивих даному підприємству, які відображають його індивідуальність і сприйняття себе і інших в соціальному і речовинному середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища.

Слід зазначити, що корпоративна культура – це невидима частина підприємства, яка не може бути детально регламентована документами, а можуть бути декларовані лише окремі її принципи, і, нарешті, вона може існувати без жодних письмових правил. Це ускладнює процес її оцінки, аналізу і координації розвитку.

Формування «сильної корпоративної культури» передбачає виявлення основних цінностей підприємств залізничного транспорту, які вже сформувалися і визначення майбутніх основних цінностей.

Аналізуючи існуючі цінності на підприємствах залізничного транспорту слід зазначити, що один з величезних приводів для гордості залізничників є спадкоємність поколінь. Значний відсоток працівників залізничних підприємств є вихідцями з сімей, де хто-небудь працював на залізничному транспорті. Все їх життя проходить в середовищі, наповненому розмовами про транспорт, про виробництво, про вимоги, які пред'являє професія. З ранніх літ вони опановують необхідні правилами поведінки і стилістику мислення, копіюючи зразок батьків. Тому, вихідці з залізничних династій, що у подальшому працюють на підприємствах залізничного транспорту, максимально пристосовані до професійного середовища і є носіями корпоративної культури, корпоративності і традицій на неусвідомлюваному рівні.

Найважливіше значення має наявність профільної освіти та її рівень. Профільна освіта сприяє тому, що за короткий термін більшість з студентів опановує не тільки професійними знаннями, але і психологічними, і культурологічними стереотипами професійно-орієнтованого середовища. Особливу роль в соціалізації надає живе спілкування з носіями корпоративності при проходженні виробничої практики, стажуваннях, виконанні дипломних і

дослідницьких робіт на виробничій базі. При цьому, велике значення має кількість професорсько-викладацького складу учбових закладів, що мають виробничий досвід. Викладачі, які прийшли на кафедру не відразу від студентської лави і аспірантури, а отримавши досвід виробничої і організаторської діяльності, в процесі навчання студентів відображають корпоративні інтереси того професійного середовища, з якого вони повернулися в учбовий заклад.

На даному етапі формування корпоративної культури особлива увага повинна бути направлена на молоді кадри і їх розвиток. Необхідний ряд соціальних гарантій для молоді, наприклад, можливість придбати житло на пільгових умовах. Подальша політика залізничного транспорту в рамках Молодіжної програми повинна будуватися на забезпеченні повної інтеграції молодих співробітників в процес розвитку залізничних підприємств і передбачати всі напрями розкриття їх особового потенціалу.

Турботою корпоративної культури повинне стати збереження і виведення на якісно новий рівень всіх основних напрямів соціальної політики.

Таким чином, вдосконалення управління на підприємствах залізничного транспорту безпосередньо пов'язано з формуванням «сильної корпоративної культури», яка дозволить забезпечити міцність, довговічність і якість процесів організації управління і відповідно ефективність діяльності галузі.