

матеріальні та духовні, особистісні та інституціональні елементи культури бізнесу. До матеріальних відносять рівень розвитку підприємства, зокрема управлінської та інформаційної техніки; до духовних — сукупність професійних знань керівництва, виробничого досвіду і навичок, економічне мислення; до особистісних — вид підприємницької діяльності, можливість збагачення, ступінь економічної свободи та ін.; до інституціональних — соціальні цінності й норми, в тому числі віру й переконання.

Сучасні питання культури бізнесу взаємопов'язують із соціальною відповідальністю бізнесу, оскільки це — одна з провідних концепцій у тлумаченні основної мети діяльності підприємств, передусім великих фірм та компаній. Вона означає, що такою метою перестало бути максимальне привласнення прибутку, а стало задоволення соціальних потреб та інтересів усіх верств населення. На користь такого твердження наводять дані про постійне розширення номенклатури товарів та послуг для населення, кола споживачів цих благ, дотримання норм державного регулювання підприємництва та ін.

Проте для досягнення основної мети підприємство повинно домагатися інших похідних цілей — економічного зростання, збільшення продуктивності праці, виготовлення якісних товарів і надання послуг для задоволення суспільних потреб.

Дотримуватись певною мірою вимог соціальної орієнтації бізнесу підприємства у розвинутих країнах світу змушують боротьба споживачів за свої права, конкурентна боротьба.

Культура бізнесу має забезпечувати не тільки виготовлення якісних товарів та надання відповідних послуг, які б задовольняли суспільно необхідні потреби населення. Іншими напрямками є створення належних умов праці для працездатного населення, збереження довкілля, встановлення заробітної плати на рівні вартості робочої сили, виплата податків у фонд соціального страхування та ін.

УДК 174.4:656.2.001.73

ЩОДО РОЗРОБКИ КОДЕКСІВ ДІЛОВОЇ ЕТИКИ ТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ЗАЛІЗНИЦЬ

Компанієць В.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

На сьогоднішній день стратегія розвитку

залізничного транспорту України визначена лише концептуально. Для того, щоб ефективно здійснювати стратегічні перетворення необхідно розробити цілий ряд важливіших документів, серед яких комплекс функціональних стратегій розвитку залізничного транспорту, а також основоположні кодекси, які будуть виражати філософію та етику компанії це - Кодекс ділової етики та Кодекс корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСО) – це добровільний вклад у розвиток держави, суспільства, бізнесу в економічній, соціальній, екологічній сферах, який безпосередньо пов'язаний із господарською діяльністю усіх підприємств залізничного транспорту. Корпоративна соціальна відповідальність, яка прийнята у сучасній світовій діловій практиці, вимагає від організацій, що займаються економічною діяльністю, участі у поліпшенні соціальних умов життя населення та захисті оточуючого середовища.

Прийняття кодексу соціальної відповідальності означає позиціонування компанії як соціально відповідальної, у тому числі і в міжнародному економічному просторі, прийняття відповідних (зазначених у кодексі) обов'язків перед усіма зацікавленими сторонами із визначенням основних принципів та цілей у відносинах з ними. При тому, що прийняті обов'язки не тільки відповідають законодавчо прийнятому мінімуму зобов'язань перед усіма зацікавленими сторонами, але й виходять за їх межі (тобто компанія бере на себе підвищені обов'язки, керуючись не тільки правовими, але й соціальними принципами, моральними нормами).

Кодекс ділової етики встановлює правила, принципи та норми поведінки усіх працівників організації, як у внутрішньому середовищі (тобто у межах організації), так і у відносинах організації з акціонерами, органами влади, юридичними та фізичними особами. У кодексі можуть проголошуватись місія організації та її корпоративні цінності. Принципи, норми та правила, встановлені у Кодексі, як правило, мають загальний характер і можуть доповнюватись та деталізуватись у різних внутрішніх документах організації (стандартах службової поведінки, правилах проведення переговорів, тощо).

І кодекс корпоративної соціальної відповідальності, і кодекс ділової етики є по суті взаємопов'язаними документами, в яких організація завдає своїм співробітникам моральні стандарти ділової поведінки і через які на нормативному рівні

формується організаційна культура.

На нашу думку місію та корпоративні цінності Українських залізниць необхідно сформулювати таким чином.

Місія Українських залізниць полягає в якісному задоволенні попиту на транспортні послуги, забезпеченні соціально-відповідальної діяльності, високої якості трудового життя та гармонійного розвитку персоналу, забезпеченні економічної стабільності та конкурентоспроможності, інтегрованого розвитку в Євразійській транспортній системі, системі транспортних коридорів розвитку.

Корпоративними цінностями Українських залізниць є: дотримання моральних норм в організаційних відносинах та у бізнесі (моральність); відкриті і добросовісні відносини з органами влади, юридичними і фізичними особами (добросовісність); розвиток діяльності на принципах соціальної відповідальності (соціальна відповідальність); поважне і дбайливе відношення до людини (повага до людини); постійний особистісний гармонійний (професійний, творчий, інтелектуальний, духовний) розвиток працівників (теперішніх, майбутніх, тих, що працювали у минулому) (спрямування на особистість); стосунки між співробітниками, які засновані на взаємодопомозі, взаєморозумінні, довірі, чесності, відповідальності (єдність, солідарність, співробітництво); творча праця, працьовитість; забезпечення високої якості послуг, що надаються, і відповідність їх світовим стандартам (якість); зрозумілі, прозорі і взаємовигідні відносини із споживачами і постачальниками товарів (робіт, послуг), партнерами (партнерство, співробітництво); постійний пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності і ефективності послуг, що надаються; (конкурентоспроможність, ефективність); фінансова прозорість діяльності; прихильність сучасним світовим стандартам корпоративного управління.

УДК 658:656.2.001.73

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ДОСКОНАЛОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У ПОЛІПШЕННІ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

*Компанієць В.В., к.е.н., доцент,
Павлович Ю.Л., ст.. викл (УкрДАЗТ)*

Залізничний транспорт України знаходиться у

стадії реформування. Для ефективних перетворень, реалізації стратегічних цілей, підвищення якості управління та забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту необхідно обрати відповідні моделі управління, у тому числі, базуючись на вивченні провідних західних моделей. Однією з найбільш ефективних моделей управління є модель удосконалення бізнесу (або модель досконалої організації, модель досконалості), яка була розроблена Європейським фондом управління якістю – EFQM Excellence Model і почала існування на початку 1990-х років. Вона є узагальненою моделлю ідеальної системи управління для організацій, які спрямовані на стійкий розвиток та підвищення конкурентоспроможності.

Модель можливо використовувати як для оцінки якості управління та, відповідно, участі у європейських конкурсах якості, так і для самооцінки якості управління. Також на основі проведеної оцінки організації можуть розроблювати план удосконалення управління та діяльності, проводити моніторинг змін. Тобто модель є інструментом, який дозволяє організаціям оцінювати рівень власного розвитку відносно еталонного зразка, виявляти сильні та слабкі сторони систем управління та на цій основі визначати напрями необхідних змін, будувати модель досконалої організації.

Модель заснована на філософії якості управління, філософії соціальної відповідальності бізнесу та системному підході до управління, які враховують вимоги усіх зацікавлених сторін, у тому числі споживачів, працівників, власників та акціонерів, партнерів та постачальників, суспільства і держави.

Фундаментальні концепції, які формують основу моделі досконалості це: орієнтація на результат, тобто досягнення результатів, які відповідають інтересам усіх зацікавлених сторін; орієнтація на споживача, тобто створення значущої для споживача цінності; лідерство та постійність цілі, тобто очевидне і надихаюче лідерство; процесний підхід до управління на основі фактів, тобто управління організацією за допомогою взаємопов'язаних та взаємозалежних систем та процесів; розвиток та залучення співробітників, тобто збільшення вкладу працівників шляхом розвитку їх навиків та залучення у процес удосконалення; постійне навчання, інновації і поліпшення, тобто створення умов та атмосфери для постійного навчання менеджерів і працівників,