

УДК:331.08

Ольга Викторовна Стельмашенко
кандидат политических наук,
доцент кафедры управления персоналом
Забайкальский государственный университет
г. Чита

Иванов Иван Александрович
магистрант группы УПмз-20
Забайкальский государственный университет,
г. Борзя

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ТЧЭ-13

Сегодня ОАО «РЖД» играет важную и стратегическую роль для России. Он является звеном, объединяющим города страны, самым доступным транспортом для миллионов граждан, обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, а также входит в мировую тройку лидеров железнодорожных компаний. В чем же секрет успеха? Для ответа на поставленный вопрос необходимо, прежде всего, рассмотреть связующую деталь большого механизма управления, корпоративную культуру. Целью работы является изучение становления корпоративной культуры ОАО «РЖД», состояние на сегодняшний день и тенденции дальнейшего развития.

Ключевые слова: Организационная культура, управление, ОАО РЖД, кодекс, этика, отношения, персонал, организация.

Olga Viktorovna Stelmashenko
candidate of political sciences,
Associate Professor of the Department of Human Resources Management
Transbaikal State University
Chita
Ivanov Ivan Alexandrovich
master student of the group UPMz-20

Today Russian Railways plays an important and strategic role for Russia. It is the link that unites the cities of the country, the most affordable transport for millions of citizens, ensures the stable operation of industrial enterprises, and is also one of the world's top three railway companies. What is the secret of success? To answer this question, it is necessary, first of all, to consider the linking detail of a large management mechanism, the corporate culture. The purpose of the work is to study the formation of the corporate culture of Russian Railways, the current state and trends for further development.

Key words: Organizational culture, management, Russian Railways, code, ethics, relations, personnel, organization

Эксплуатационное локомотивное депо Борзя является стремительно развивающейся транспортной компанией. Корпоративное управление следует лучшим стандартам на практике, повышая тем самым свою инвестиционную привлекательность, а также обеспечивает надлежащее проведение реформ железнодорожного транспорта.

Давая оценку корпоративной культуре, которая сложилась в компании, не стоит исключать из внимания факт ее формирования. В 2006 был впервые принят кодекс деловой этики, который сыграл важную роль в становлении ОАО «РЖД» как социально ответственной бизнес - компании, стремящейся обеспечить максимальную прозрачность в регулировании этических вопросов деловой практики. Кодекс содержит перечень мероприятий, которые нацелены на разрешение корпоративных конфликтов, а также на укрепление корпоративного духа. Данный кодекс соответствует международным стандартам ведения бизнеса, а также является одним из элементов компании. Эксплуатационное локомотивное депо Борзя активно вливается в транспортное пространство. ТЧЭ-13 активно продвигаются вперед, актуализируют корпоративные этические

принципы, правила и нормы делового этикета в соответствии с сегодняшним днем. Изменения в компании, произошедшие за несколько лет, обусловили необходимость актуализации кодекса, в том числе с учетом принятых нормативных документов и внедрения нового бренда ОАО «РЖД». Была проведена значительная работа по подготовке обновленной редакции кодекса, которая была утверждена советом директоров ОАО «РЖД» в ноябре 2012 года. Актуализация и совершенствование Кодекса деловой этики укладываются в общую логику работы по формированию системы единых корпоративных требований к персоналу. Он внедряется с целью эффективной организации процессов в области управления персоналом и призван обеспечить максимальную точность при принятии всех кадровых решений.

Кодекс деловой этики ОАО «РЖД» закрепляет десять основных этических принципов, которых должны придерживаться работники:

- работать на совесть;
- гордиться званием работника ОАО «РЖД»;
- опираться на мастерство;
- ориентироваться на результат;
- принимать взвешенные решения;
- воспринимать себя частью целого;
- ставить на первое место человека;
- соблюдать коммерческие интересы ОАО «РЖД»;
- быть лидером;
- стремиться к новому.

Каждый из закрепленных этических принципов в Кодексе деловой этики имеет высокую значимость, однако, в качестве фундаментального стоит выделить следующий - «гордиться званием работника ОАО «РЖД». Если человек испытывает гордость за свой труд, за результат своего труда, за компанию, в которой он работает, в которой, может быть,

работали его родители, родители родителей, будут работать или уже работают дети, то логично, что работать он будет на совесть, будет ориентироваться на результат, для достижения которого станет стремиться к принятию взвешенных решений. Если работник гордится своим званием, очевидно, он воспринимает себя частью целого, идентифицирует себя с железнодорожным сообществом, чувствует особую ответственность.

Для холдинга «РЖД» важно обеспечить внедрение кодекса деловой этики в повседневную практику. Ключевое значение здесь имеет разъяснительная работа. Используя весь спектр внутрикорпоративных каналов коммуникации, необходимо формировать у сотрудников понимание необходимости следовать нормам и правилам делового этикета в своей повседневной трудовой деятельности. При этом основную роль в этом процессе играют руководители всех уровней, которые должны уметь эффективно организовать свой труд и работу подчиненных, выстраивать уважительные отношения с людьми, быть для сотрудников компании примером соблюдения Кодекса деловой этики. В более чем миллионном коллективе работают люди с разной ментальностью. Одни являются инициаторами и активными проводниками изменений, другие противостоят всему новому. Все это непременно учитывается при внедрении кодекса, при проведении соответствующих информационно-разъяснительных компаний среди работников ОАО «РЖД».

Внедрение единой корпоративной этической системы поддерживается на нормативно-правовом уровне. В трудовые договоры руководителей разного уровня внесены изменения - зафиксирована ответственность за соблюдение норм и правил служебного поведения. Дополнительные соглашения к трудовым договорам подписаны с руководителем холдинга. Они должны стать теми носителями корпоративной культуры, но которых могли бы равняться работники. Это

ответственная задача, требующая изменения мировоззрения, а иногда и стиля общения в разных ситуациях.

Компания динамично развивается, выстраивается в вертикально интегрированный холдинг. В этой ситуации важно сохранить единую культуру и железнодорожные традиции во всем холдинге «РЖД», чтобы каждый работник мог ощущать себя частью единого организма. Имидж и деловая репутация компании зависят от каждого работника.

Стандарт корпоративной культуры ОАО «РЖД», подготовленный с учетом рекомендаций по структуре и содержанию внутренних нормативных документов, содержащихся в международных стандартах качества серии ISO 9000, устанавливает совокупность норм, принципов, правил и внутренних нормативных документов, регламентирующих корпоративную культуру в компании. В качестве необходимых приложений к Стандарту предусматривается разработка и принятие следующих внутренних корпоративных документов:

- кодекс корпоративного поведения;
- положение об экономическом соревновании;
- регламент наград;
- инструкция по делопроизводству;
- положение о корпоративном стиле.

Основные положения Стандарта корпоративной культуры должны отражаться в других стандартах и внутренних корпоративных документах компании (положениях об органах управления, положениях о подразделениях компании, инструкциях и т.д.).

Создание Кодекса корпоративной культуры - это серьезный проект, требующий временных и интеллектуальных затрат. На разных этапах проекта к участию в нем привлекаются сотрудники разных категорий, т.к. важно сформировать и учесть общие и разделяемые принципы организации.

Мало только создать Кодекс корпоративной культуры, важно

проводить мероприятия по его внедрению и PR-сопровождению, такие как:

- опубликование и обеспечение доступа к Кодексу;
- его регулярная трансляция новичкам;
- информационное продвижение Кодекса через каналы корпоративных коммуникаций;
- проведение коллективных мероприятий;
- построение организационной системы исполнения Кодекса.

Сотрудники должны понимать, что Кодекс - это стандарт, который необходимо соблюдать неукоснительно. Если в компании допустимы несколько вариантов поведения в той или иной ситуации, то это должно оговариваться и прописываться отдельно. Например, если речь идет о поведении в конфликтной ситуации, то в соответствующей статье четко оговаривается, какие формы поведения в конфликте приемлемы, какие способы его разрешения приветствуются, какие - нет.

Корпоративные стандарты являются проявлением организационной культуры, их можно определить как нормы профессиональной деятельности и правила осуществления тех или иных действий, принятые в организации и оговоренные различного рода положениями.

Словарь управления персоналом. Корпоративный стандарт - текстовый документ (комплект документов), свод правил, предписывающий определенные действия либо выполнение требований в наиболее часто повторяющихся или сложных ситуациях.

Сложными (или часто повторяющимися) ситуациями, требующими разработки стандартов поведения, могут быть: телефонный разговор, посещение клиента, внешний вид сотрудников, оплата услуги. В организациях встречается множество вариантов названия подобных документов - «Корпоративные требования», «Корпоративные формальные процедуры», «Внутренние правила», «Внутренние стандарты».

На железнодорожном транспорте существует стандарт №45 о «Корпоративной культуре». В котором говорится следующее.

Основными принципами корпоративной культуры Компании являются:

- высокий корпоративный дух работников Компании и постоянная работа по его укреплению;
- соблюдение работниками Компании этических норм корпоративного поведения;
- соблюдение норм деловой этики в Компании;
- формирование и поддержание позитивного имиджа Компании; - формирование и развитие корпоративного стиля Компании.

Жесткая дисциплина на железнодорожном транспорте, непрерывное производство обуславливали высокие требования к железнодорожникам, с одной стороны, и были объединяющим фактором - с другой.

В классическом понимании корпоративная культура - это постановка и ведение дела на предприятии, комплекс взаимоотношений между работодателем и персоналом внутри организации, предприятием и внешней средой. Такой подход позволяет выделить фирму из числа других организаций, придать ей специфические и отличительные черты. Корпоративная культура, как правило, включает в себя идеи, убеждения, традиции и принципы, набор правил и приемов решения проблем, стандарты поведения, систему ценностей и нравственные нормы, представление о месте и роли организации.

Прежде всего это:

- централизованное управление технологическим процессом перевозок;
- планируемая карьера управленческого работника;
- экономический фактор устойчивости системы;
- активная социальная политика, в том числе в области оздоровления работников (медицинские учреждения, дома и базы отдыха,

профилактории);

- традиции взаимной поддержки и взаимной выручки, сильная профессиональная организация, высокая ответственность кадров за результаты работы, и прежде всего, за безопасность движения, психологическая устойчивость и др. Имеются также ведомственная форма одежды как знак принадлежности к единой организации, торговые марки на отдельные виды продукции (ЦФТО, фирменные названия поездов).

Одним из важнейших элементов корпоративной культуры на предприятиях железнодорожного транспорта, является социальная политика в отрасли. Десятилетиями складывались многогранность и разносторонность ее направлений. К сожалению, рыночная экономика не позволяет в полной мере использовать все социальные достижения (детские ясли и сады, медицинские учреждения, учебные заведения, базы отдыха). Поэтому службам управления персоналом очень важно продумать компенсационные механизмы социальной защиты, так как это очень важный элемент корпоративной культуры.

Условия работы, созданные в соответствии с культурой корпорации, будут способствовать процессу эффективной реализации намеченной стратегии, обеспечат персонал в целом и каждого сотрудника в отдельности системой правил, определяющих их деятельность внутри компании. Такие правила превращают работу в образ жизни, работники подразделения не тратят время на выяснение, что и как нужно делать - их корпоративная культура обладает целой системой четких установок, определяющих их поведение.

Внешние признаки корпоративного стиля выражаются в корпоративной символике Компании (цвет, логотип, флаг, эмблема, форменная одежда, торговые знаки и другие элементы), отраженной в визуальном восприятии объектов Компании (офисов, зданий, сооружений, вагонов, локомотивов) и ее персонала, а также в специальных аксессуарах. Красный цвет стал основным в логотипе

компании. В новом логотипе удалось совместить кириллическую монограмму и стилизованную символику железнодорожных путей, профили локомотивов и идею движения.

Деловой стиль базируется на международном стандарте, в котором ценятся сдержанность, высокое качество одежды, отсутствие ярких, приковывающих внимание аксессуаров.

Список использованных источников

1. Правила внутреннего трудового распорядка Забайкальской железной дороги – филиала ОАО «РЖД» Эксплуатационное локомотивное депо Борзя 2015 г. –11 с.
2. Пояснительная записка производственно–финансовой деятельности эксплуатационного локомотивного депо Борзя за 12 месяцев 2015 г.: Отчет. – 2015. –5 с.
3. Пояснительная записка производственно–финансовой деятельности эксплуатационного локомотивного депо Борзя за 12 месяцев 2016 г.: Отчет. – 2016. – 6 с.
4. Пояснительная записка производственно–финансовой деятельности эксплуатационного локомотивного депо Борзя за 12 месяцев 2017 г.: Отчет. – 2017. – 5 с.
5. Рогачева, О.В. Корпоративная культура и внутрифирменная социальная политика / О.В.Рогачева // Журнал исследований социальной политики. - 2005. - № 3. – 366 с.
6. Спивак В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. - СПб.: Издательский дом «Нева», 2014. - 224с.
7. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. - СПб.: Питер, 2015. - 356 с.
8. Фей К. Организационная культура и эффективность: российский контекст / К. Фей, Д. Дэнисон // Вопросы экономики. - 2005. – 74 с.

9. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала / С.А. Шапиро. - М.: ГроссМедиа, 2015. - 224 с.