DOI: 10.17117/na.2015.07.446

Поступило в редакцию: 31.07.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.07.446.pdf>

Савельева А.О.

Формирование корпоративной культуры у студентов – будущих специалистов железнодорожного транспорта

Saveleva A.O.

Formation of corporate culture at students – future specialists of railway transport

В статье речь идет о важности железнодорожного транспорта и формировании корпоративной культуры у студентов – будущих специалистов ОАО "РЖД". Корпоративная культура и тесно связанная с ней репутация Компании рассматриваются как реальный инструмент повышения конкурентоспособности. Сегодня, в период кризисного обострения экономических проблем, возрастает роль корпоративной культуры, которая помогает сплотить коллектив и выстоять испытания кризисом

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, студент, корпоративная культура

The article focuses on the importance of rail transport and the formation of corporate culture of students – future specialists of JSC "Russian Railways". Corporate culture and is closely related to it's reputation the company considers as a real tool to improve competitiveness. Today, in the period of crisis aggravation of economic problems, the role of corporate culture that helps to rally the team and stand the test by the crisis

Key words: railway transport, student, corporate culture

Савельева Анастасия Олеговна

Аспирант

Самарский государственный университет путей
связи

Saveleva Anastasia Olegovna

Graduate

Samara state university of railways

В настоящее время железнодорожный транспорт имеет особое стратегическое значение для России. Он является связующим звеном единой экономической системы. ОАО «Российские железные дороги» (РЖД) входит в мировую тройку лидеров железнодорожных компаний. Миссия ОАО «РЖД» (далее – Компания) состоит в удовлетворении рыночного спроса на перевозки, повышении эффективности деятельности и качества предоставляемых услуг. Стратегическими целями Компании являются: обеспечение потребностей государства в качественных и безопасных перевозках, работах и услугах, оказываемых железнодорожным транспортом, увеличение масштаба транспортного бизнеса, повышение производственно-экономической и финансовой эффективности, глубокая интеграция в евро-азиатскую транспортную систему.

Залогом успешной реализации стратегических целей являются не только совершенная технологическая цепочка производства, но и компетентность со-

трудников, социально-психологический климат в коллективе. Поэтому сегодня в ОАО «РЖД» большое внимание уделяется формированию корпоративной культуры сотрудников. Корпоративная культура и репутация Компании рассматриваются как реальный инструмент повышения конкурентоспособности. Документ «Стандарт корпоративной культуры», разработанный в соответствии с миссией и целями стратегического развития ОАО «РЖД», был обусловлен необходимостью формализации правил и норм поведения сотрудников компании [1].

Понятие «корпоративная культура» на сегодняшний день не имеет однозначного толкования. Практически каждый исследователь в этой области предлагает собственное оригинальное определение данного понятия [2]. В указанном выше документе, разработанном ОАО «РЖД», дается следующее определение: «Корпоративная культура – свод норм, правил, принципов и ценностей, основанных на истории Компании, ее миссии и предназначении; месте, занимаемом Компанией в социально-экономическом устройстве страны. Это совокупность всех параметров, которыми определяется поведение работников Компании в их взаимоотношениях между собой, с клиентами Компании, другими компаниями на рынке, органами власти и субъектами гражданского общества» [1, с. 45-46].

Давая оценку корпоративной культуре, которая сложилась в Компании в настоящее время, не стоит упускать из виду исторический факт ее зарождения и развития. Система взаимоотношений между работниками железнодорожной отрасли, органами государственной власти, предприятиями и организациями, экономически связанными с железной дорогой, по большей части сформировалась еще в Министерстве путей сообщений. Истоки формирования уходят во времена прокладки первой ветви железной дороги в Российской империи. Из-за специфики работы («полувоенное ведомство») сложилась определенная субкультура, главными отличительными чертами которой были дисциплинированность и патриотичность железнодорожников. Поэтому внедрение новых элементов корпоративной культуры на современном этапе обязательно сопровождается обращением к традициям, установившимся в железнодорожной отрасли [3].

Требования к корпоративному поведению сотрудников ОАО «РЖД» регулируются стандартами корпоративной культуры и, прежде всего, неотъемлемым и значимым ее компонентом – деловым этикетом. Деловой этикет, в отличие от этических норм, которые регулируют поведение с точки зрения морально-нравственных принципов, в первую очередь обращен к внешней стороне поведения. Главной задачей делового этикета является необходимость создания условий для сбалансированного сочетания эффективной деятельности Компании и работы каждого ее сотрудника.

Из текста документа «Стандарт корпоративной культуры» видно, что руководство ОАО РЖД твердо держит установку на ценности глобальных бизнес-стандартов: открытого и прозрачного ведения дел, основанного на высоком уровне доверия между партнерами. Доверие, как считает знаменитый американский политолог и философ Фрэнсис Фукуяма, является ключевым поняти-

ем современного глобального рынка. Именно дефицит доверия вызывает катастрофические нарушения в развитии экономики компаний, стран и регионов, особенно тяжело сказываясь на состоянии крупных корпораций [4]. Необходимым звеном реализации стратегических целей ОАО «РЖД» являются должностные лица, которым предписано служить для других работников примером с точки зрения следования этическим принципам. Признано, что некорректное выстраивание межличностных отношений с коллегами, клиентами и деловыми партнерами наносит ущерб репутации и имиджу ОАО «РЖД» в целом.

Воспитание личностных свойств, присущих корпоративной культуре, следует начинать как можно раньше, продолжать в период профессиональной подготовки в учебном заведении среднего и высшего звена, а также в условиях производственной деятельности. Такая задача может быть решена лишь в том случае, если материалы по истории отечественных железных дорог будут планомерно включаться в учебные программы ведомственных детских садов, профильных школ, лицеев, техникумов (колледжей) и вузов. Преподавание предметов, связанных с историей Компании, целесообразно вести не с информационных, а с воспитательных позиций – как источник примеров добросовестного и честного отношения к своей профессии [5]. Поэтому важным элементом в системе подготовки и развития персонала ОАО «РЖД» является созданная система непрерывного образования по схеме «детский сад – школа – вуз – структурное подразделение компании» [6].

Транспортный вуз принимает активное участие во всех мероприятиях, осуществляемых в системе непрерывного образования. Так, сотрудники вуза совместно со структурными подразделениями ОАО «РЖД» проводят активную профориентационную работу в школах. В самом университете в рамках дополнительных занятий с «целевиками» читаются дисциплины «Корпоративная культура ОАО «РЖД», «Бренд ОАО «РЖД». Большое влияние на формирование профессионального сознания студентов и их корпоративной культуры оказывают преподаватели специальных кафедр, имеющие длительный опыт работы на производстве, а также преподаватели-практики из числа руководителей и ведущих специалистов отрасли. Решению задачи формирования корпоративной культуры специалистов способствуют традиционно тесные связи транспортного вуза и основного работодателя для его выпускников – ОАО «РЖД». В настоящее время идет создание кафедр на производстве, сотрудники которых будут заниматься организацией практики студентов и обеспечивать совместную деятельность преподавателей вуза и специалистов Компании в научно-производственной сфере. Кроме того, транспортный вуз в рамках системы дополнительного профессионального образования регулярно проводит курсы повышения квалификации для руководителей и специалистов ОАО «РЖД», что также способствует тесному сотрудничеству и выработке единых подходов к подготовке кадров для железнодорожной отрасли.

Таким образом, в настоящее время в ОАО «РЖД» практически сформированы основные механизмы корпоративного управления, присущие передовым отечественным и зарубежным компаниям. Ведущие российские эксперты под-

тверждают, что ОАО "РЖД" достигнуты высокие результаты в области корпоративного управления. Функционирует центр внутренней политики и развития корпоративной культуры. Сегодня, в период кризисного обострения экономических проблем, роль корпоративной культуры сотрудников ОАО «РЖД» возрастает как никогда. Это та «субстанция», которая сплачивает коллектив компании перед лицом рыночной стихии, поэтому формирование корпоративной культуры способствует повышению уровня доверия как внутри ОАО «РЖД», так и со стороны ее партнеров. Решение этой важнейшей задачи требует совместных усилий самой Компании и учебных заведений, готовящих кадры для железнодорожной отрасли.

Список литературы:

1. Теория и практика корпоративного строительства. Стандарт корпоративной культуры. URL: <http://www.rc-analitik.ru/file/%7B2715f9e1-6532-4835-9124-b159fd2e1b67%7D>
2. Лапина Т.А. Корпоративная культура. Омск: ОмГУ, 2005. 96 с.
3. Конышева Е.Е. Корпоративная культура ОАО "РЖД" // Социально-гуманитарные и психолого-педагогические науки. 2008. №5. С. 134–143.
4. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, 2004. 730 с.
5. Булатова М.Н. Роль историко-культурного наследия в развитии корпоративной культуры ОАО «РЖД» // Пути сохранения и пропаганды исторического наследия ОАО «РЖД» URL: <http://volzd.ru/conference1-doc19.html>
6. Стратегия развития железнодорожного транспорта России до 2030 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_92060/?frame=4

© 2015, Савельева А.О.

Формирование корпоративной культуры у студентов – будущих специалистов железнодорожного транспорта

© 2015, Saveleva A.O.

Formation of corporate culture at students – future specialists of railway transport