

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.

Кутья Ірина Валеріївна, магістрант

Смігунова Олена Вікторівна, к.е.н., доцент кафедри організації виробництва, бізнесу і менеджменту

Кутья Олеся Валеріївна, старший викладач кафедри транспортних технологій і логістики Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

PERSONNEL MANAGEMENT: FEATURES OF IMPLEMENTATION AT TRANSPORT ENTERPRISES

Kutiya I., Smihunova O., Kutiya O.

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Сучасна кадрова політика транспортного підприємства має бути спрямована на ринкові умови господарювання [1]. Ефективна діяльність підприємства залежить від якісних і кількісних характеристик працівників, від результативності методів і механізмів управління ними. Підбір персоналу на підприємстві здійснюється в декілька етапів і включає в себе три складових: найм, набір і відбір. При формуванні системи підбору персоналу потрібно враховувати велику кількість факторів, що впливають на процес її функціонування, таких як: місце розташування і специфіка конкретної організації, законодавчих обмежень і можливостей, ситуація на ринку праці.

Формування колективу - основний елемент діяльності служби управління персоналом кожної компанії, і помилки, що виникають при нераціональному проведенні процесу підбору працівників, можуть дуже дорого коштувати організації.

Одним з елементів, що становлять кадрову політику організації, є адаптація персоналу. Приходячи в організацію, працівник має певні цілі, потреби, установки поведінки і висуває вимоги до нової роботи, до її змісту, умов, рівнем оплати праці. Організація в свою чергу висуває вимоги до працівника: освіта, кваліфікація, рівень продуктивності, дисципліна, керівництво очікує виконання працівником правил, соціальних норм і дотримання традицій, що склалися в організації. Активна взаємодія між прийнятим працівником і організацією - запорука ефективності їх подальшої спільної діяльності.

Рівень розвитку корпоративної культури є одним із показників професійності підприємства. В умовах стрімкого розвитку ринкових відносин, формування і успішне впровадження корпоративної культури є, без сумніву, одним із найнеобхідніших аспектів життєдіяльності компанії.

Велику увагу питанню відносин, що відповідають нормам корпоративної культури між працівниками компанії приділяють корпорації західних країн. Наприклад, головний виконавчий директор компанії «Men's Wearhouse» звільнив найрезультативнішого продавця (з точки зору прибутку), який систематично плямував добре ім'я компанії, та працював у розріз із установленою корпоративною культурою [2].

Також треба пам'ятати, що в нинішніх умовах ринку праці «ціну» на взаємовідносини «працівник-роботодавець» встановлює не тільки останній. Спеціалісти високого рівня також мають свої критерії та вимоги при виборі роботодавця. Працівник має свої очікування щодо нового місця роботи – щодо її змісту, умов праці, рівня заробітної плати. Організація, в свою чергу, має вимоги до працівника – кваліфікація, освіта, продуктивність, знання та навички, дисципліна, набір відповідних особистих якостей, повага до традицій та правил, встановлених в організації.

Інколи, роботодавець помилково вважає, що після усіх процедур оформлення нового працівника, питання із успішним заміщенням вакансії може бути закритим. Недоліки в системі кадрової політики, як однієї із гілок корпоративної культури, виявляються на етапі адаптації персоналу на новому місці роботи.

З першого робочого дня новий працівник стикається з адаптацією різних видів [3]: організаційною, що означає ознайомлення з дислокацією основних потужностей, усіх службових, підсобних, виробничих приміщень (хто за що відповідає,) до кого звернутися для вирішення проблем різного характеру); корпоративною – знайомство та представлення співробітнику компанії в цілому – її метою, місцем на ринку та в галузі, взаємодією з іншими структурами, історію заснування та розвитку, ієрархічною структурою тощо; соціальною – нормами та правилами поведінки, що вже склалися в середині колективу. Тобто, який стиль у спілкуванні (дружній або, виключно, діловий), наявність неофіційних «каст», теми дозволені та недозволені для обговорення як в робочий час, так і поза роботою; технічною – освоєння технічного та програмного забезпечення, освоєння та звикання до свого нового робочого місця, ознайомлення та вивчення роботи комп'ютерних програм тощо; професійною, що вже означає більш поглиблене знайомство зі своїми прямими професійними обов'язками. Навіть якщо підприємство взяло на роботу людину, що досконало володіє необхідними навичками, в кожній організації є своя специфіка (стандарти роботи, нормативні документи, технологічні карти); можливість навчання та підвищення рівня кваліфікації; техніка та технології, що використовують, безпосередньо на цьому підприємстві; психологічною – що є найвагомішою серед інших видів адаптації. На новому місці, можливо, потрібно буде звикати до нового графіку роботи та розпорядку дня, режиму роботи (довільне розпорядження власним робочим часом та перервами, чи суворий графік роботи); відряджень; манери спілкування всередині колективу, психологічного впливу з боку керівництва чи окремих працівників.

Так, наприклад, зі статистики одного харківського підприємства з виготовлення корпусних меблів, назвімо його «Підприємство 1», за 2020 рік звільнено 25 чоловік, із них 9 чоловік звільнено після терміну роботи 1-3 місяці, що складає 36% від загальної кількості звільнених за 2020 рік. Зі статистики іншого торгового підприємства, назвімо його «Підприємство 2» за 2020 рік звільнено 28 працівників, із них усього 4 працівників після терміну роботи 1-3 місяці, що складає 14% від загальної кількості звільнених за 2020 р. Тобто, можна говорити про те, що з-поміж багатьох можливих факторів впливу на вищезгадані показники, фактор успішної адаптації працівника відіграє вагомий роль. Можна говорити про те, що «Підприємство 2» приділяє більше уваги адаптації, ніж «Підприємство 1».

Одним із самих ефективних інструментів для проведення успішної адаптаційної програми являється наставництво. В багатьох випадках, перше враження та подальше ставлення до компанії у людини визначається тим, хто і як буде займатися його стажуванням. Від того, наскільки пильно компанія приділяє увагу вихованню наставників, їх кваліфікації, умінню донести інформацію і, головне, наскільки наставник розділяє і на власному прикладі впроваджує у свою роботу цінності компанії, залежить надання працівникові якісної платформи для проходження адаптації.

Колишній президент компанії Starbucks Г. Бехар успіх компанії вбачав, зокрема, у тому що компанія бере на роботу тих людей, що повністю розділяють їхню ідеологію. Якщо людина добросовісно і щиро не вірить у справу, яку виконує вся корпорація, то таку людину порівнюють з вірусом, якого потрібно терміново позбутися.[4].

Мати спільні інтереси, розподіляти та нести цінності компанії, не означає прищеплювати їх насильно. Підприємству доцільно надавати основну перевагу не тільки наявності професійних навичок у кандидата, а й наявності чіткої активної життєвої позиції, що співпадає з інтересами компанії. Тому, належна увага процесу адаптації як прояву сильної корпоративної культури забезпечить роботодавця «якісним» працівником і такими перевагами: зниження витрат на персонал, його пошук та навчання; зменшення відсотка плинності персоналу, що забезпечить високий рівень репутації щодо кадрової політики підприємства; підвищення рівня кваліфікації наставників; забезпечення якісної командної роботи.

З вищевикладеного можна зробити висновок, що перший етап професійної діяльності в середині колективу визначає подальший характер відносин між працівником та компанією в цілому. Належна увага, приділена налагодженню процесу адаптації, має прямі фінансові

вигоди для підприємства. Такий підхід не тільки сприятиме запобіганню фінансових втрат, а також принесе прибуток від кваліфікованого працівника, а якісно відібраний та успішно адаптований працівник стане новим «обличчям» компанії з високим рівнем корпоративної культури, якій будуть віддавати перевагу як клієнти, так і інвестори [5].

Список посилань

1. http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/56_Stoyan.htm
2. Р.Саттон. Не работайте с мудаками. И что делать, если они вокруг вас. Минск, 2015. 168 с.
3. Бехар Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks. 3-е изд. Москва: Альпина Паблишерз, 2016. 192 с.
4. Красноруцький О.О., Колпаченко Н.М., Смігунова О.В. Методики навчання менеджерів у міжнародних корпораціях: переваги та проблеми застосування. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 171. Харків: ХНТУСГ, 2016 р. С. 3 – 9.
5. Кутья І.В., Смігунова О.В. Адаптація персоналу в новому трудовому колективі як один із фундаментів успішної кадрової політики та корпоративної культури / Матеріали Всеукраїнської наукової конференції, присвяченої 100-річчю ДонНТУ, «Актуальні проблеми сучасної економіки та підприємництва». – Покровськ: ДонНТУ, 2021. – с. 120-125

УДК 656

БЕЗПЕКА ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

*Попович Павло Васильович, д.т.н., Шевчук Оксана Степанівна, к.т.н.,
Захарчук Олена Павлівна, к.т.н., Прогній Павло Богданович, к.т.н.
Західноукраїнський національний університет*

SAFETY OF PASSENGER TRANSPORTATION

*Popovych P.V., Shevchuk O.S., Zakharchuk O.P., Prohnii P.V.
West Ukrainian National University*

В умовах пандемії COVID-19 виникають значні проблеми з позиції безпеки при пасажирських перевезеннях громадським транспортом. Динамічна політика швидкого реагування при перевезеннях людей для зменшення ризиків зараження пасажирів і водіїв забезпечується тим, що необхідним є надання дозволу муніципальними органами влади на перевезення людей без обтяжуючих зайвих обмежень щодо числа пасажирів у салоні з обов'язковим дотриманням максимального заповнення салону автобуса пасажирами відповідно до передбачених конструкцію транспортного засобу числа сидячих місць. Комфорт громадського транспорту в країнах Євросоюзу контролюється стандартом якості EN 13816 - стандарт обслуговування в громадському транспорті, який оцінює рівень задоволеності пасажирів за переліком таких факторів як зручність, доступність, інформування, час/тривалість, обслуговування клієнтів, комфорт їзди, безпека та вплив на навколишнє середовище. Стандарт ISO 2631-1 регулює дотримання механічних показників (рівень шуму від кочення коліс, ін.), тому він використовується при проектуванні транспортних засобів. Загальновідомо, в Україні, при проектуванні транспортних мереж до уваги приймаються, в основному, тривалість поїздки пасажирів до пункту призначення. Незважаючи на те, що зручність пасажирів і безпека є базовими факторами попиту для громадського транспорту, таким показником, як зручність в нас зазвичай нехтується, це є актуальним при проектуванні транспортних систем середніх міст, хоча на практиці вибір пасажирами громадського транспорту визначається багатьма чинниками. Це обумовлює актуальність досліджень транспортної системи для прийняття науково обґрунтованих рішень при розробці і забезпеченні її ефективного функціонування.

З метою підвищення рівня безпеки, а також зменшення рівня дискомфорту у громадському транспорті, транспортна послуга має проектуватися таким чином, щоб