

3. *Rodriges A. M.* Новейшая история зарубежных стран XX век [Текст] / А. М. Родригес. М., 2001.
4. *Стеукевич С. М.* Новейшая история зарубежных стран XX век Европа и Америка 1939-1957 [Текст] / С. М. Стеукевич. М., 1978.
5. *Belderok B., Mesdag H., Dingena A.* Bread-making quality of wheat: A century of breeding in Europe [Текст] / B. Belderok, H. Mesdag, A. Dingena. New York, 2000.
6. *Гренвилл Дж.* История XX века. Люди. События. Факты / пер. с англ. О. Суворов [Текст] / Дж. Гренвилл. Москва, 1999.
7. *Внешняя и колониальная политика Великобритании в XVIII–XX вв.* Ярославль, 1993 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://poisk-gu.ru/s11352t2.html>.
8. *Кульбакин В. Д.* Очерки новейшей истории Германии [Текст] / В. Д. Кульбакин. Москва, 1962.
9. *Jango-Cohen J.* The History of Food [Текст] / J Jango-Cohen. Minneapolis, 2006.
11. *Байер К., Шейнберг Л.* Здоровый образ жизни [Текст] / К. Байер, Л. Шейнберг. Москва, 1997.
12. *Канаевский Е. М., Краснянский Э. В. и др.* О продуктах и культуре потребления [Текст] / Е. М. Канаевский, Э. В. Краснянский. Москва, 1988.
13. *Schlosser E.* Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal. [Текст] / E. Schlosser. Boston, 2001.

Рассадникова В.Г.

г. Екатеринбург

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

На сегодняшний день вопрос о создании эффективной системы внутрикорпоративных связей с общественностью стоит перед многими российскими компаниями. Актуальна эта тема и для предприятий транспортной отрасли.

Внутрикорпоративные связи с общественностью, по нашему мнению, представляют собой четко продуманную и взвешенную информационно-коммуникационную политику, направленную на поддержание положительного имиджа организации в сознании сотрудников [1, с. 13].

Согласно Стратегии управления кадровым потенциалом ОАО «РЖД» на период до 2020 года функциональной задачей в области внутрикорпоративных коммуникаций является развитие в компании единого информационного пространства и формирование дополнительных нематериальных стимулов вовлеченности и мотивированности персонала, содействие в осуществлении управленческой деятельности и решении стратегических и операционных задач, развитие современной корпоративной культуры [2, с. 32].

В рамках реализации данного направления работы с персоналом нами было проведено исследование, целью которого был поиск путей повышения эффективности системы внутрикорпоративных связей с общественностью в Эксплуатационном локомотивном депо. Профиль деятельности предприятия – удовлетворение потребностей в перевозках грузов при безусловном обеспечении безопасности движения и сохранности перевозимых грузов, эффективное использование технических средств, соблюдение требований охраны окружающей природной среды. Организация обеспечивает содержание локомотивов и наличие локомотивных бригад, необходимых для осуществления перевозочного процесса согласно объемам перевозок.

Оценка эффективности информационно-коммуникационной политики предприятия проводилась в три этапа с использованием различных методов исследования, таких как анализ документов, экспертный опрос руководителей структурных подразделений и специалистов по управлению персоналом, анкетирование ключевой категории работников – машинистов и помощников машинистов.

Так, в ходе комплексного исследования были выявлены достоинства коммуникационного пространства ОАО «РЖД» и изучаемого нами предприятия. К ним относятся:

- наличие эффективной внутрикоммуникационной инфраструктуры, которая обеспечивает единство корпоративного информационного пространства ОАО «РЖД»;

- осуществление коммуникаций от имени единого монолитного бренда ОАО «РЖД»;

- документационное сопровождение коммуникационной политики предприятия (Концепция развития системы внутрикорпоративных коммуникаций ОАО «РЖД», Положение об информационной политике ОАО «РЖД» и т.д.);

- наличие в ОАО «РЖД» специальных структурных подразделений, целью которых является установление и поддержание внутрикорпоративных коммуникаций;

- функционирование системы проведения исследований на общесетевом и локальном уровнях (в границах железных дорог), направленных на изучение мнения работников по принимаемым в компании решениям;

- широкий спектр каналов информирования персонала (обще-корпоративный День информирования, телеканал «РЖД ТВ», дорожные газеты, Интернет, информационные стенды, собрания и т.д.);

- краткость, ясность, полнота предоставляемой информации и т.д.

Однако, несмотря на выявленные положительные аспекты и в целом высокую оценку качества информационных потоков и удовлетворенность «внутренних» клиентов тем, как обеспечиваются их информационные потребности, нами были выявлены и некоторые «узкие места», которые мы рассматривали как зоны возможного повышения эффективности существующей системы внутрикорпоративных связей с общественностью.

К проблемным зонам мы отнесли:

- отсутствие в Депо специалиста по связям с общественностью, функции по информированию персонала децентрализованы;

- неразвитость инструментов получения обратной связи от персонала (ящики вопросов и предложений на предприятии практически не функционируют), отсутствие средств адресных внутрикорпоративных коммуникаций с обеспечением обратной связи от работников, имеющих разъездной характер работы;

- не всегда своевременное обновление контента на информационных стендах, досках для объявлений;

- наличие на предприятии неработающего электронного табло;

- невысокий уровень культуры проведения собраний, совещаний;

- недостаточное информирование работников по вопросам кадровой и социальной политики организации и незнание частью рядовых сотрудников основных источников получения данной информации;

- редкость проведения торжественных корпоративных мероприятий и использования их как каналов внутрикорпоративных коммуникаций.

С целью решения выявленных проблем нами был разработан проект, включающий в себя шесть направлений деятельности.

В рамках улучшения технического оснащения системы внутрикорпоративных связей с общественностью в Депо было предложено приобрести и установить электронное информационное табло взамен неработающему.

В целях усиления роли отдела управления персоналом в информировании сотрудников Депо и повышения имиджа данного структурного подразделения в организации было рекомендовано, во-первых, закрепить обязанности по организации и поддержанию внутрикорпоративных коммуникаций за инспектором по социальным вопросам с внесением изменений в должностную инструкцию. Во-вторых, организовать участие инспектора по социальным вопросам в рабочих собраниях и совещаниях с возможностью проведения сессии вопросов и ответов.

В рамках третьего направления «Разработка и внедрение каналов внутрикорпоративных коммуникаций, основанных на эффекте обратной связи от персонала» было предложено осуществление следующих действий и мероприятий.

Во-первых, это приобретение и внедрение в практику работы Отдела управления персоналом корпоративного сотового телефона с sim-картой, подключенной к безлимитному тарифу для оперативной связи с сотрудниками, имеющими разъездной характер трудовой деятельности.

Во-вторых, установка двух ящиков вопросов и предложений, организация оперативной реакции на запросы и обращения персонала.

В-третьих, продолжение практики проведения социологических исследований, направленных на формирование информационной базы об удовлетворенности работников различными аспектами управления персоналом.

С целью повышения уровня коммуникационных компетенций руководителей была предложена программа обучения по развитию навыков подготовки, организации, проведения совещаний и собраний.

Для обеспечения большей информационной насыщенности сообщений по ключевым темам всех направлений деятельности системы управления кадровым потенциалом предприятия и оптимизации организации работы каналов внутрикорпоративных коммуникаций было предложено осуществление таких мероприятий как:

- 1) Разработка и распространение среди персонала памятки о социальных проектах и программах ОАО «РЖД»;

- 2) Оформление уголка контактов (телефон, адрес электронной почты) ключевых специалистов по кадровой и социальной политике на

информационных стендах, разработка и распространение памятки с контактными данными среди новичков;

3) Закрепление за инспектором по социальным вопросам в должностной инструкции обязанности своевременного обновления информации на стендах согласно графика.

С целью увеличения количества корпоративных мероприятий, используемых как каналы внутрикорпоративных коммуникаций, было предложено: внести в календарь событий организации профессиональный праздник – День машиниста; организовать тренинги по командообразованию.

Считаем, что реализация разработанного нами проекта позволит повысить уровень информированности сотрудников, сформировать сильную корпоративную культуру, улучшить социально-психологический климат, обеспечить доверие сотрудников и повысить их лояльность путем вовлечения в жизнь организации.

Библиографический список:

1. *Минаева Л. В.* Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов [Текст] / Л. В. Минаева. Москва: Аспект Пресс, 2010. 287 с.

2. *Стратегия* управления кадровым потенциалом ОАО «РЖД» на период до 2020 года, утвержденная распоряжением ОАО «РЖД» от 9 декабря 2016 г. № 2501.

3. *Управление персоналом на производстве* : учебник / под ред. д-ра социол. наук, профессора Н. И. Шаталовой; д-ра техн. наук, профессора А. Г. Галкина [Текст] / Н. И. Шаталова. Екатеринбург: Изд-во УрГУПС, 2013. 557 с.

Решетникова М.М., Фалеева Е.В.

г. Екатеринбург

СОЦИАЛЬНО-МЕДИЦИНСКИЕ АСПЕКТЫ ДИАГНОСТИКИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Качество жизни является наиболее важной социальной категорией, которая характеризует структуру потребностей человека и возможности их удовлетворения.

Понятие «качество жизни» употребляется как нормативный эталон благосостояния, включающий не только материальные, но и социальные,