

стороны, расчётные значения являются базой для диагностики возникновения кризисов в будущем.

Методы диагностирования можно разделить на аналитические, экспертные, линейное и динамическое программирование, математическое моделирование и другие. Наиболее часто при диагностике кризиса используются многофакторные математические модели. Одним из важнейших условий в диагностировании кризисных ситуаций является фактор времени. Он определяет методы проведения диагностики. Как правило, при диагностике кризисов рассматриваются не только статические значения показателей, но и изменение их состояния в течение определенного периода времени [1].

Менеджеру по антикризисному управлению в своей деятельности приходится работать с большими объемами информации, чтобы принимать на ее основе оптимальные управленческие решения. Очевидно, что без использования современных информационных технологий экономического прогнозирования, финансовом анализе, планировании, статистической обработке данных ему не обойтись [3, с.66].

Анализ отечественного рынка пакетов прикладных программ показал, что по комплексной автоматизации антикризисного управления промышленными предприятиями специализированных программных продуктов нет. Однако существует огромное их количество, в помощь менеджеру для осуществления отдельных этапов антикризисных программ. Следует отметить, что не все процессы могут быть управляемыми, поскольку невозможность прогнозировать превращает их в стихийные.

С появлением кризисной ситуации возникает потребность прогнозировать ход ее развития (глубину и продолжительность), рассчитать затраты и результаты принимаемых мер, то есть выявить явные угрозы безопасности существования экономического объекта. При принятии решения по выходу из данной ситуации является очень важным обоснованно прогнозировать возможность достижения новой цели, выполнение вновь установленных стандартов и выявить те последствия (экономического, политического, экологического характера), которые ожидаются после выхода из кризиса [2, с. 89]. Антикризисное управление – это процесс предотвращения и преодоления кризиса, отвечающий стратегии предприятия и соответствующий объективным тенденциям ее развития.

Литература

1. Деловой портал «Управление производством». Энциклопедия производственного менеджера. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/metody-prognozirovaniya.html>.
2. Суздальцев О.М., Гайдаш К.А. Антикризисное управление как одно из направлений повышения эффективности деятельности предприятия / Вестник Донецкого университета экономики и права. – 2012. – № 1. – С. 88-92.
3. Беляев А.А., Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 311 с.

Макиенко Е.А., Шумаева Е.А., к.гос.упр., доц.

ДВНЗ «Донецкий национальный технический университет»

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ВНУТРЕНнюю МОТИВАЦИЮ РАБОТНИКОВ

Эффективный менеджмент – это способность руководителя максимально раскрыть интеллектуальный потенциал своих сотрудников. Этого не добиться без понимания движущих сил, определяющих поведение и работу человека в организации. О побуждениях сотрудников работать с высокой самоотдачей задумывается каждый руководитель и HR-менеджер, а наличие или отсутствие внутренней мотивации часто воспринимается как данность, случайный фактор, который просто есть или нет. Однако внутренняя мотивация это мощный ресурс, которым можно и нужно управлять.

Вопросами развития корпоративной культуры и повышения внутренней мотивации занимались многие ученые и практики, такие как: Д. Цор, В.И. Чирков, Д.Рокфлер, Р. Саттон

и другие.

В процессе создания систем мотивации изучаются различные факторы, побуждающие работника к высокопроизводительному труду. Одним из таких факторов является внутренняя мотивация работников. Из большого количества определений понятия внутренней мотивации работников, можно выделить следующие. Внутренняя мотивация – это подсознательное побуждение человека к действию, не вызванное мотиваторами из внешней среды [1].

На динамику внутренней мотивации человека влияет множество факторов, которые могут как мотивировать, так и демотивировать работника. Среди них:

- ценностно-ориентационные установки;
- психологические особенности человека;
- стремление к самовыражению;
- самооценка [1].

Ценностно-ориентационные установки для каждого человека различные, вызванные индивидуальными приоритетами. Они зависят от потребностей, целей, планов конкретного сотрудника. В течение всей трудовой жизни ценностно-ориентационные установки меняются. Вместе с тем, существуют универсальные ценности личности, связанные с престижем компании, ее направленностью, культурой поведения в коллективе, что в свою очередь определяет корпоративные ценности организации.

Корпоративные ценности компании – это система основных принципов и постулатов, на которых основана деятельность предприятия. В основном в компаниях под ценностями понимают правила и нормы поведения, направленность компании и т.д. На укрепление корпоративных ценностей и развитие организационной культуры влияют следующие факторы:

- ментальность работника;
- личность руководителя (положительный и отрицательный пример);
- вид деятельности компании;
- организация рабочего процесса [2].

Во многих отечественных компаниях корпоративные ценности прописаны лишь формально и в значительной мере не влияют на деятельность компании. Это обусловлено стремлением собственников к получению максимальных доходов быстрыми темпами.

В большинстве случаев после смены руководителя или руководящего звена изменяются устои компании, трудовая дисциплина в коллективе, правила поведения сотрудников и все это, сказывается на внутренней мотивации сотрудников как в положительную, так и в отрицательную сторону. Сотруднику важно ощущать степень вовлечения в бизнес-процессы, поощрения их инициативности, быть нужным своей компании.

Сравнив факторы, определяющие внутреннюю мотивацию работников и корпоративные ценности компании, например, ментальность работника и его психологические особенности, можно сделать вывод о том, что эти процессы оказывают взаимное влияние и имеют тесную взаимосвязь. Любые изменения в ценностях компании и отношения к ним взаимосвязаны и сказываются на внутренней мотивации человека. Рассмотрим эту взаимосвязь на примере российских сотрудников, работающих или в российских, или в американских компаниях. В американских компаниях существует четкая система корпоративных ценностей и доступные, открытые руководители, в отличие от российских компаний. Для изучения факторов влияющих на внутреннюю мотивацию работников исследовались настроения 100 работников российских и американских организаций.

Данный анализ показывает, что сотрудники американской компании в среднем на 17% больше удовлетворены своей работой. Наибольшие расхождения наблюдаются в таких факторах как: гордость за компанию и признательность компании за заботу о сотрудниках, а это значит, что работники российских компаний меньше всего довольны основными

показателями, влияющими на внутреннюю мотивацию.

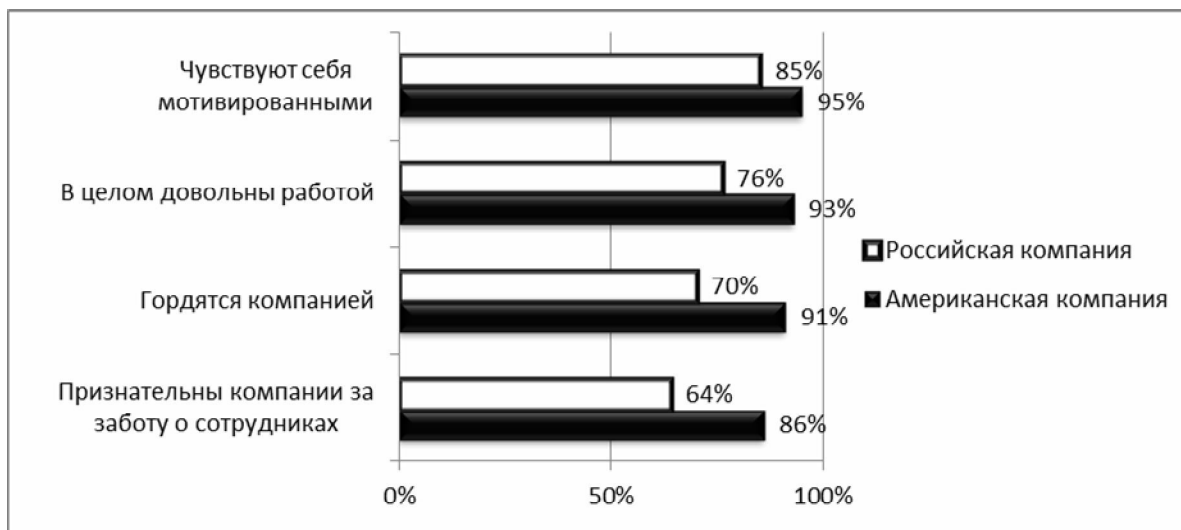


Рис. 1. Факторы, влияющие на внутреннюю мотивацию работников [3]

Таким образом, корпоративные ценности в значительной степени влияют на внутреннюю мотивацию работников и играют важную роль в достижении целей организации. В связи с этим руководство компании должно уделять постоянное внимание развитию корпоративных ценностей с учетом влияния внешней и внутренней среды организации.

Литература

1. Внутренняя мотивация. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://motivation4you.ru/samomotivaciya/112-vnutrenniaya-motivacia.html>.
2. Особенности корпоративной культуры в отечественных компаниях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizkiev.com/content/view/273/205/>.
3. Курих А. Влияние американских корпоративных ценностей на российских сотрудников. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adlife.spb.ru/news/4310>.

Максименко М.И., Шумаева Е.А., к.гос.упр., доц.

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

Сегодня не приходится говорить о важности внедрения систем менеджмента качества на промышленных предприятиях. Это позволяет создать ряд конкурентных преимуществ, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Являясь одной из ведущих отраслей промышленности, металлургия должна соответствовать требованиям рынка. Большинство металлургических предприятий уже успешно внедрили интегрированные системы менеджмента качества и сейчас занимаются их постоянным усовершенствованием.

Особенности систем менеджмента качества на металлургических предприятиях во многом обусловлены спецификой производства. Успешное функционирование систем менеджмента качества на металлургических предприятиях позволяет изготавливать высококачественную продукцию. Уровень качества металлопродукции обуславливает качество продукции в смежных отраслях, в частности, машиностроении. Внедрение систем менеджмента качества на предприятиях помогает упорядочить работу, снизить издержки, повысить эффективность и качество продукции.

Изучением проблемы создания и внедрения систем управления качеством на металлургических предприятиях в данный момент занимаются В.Е. Швец, С.С. Коций, Ю.М. Карелин, А.В. Глазунов.