

Лишних людей на «Автодиз

Сегодня наш Ярославский моторный – по-прежнему флагман отечественного дизелестроения. У нас свои заказчики, потребители, и спрос на продукцию марки ЯМЗ в России и ближнем зарубежье не падает – растет. Коллектив известен своими славными традициями, людьми, которые также составляют славу своему городу и по большому счету своей стране. Мы – одни из самых крупных налогоплательщиков в бюджеты всех уровней: 1,5 млрд. рублей в год. Лучше будет жить и работать завод – это сразу почувствуют на себе все жители Ярославля. Судите сами, на заводе трудится около 19 тысяч человек. За каждым – семья, дети, родители, соседи. За нами – предприятия-смежники, поставщики. И получается, полгорода смотрит на завод как на потенциального кормильца.

Основная ценность для завода – люди, и мы открываем двери отдела кадров. Мы готовы принять, обучить каждого. Не надо иметь какое-то особое специальное образование, чтобы устроиться к нам на завод. Нужно просто желать хорошо работать, быть готовым проникнуться нашими корпоративными интересами. И мы человека всему научим. Учиться либо переучиваться на моторном сейчас приходится каждому, независимо от должности, образования, социального положения, зарплаты. Взятая за основу система бережливого производства, и время, в котором мы живем, обозначено соответственно как «время бережливого производства». Тут мы ничего не придумали, концепция родилась и давно и успешно отработана не только в Японии – стране экономического чуда, но и в крупнейших

компаниях Америки и Европы. Оптимизируя производство, реструктуризируя предприятие, мы создаем условия для будущего процветания нашего «Автодизеля».

Один из основных принципов философии производственной системы ОАО «Автодизель» – «люди – это самый ценный актив компании». При этом я уверен, что их ни в коем случае нельзя рассматривать как безликую массу. В действительности каждый человек – уникален. И с каждым на этапе перестройки производства нужно как следует поработать. Я думаю, это самое трудное сейчас: изменить психологию людей, подходы к решению производственных, а возможно, и жизненно важных проблем, заставить по-новому оценить себя и свои способности.

Кому-то покажется сомни-

тельным, нереальным, что в многотысячном коллективе удастся дойти, достучаться до сознания каждого работника. Но другого выхода у нас просто нет. Чтобы окончательно вписаться в условия рынка, найти свою нишу в нем с учетом «сюрпризов», которые готовит вступление России в ВТО, нам предстоит не только кардинально перестроить производство, но и в корне измениться самим.

Да, у нас есть трудности. Каждодневно, кропотливо и исподволь мы – это руководители в первую очередь – учимся по-другому смотреть на вверенное нам хозяйство, людей, упрощаем структуры. По-новому выстраиваем личностные связи. И здесь тоже ничего придумывать не надо. Первая заповедь философии нашей производственной системы – «всегда думай о заказчике». Гипотетичный «он» – это такой же, скажем, начальник цеха или участка или мастер – твой заказчик, то есть в условиях производства потребитель продукции, которую выпустил твой цех. Вот и уважай его, не подводи, всячески учитывай его интересы.

Конечный результат нашей общей работы – это продукция, которую мы выпустили, качество ее, цена наших усилий и как мы сумели продукцию реализовать. Организация труда успешна в том случае, если в наличии снижение расходов, увеличение прибы-

ли. Будут эти слагаемые – будет у людей достойная зарплата. В последнем заинтересованы все. Значит, понятие плана перестает быть абстрактным. В успешной реализации производственной программы связаны все.

Лишних людей на сегодняшний день у нас на заводе нет. Ну, разве лишь пьяницы и разгильдяи. От них избавляемся и намерены впредь избавляться.

Мы рассматриваем работника не только как уникальную личность, индивидуальность, но и как человека команды, в широком смысле – компании.

В связи с этим должно быть хорошо усвоено понятие корпоративной культуры. Воспитание таковой тоже предусматривает элемент преодоления. Мы, ярославские моторостроители, а вместе с нами и все наши партнеры по холдингу «Рус-ПромАвто», составляем ту «группу людей, круг лиц одной профессии, одного сословия» (согласно толковому словарю), которые объединены в одну корпорацию одинаковыми интересами и требованиями к каждому отдельному работнику. Готовы ли мы играть по новым правилам? Я убежден: да. И так мыслят многие на моторном. Не бойтесь преобразований на «Автодизеле» – они только к лучшему. Для всех нас!

Владимир ЗАХАРОВ,
директор по персоналу
ОАО «Автодизель».



на «Автодизеле» нет

ли. Будут эти слагаемые – будет у людей достойная зарплата. В последнем заинтересованы все. Значит, понятие плана перестает быть абстрактным. В успешной реализации производственной программы завязаны все.

Лишних людей на сегодняшний день у нас на заводе нет. Ну, разве лишь пьяницы и разгильдяи. От них избавляемся и намерены впредь избавляться.

Мы рассматриваем работника не только как уникальную личность, индивидуальность, но и как человека команды, в широком смысле – компании.

В связи с этим должно быть хорошо усвоено понятие корпоративной культуры. Воспитание таковой тоже предусматривает элемент преодоления. Мы, ярославские моторостроители, а вместе с нами и все наши партнеры по холдингу «РусПромАвто», составляем ту «группу людей, круг лиц одной профессии, одного сословия» (согласно толковому словарю), которые объединены в одну корпорацию одинаковыми интересами и требованиями к каждому отдельному работнику. Готовы ли мы играть по новым правилам? Я убежден: да. И так мыслят многие на моторном. Не бойтесь преобразований на «Автодизеле» – они только к лучшему. Для всех нас!

Владимир ЗАХАРОВ,
директор по персоналу
ОАО «Автодизель».

