

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - **«Корпоративная культура: источники, традиции, современное состояние, тенденции развития и способы оптимизации имеющихся проблем».**

Актуальность темы обусловлена тем, что корпоративная культура представляет важность для всех процессов функционирования организации, и ее влияние сказывается на важнейших аспектах деятельности организации: инновационной политике, кадровой и социальной политике, маркетинге, продажах.

Слайд 2

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение феномена корпоративной культуры и разработка рекомендаций по развитию корпоративной культуры в ОАО «Сбербанк России».

Слайд 3

В первой главе работы рассматривается **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ.**

В ходе изучения литературных источников были выявлены несколько подходов к определению понятия корпоративная культура. Основной акцент в каждом из определений делается на том, что Корпоративная культура – это неотъемлемая часть жизнедеятельности компании, она оказывает существенное влияние на ее эффективность.

Слайд 4

С помощью корпоративной культуры: формируется определенный имидж организации, который выступает в качестве определяющего отличия ее от любой другой. К корпоративной культуре можно отнести целый ряд компонентов, представленных на слайде.

Слайд 5

Типология корпоративных культур, которую предложил Джеффри Зонненфельд, - одна из самых популярных и общепринята в рамках классического западного менеджмента. В рамках данной типологии выделяются следующие основные типы корпоративных культур:

1. Бейсбольная команда
2. Клубная культура
3. Академическая культура
4. Оборонная культура

Слайд 6

Нужно отметить, что в рамках современного бизнеса корпоративная культура – одно из важнейших условий для успешного функционирования работы предприятия, фундамент, способствующий ее динамичному росту, своего рода гарант стремления к повышению эффективности.

Основой современных корпораций является новая корпоративная философия - ценности «общей судьбы».

Слайд 7

Процесс создания корпоративной культуры постоянен, происходит на протяжении достаточно продолжительного времени и осуществляется самими сотрудниками компании с учетом их определенного поведения. Типичное поведение становится нормой, которой начинает следовать весь коллектив компании и которая должна приниматься всеми новыми сотрудниками, появляющимися в компании.

Слайд 8

Для достижения поставленной в начале работы цели, во второй главе работы производится АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ».

ОАО «Сбербанк России» является российским коммерческим банком, международной финансовой группой, одним из крупнейших банков России и Европы.

Миссия Банка: «Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты».

Динамика основных статей отчета о финансовых результатах в 2014 году относительно 2013 года характеризуется положительными значениями:

- увеличение чистого процентного дохода на 18,3%;
- рост чистых комиссионных доходов на 21,4%;
- увеличение комиссионного дохода на 24,0%;
- рост операционных доходов на 26,8%.

Слайд 9

Об отношении банка к корпоративным ценностям говорят следующие слова президента Сбербанка Германа Грефа. Он говорит о том, что одной из долгосрочных целей банка должна быть - создание компании с уникальной корпоративной культурой

Слайд 10

Анализ корпоративной культуры банка показал, что корпоративная культура в ОАО «Сбербанк России» реализуется с помощью инструментов, представленных на слайде номер 9.

Процесс формирования единой команды невозможен в случае отсутствия чувств эмоциональной причастности. Сбербанком прилагаются масса усилий для формирования корпоративной культуры, соответствующей ценностям Банка, с одной стороны, и комфортной и способствующей развитию профессиональных навыков и реализации амбиций сотрудников, с другой.

Слайд 11

В таблице на слайде номер 11 перечислены виды корпоративных культур, к которым может быть отнесена корпоративная культура Сбербанка.

Корпоративная культура Сбербанка – это особая среда, которая позволяет сотрудникам проявлять свои лучшие качества, достигать стабильно высокого профессионального результата, превосходить ожидания клиентов и чувствовать гордость за свою работу и за Банк в целом.

Слайд 12

В 2014г. было проведено исследование вовлеченности персонала Банка. Вовлеченность - готовность сотрудников выходить за рамки своих обязанностей, тратить дополнительную энергию для достижения целей Компании.

По результатам исследования было выявлено, что рост индекса вовлеченности, в разной степени, наблюдался во всех территориальных банках, блоках и крупных категориях персонала.

Основные направления удержания/ повышения вовлеченности в 2015 году:

- Подробные отчеты и библиотека готовых решений с конкретными и практичными рекомендациями для каждого менеджера;
 - Внедрение нового формата мотивационных программ для улучшения качества обратной связи и внедрения новых ценностей;
 - Внедрение нового стандарта адаптации сотрудников;
- И другие.

Слайд 13

Также в 2014г. международная консалтинговая компания McKinsey & Company проводила сравнительный анализ корпоративной культуры 2008г и 2014г.

По сравнению с 2008г. Банк сделал огромный шаг в совершенствовании корпоративной культуры: есть атрибуты, которые необходимо развить, но также есть текущие атрибуты, которые необходимо сохранить.

Основные негативные атрибуты корпоративной культуры представлены на слайде.

Слайд 14

В ходе исследования были выявлены и желаемые атрибуты корпоративной культуры – то, к чему необходимо стремиться. Именно эти атрибуты должны быть внедрены в корпоративную культуру банка.

Слайд 15

С этой целью нами была разработана единая программа по развитию корпоративной культуры, охватывающая различные области деятельности банка.

Цели этой программы:

- Повышение вовлеченности сотрудников.
- Рост удовлетворенность и лояльность внутренних и внешних клиентов.
- Построение культуры, в центре которой лежит миссия.
- Построение зрелой и эффективной организации.

Для достижения цели необходимо осуществить ряд мероприятий. Так, в области коммуникативной политики необходимо:

- Каскадирование Книги ценностей и Кодекса
- Создание страницы корпоративной культуры на корпоративном портале банка
- Разработка коммуникации приоритетов в области корпоративной для руководителей блоков
- Организация «Горячей линии» по вопросам корпоративной культуры

В области обучения необходимо:

- Разработать Программу по корпоративной культуре и по эмоциональному интеллекту
- Создание Библиотеки примеров по трансформации корпоративной культуры
- Обеспечение Адаптации программ обучения корпоративного университета

Слайд 16

Также нами были расписаны мероприятия в области ролевых моделей руководства.

Слайд 17

Прописаны изменения в hr-процессах и в вовлеченности сотрудников.

Слайд 18

Как результат от внедрения предложенных мероприятий планируется

1. Обеспечение долгосрочных конкурентных преимуществ Сбербанка.

2. Формирование модели поведения сотрудников, соответствующий миссии и ценностям и способствующей выполнению стратегии.
3. Формирование HR – бренда лучшего работодателя на рынке.
4. Реализация социальных инициатив (образовательные проекты, благотворительность, кадровый резерв, инструменты изменения культуры).

Слайд 19

Таким образом, Цель работы - рассмотреть феномен корпоративной культуры и разработать рекомендаций по развитию корпоративной культуры в ОАО «Сбербанк России» – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.