

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ВКР – **«Корпоративная культура, как инструмент кадровой политики (на примере ООО «Ант»)».**

Слайд 2

Цель работы - анализ корпоративной культуры ООО «Ант» как инструмента кадровой политики.

Задачи данной работы Вы можете увидеть на данном слайде.

Слайд 3

Исследуемое предприятие – мебельная фабрика «Ант» (ООО «Ант»). Ведущий производитель мягкой мебели в Забайкальском крае. Основана в 1992 г. Коллектив мебельной фабрики за последние три года составлял 90- 100 человек.

Главные виды продукции, производимые предприятием:

корпусная мебель,

мягкая мебель

столярные изделия и продукция деревообработки.

Для ООО «Ант» использовано создание функциональной структуры управления с выделением следующих структурных подразделений, представленных на рисунке – НА СЛАЙДЕ.

Слайд 4

Изучение структуры кадров осуществляется путем сопоставления фактических и базисных (плановых) удельных весов численности каждой категории работников в общей численности (таблица НА СЛАЙДЕ).

Анализ структуры кадров ООО «Ант» показал, что в составе работников наибольший удельный вес занимают рабочие.

Слайд 5

Анализ структуры кадров ООО «Ант» по стажу работы – ТАБЛИЦА НА СЛАЙДЕ.

Основной контингент работников ООО «Ант» имеет стаж работы до 3 лет. Это молодежь, недавно пришедшая работать на предприятие. Значительна доля работников, имеющих общий стаж работы 3-5 лет, 5-10 лет и работников, которые отработали на производстве свыше 10 лет. Очевидно, что в силу того, что ООО «Ант» было создано в 1992 г., работники, имеющие большой стаж работы, не могли полностью его получить на ООО «Ант», но плюсом для предприятия является то, что руководство смогло привлечь и удержать высококвалифицированные кадры с большим опытом работы

Слайд 6

Основные функции по разработке кадровой политике возложены на отдел кадров. Отдел возглавляется начальником отдела и действует на основании Положения об отделе. Перечень функций отдела кадров приведен в таблице – на слайде.

Тем самым, анализ функций специалистов отдела кадров свидетельствует, что кадровая работа в ООО «Ант» заключается преимущественно в документальном оформлении результатов отбора, оценки (аттестации) персонала, составлении отчетности по кадрам.

Слайд 7

Используются в ООО «Ант» и неформальные источники набора персонала – поиск претендентов среди знакомых, родственников. Тем самым, можно говорить о том, что в организации действует открытая кадровая политика. Система внешних и внутренних источников приведена в таблице – на слайде.

Таким образом, в ООО «Ант» используются не все источники набора персонала, а лишь некоторые из них (печатные СМИ, обращение в кадровые агентства, поиск среди выпускников вузов, поиск среди сотрудников организации).

Слайд 8

В качестве приоритетных корпоративных ценностей и принципов мебельной фабрики «Ант» провозглашаются следующие (рисунок на слайде):

- Клиентоориентированность.
- Развитие сотрудников.
- Ориентация на результат.
- Команда и сотрудничество.
- Честность, доверие, порядочность.
- Профессионализм.
- Лояльность и разделение видения компании.

Слайд 9

Для поддержания и укрепления корпоративного духа в ООО «Ант» осуществляются следующие мероприятия:

- информирование всех работников о миссии и корпоративных ценностях предприятия;
- обеспечение понимания каждым работником необходимости его труда, его роли в общем деле;
- развитие системы мотивации и социальной защиты работников предприятия;
- совершенствование системы корпоративных поощрений;
- проведение корпоративных праздников;

- проведение мероприятий по популяризации физкультуры и спорта среди работников предприятия;
- внедрение фирменного корпоративного стиля.

Слайд 10

По результатам SWOT-анализа мы обнаружили некоторые проблемы, которые в будущем могут подорвать основы сформированной корпоративной культуры ООО «Ант».

К проблемам корпоративной культуры мебельной фабрики «Ант» относятся:

1. Отсутствие стратегии развития корпоративной культуры. В организации есть только Корпоративный кодекс ООО «Ант», закрепляющий нормы поведения в учреждении.
2. Использование современных информационных технологий только для справочного представления организации во внешней среде, отсутствие на сайте предприятия информации о корпоративных целях и принципах, миссии и цели предприятия, отсутствие внутренних корпоративных коммуникаций с использованием ИКТ.
3. Отсутствие системной диагностики уровня корпоративной культуры, что в будущем может негативно сказаться на деятельности предприятия.
4. Мебельная фабрика «Ант» использует не достаточно атрибутов во внешнем виде сотрудников, что не всегда дает возможность чувствовать себя командой.

Слайд 11

Мы предлагаем строить стратегию развития корпоративной культуры ООО «Ант» на основе бизнес-модели, которая включает комплексный учет таких составляющих как структура предприятия, производственные процессы, информационные технологии, оценка и мотивация персонала, состав персонала и принципы корпоративной культуры (рис на слайде).

На основе предложенного рисунка Стратегия развития корпоративной культуры ООО «Ант» должна быть основана на критериях и стандартах в области производства мебели, принципах оценки и мотивации сотрудников и повышения роли информационных технологий в случае позиционирования предприятия во внешней среде.

Слайд 12

Для внутренних корпоративных коммуникаций ИКТ не используются. Для решения данной проблемы мы предлагаем совершенствование внутрикорпоративных связей посредством создания корпоративного сайта. Коммуникативная функция внутреннего корпоративного сайта реализуется

посредством чата, гостевой книги и такого современного вида сетевых конференций, как Web-форум, представляющий собой программный механизм, с помощью которого осуществляется организация общения внутри корпорации. (рис. на слайде).

Слайд 13

Для повышения уровня корпоративной культуры ООО «Ант» необходимо проведение обучающих мероприятий по внедрению и закреплению внутриорганизационных норм поведения. Предлагаемые обучающие мероприятия **представлены в табл. – НА СЛАЙДЕ.**

Слайд 14

В совокупности предлагаемые направления позволят каждому члену коллектива ощутить свою принадлежность к организации, что стабилизирует штатный состав и окажет позитивное влияние на эффективность стратегии управления ООО «Ант» в целом. Для реализации указанных мероприятий потребуются следующие затраты (табл.- НА СЛАЙДЕ).

Проведение указанных мероприятий позволят усовершенствовать корпоративную культуру ООО «Ант», следовательно, приведут к улучшению уровня обслуживания и привлечению большего количества клиентов, а следовательно к увеличению объема реализации готовой продукции, а также увеличению заказов на изготовление мягкой и корпусной мебели.

Таким образом, мероприятия по развитию и поддержанию корпоративной культуры могут стать инструментом управления кадровой политикой и стратегий управления предприятие в целом.

Слайд 15

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.