



**Выпускная аттестационная работа (проект) по теме:
«Стратегия внедрения инноваций в корпоративную
культуру предприятия ОПК»**

Руководитель ВАР: к.п.н., доцент Хроменкова Г.А.

Слушатель: Пилоян Н.В.

Цель данной выпускной аттестационной работы – разработка стратегии внедрения инноваций в корпоративную культуру персонала АО «НПП «Измеритель», соответствующей нормам и требованиям ГК «Ростех» и холдинговой компании АО «КРЭТ».

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- ✓ проанализировать понятие корпоративной культуры персонала;
- ✓ дать оценку существующему уровню корпоративной культуры АО «НПП «Измеритель»;
- ✓ разработать стратегию внедрения новой корпоративной культуры;
- ✓ сформировать дорожную карту для реализации стратегии;
- ✓ оценить риски и экономические эффекты от внедрения стратегии для АО «НПП «Измеритель».

Объект данного исследования – АО «НПП «Измеритель».

Предмет исследования выпускной аттестационной работы – стратегия внедрения корпоративной культуры в АО «НПП «Измеритель».

Цикл инновационного развития корпоративной культуры

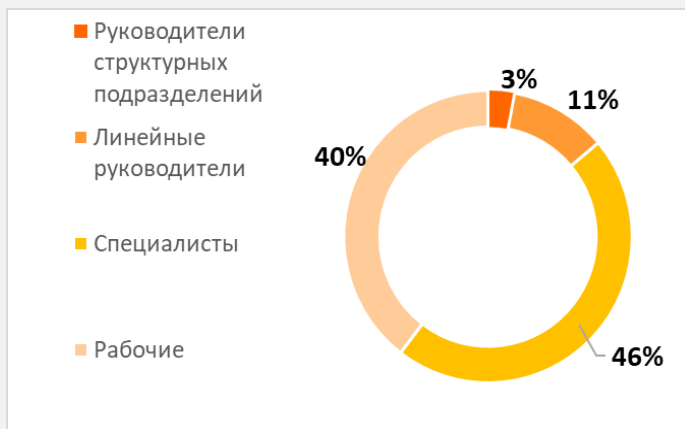


Корпоративная культура АО «НПП «Измеритель» опирается на:

- ✓ ценности
- ✓ культуру управления
- ✓ кадровую политику

Четко определены миссия, цели и задачи.

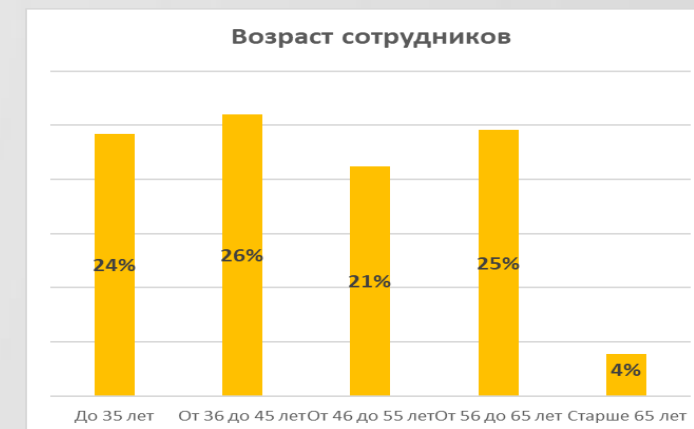
Всего в опросе приняли участие 813 работников АО «НПП «Измеритель», из них 774 ответили более, чем на 50% вопросов анкеты.



Уровень должности	Количество
Руководители предприятия	1
Руководители подразделений	22
Линейные руководители	81
Специалисты	345
Рабочие	294



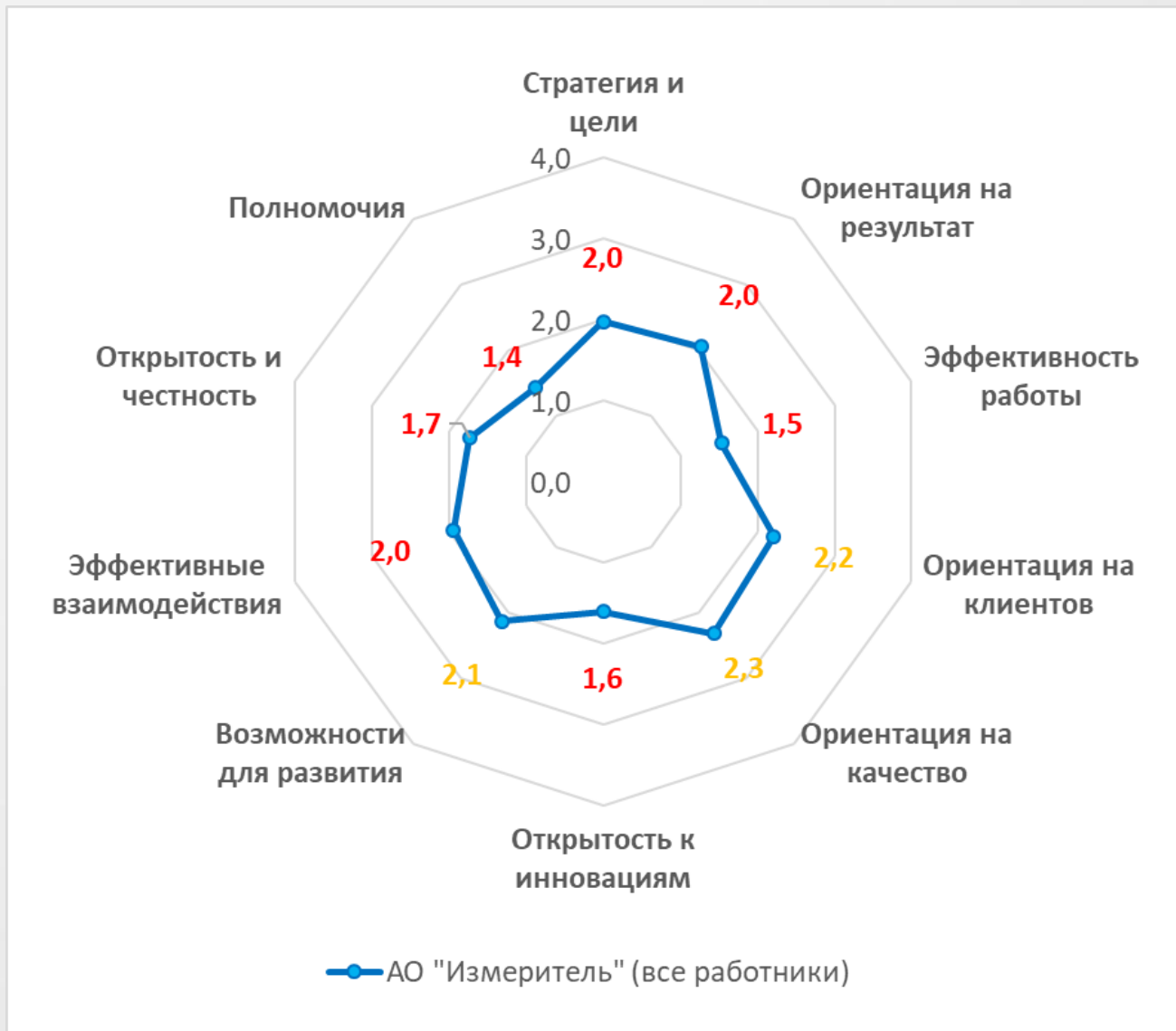
Стаж сотрудников	Количество
До 1 года	22
От 1 до 3 лет	55
От 3 до 5 лет	70
От 5 до 10 лет	100
Более 10 лет	524



Возраст сотрудников	Количество
До 35 лет	186
От 36 до 45 лет	200
От 46 до 55 лет	163
От 56 до 65 лет	189
Старше 65 лет	30

Оценка факторов корпоративной культуры

Общие результаты по предприятию



Работники в целом оценили факторы корпоративной культуры следующим образом:

Факторы культуры	Ср. балл
Ориентация на качество	2,3
Ориентация на клиентов	2,2
Возможности для развития	2,1
Ориентация на результат	2,0
Стратегия и цели	2,0
Эффективные взаимодействия	2,0
Открытость и честность	1,7
Открытость инновациям	1,6
Эффективность работы	1,5
Полномочия	1,4

Примечание: **красным цветом** выделены факторы, получившие критично низкие значения

Оценка факторов корпоративной культуры

Сравнение результатов по уровням должностей

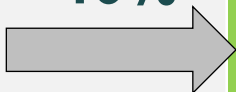


Уровень вовлеченности персонала (включая значения по факторам)

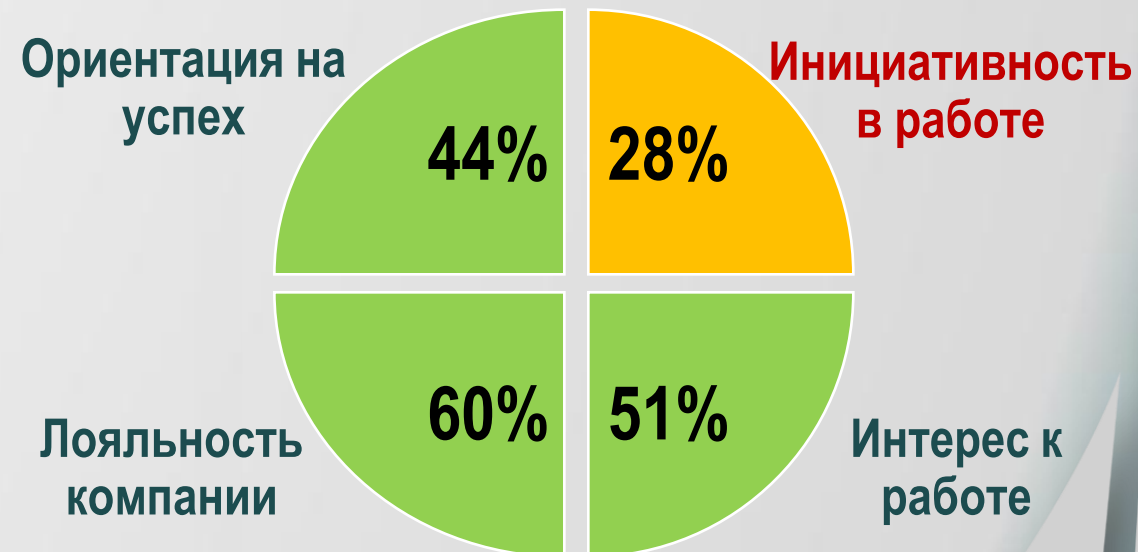
1. Уровень вовлеченности:

76-100%	Зона высокой вовлеченности
41-75%	Зона умеренной вовлеченности
0 - 40%	Зона риска (требуется корректирующие мероприятия)
< 0%	Зона напряжения (требуется оперативные действия)

46%



2. Факторы вовлеченности:



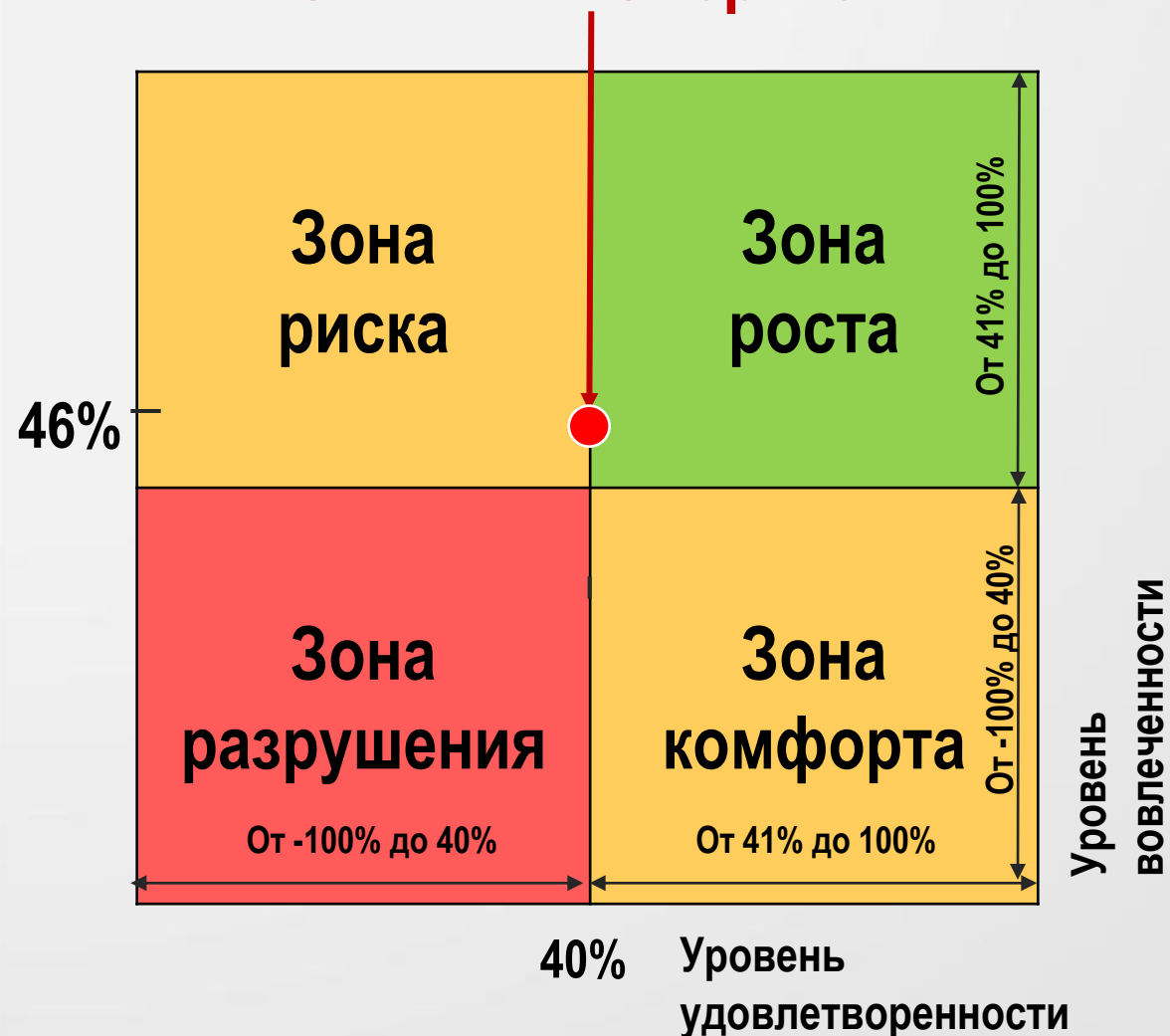
Общий уровень вовлеченности персонала получил значение **46%**, что относится к **Зоне умеренной вовлеченности**.

Это означает, что текущий потенциал работников предприятия используется не достаточно эффективно.

Наиболее низкое значение получил фактор «**Инициативность в работе**» (**28%**).

Более подробная информация по негативным индикаторам представлена на следующем слайде.

АО «НПП «Измеритель»



Комментарии:

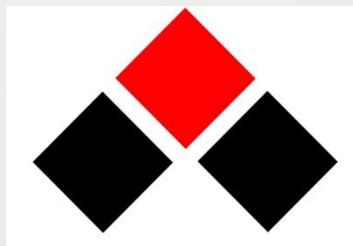
- 1) На основе данных уровня вовлеченности и удовлетворенности персонала **общее состояние кадрового потенциала** предприятия попадает в **Зону риска**.
- 2) **Руководство предприятия** должно обратить внимание на факторы низкой вовлеченности и удовлетворенности персонала и вовлечь руководителей предприятия в разработку корректирующих мероприятий, направленных на повышение выделенных факторов.

Внедрение новой архитектуры бренда АО «НПП Измеритель»

Было



Стало



Внедрение новой архитектуры бренда АО «НПП Измеритель»

Было



Стало

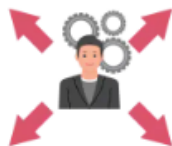


10 принципов мобилизации корпоративной культуры



Принцип 1

Используйте сильные стороны текущей культуры



Принцип 2

Меняйте поведение – убеждения и ценности последуют за ним



Принцип 3

Фокусируйтесь на 2-3х ключевых поступках



Принцип 4

Используйте неформальных лидеров



Принцип 5

Убедитесь, что руководители выступают как «ролевые модели» для подчиненных



Принцип 6

Связывайте целевые модели поведения и цели бизнеса



Принцип 7

Быстро рассказывайте о достигнутых успехах



Принцип 8

Используйте неформальные каналы для распространения идей



Принцип 9

Закрепляйте целевое поведение внутренними политиками и инструментами



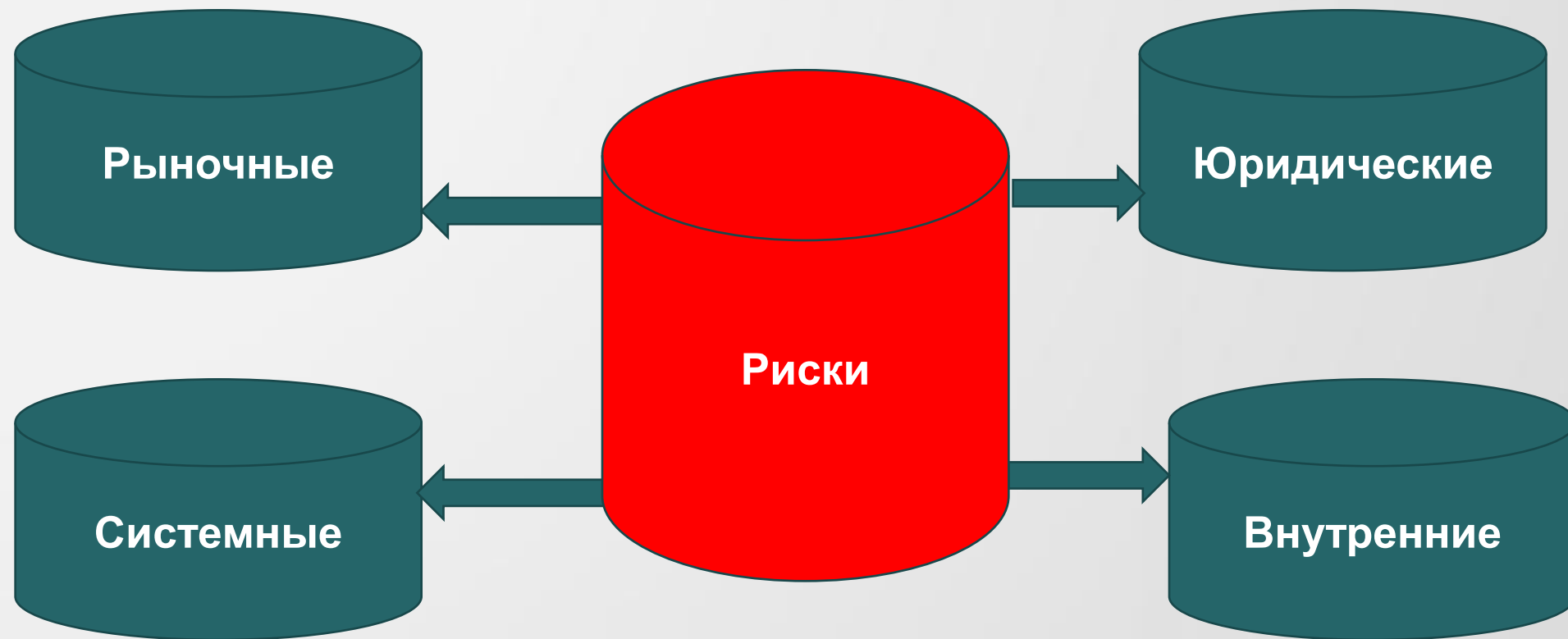
Принцип 10

Системно подходите к управлению корпоративной культурой

Процесс формирования бренда, структура затрат в %



№ п/п	Вид рекламного мероприятия	Вес в условном бюджете
1	Прямая реклама (прямой контакт)	1%
2	Сувенирная реклама	1%
3	Наружная реклама	8%
4	Интернет-реклама (сайт)	10%
5	Реклама в СМИ	50%
6	Фирменная реклама продукции (клеймо)	10%
7	Стендовая реклама	5%
8	Выставочные мероприятия	15%
	Итого	100%



Спасибо за внимание!

