

# Кондитерская фабрика «Пермская»

---



# Формирование корпоративной культуры и развитие HR-бренда



## Приоритеты:

На фоне дефицита кадров, особенно рабочих, в 2012г. нами была поставлена цель на 2013 год – развитие бренда работодателя, развитие корпоративной культуры, внутреннего PR.

Всем хочется работать в компании, в которой заботятся о сотрудниках, в которой ты чувствуешь себя как дома, когда на работу ты идешь с удовольствием, когда работа для тебя не тягость и не тяжелая обязанность, а радость.

Многочисленные исследования подтверждают, что в компании, где удовлетворенность и лояльность сотрудников высока – производительность также значительно выше, ниже текучесть персонала, а значит ниже расходы, связанные с обучением и подбором персонала, выше доходность предприятия.

Что в этом направлении сделано:

# Развитие HR-бренда



## Экскурсии на производство.

Мы осознаем, что современная молодежь не сильно стремится работать на производстве. Но, тем не менее, рабочие нам нужны и всегда будут нужны. Думая о будущем, мы работаем с учебными заведениями – как со школами, так и колледжами.

Школьники всего города и области приезжают к нам на экскурсии, пробуют наши вкусные конфеты, видят как делаются эти конфеты, получают возможность увидеть на практике, что работа на производстве – это интересно и даже вкусно. Мы надеемся и верим, что они не забудут этот опыт и когда-то, возможно, придут к нам работать.

# Развитие HR-бренда



Если говорить о развитии HR-бренда, то безусловно сначала необходимо зарекомендовать себя как ответственного и надежного работодателя.

## ☞ Сотрудничество.

Мы сотрудничаем со службой занятости, потому что понимаем, что через эту службу проходит значительное количество соискателей и даже если они не станут нашими работниками, то, как минимум, увидят, услышат что-то о нас. Не раз мы становились победителями в конкурсах, проводимых службой занятости, что тоже придает нам вес как работодателю.

## ☞ Дуальное образование.

Студенты различных учебных заведений бывают у нас как на экскурсиях, так и на практике. Кроме этого, мы стали одними из первых, кто стал сотрудничать с торгово-промышленной палатой по проекту целевой подготовки специалистов.

Надеемся, что из этого будет толк, тем более Пермский край стал регионом, где запускается проект дуального образования. Надеемся на положительные изменения и готовы участвовать во всех новых проектах, направленных на популяризацию рабочей профессии и ее ценности.

В рамках этого же проекта мы посещаем и школы, чтобы рассказать школьникам о нашей фабрике, зародить в них интерес к производству.

# Конкурсы.



☞ Конкурсы на производстве — «Лучший работник месяца», «Лучший молодой рабочий», «Лучшая бригада».

Конкурсы проводятся ежемесячно, итоги подводит комиссия, награждение проводит директор с вручением ценных призов.



Конкурс «Лучший торговый представитель» по итогам года с вручением туристических путевок и планшетов тем, кто добился максимальных показателей.

# Информационные мероприятия



**Конференции:** ежеквартальные конференции, где генеральный директор делится планами, рассказывает о новостях компании, отвечает на вопросы, отмечает работников, которые чем-то отличились за это время.



# Праздники и поездки.



☞ **Корпоративные мероприятия, праздники и поездки:** детские праздники для работников компании, поездки на природу, поездки по городам Пермского края, знакомство с нашей историей.



# Общение и взаимодействие.



- ❧ **Интерактивный стенд, журнал «Наша жизнь»:** рассказ обо всем, что происходит в жизни фабрики – это может быть как разработка нового рецепта, так и победа сотрудника на каком-либо конкурсе. Информация размещается как на стенде, так и в электронном виде.
- ❧ **Проект «Знакомимся – новый сотрудник»:** интервью с новым работником, где он рассказывает о себе, своих увлечениях, своей семье, планах и мечтах.
- ❧ **Проект «Именинники»** - в начале каждого месяца информация об именинниках размещается на стенде, в начале каждой недели – отправляются напоминания в электронном виде, традиционное чествование именинников и юбиляров, с вручением подарков.





# Общение и взаимодействие.



- ❧ **Проект «Фабрика спортивная»:** еженедельные игры в баскетбол, футбол, баскетбол на специально арендуемой площадке. Организация небольшого спортивного зала на территории фабрики, где есть возможность подвигаться и отвлечься даже в течение рабочего дня.
- ❧ **Проект «Проба пера»:** Руководители подразделений делают мини-презентации о работе своего подразделения, целях, задачах, трудностях, достижениях – обо всем, чем хочется поделиться, о чем рассказать.  
По желанию с инициативой могут выступить и рядовые сотрудники отделов, рассказать чем они занимаются, чего удалось достичь.

# Результаты работы.



1. У нас хотят работать. Даже когда у нас нет приема – звонят и приходят всегда.
  2. У нас нет острого дефицита в кадрах – мы можем выбирать.
  3. От нас редко уходят, а те кто ушел – часто хотят вернуться.
- Конечно же результаты нужно измерять.

Мы измерили **уровень удовлетворенности** персонала от работы,

где присутствовали такие критерии как:

- качество корпоративных коммуникаций,
  - удовлетворенность заработной платой и мотивацией,
  - возможность развиваться в компании,
  - отношение руководства к сотрудникам,
  - забота компании о своих сотрудниках
  - и др.
- Общий уровень удовлетворенности по фабрике – **53%**.

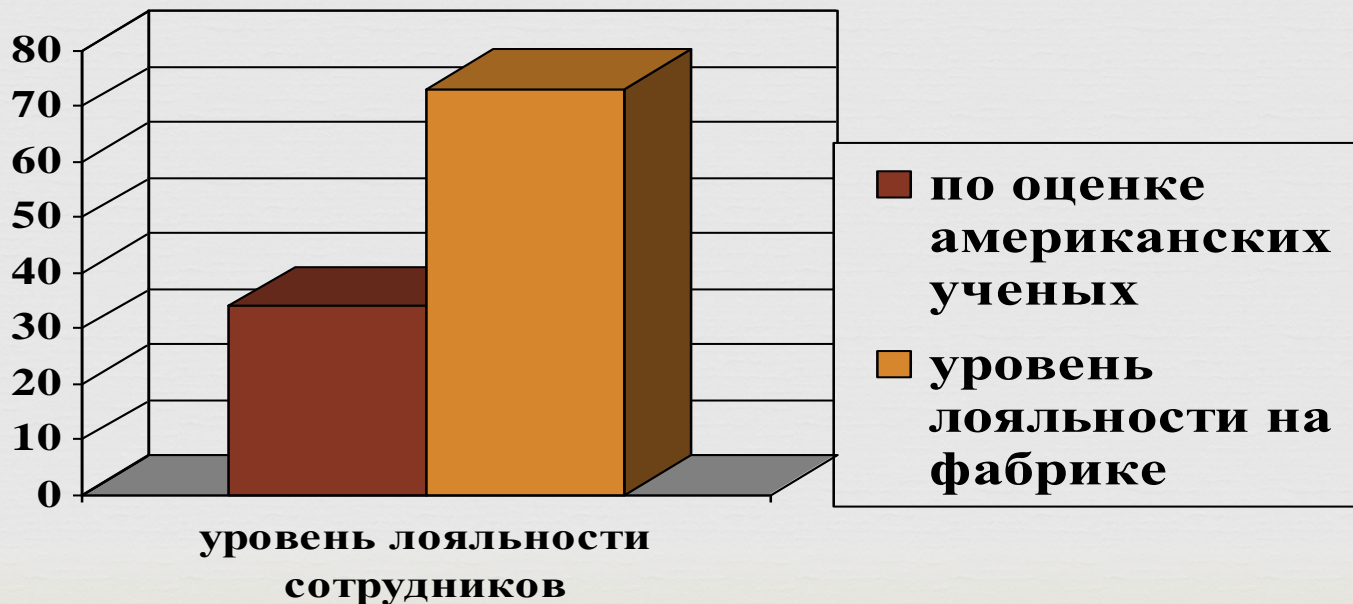
# Уровень лояльности



Так же мы измерили уровень лояльности сотрудников.

Такое исследование проводилось впервые, в будущем у нас будет возможность сравнивать результаты.

Пока же мы можем сравнить уровень лояльности компании наших сотрудников со средним уровнем лояльности по данным американских ученых – по этим данным 34% сотрудников в мире «полностью лояльны» своим работодателям. Наш же результат – 73%. То есть 73% наших работников хотели бы продолжать работать в компании и рекомендовали бы нашу компанию своим знакомым.

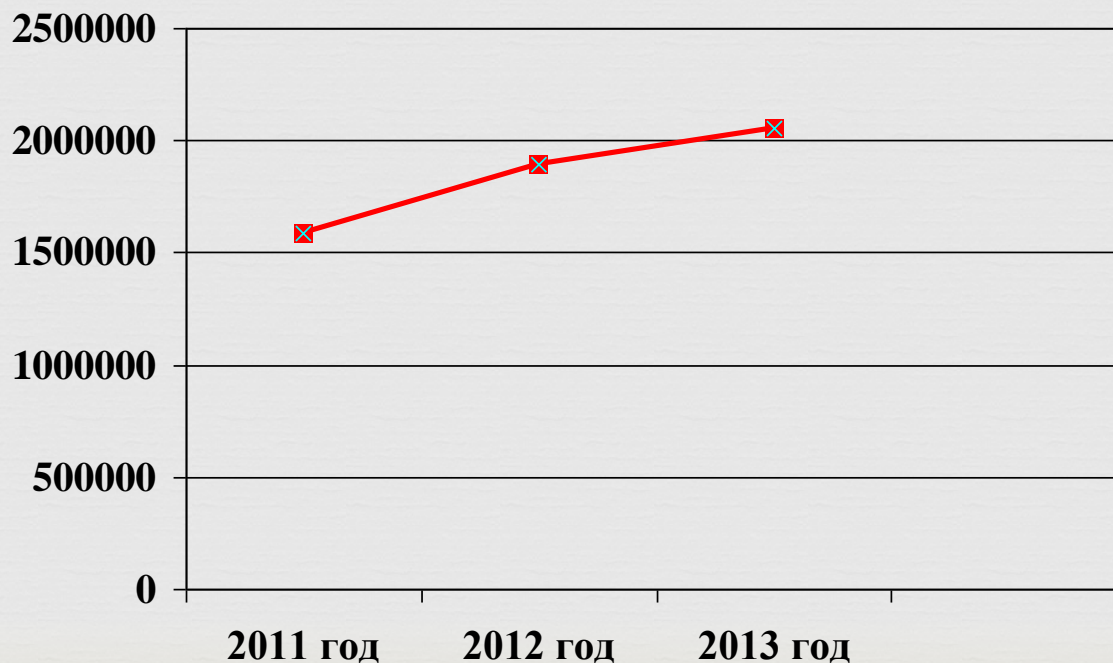


# Рост производительности



☞ Удовлетворенный работник и работает лучше.

Наша растущая производительность, измеряемая ежегодно, подтверждает это.



\* В рублях от выручки  
на 1 чел.

# Наши планы



Планов у нас еще очень много.

- ✎ Например, в 2014 году мы обязательно реализуем проект, рабочее название которого «Наши династии».

Фабрике 120 лет, у нас есть работники, которые посвятили всю жизнь нашему предприятию, проработали 20, 30 и даже 40 лет, есть у нас и целые работающие династии.

Это сейчас большая редкость и конечно об этом хотелось бы рассказывать.

- ✎ Также мы хотим возобновить рационализаторское движение для большей вовлеченности работников в деятельность фабрики, формирования инициативы, чувства ответственности и сопричастности.

# Зачем мы все это делаем. Задачи.



- ❧ Внутренний и внешний PR.
- ❧ Информирование работников о работе прочих подразделений, важности и значимости этой работы.
- ❧ Формирование осознания, что мы делаем одно общее дело.
- ❧ Повышение лояльности компании.
- ❧ Формирование «чувства дома».
- ❧ Формирование надежного человеческого ресурса и, как следствие, повышение конкурентоспособности предприятия.
- ❧ Экономическая выгода для предприятия.