



# ФОРМИРОВАНИЕ HR-БРЕНДА В ОТРАСЛИ ЭНЕРГЕТИКИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ АО «СК АЛТАЙКРАЙЭНЕРГО»

**Слушатель:**

**Котова Лариса Александровна**

**Научный руководитель:**

**к.э.н., доцент**

**Углинская Виктория Владимировна**

**Барнаул, 2024**

## Предмет, цель и актуальность темы

**Предмет** – процесс создания и продвижения HR-бренда.

**Объект** – АО «СК Алтайкрайэнерго».

**Цель** – разработка мероприятий по формированию и развитию HR-бренда компании АО «СК Алтайкрайэнерго».

### **Алтайкрайэнерго испытывает кадровый дефицит**

- ✓ Демографическая «яма»
- ✓ Миграция населения из сел в города и из Алтайского края в центральную часть России
- ✓ Непрестижность рабочих профессий у молодого поколения

## Энергетика сегодня



1. Развитие направления энергосбережения



2. Интеграция технологий умного грида



3. Автоматизация процессов в электроэнергетике



4. Цифровизация и внедрение искусственного интеллекта



5. Развитие сети электрозаправок для электромобилей

## Тренды работы с персоналом в энергетике

1. Новые подходы к обучению и развитию персонала.



2. Стратегическое управление персоналом. Создание высокопроизводительной команды



3. Эффективные методы подбора персонала в электроэнергетике



4. Автоматизация и цифровизация



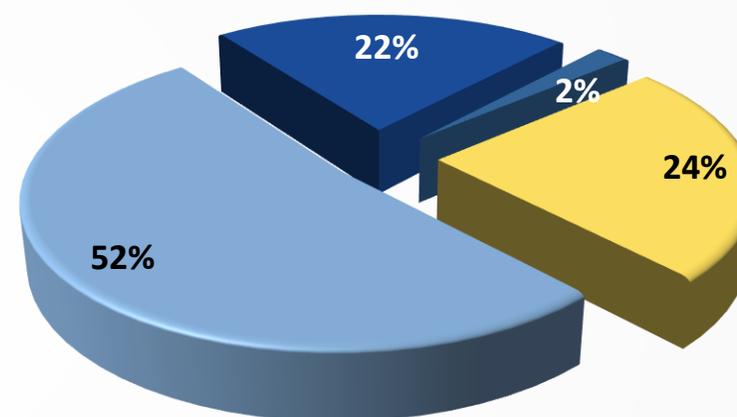
5. Гибкие формы работы



# Объект исследования



## Доля присутствия на рынке электроэнергии Алтайского края



- АО «Алтайэнерго»
- АО «Алтайэнергосбыт»
- АО «Барнаульская горэлектросеть»
- Прочие

# Понятия «HR-бренд», его задачи и направления



# Принципы формирования HR-бренда

## Этап 1 - Определение целей

## Этап 2 - Исследовательский

Аудит HR-бренда и исследование восприятия HR-бренда компании целевыми аудиториями.  
Оценка портрета целевой аудитории (кто, какие потребности, где обитает и как потребляет информацию)

## Этап 3 - Разработка общей стратегии

Формулирование EVP и креативной концепция  
Выбор критериев оценки эффективности

## Этап 4 - Выбор каналов и форматов коммуникации

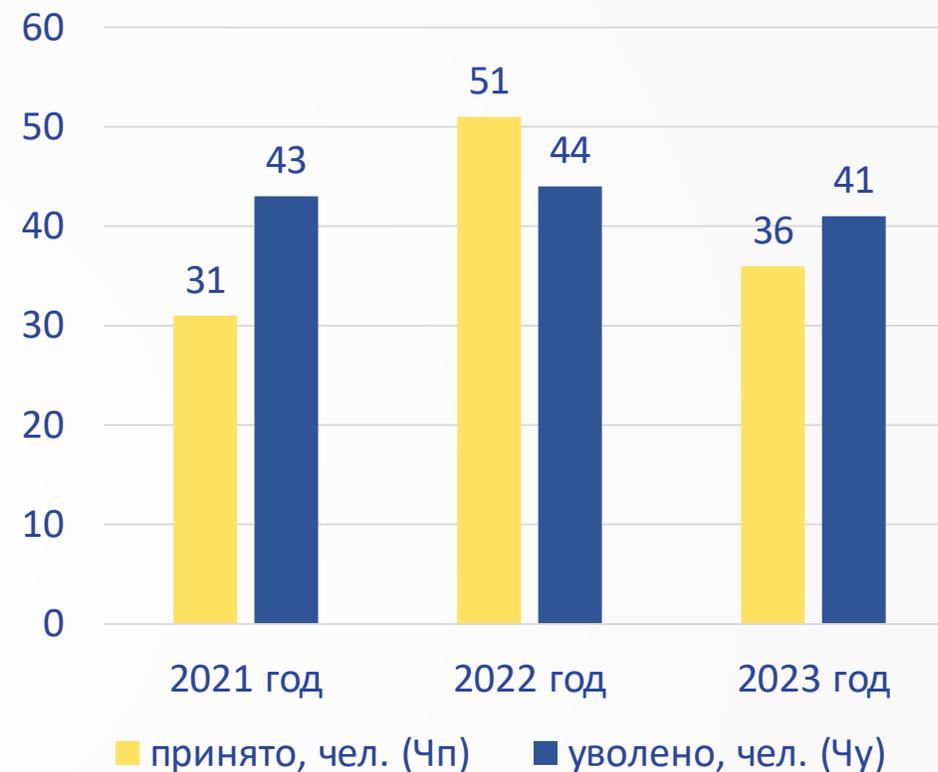
## Этап 5 Реализация и оценка эффективности

Проведение мероприятий по плану (активности направленные внутрь компании и во внешнюю среду)  
Сбор промежуточных результатов  
Оценка эффективности  
Корректировка EVP

# Анализ движения кадров АО СК «Алтайкрайэнерго»



Наименование показателя	2021 год	2022 год	2023 год	Рост, 22/21 %	Рост, 23/22%
среднесписочная численность, чел (Чсс)	209,1	204,8	201,3	98	98
принято, чел. (Чп)	31	51	36	165	71
уволено, чел. (Чу)	43	44	41	102	93
в т.ч. по собственному желанию, чел (Чуж)	41	42	38	102	90
коэффициент выбытия (Кв)	21	21	20	100	95
коэффициент приема (Кп)	15	25	18	167	72
коэффициент текучести (Кт)	20	21	19	105	90



# Затраты на замену 1 сотрудника



Наименование затрат	Ед.изм	Кол-во	Часовая ставка (цена за ед.), руб.	Сумма, руб.
<b>1. Затраты на поиск сотрудников (7 месяцев)</b>	вакансия	1	3 743,00	<b>26 201,00</b>
<b>1. Затраты в плановом ФОТ</b>				<b>3 248,10</b>
1.1 Работа отдела кадров увольнение	чел.час	0,5	464,01	232,01
1.2 Работа отдела кадров прием	чел.час	2	464,01	928,03
1.3 Проверка знаний по электробезопасности	чел.час	4,5	464,01	2 088,07
<b>2. Дополнительные материальные затраты</b>				<b>101 387,12</b>
2.1. Стоимость мед.осмотра при приеме на работу	осмотр	1	3 500,00	3 500,00
2.2. Стоимость спецодежды	комплект	0,5	23 000,00	11 500,00
2.3. Стоимость переподготовки (стажировка)	курс	1	13 100,00	13 100,00
2.4. Командировочные расходы на обучение	дни	10	25 000,00	25 000,00
2.5. Премия основному сотруднику за наставничество (6 месяцев)	чел.час	986,4		9 237,54
2.6. Доплата за расширенную зону обслуживания сотруднику исполняющему обязанности на время вакансии (7 месяцев)	чел.час	1150,8	33,93	39 049,58
<b>Итого</b>	<b>руб.</b>			<b>130 836,22</b>

# Результаты опроса сотрудников АО «СК Алтайкрайэнерго» филиала «Рубцовские МЭС»



Вопрос	да	нет	затруд- няюсь	%
<b>Блок 1. Знание структуры, миссии и ценности компании</b>				<b>83</b>
<b>Блок 2. Корпоративная культура и психологический климат в компании</b>				<b>85</b>
<b>Блок 3. Качество коммуникаций в компании</b>				<b>72</b>
Знаете ли вы, как можете повысить свой доход или получить повышение по должности?	102	47	22	60
Узнаете ли вы новости компании от случайно встреченных коллег в коридоре или на кухне?	80	78	13	46
Узнаете ли вы новости компании на корпоративном портале или из официальных рассылок?	114	47	10	67
<b>Блок 4. Уровень удовлетворенности и лояльности сотрудников компании</b>				<b>75</b>
Устраивает ли вас, как оборудовано ваше рабочее место?	119	42	10	70
Считаете ли вы, что работаете в комфортном офисе?	109	44	18	64
Довольны ли вы уровнем своего вознаграждения?	104	47	20	61
Устраивают ли вас дополнительные преференции и льготы, которые приняты в компании?	108	37	26	63

## Выявленные проблемы

1. Уровень текучести кадров выше нормы

2. Длительный период заполнения вакансий

3. Не сформировано EVP

4. Невысокий уровень коммуникаций  
внутри компании

5. Слабый опыт в маркетинге

6. Отрицательные отзывы в сети интернет о работе компании и  
отсутствие отзывов о компании, как о работодателе



Высокие затраты на замену сотрудников



Снижают уровень лояльности сотрудников

# Рекомендованная система развития HR-бренда для АО СК «Алтайкрайэнерго»



# Рекомендованная система развития HR-бренда для АО СК «Алтайкрайэнерго»



## Внешний HR-брендинг

### Расширение присутствия в сети интернет

Разработка HR-лендинга

Брендовый дизайн, удобно представленная информация для соискателя

Трансляция EVP

Сбор данных о соискателях в удобном формате

Расширение аудитории социальных сетей

За счет развития движения «Амбассадоры энергетики»

За счет членов семей сотрудников

### Расширение присутствия в молодежной среде

Развитие системы стажировок

Проведение совместных мероприятий

Размещение инфостендов в профильных учебных заведениях

Развитие движения «Амбассадоры энергетики»

Проведение дня открытых дверей

Проведение лекционных занятий в школах

Размещение инфостендов по электробезопасности в школах

Связь с профильным и учебными заведениями

Профориентационные мероприятия на уровне школы

### Расширение присутствия в общественном пространстве

Благотворительность

Благоустройство

Спорт

Культура

Привлечение активных сотрудников к продвижению HR-бренда участие в разработке, продвижении и информационном сопровождении HR-брендинга

# План единовременных мероприятий по продвижению бренда работодателя для компании АО «СК Алтайкрайэнерго»



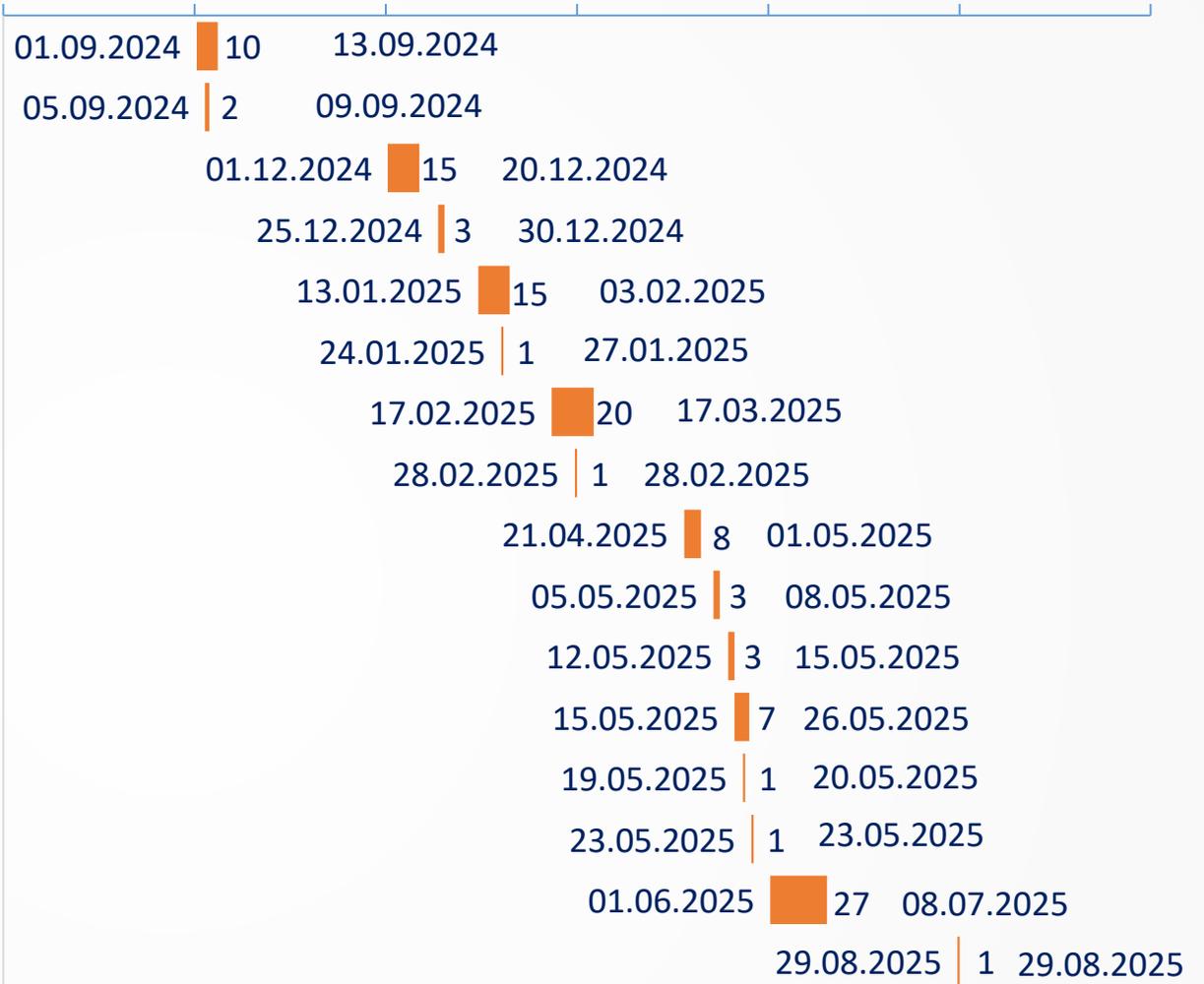
Наименование мероприятия	Дата начала	Дата окончания	Кол. дней	Кол. шт.	Сумма, руб.
Разработка и внедрение HR-лендинга	01.09.2024	31.12.2024	87	1	100 000
Разработка дизайна и наполнения информационных стендов для профильных учебных заведений + печать	01.09.2024	30.09.2024	21	20	100 000
Подготовка презентационных материалов для студентов	01.12.2024	31.12.2024	22		-
Разработка дизайна и наполнения информационных буклетов для школьников	01.03.2025	31.03.2025	21		-
Подготовка презентационных материалов для школьников	01.03.2025	31.03.2025	21		-
<b>ИТОГО</b>					<b>200 000</b>

# Годовой план мероприятий для филиала «Рубцовские МЭС»



01.06.2024 31.08.2024 30.11.2024 01.03.2025 31.05.2025 30.08.2025 29.11.2025

1. Конкурс на лучший семейный видеоролик "Первый раз в..."
2. Форум молодежи
3. Организация празднования дня энергетика
4. Акция Дед Мороз на дом
5. Елка желаний
6. Турнир по киберигре
7. Участие в чемпионате города по волейболу
8. Празднование Дня защитника Отечества и...
9. Посадка деревьев
10. Субботник ко Дню Победы
11. День открытых дверей
12. Лекционные занятия в школах
13. Спортивная семья
14. Организация празднования Дня компании
15. Конкурс на лучший семейный видеоролик "Каникулы..."
16. Подведение итогов года

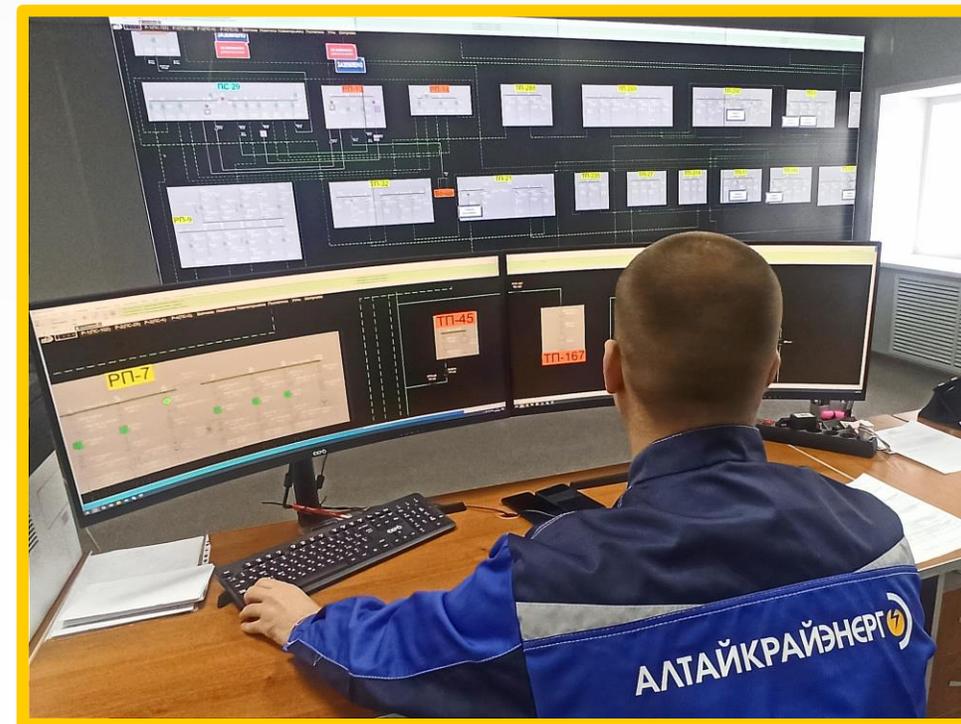


Дата начала ■ Длительность Дата окончания

## Экономический эффект

1. Снижение Кт с 20% до 10%
2. Период заполнения вакансий с 7 до 1 мес.

Показатель	Ед.изм.	Факт	Ожидаемое
Коэффициент текучести	%	20	10
Количество уволенных	чел.	38	20
Затраты на замену 1 сотрудника	руб.	130 836	74 907
Затраты на замену сотрудников в год	руб.	4 971 776	1 498 143
<b>Экономический эффект</b>	<b>руб.</b>		<b>3 473 633</b>



**Вывод: люди самый ценный капитал!**  
**В новых реалиях их ценности будет только расти.**  
**Сильный HR-бренд – основная формула успеха для бизнеса.**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**