

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРЕННИХ КОРПОРАТИВНЫХ АКТИВНОСТЕЙ В "НОВОЙ НОРМАЛЬНОСТИ"

Кипрушина Ж. А., Университет ИТМО, Санкт-Петербург
Научный руководитель – доцент, кандидат экономических наук
Соловьёва Д. В., Университет ИТМО, Санкт-Петербург

В работе рассмотрен процесс трансформации внутренних корпоративных активностей в период «Новой нормальности»: особенности организаций корпоративных мероприятий, диджитализация корпоративных коммуникаций и практика использования офисных пространств в период санитарно-эпидемиологических ограничений. Доклад систематизирует практический опыт использования различных корпоративных активностей на основе авторской модели. Также разработан алгоритм по созданию системы оценки эффективности существующих активностей для поддержания корпоративной культуры организации.

Вопрос управления корпоративной культурой в период масштабных трансформаций бизнес-процессов является достаточно актуальным. Данная ситуация обуславливается тем, что понятие корпоративных активностей сейчас плохо изучено; в зарубежной и отечественной научной литературе не представлено моделей, объединяющих данные инструменты в единую систему для управления корпоративной культурой организации. Также актуальность связана с изменением формата организации работы сотрудников и изменением рыночных условий функционирования организаций во многих сферах экономики. В таких условиях растёт потребность в оценке эффективности корпоративных активностей для управления процессом на тактическом уровне.

Авторская классификация позволяет разработать целостную стратегию поддержания и развития корпоративной культуры организации в новых общественно-экономических условиях. Данная стратегия позволит формировать эффективные и экономичные решения для сохранения лояльности сотрудников и управления процессами работы с персоналом: повышения эффективности бизнес-процессов, адаптации нового персонала, обучения и мотивации сотрудников компании. Данная классификация включает в себя:

- Онлайн-мероприятия,
- Традиционные мероприятия,
- Контент-маркетинг,
- Дизайн офисных пространств.

Основой для исследования стало изучение литературы, рассматривающей процесс управления корпоративной культурой и использования отдельных инструментов. В рамках разработки классификации был проведён анализ практических решений в разных сферах корпоративных активностей. Также для изучения потребностей потребителей и существующих подходов к реализации данных инструментов был проведён ряд глубинных интервью с сотрудниками HR-отделов организаций и руководителей отделов. Данное исследование позволило представить подробную и актуальную классификацию существующих инструментов, выделить особенности их функционирования, а также собрать данные о системе оценки эффективности.

Выводы

В результате проведённого исследования была разработана авторская модель классификации корпоративных активностей, включающая в себя в том числе практические инструменты из

эпохи «Новой нормальности». Также был разработан алгоритм по созданию системы оценки эффективности корпоративных активностей для стратегического и тактического управления процессом развития корпоративной культуры в организации с применением современных инструментов. Стоит отметить, что использование авторской модели будет полезно для трансформации организаций и их эффективного функционирования.