Корпоративная среда как фактор конкуренции за людей

ЦСП «Платформа» при поддержке **«СКАН-Интерфакс»** и **РАСО** представляет результаты исследования корпоративной среды российского бизнеса. **Актуальность исследования** исходит из отсутствия системной работы по оценке корпоративных культур компаний: несмотря на распространенность и востребованность темы, в публичном поле нет достаточного количества аналитических продуктов. Исследование призвано восполнить сложившийся дефицит и дать толчок к дискуссии о корпоративной среде как о мягкой силе бизнеса.

В материале фиксируется запрос работников на различные характеристики внутренней среды, определены бренды-лидеры по качеству среды – как в представлениях работников корпоративного сектора, так и в экспертной среде, сформулированы потенциальные тренды развития.

Методы исследования:

- Онлайн-опрос (анкетирование) работников корпоративного сектора – 1000 респондентов.
- Экспертные интервью – 50 респондентов (HR-специалисты, консультанты по стратегии, маркетингу и бренду).
- Глубинные интервью с представителями компаний-лидеров – 10 респондентов.

Ключевые тезисы исследования:

- **Корпоративная культура имеет свою стоимость.** Большинство сотрудников (76%) готовы немного снизить доход ради более привлекательной среды, при этом 43% респондентов согласны на существенное снижение зарплаты – более 10%. Только 21% опрошенных ни при каких условиях не согласились бы на сокращение доходов. Инвестиции бизнеса в развитие корпоративной среды могут экономить средства на фонде оплаты труда.

- **Лидерами первого круга в экспертной среде считаются** «Газпром нефть», «Сбер», СИБУР, «Т-Банк», «Яндекс», «X5 Group». **Лидеры второго порядка –** «Авито», «ВкусВилл», «Росатом», «Северсталь», OZON, Unilever. **Лидеры третьего звена –** Альфа-Банк, «Аскона», «Дело», «Додо Пицца», «Лаборатория Касперского», МТС, «Норникель», «Ростелеком», «Самолет», ЭФКО, VK.

- **В топ-5 компаний с прогрессивной корпоративной средой в массовом восприятии** попали «Яндекс» (39%), «Сбер» (35%), «Газпром» (29%), «Т-Банк» (18%) и «Газпром нефть» (17%). В массовых оценках преобладают финтех, цифровой бизнес, нефтегазовый сектор и известные госкомпании. ► Среда B2B-компаний, лидеров экспертного опроса (СИБУР, «Северсталь», «Норникель») известна в регионах деятельности и набирает от 5 до 8%.

- **Согласно экспертным оценкам, компании с прогрессивной корпоративной средой имеют ряд отличий:** высокая динамика изменений (компании в постоянной трансформации); стремление к экспериментам (право на ошибку внутри среды); публичность и харизматичность лидера либо образ идеальной машины (которая работает «сама по себе»);

высокий уровень корпоративной лояльности («мерч» сотрудника с корпоративным брендом); внутренняя конкурентность (относительная автономность команд); склонность к более плоской структуре; высокая адаптивность и быстрая реакция на внешние вызовы; комбинация культурных ядер внутри одной компании.

- **Вероятные тренды будущего.** Исследовательской командой предложены 4 тезиса, характеризующие дальнейшее развитие корпоративной среды российского бизнеса: 1) ценность диалога – развитие внутренних взаимодействий, снижение дистанции власти; 2) выход за горизонт «просто бизнеса» – влияние общественных ценностей; 3) восприятие сотрудника в качестве партнера, ключевого стейкхолдера; 4) ставка на раскрытие потенциала через эксперимент, право на риск, формирование креативных пространств.

Подробнее в материале:

Скачать