

УДК 338.2; 659.3

DOI 10.26425/1816-4277-2019-10-22-26

Горячева Ольга Николаевна
канд. филол. наук, ФГАОУ ВО
«Набережночелнинский институт
Казанского федерального универси-
тета», г. Набережные Челны,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-1156-9679
e-mail: olganikgor@mail.ru

ВНУТРЕННИЙ PR КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. Выявление механизмов реализации связей с общественностью и подбор эффективных инструментов внутреннего PR способны повлиять на менеджмент организации. Основной задачей внутреннего PR является стабилизация трудового коллектива и повышение степени удовлетворенности работников. В статье исследованы возможности внутреннего PR в становлении и поддержании корпоративной культуры. Представленные показатели оценки труда не только помогают определить уровень профессионализма работника, но и демонстрируют всему коллективу его персонализированные трудовые достижения. Мотивация участников трудового процесса к осознанию важности реализации коллективных задач благотворно влияет на формирование корпоративной культуры. Мониторинг мероприятий и инструментов внутреннего PR позволит корректировать становление корпоративной культуры и обеспечит высокий уровень менеджмента на предприятии.

Ключевые слова: менеджмент, корпоративная культура, внутренний PR, эффективность, инструменты связей с общественностью, мотивация.

Цитирование: Горячева О.Н. Внутренний PR как часть корпоративной культуры // Вестник университета. 2019. № 10. С. 22-26.

Goryacheva Olga
Candidate of Philological Sciences,
Naberezhnye Chelny Institute of Kazan
Federal University, Naberezhnye
Chelny, Russia
ORCID: 0000-0002-1156-9679
e-mail: olganikgor@mail.ru

INTERNAL PR AS PART OF CORPORATE CULTURE

Abstract. The identification of mechanisms for the implementation of public relations and the selection of effective internal PR tools can affect the organization's management. The main objective of internal PR is to stabilize the workforce and increase employee satisfaction. The possibilities of internal PR in the formation and maintenance of corporate culture have been investigated in the article. The indicators of labor assessment presented not only help determine the level of professionalism of the employee, but also demonstrate his personalized labor achievements to the whole team. The motivation of the participants of the labor process to the awareness of the importance of the implementation of the collective tasks has a beneficial effect on the formation of corporate culture. Monitoring of events and internal PR tools will allow you to adjust the formation of corporate culture and provide a high level of management at the enterprise.

Keywords: management, corporate culture, internal PR, efficiency, tools of public relations, motivation.

For citation: Goryacheva O.N. Internal PR as part of corporate culture (2019) Vestnik universiteta, I. 10, pp. 22-26. doi: 10.26425/1816-4277-2019-10-22-26

Эффективное ведение бизнеса в современных условиях предполагает развитие корпоративной культуры, базирующейся на приоритетных задачах деятельности, ценностях, убеждениях, одобряемых сотрудниками организации. Корпоративную культуру определяют общие ценности, взаимовыгодное сотрудничество и добросовестное отношение к выполняемой работе.

Особое значение в менеджменте организации обретает грамотно выстроенная корпоративная культура, базирующаяся на внутрикорпоративном PR (англ. Public Relations – связи с общественностью) и направленная на формирование эффективно работающего коллектива, лояльно относящегося к организации. Основной задачей внутреннего PR является стабилизация трудового коллектива и повышение степени удовлетворенности работников. А. В. Пеша включает в корпоративную культуру следующие элементы: организационный регламент, управление изменениями, миссию и видение, эффективный подбор, адаптацию и интеграцию, лояльность, социально-психологический климат [5]. Внутренний PR – часть корпоративной культуры, построенной в рамках единой концепции политики управления персоналом, объединяющей коллектив в достижении поставленных перед компанией целей.

© Горячева О.Н., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



В современном трудовом коллективе важнейшим инструментом внутреннего PR становится система социальной поддержки предприятия, приоритетные направления которой связаны с обеспечением социальных услуг (отчисление в пенсионный фонд, мед. осмотр, забота о здоровье) и выплат (оплата больничного, отпуска, мат. помощи). Проанализировав корпоративную культуру на заводе «Ford Sollers Елабуга», следует отметить, что в системе оплаты труда и карьерного роста работников организации принята двухступенчатая дифференциация: Hourly, Salaried. К группе Hourly относятся: основные и вспомогательные рабочие; технический/нетехнический персонал; начальники участков, мастера производственных подразделений [6]. В группу Salaried входят: служащие и руководители; менеджмент. Должности распределяются по грейдам, то есть квалификационным уровням группы должностей и профессий с одинаковой степенью сложности выполняемой работы, в соответствии с такими факторами, как объем работы, сложность, уровень ответственности, значимость в структуре, необходимая квалификация [7]. Комплекс грейдов оценивается при менеджменте организации, позволяя определить компетентность персонала. При определении квалификационного уровня рабочих на заводе «Ford Sollers Елабуга» учитывают показатели оценки труда, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Показатели оценки труда

Показатель	Характеристика показателя
Уровень соответствия занимаемой должности	Количество изученных и выполняемых в ритме конвейера технологических операций цехов дирекции по производству. Количество изученных работ по профессиям в своем и других подразделениях завода (работа освоена в полном объеме, рабочий может работать самостоятельно)
Забота о здоровье	Среднее количество дней на больничном листе за период необходимый для перехода на другую категорию
Наставничество	Количество новых работников, успешно прошедших программу наставничества у оцениваемого рабочего за период, необходимый для перехода на следующую категорию
Качество работы	Наличие повторения некачественного выполнения работ
Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка	Дисциплинарные взыскания за период, предшествующий оценке для перехода с категории на категорию
Совершенствование работы	Количество внедренных кайдзен-предложений, поданных рабочим

Составлено автором по материалам исследования

Оценку квалификации и подведение итогов проводят в карте оценки квалификации. Ответственный за оценку размещает оригинал карты оценки квалификации на бригадном информационном стенде, а копию передает в отдел регламентации труда, компенсаций и льгот. Оценку квалификации и подведение итогов проводят в последний рабочий день месяца.

На предприятиях автомобильного сектора (завод «Ford Sollers Елабуга» не является исключением) в системе социальной поддержки большое внимание уделяется материальной помощи работников, членов семей работников и неработающих пенсионеров (бывших работников компании) предусмотрена финансовая поддержка в связи с временными материальными затруднениями: травмой, полученной на производстве; профессиональным заболеванием; лечением, оплаченным за счет личных средств работника, неработающего пенсионера, а также работникам – бывшим участникам боевых действий или участникам ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС. Предусмотрена единовременная материальная помощь: социально незащищенной категории работников; работникам, имеющим детей школьного возраста; при вступлении в законный брак;

при рождении ребенка (детей); на погребение работников, неработающих пенсионеров и членов их семей; на новогодние подарки детям работников; женщинам, вставшим на учет в женской консультации. Материальная помощь оказывается в соответствии с Положением «О порядке предоставления материальной помощи».

В целях заботы о здоровье сотрудников компания организует питание сотрудников в производственной столовой, находящейся на территории завода. Стоимость питания для работников устанавливается один раз в начале года и остается неизменной в течение года. Оборудованы помещения для приема пищи вне режима работы столовой и во время технологических перерывов. Также компания обеспечивает работников питьевой водой.

Автомобильные предприятия производят необходимые отчисления в Пенсионный фонд РФ согласно Федеральному закону «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» [1]. В систему социальных гарантий и поддержки так же входят иные льготы, связанные с обучением, предоставлением дополнительных отпусков и др. Обучающиеся в учреждениях сотрудники вне зависимости от формы обучения имеют право на дополнительно предоставляемые дни, выделенные для нахождения в учебном заведении и осуществления учебного процесса.

Дополнительные отпуска работникам, совмещающим работу с обучением, предоставляются при получении образования соответствующего уровня впервые. Женщинам, имеющим детей в возрасте до 16 лет, отцам-одиночкам, опекунам (попечителям) детей до 16 лет предоставляется один свободный день в месяц с оплатой 100 % среднего заработка («мамин день») [4]. С целью реализации права на социальную заботу компания предоставляет работникам помощь в организации отдыха в санаториях, детских оздоровительных лагерях. С целью поощрения сотрудников за заслуги, профессиональные достижения, добросовестный и высокопроизводительный труд, развитие трудовой инициативы и стимулирование производственной деятельности, повышение лояльности к компании сотрудники могут быть награждены: благодарственными письмами, почетными грамотами, почетными званиями, денежными поощрениями. С целью заботы о здоровье сотрудников и членов их семей, развития корпоративной культуры компания проводит спортивно-массовые и культурно-массовые мероприятия. На предприятиях существует хорошо проработанная и развитая система социальной гарантии и поддержки, которая в целом соответствует мировым отраслевым стандартам и удовлетворяет основные потребности работников предприятия.

На заводе «Ford Sollers Елабуга» система внутренних коммуникаций представлена всеми инструментами внутреннего PR, которые можно разделить на 4 группы: информационные; аналитические; коммуникативные; организационные [2].

Информационные инструменты включают внутрикорпоративные средства массовой информации, сайт, стенды, листовки, электронную рассылку). На территории заводов действует система локальной сети (Intranet), через которую передается важная информация. Каждый компьютер в организации подключен к этой сети, что позволяет работникам всех цехов быть в курсе дел. Создание внутрикорпоративного портала помогает сотрудникам организации общаться, пересылать документы и быть в курсе достижений и нововведений организации, публикуемых на портале.

Работа внутреннего сайта связана с осуществлением информационного обмена внутри организации; эффективной обратной связи; демократизации процессов корпоративных отношений и системы управления; единообразием терминологии и внедрением единых бизнес-процессов в компании; формированием командного духа и корпоративной культуры [3].

Также с целью информирования работников о значимых событиях на предприятии может выпускаться журнал. Внутренняя жизнь освещается через информационные стенды, на которых помещают информацию о предстоящих мероприятиях, конкурсах и достижениях организации. Часто, на них можно увидеть отчетные газеты по прошедшим мероприятиям и фотографии людей, отличившихся или участвовавших в них. Сотрудников организации информируют о важных событиях, достижениях, новостях, принятых решениях, правилах внутреннего распорядка, размещая информацию на стенде.

Коммуникативные инструменты предполагают проведение тематических корпоративных мероприятий, корпоративного обучения, адаптационных тренингов, состязаний в профессиональном мастерстве, выступление руководства и т. п.

Аналитические инструменты внутреннего PR связаны с использованием односторонних средств связи: почтовые ящики, анкетирование, наблюдение за фокус – группами, изучением настроения сотрудников.

Организационные инструменты включают собрания, совещания, выступления руководства, разработку и внедрение корпоративных стандартов и т. п. Следует отметить, что менеджмент предприятия не уделяет должного внимания данному инструменту связей с общественностью.

При этом важной составляющей информационного обмена являются открытые собрания с персоналом, где представители руководства обсуждают проблемы предприятия. Проведение подобных мероприятий не носит регулярный характер, зачастую отсутствует обратная связь со стороны работников.

Таким образом, чаще всего инструменты внутреннего PR используются, как правило, непропорционально. В то время как информационные и коммуникативные инструменты на заводе «Ford Sollers Елабуга» представлены достаточно широко и в полном объеме, аналитические и организационные инструменты требуют существенной доработки. Достижению значительных результатов в менеджменте организации поможет анализ сложившейся ситуации на предприятии, определение уровня удовлетворенности работой сотрудников организации.

Учитывая то, что «философия массовой культуры – философия материального успеха» («the philosophy of mass culture is a philosophy of material success»), важно контролировать систему внутреннего PR, осуществлять мониторинг и корректировку комплекса корпоративного менеджмента [8, с. 296]. Использование разнообразных инструментов и мероприятий внутреннего PR обеспечат мотивированность сотрудников и эффективность работы предприятия.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» от 24.07.2009 № 212-ФЗ (последняя редакция от 19.12.2016) // СПС «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/> (дата обращения: 01.08.2019).
2. Дашевская, О. Внутренний PR – профессиональные рекомендации. – М.: «Институт PR», 2010. – 16 с.
3. Капитонов, Э.А., Капитонов, А.Э. Корпоративная культура и PR. – М.: ИКЦ «МарТ», 2010. – 416 с.
4. Мельник, Ю., Мельник, О. Организационная культура как процесс эффективного управления предприятием. – СПб.: «Питер», 2012. – 253 с.
5. Пеша, А. В. Взаимосвязь корпоративной культуры и внутреннего маркетинга персонала организаций сферы обслуживания // Наукоеведение. – 2017. – Т. 9. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru> (дата обращения 22.07.2019).
6. Сайт завода «Ford Sollers Елабуга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fordsollers.com/plants/tatar_plants/elabuga/ (дата обращения 23.07.2019).
7. Слипачук, С. Система грейдов: методика определения должностных окладов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/sistema-greydov> (дата обращения 20.07.2019).
8. Kuznetsova, E. V., Goryacheva, O. N., Patenko, G. R. Phenomenon of mass culture: problems and controversies // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – V. 6. – I. 4 S2 July. – pp. 296-301. DOI: 10.5901/mjss.2015.v6n4s2p29.

References

1. Federal'nyi zakon «O strakhovykh vzosakh v Pensionnyi fond Rossiiskoi Federatsii, Fond sotsial'nogo strakhovaniya Rossiiskoi Federatsii, Federal'nyi fond obyazatel'nogo meditsinskogo strakhovaniya» ot 24.07.2009 No. 212-FZ (poslednyaya redaktsiya ot 19.12.2016) [Federal law «On insurance contributions to the Pension Fund of the Russian Federation, the social insurance Fund of the Russian Federation, the Federal compulsory medical insurance Fund» dated on 24.07.2009 No. 212-FZ (last edition 19.12.2016)], SPS «KonsultantPlyus» [Legal reference system «Consultant Plus»]. Available at: <http://www.consultant.ru/document/cons> (accessed 01.08.2019).
2. Dashevskaya O. Vnutrennii PR – professional'nye rekomendatsii [Internal PR - professional advice], Moscow, Institut PR, 2010, 16 p.
3. Kapitonov E. A., Kapitonov A. E. Korporativnaya kul'tura i PR [Corporate Culture and PR], Moscow, IKC «MarT», 2010, 416 p.
4. Mel'nik Yu., Mel'nik, O. Organizatsionnaya kul'tura kak protsess effektivnogo upravleniya predpriyatiem [Organizational culture as a process of effective enterprise management], St. Petersburg, «Piter», 2012, 253 p.

5. Pesha A. V. Vzaimosvyaz' korporativnoi kul'tury i vnutrennego marketinga personala organizatsii sfery obsluzhivaniya [*The relationship of corporate culture and internal marketing of personnel of service sector organizations*], Naukovedenie [*Science of science*], 2017, vol. 9, I. 6. Available at: <https://naukovedenie.ru> (accessed 22.07.2019).
6. Sait zavoda «Ford Sollers Elabuga» [*Website of the Ford Sollers Elabuga Plant*]. Available at: http://fordsollers.com/plants/tatar_plants/elabuga/ (accessed 23.07. 2019).
7. Slipachuk S. Sistema greidov: metodika opredeleniya dolzhnostnykh okladov [*Grade system: methodology for determining salaries*]. Available at: <http://hr-portal.ru/article/sistema-greydov> (accessed 20.07.2019).
8. Kuznetsova E. V., Goryacheva O. N., Patenko G. R. Phenomenon of mass culture: problems and controversies, Mediterranean Journal of Social Sciences, 2015, vol. 6, I. 4 S2, July, pp. 296-301.