

Секция «Журналистика»

**Влияние внутрикорпоративного PR на формирование лояльности
сотрудников в крупных компаниях**

Волкова Анна Андреевна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: anuta-volkova@inbox.ru*

Сфера внутрикорпоративного PR на сегодняшний день является одной из самых востребованных, но при этом и самой малоизученной. Крупные фирмы и корпорации все больше задумываются об эмоциональном и материальном благосостоянии своих сотрудников, а не только об объемах продаж. Мы стоим на пороге нового времени, когда бизнес структуры включают в обязательную социальную ответственность не только предложения помощи обществу и городу, но и своим сотрудникам. Одна за другой возрождаются Профсоюзные организации.

К сожалению, из-за того, что область внутрикорпоративного PR мало изучена и не имеет фундаментальных трудов, компетентных специалистов и консультационных институтов, никому не удастся избежать ошибок его формирования.

Формирование внутрикорпоративной культуры включает в себя комплекс мероприятий, направленный, прежде всего, на создание эффективной коммуникации между руководящим составом организации и ее сотрудниками, а так же распространения ценностей компании.

Проведя исследования в нескольких крупных организациях американский консультант Дэвид Керк пришел к выводу, что 91% факторов, формирующих лояльность сотрудников и 99,5% факторов, влияющих на их удовлетворение своей работой, непосредственно связаны с эффективной коммуникацией. По некоторым источникам, внутренним PR-ом сознательно занимается не более 15% российских компаний. [2]

Все без исключения руководители хотели бы видеть в рядах компании лояльных и мотивированных сотрудников. Способов мотивации, которые возникают при сформированной внутрикорпоративной культуре, достаточно много: начиная от публикации фотографии самого успешного работника на страницах корпоративной газеты и заканчивая привлечением сотрудников к участию в управлении компанией.

Грамотные действия повысят ценность организации в глазах каждого сотрудника, что, безусловно, способствует лояльности. Но в процессе формирования внутрикорпоративного PR могут быть допущены ошибки, которые в дальнейшем станут проблемами.

Внутрикорпоративный PR является инструментом формирования у работников высокого уровня лояльности, который способен заметно повысить производительность труда и вовлеченность сотрудников в рабочий процесс. Традиционно внутренний PR понимается как комплекс мероприятий, среди которых специалисты выделяют:

- Имиджевые: разработка и внедрение миссии, философии компании, правил и процедур, формирование корпоративной культуры и т.п.;
- Обучающие: проведение семинаров и тренингов с целью повышения квалификации

и профессионального роста сотрудников, а также для адаптации новичков и работников, перешедших на новую должность;

· Коммуникативные: информирование сотрудников обо всех основных событиях, которые происходят в компании, выпуск корпоративных СМИ, использование интранета, налаживание связи между руководством и сотрудниками, проведение конференций, предоставление сотрудникам возможности принятия самостоятельных решений;

· Объединяющие: организация корпоративных мероприятий – праздников, турниров, соревнований, соблюдение корпоративных традиций, привлечение семей сотрудников к подобным мероприятиям. [3]

Формирование внутрикорпоративного PR длительный процесс, как и любой интеграционный процесс. Кроме того, работа, направленная на формирование корпоративной культуры, никогда не может быть завершена. Отлаженную систему надо развивать, корректировать, используя ценный опыт, в том числе, и других компаний как российских, так и зарубежных.

Литература

1. Гундарин М.В. Книга для руководителя отдела PR: практические рекомендации / М. Гундарин. Издание 2-е, дополненное. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2008.
2. Татьяна Орлова Внутренний PR – мобилизуем коллектив на свершения <http://www.4p.ru/main/theory/2030/>
3. Построение эффективной системы внутреннего PR – Журнал Кадровое Дело, 2005. <http://www.hrm.ru/postroenie-ehffektivnoj-sistemy-vnutrennego-pr>
4. Оксана Ведерникова. Внутрикорпоративный PR, 2013. http://turboseo.net.ua/blogue/inside_pr.htm
5. Михаил Лавренович, Екатерина Шаралапова. Внутрикорпоративный PR, 2011. <http://www.b2bis.ru/articles/biznes-praktika/267686>