

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Планирование внутрифирменных коммуникаций на примере ЗАО

"Самотлорнефтеотдача"

Зарова Анастасия Леонидовна

Студент

ТюмГНГУ - Тюменский государственный нефтегазовый университет,

гуманитарный институт, Тюмень, Россия

E-mail: Nastya_new21@mail.ru

Внутрифирменные коммуникации – внутриорганизационные коммуникации выступают связывающими нитями, объединяющими элементы (подразделения, сотрудников) организации в единое целое. Результатом данного вида коммуникации является достижение определенной степени согласия, установление общей картины у тех, кто объединен в совместном действии, сознавая связь между выполняемой ими работой и миссией, целью организации [1, 10]. Данный вид коммуникаций очень важен, т.к. от того, насколько качественно выстроены коммуникации во внутренней среде, зависит благополучие и внешней среды. На сегодняшний день далеко не во всех компаниях правильно выстроены внутрифирменные коммуникации.

К нам обратилась одна из компаний (ЗАО «Самотлорнефтеотдача»), руководство которой желает улучшить качество внутрифирменных коммуникаций, т.к. из-за их неверного построения возможно возникновение кризисной ситуации. Нам было необходимо провести исследование на данном предприятии, а так же предложить меры, по преодолению возможной кризисной ситуации во внутрифирменных коммуникациях.

Для получения достоверной информации об обстановке в организации нам было необходимо провести исследование на 3 уровнях: топ-менеджмент (отправитель информации), менеджеры среднего звена (посредник) и персонал (получатель).

Подводя итог по проведенному исследованию в целом, можно отметить, что коммуникация на уровне отправитель – посредник (топ-менеджмент-руководители среднего звена), выстроена качественно. На данном уровне лишь существует проблема недостаточного делегирования контролирующих полномочий нижестоящим руководителям. А основные проблемы, выявлены на уровне посредник – получатель (руководители среднего звена - персонал), которые заключаются в: сотрудники мало взаимодействуют друг с другом, многим хотелось бы разнообразить корпоративные мероприятия, сделать их более неформальными, так же в компании многие сотрудники считают, что институт наставничества не развит и это может быть так же одной из причин напряженных отношений в коллективе (отсутствие преемственности). Большое количество сотрудников не знают миссию организации, не чувствуют, что их работа оценена по достоинству, а так же не испытывают чувства того, что именно от того, насколько хорошо они выполнят часть своей работы зависит результативность общей работы и успех компании в целом. Руководству следует обратить внимание на данную проблему, так как это может грозить кризисом во внутрифирменных коммуникациях, который можно предотвратить откорректировав мотивационную политику предприятия, воспользоваться event-менеджментом и пр. Необходимо разработать план антикризисных мероприятий, для того, чтобы нейтрализовать данные маркеры кризиса внутрифирменных коммуникаций.

Нами были предложены следующие мероприятия, для нейтрализации маркеров кризиса внутрифирменных коммуникаций: тренинг руководителей среднего звена «Как эффективно взаимодействовать с подчиненными»; введение бально-рейтинговой оценки качества выполнения заданий (для руководителей подразделений); введение недельных отчетов для руководителей подразделений и сотрудников; организация института наставничества; проведение корпоратива на природе, приуроченного ко Дню нефтяника; проведение тренинга, направленного на укрепление отношений в коллективе; оформление плакатов с миссией организации, а так же рубрикой «Лучший сотрудник месяца»; проведение спортивных соревнований между различными подразделениями; создание внутреннего сайта организации (обязательное введение таких разделов как: форум, вопрос – ответ (анонимно), новости о компании в целом и о каждом отделе, размещение шаржей; организация благотворительной акции, посвященной дню защиты детей (поможет сблизить сотрудников во время решения общих задач, а так же развить чувство причастности к общему делу).

Данные мероприятия помогут решить проблему в сфере построения внутрифирменных коммуникаций, укрепить корпоративный дух, сплотить коллектив, а так же повысить мотивированность сотрудников всех уровней.=

Литература

1. Ольшевский А.С. Антикризисный пиар и консалтинг. М.: Питер, 2003
2. PR-коммуникации: Практическое пособие/И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова. М. : Дашков и К,2010
3. PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR:Учебник /М.Б. Горкина, А.А. Мамонтов, И.Б. Манн. М. : Альпина Пабlishер, 2010
4. Пивонова Н.Е. Особенности современных PR-коммуникаций : Сайт [Электронный ресурс]. URL: http://www.pivo-nina.spb.ru/rechpism/rechpism_lectury6.html (дата обращения: 27.01.2014)