

ИННОВАЦИОННАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В связи с развитием новых информационных, интеллектуальных и маркетинговых технологий внутренние коммуникации как часть ее PR-деятельности требуют внедрения инновационного подхода к их реализации.

Исследования в области внутренних коммуникаций и практика PR-деятельности белорусских промышленных организаций показывают, что реализация инновационной направленности внутренних коммуникаций должна основываться на системном подходе. Внутренние коммуникации организации должны представлять совокупность информационных каналов, передающих деловые, эмоциональные и интеллектуальные сведения.

К основным субъектам внутренних коммуникаций относятся администрация предприятий, члены наблюдательного совета, линейные и функциональные руководители, сотрудники отдела маркетинга. Взаимосвязь данных субъектов позволит реализовать принципы системы внутренних коммуникаций – комплексность, достоверность, своевременность, регулярность, открытость, достаточность – и решить проблемы взаимодействия с контактной аудиторией остального персонала организации.

Сложность взаимодействия с данной контактной аудиторией, действующей в рамках конкретной корпоративной культуры и организационной структуры, связана с тем, что работники хорошо знают как историю и традиции организации, так и ее внутренние проблемы. Поэтому инновационность современных внутренних коммуникаций как составной части коммуникационного процесса организации и ее PR-деятельности зависит от следующих условий:

- информацию следует доводить по заинтересованным сторонам до того, как она стала известна незаинтересованным сторонам;
- целесообразно представлять не только позитивную информацию;
- следует непосредственно или косвенно выявлять мнения и позиции сотрудников, анализировать их предложения, изучать представленные ими идеи или критику.

Инновационность технологии разработки и реализации системы внутренних коммуникаций организации невозможна без учета следующих этапов:

- диагностика существующей системы внутренних коммуникаций;
- разработка стандартов и политики организации в области внутренних коммуникаций;
- реализация политики и внедрение стандартов;
- мониторинг эффективности системы внутренних коммуникаций;
- экономическая, коммуникационная и социальная оценка данной эффективности;
- разработка технологии совершенствования системы внутренних коммуникаций.

Критерием экономической эффективности внутренних коммуникаций является соотношение между производственными результатами, полученными от реализации мероприятий системы, и величиной материальных и финансовых затрат на их проведение за фиксированный промежуток времени, поддержание и улучшение персоналом стандартов организации, повышение качества и эффективности его работы.

К основным критериям коммуникационной оценки эффективности системы внутренних коммуникаций следует отнести:

- количество коммуникационных каналов и адекватность их применения;
- баланс между вертикальными и горизонтальными коммуникациями;
- баланс между формальной и неформальной информацией и ее количеством;
- качество выполнения совместных работ, требующих взаимодействия разных субъектов системы и контактных аудиторий организации;
- количество промежуточных звеньев при передаче информации и своевременность ее распространения.

Коммуникационная оценка позволит определить уровень и качество общественного мнения персонала и других приоритетных групп общественности, которые могут быть участниками системы внутренних коммуникаций.

Социальную эффективность целесообразно определять через влияние системы внутренних коммуникаций на кадровый потенциал организации, состояние социально-психологического климата в основных контактных аудиториях, развитие внутреннего и социального имиджа самой организации, формирование социальной ответственности.

К инновационной составляющей в реализации и разработке системы внутренних коммуникаций относятся проведение качествен-

ных коммуникационных исследований на основе интервьюирования или опросов о влиянии существующих или доступных способов внутренних коммуникаций на микроклимат в коллективе, производительность труда и качество менеджмента. Данные исследования позволяют сформировать представление о выборе видов (печатного, вербального и вербально-визуального) внутренних коммуникаций, которые наиболее влияют на эффективность системы и технологии ее совершенствования. Также решается проблема установления обратной связи и ответной реакции персонала на информацию.

Практика белорусских промышленных организаций в области реализации системы внутренних коммуникаций показывает, что, несмотря на развитие новых информационных технологий, печатные публикации (газеты и информационные бюллетени) остаются важным средством для установления внутренних взаимосвязей в большинстве организаций.

Так, персоналу ОАО «Белшина» через корпоративную газету не только своевременно и без искажений доводится информация о современном состоянии организации, ее достижениях и планах, но и при полной поддержке руководства организации информация подается в режиме «вопрос – ответ».

Как показал анализ материалов информационных бюллетеней ОАО «Бобруйский машиностроительный завод», ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагромаш», Бобруйская ТЭЦ-2, филиал РУП «Могилевэнерго» Бобруйские электрические сети и др., актуальность их информации достигается при помощи использования ящика для вопросов к руководству или, как на ОАО «Легпромразвитие», флипчарта с таблицами, размещенного в фойе здания предприятия, на котором любой сотрудник может написать маркером о возникших проблемах. Секретарем заместителя директора по коммерческим вопросам вписываются ответственный исполнитель и сроки выполнения. Данное средство внутрикорпоративных коммуникаций построено согласно системе 5S – организация и рационализация рабочего места, разработанной в компании «Toyota» (Япония), и призвано улучшить корпоративную культуру, повысить производительность труда, сэкономить время на решение управленческих проблем, способствуют адаптации нового персонала.

Средством вербально-визуального вида внутренних коммуникаций для бобруйских предприятий являются доски объявлений как в традиционном, так и электронном виде. Инновационная подача информации на них связана с использованием графики, фотографий и своевременным обновлением информации.

Инновационная направленность внутренних коммуникаций бобруйских предприятий прослеживается и в использовании вер-

бальных коммуникаций: практикуется проведение совещаний, на которых присутствуют как сотрудники, так и их непосредственные руководители, разноуровневые совещания, на которых разрыв между участниками в иерархической структуре компании составляет две и более ступени. Эффективность данных совещаний обеспечивается прямым общением членов трудового коллектива, обладающих различными уровнями ответственности, и способствует предотвращению негативной неформальной информации.

В системе внутренних коммуникаций промышленные организации г. Бобруйска достаточно широко используют для быстрого и эффективного общения и внутренние компьютерные сети.

Таким образом, внутренние коммуникации организации и их инновационная направленность способствуют вовлечению всего коллектива в решение общих проблем, пониманию значимости экономических и социокультурных процессов, происходящих в ней, и повышению мотивации сотрудников. Это, в конечном итоге, влияет на эффективность работы каждого и результаты организации в целом.

А. П. Чуракова
(Беларусь, Минск)

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ «ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМКИ»

Современный этап развития характеризуется усилением антропогенного влияния на окружающую среду, что является причиной возникновения угроз экологической безопасности и проблем ресурсообеспеченности в долгосрочной перспективе. Согласно итоговому документу Конференции ООН по устойчивому развитию «РиО+20», наиболее гармоничное сочетание целей социально-экономического и экологического развития в настоящее время возможно посредством реализации концепции «зеленой экономики», целями которой являются повышение благосостояния и социальной справедливости, сохранение и эффективное использование природного капитала, снижение рисков деградации и обеднения окружающей среды [1].

«Зеленая экономика» предусматривает внедрение принципов эффективного и рационального использования ресурсов как на макро-, так и на микроуровне, инвестиции в «озеленение» экономики, модернизацию производств на основе экологически чистых технологий, подготовку соответствующих кадров.