

ӘОЖ 070

Н.Т. Шыңғысова

Журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: nazgul_71@mail.ru

Ішкі PR – корпоративтік мәдениеттің негізі

Мақалада ішкі PR-дың маңызы көрсетіліп, корпоративтік басылымдар мекемедегі корпоративтік мәдениеттің негізі болып саналатын іс-шаралардың ұйымдастырылуы қарастырылады.

Түйін сөздер: ішкі коммуникация, тимбилдинг, корпоративтік іс-шаралар, команда құру.

N.T.Shyngyssova

Inner PR – basis of corporate culture

Corporate culture is one of the main components of the implementation of internal PR. This article discusses ways to building and maintaining a positive image of the company.

Keywords: internal communication, team building, corporate events, team building.

Н.Т. Шыңғысова

Внутренний PR – основа корпоративной культуры

Корпоративная культура является одним из основных компонентов реализации внутреннего PR. В статье рассматриваются пути формирования и поддержания положительного имиджа компании.

Ключевые слова: внутренняя коммуникация, тимбилдинг, корпоративные мероприятия, создание команды.

Қазіргі таңдағы жетекші – бұйрық беріп, оның орындалуын бақылаумен шектелмейді. Өзі басқаратын ұжымда жағымды орта туғызып, қызметкерлерді жұмысқа ынталандыру қажет. Ішкі PR-ды ойлайтын ең алдымен компания басшысы болуы керек.

Ішкі коммуникацияның мақсаты – кері байланыс орнату, ақпараттандыру, өнімді арттыру. Ішкі коммуникация тиімді болу үшін қызметкерлерге компаниядағы болып жатқан маңызды мәселелердің барлығынан тұрақты ақпарат беру, қызметкерлерді компанияның күнделікті өміріне араластырып, барлық бөлімдегі қызметімен таныстыру, компанияның құндылығын сезіндіру қажет. Қызметкерлердің көңіл-күйін анықтап, ынталандыру қажет.

Ішкі PR-ды қалыптастырудағы жиі кездесетін қателіктердің бірі – қызметкерлерге аса қажетті ақпараттың толық берілмеуі. Жақында «Kaspi банкке» қатысты оқиға бұған айқын дәлел. Банк бөлімшелерінде отырған менеджерлер

салымшыларға орын алған жағдайды түсіндіріп бере алған жоқ. Банктің беделіне нұқсан келтіріп, салымшылардың сенімін жоғалтуға бағытталған қасақана іс-әрекет екендігін білмеген халық банк бөлімшелерінде депозиттерін алу үшін кезекке тұрып, біразәуре-сарсаңға түсті. Банк басшылығы тұтынушыларға түсіндіру жұмыстарын жүргізу үшін қажетті сұрақ-жауап парақшаларын, брошюралар мен баспа өнімдерін шығаруы тиіс еді. Жедел әрі бұқаралық ішкі PR-науқан ғана банк салымшыларына сенім ұялататын еді.

Қазақстанда қоғаммен байланыс саласында мамандықты қолдау мақсатында іс-шаралар өз деңгейінде жүргізіліп келеді. Түрлі байқаулар, сыйлықтар PR-мамандарының дамып, кәсіби өсуіне мотивация жасайды. Тәжірибе алмасып, бәсекелестікті қалыптастыруға мүмкіндік береді. Осы орайда компаниядағы ішкі PR-дың маңызы зор. Компанияның ішіндегі коммуникация өз деңгейінде болмаса, жұмыс өнімсіз, компанияның беделі төмен болады. Сондықтан

да алғашқы қадам компанияның ішіндегі PR-ды дамытудан басталуы тиіс. Ішкі PR қызметкерлер арасында тиімді коммуникация орнатуға бағытталған іс-шаралар, компанияның қызметкерлер алдындағы имиджі. Ішкі коммуникация тиімді болса, қызметкерлер жұмыстарын қызығушылықпен атқарады.

Ішкі коммуникацияның құралдарына интранет, корпоративтік басылымдар, тимбилдинг, корпоративтік іс-шаралар, ақпараттық тақталар, ішкі байқаулар, жарыстар, басшының ұжым мүшелерімен жиі кездесіп, пікір алмасуы, ішкі жаңалықтар жатады.

Кәсіби білікті ұжымдық топ бүгінгідей қатаң бәсекелестік кезеңінде табысты бизнестің кепілі. Ұжымдық ашық, жағымды қарым-қатынасты қалай орнатуға болады деген сұрақ туа қалса, ауызға ең алдымен команда құрудағы тиімді құрал – тимбилдинг оралады. Ағылшын тілінен аударғанда «team building» – «команда құру» дегенді білдіреді. Ұжымды біріктіріп, ынтымақтастыруға арналған корпоративтік демалыс – тимбилдингті тек сауатты қолданғанда ғана нәтижесін көруге болады. Тимбилдинг немесе топтық тренинг барысында командалық машықты дамытуға арналған көптеген тәжірбиелік жаттығулар менеджмент саласында күзіндеттілік қалыптастырады.

Тимбилдингтегі көптеген жаттығулар жеке қатысушының кедергіні жалғыз өзі жеңе алмайтындай, ұжымның нақты, ойластырылған іс-қимылы ғана табыс кілті болатындай түрде жасалған. Тимбилдинг барысында команданың мүшелерінде ептілік, өзгеріп тұрған оқиғаға тез бейімделушілік, төңірегіндегілерге түсіністікпен қарау, қажет кезінде илігіп, келісімге келу сияқты қасиеттер қалыптасады. Түрлі дене жаттығулары да пайдалы. Үздіксіз үрдіс болып саналатын тимбилдинг команданы құрудың негіздерін үйретеді. Команданың да даму кезеңдері бар. Тиімді команданы бұйрық беріп басқару мүмкін емес. Тимбилдингтің тренингтерінен өту барысында мекемедегі кәсіби білікті мамандар тұрақталып, ішкі келіспеушіліктер азаяды, психологиялық қысым сейіледі. Бүгінде тимбилдингті корпоративтік іс-шаралар өткізетін фирмалар ұйымдастырады.

Командалық хартия – келісімдер жиынтығы. Онда команданың қалауы, мақсаты, маңызы және ұжымның бірлескен іс-әрекеті анық жазылады. Мекеменің құндылығы мен миссиясы командалық хартияның негізгі өзегін құрайды.

Миссия команданың қызметін анықтап, оның маңыздылығын түсіндіретін әрі мақсат қоюда және стратегияны анықтауда негізгі бағдар беруші құжат. Ұжымдық нормалар – команда мүшелері үшін негізгі мінез-құлық тәртіптері.

Корпоративтік іс-шараларды өз деңгейінде ұйымдастырып, өткізу ұжымның корпоративтік рухын көтеруге ықпал етеді. Қызметкерлердің арасында еркін, түсіністікке негізделген қарым-қатынас қалыптастырады. Алдымен корпоративтік іс-шараны жүргізудің Ережесін, нақты жоспар және бюджетті жасау қажет. Жалпы шығын аз кету үшін ішкі ресурстарды барынша тартып, қолданған жөн. Ішкі корпоративтік сайтта шара туралы ақпарат беру арқылы қызметкерлердің пікірін білу, іске жауаптыларды көбірек тағайындау қажет. Мамандар өткізілетін шараны жоба түрінде көрсетуді ұсынады. Өткізілген іс-шараның тиімділігі бюджеттің үнемделуінен, кері байланыстың орнауынан, қызметкерлердің бір-бірімен ортақ тіл табысуынан көрінеді.

Корпоративтік басылымдар корпоративтік мәдениетті қалыптастыруға, мекеменің ішкі коммуникациясын орнатуға, бақылауға ықпал ететін бірден-бір құрал болып табылады. Бұндай басылымдар тұтынушыларға да, компанияға жаңадан келген қызметкерлерге де мекеме қызметі туралы ақпарат береді.

Қазақстанда PR-шы клубы PR Форумы аясында корпоративтік басылымдардың байқауын жариялап келеді. Байқауға ішкі корпоративтік басылымдар мен сыртқы тұтынушыларға арналған баспа және электронды корпоративтік басылымдар қатыса алады. Соңғы жылдары осы байқауда үнемі алдыңғы қатардан көрініп жүрген «Kaspi банктің» корпоративтік журналында да кемшіліктер көп. Журнал тек сыртқы тұтынушыларға арналған. Алайда қазақ тіліндегі нұсқасы сіреспе аударма екендігін айту қажет.

Әлеуметтік желілерден ақпарат алу дамып отырған қазіргі кезеңде екі жақты коммуникация орнатуға аса ыңғайлы корпоративтік сайттардың артықшылығы көп. Біріншіден, онда материалдардың саны шектелмейді. Екіншіден, әлемнің кез келген нүктесіне ақпарат жеткізуге, ақпараттарды жаңартып тұруға мүмкіндік бар. Бұл сайттар арқылы компанияның қызметі, құрылымы, тауарлары туралы ақпараттар алуға болады. PR мамандары бұл сайттар арқылы әртүрлі қоғамдық топтармен жұмыс

істейді. Корпоративтік сайт сауатты жасалса, тұтынушылардың сатып алу туралы шешім қабылдауына ықпал етеді. Корпоративтік сайтта компанияның миссиясы, жаңалықтар, құрылымы, тауарлардың сипаттамасы, қызметкерлер және байланыс ақпараттары болады.

Компаниялар ақпараттық себеп табу, оны бұқаралық ақпарат құралдарына ұсынуды меңгеруде. Осы орайда кейбір мекемелер қоғаммен байланыс қызметін өзге агенттікке сеніп тапсырады. Компанияның аутсорсингтік агенттікті жалдауына әр түрлі жағдайлар ықпал етеді. Жалпы, компанияның нарықта табысты қызмет етуі, имиджінің көтеріліп, беделінің қалыптасуы, тауары мен қызметінің өтімділігі PR-маманының компаниядағы рөлімен тікелей бай-

ланысты. Егер, компаниядағы қызметкерлердің PR-саласында арнаулы білімі болмаса әрі компания ішінде PR-міндетті шешетін мүмкіндік болмаған жағдайда аутсорсингтік компанияны жалдауға тура келеді. Осы мәселеге байланысты зерттеуші мамандардың пікірі әртүрлі. Бірі агенттіктің қызметін төмен бағалап, жұмысты сапасыз орындайды, бақылау мүмкіндігінен айырылу қаупі бар десе [1], екінші бір мамандар керісінше агенттік жұмысты өте сапалы әрі жедел орындап, тиімді нәтижеге жеткізеді деген пікір айтады [2].

Ішкі PR-қызметі компанияның ұйымдастыру мәдениетіне бағытталған. Қазіргі таңда Қазақстанда қоғаммен қарым-қатынас орнатудың түрлері дамып келеді деуге толық негіз бар.

Әдебиеттер

- 1 Домбай К. Казахстанский PR без понтов или как поднять компанию без рекламы. – Алматы, 2009. – 66 с.
- 2 Горкина М., Мамонтов А., Манн И. PR на 100%. – М., 2005. – 101 с.

References

- 1 Vel gloriam sine Dombay K. Kazakhstan PR ad tuam negotium vendo. Almaty, MMIX. – LXVI.
- 2 M.Gorkina., A.Mamontov., I.Mann. PR C%. M., MMV. – CI.