

PR-ТЕХНОЛОГИИ В КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ ООО «РН-ВАНКОР»

Д. В. Харьянова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева

В данной работе рассматривается использование PR-технологий в корпоративной культуре производственной нефтедобывающей организации. Опыт внутрикорпоративных коммуникаций изучается на материале одной из дочерних организаций ПАО «НК «Роснефть» – ООО «РН-Ванкор».

Ключевые слова: PR-технологии, корпоративная культура, ООО «РН-Ванкор».

PR-TECHNOLOGIES IN THE CORPORATE CULTURE OF RN-VANKOR LLC

D. V. Kharyanova

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology

This paper examines the use of PR technologies in the corporate culture of an oil production organization. The experience of internal corporate communications is studied on the material of one of the subsidiaries of PJSC “NK “Rosneft” – LLC “RN-Vankor”.

Keywords: PR-technologies, corporate culture, RN-Vankor LLC.

Одной из актуальных проблем для организаций в настоящее время является повышение производительности труда. Компании повышают производительность труда через такой инструмент, как мотивация персонала. Для достижения сплоченности сотрудников в работе над общей целью организации используют развитие позитивной корпоративной культуры.

Н. Н. Могутнова даёт определение «корпоративной культуры» как совокупности разделяемых трудовым коллективом ценностей, норм и традиций, формирующих у работников чувство причастности к организации [Могутнова, 2005]. Поэтому представители отдела корпоративной культуры в организациях используют различные PR-технологии, которые призваны вызывать у сотрудников компании чувство «общей судьбы», единения для решения общих задач.

А. А. Калмыков и М. А. Денисова предлагают следующее определение: «PR-технология – это социально-коммуникативная технология контроля над коммуникациями основного субъекта PR с его целевыми аудиториями, реализуемой средствами PR и представляет собой совокупность последовательно используемых деятельностных процедур, мероприятий и средств, направленных на оптимальное и результативное достижения целей и выполнения задач субъекта управления в установленное время и в установленном месте» [Калмыков, 2007].

В. Ф. Кузнецов характеризует PR-технологии как «совокупность последовательно используемых действий, способов и методов деятельности по организации связей с общественностью, которые ориентированы оптимально и эффективно реализовывать цели и задачи субъекта управления в конкретное время и в конкретном месте» [Кузнецов, 2010, с. 195]. Таким образом, можно сказать, что PR-технологии в корпоративной культуре представляют собой использование различных мероприятий для формирования здоровой производственной среды и её поддержания.

Каждый специалист по связям с общественностью в организациях разрабатывает PR-технологии, которые учитывают специфику предприятия, возрастных, гендерных, демографических и других особенностей ее руководства и персонала [Семенцова, 2014]. Работа с сотрудниками является важной частью реализации PR-стратегии и, как правило, данное направление включает следующие виды работ:

- создание системы эффективных внутренних вертикальных и горизонтальных коммуникаций (совещания, собрания, переговоры, стенды информации, корпоративные СМИ, рассылки через мессенджеры);
- формирование корпоративной культуры (миссия, ценности, документы корпоративного поведения, ритуалы, традиции, корпоративный стиль);
- мероприятия в области нематериальной мотивации (праздники, тимбилдинг, системы адаптации и поощрения, конкурсы, повышение квалификации).

Приведем примеры использования PR-технологий в работе общества с ограниченной ответственностью «РН-Ванкор» (далее – общества). Начнём с краткой характеристики: ООО «РН-Ванкор» – это дочернее общество ПАО «НК «Роснефть», оператор по реализации проекта «Восток Ойл» в Таймырском Долгано-Ненецком и Туруханском районах, ЯНАО [РН-Ванкор]. Автор прошёл практику в отделе по взаимодействию со средствами массовой информации и общественностью, внутренним коммуникациям и корпоративной культуре ООО «РН-Ванкор» в июле 2022 года. Организация, по наблюдениям, использует большинство PR-технологий для поддержания сформировавшейся корпоративной культуры. Приведем несколько примеров, взятых с официальной страницы ВКонтакте ООО «РН-Ванкор» и официального сайта ПАО «НК «Роснефть». Создание системы эффективных внутренних вертикальных и горизонтальных коммуникаций – корпоративные медиа. Сотрудники ООО «РН-Ванкор» для ознакомления с новостями организации используют сайт ПАО «НК «Роснефть», корпоративную почту, группу в социальной сети «ВКонтакте», Телеграм-канал и корпоративную газету.

Формирование корпоративной культуры – поддержка традиций и ритуалов. В компании несколько лет проходят спортивные мероприятия: традиционные соревнования на кубок ООО «РН-Ванкор» по кёрлингу, зимняя и летняя спартакиады, в которых участвуют несколько команд из разных подразделений общества.

Так, Зимний кубок Ванкора, прошедший в 2021 году, в котором принимали участие 14 команд и более 350 работников, в течение месяца состязавшиеся в хоккее с шайбой, беговых и горных лыжах, конькобежном спорте, эстафете на санях, кёрлинге и сноуборде, был одним из самых масштабных корпоративных турниров в городе.

Более 600 сотрудников стали гостями соревнований и активными болельщиками. В 2022 году прошли XVII Летние спортивные игры ПАО «НК «Роснефть» в Туапсе, где впервые в истории предприятия «РН-Ванкор» одержал общекомандную победу в корпоративной спартакиаде. Данные мероприятия показывают, какой популярностью пользуются массовые соревнования, укрепляющие корпоративную культуру предприятия.

Ещё одной из традиций ООО «РН-Ванкор» является исполнение новогодних пожеланий детей из приюта «Забота» города Игарки. Подарки для детей были приобретены из личных средств работников предприятия в рамках традиционной акции добрых дел «Елка желаний».

Проходят экологические акции, например, субботник «Звездный десант», в котором по своему желанию участвуют сотрудники. Как видно из приведенных примеров, работники с радостью участвуют в акциях, организованных ООО «РН-Ванкор» или ПАО «НК «Роснефть». В организации все сотрудники строго следуют кодексу корпоративной этики и дресс-коду, который контролируют сотрудники частного охранного предприятия «РН-Охрана-Ванкор». Каждый сотрудник ООО «РН-Ванкор» должен ознакомиться с «Кодексом деловой и корпоративной этики НК «Роснефть» перед началом работы в предприятии [Кодекс, 2015].

В повседневной деятельности сотрудники соблюдают правила и стандарты, установленные в Кодексе, каждый сотрудник несёт ответственность за соблюдение этических норм, которые обязательны для всех работников, независимо от занимаемой должности и положе-

ния в ООО «РН-Ванкор». Руководство предприятия организует корпоративные мероприятия и многое другое в соответствии с принципами, изложенными в Кодексе.

Мероприятия в области нематериальной мотивации. Отмечаются профессиональные праздники, такие, как «День нефтяника», в котором с большим энтузиазмом участвуют работники ООО «РН-Ванкор». К этому дню приурочены соревнования между работниками общества по программе «Лучший по профессии» в рамках ежегодного смотра-конкурса профессионального мастерства. Выезды с пешеходными прогулками в выходные дни. На предприятии летом реализуется спортивно-оздоровительная программа – пешие экскурсии с гидом по Национальному парку «Красноярские Столбы». Для работников это возможность познакомиться с коллегами из других направлений и бесплатно отдохнуть на природе, а для ООО «РН-Ванкор» – поддержание имиджа организации, заботящейся о своих сотрудниках.

Конкурсы. Предприятие регулярно проводит конкурсы, направленные как на сотрудников, так и на родственников работников, в особенности детей. Конкурсы подразделяются на профессиональные и творческие. Примером может служить фотоконкурс «Зимняя сказка», профессиональный конкурс «Один день из жизни нефтяника» и творческие конкурсы ко «Дню геолога», строителя и представителей других специальностей, задействованных в производственном процессе общества. Помимо моральной мотивации в виде размещения победителей в новостях группы «ВКонтакте», участники награждаются подарками с символикой организации – ещё одним инструментом формирования корпоративной культуры.

Как показало проведенное исследование, ООО «РН-Ванкор» для повышения производительности труда и мотивации персонала использует различные PR-технологии.

Библиографические ссылки

Калмыков А. А., Денисова М. А. Методическая экспертиза PR-технологий // Консультант директора. 2007. № 14. С. 11–21.

Кодекс деловой и корпоративной этики ПАО «НК «Роснефть» // ПАО «НК «Роснефть»: сайт. 2015. 5 июня. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Kodeks_rus.pdf (дата обращения: 07.02.2023).

Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М. : АспектПресс, 2020. 302 с.

Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. 2005. № 4(252). С. 130–136.

Официальная страница «ВКонтакте» ООО «РН-Ванкор» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/vankorneft> (дата обращения: 05.04.2023).

Официальная страница компании ПАО «НК «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosneft.ru/> (дата обращения: 06.04.2023).

Семенцова А. И. PR-технологии формирования корпоративной культуры работников банка // Исследования человеческого капитала как стратегического ресурса: сб. трудов молодежной научной конференции. Екатеринбург : УрФУ, 2014. С. 286–289.

References

Kalmykov A. A., Denisova M. A. Metodicheskaya ekspertiza PR-tekhnologiy / *Konsul'tant direktora*. 2007. № 14. S. 11–21.

Kodeks delovoy i korporativnoy etiki PAO «NK «Rosneft'» // PAO «NK «Rosneft'»: sayt. 2015. 5 iyunya. Available at: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Kodeks_rus.pdf.

Kuznetsov V. F. *Svyazi s obshchestvennost'yu: teoriya i tekhnologii*. M. : AspektPress, 2020. 302 s.

Mogutnova N. N. *Korporativnaya kul'tura: ponyatiye, podkhody* // *Sotsiologicheskiye issledovaniya*. 2005. № 4(252). S. 130–136.

Ofitsial'naya stranitsa «VKontakte» / ООО «RN-Vankor». Available at: <https://vk.com/vankorneft>.

Ofitsial'naya stranitsa kompanii PAO «NK «Rosneft'». Available at: <https://www.rosneft.ru/>.

Sementsova A. I. PR-tekhnologii formirovaniya korporativnoy kul'tury rabotnikov banka // *Issledovaniya chelovecheskogo kapitala kak strategicheskogo resursa: sb. trudov molodezhnoy nauchnoy konferentsii*. Ekaterinburg : UrFU, 2014. S. 286–289.