



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ  
Кафедра «Маркетинга и социальных коммуникаций»

## Дипломная работа

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРИВЕРЖЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА**

НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРОСВЕТКНИГА»

ВЫПОЛНИЛА:  
студентка гр.....  
К..... Яна Андреевна

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:  
канд. соц. наук, доцент  
Пуринова Г. К.

# АКТУАЛЬНОСТЬ

персонал - ценное конкурентное преимущество



средства публичных отношений  
формирование корпоративного имиджа  
корпоративной культуры



приверженность



Эффективная работа  
конкурентоспособность





**Объект исследования:**

ООО «Просветкнига» под брендом «Буквоед»

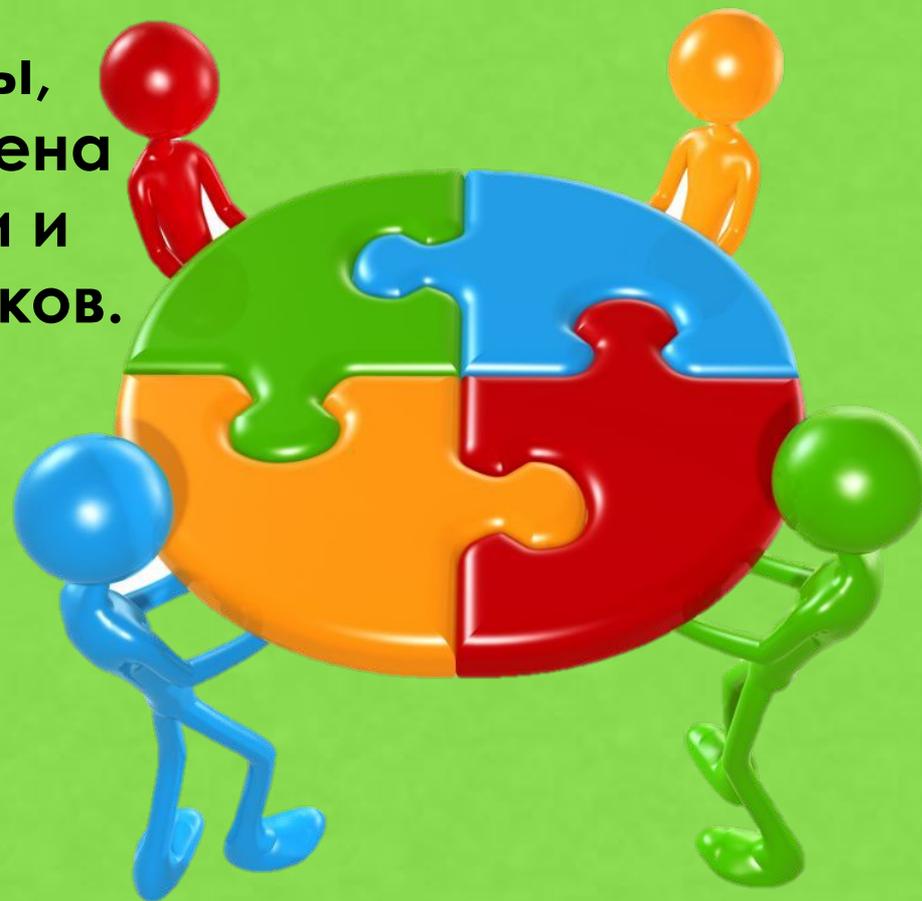
**Предмет исследования:**

Формирование приверженности сотрудников компании «Буквоед».

**Цель дипломной работы:** на основе анализа приверженности сотрудников компании «Буквоед» предложить рекомендации, направленные на ее развитие и совершенствование.

# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

**– это культура организации, в которую заложены ее традиции, обычаи, нормы, миссия и которая направлена на повышение мотивации и приверженности сотрудников.**



# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

Корпоративная культура

Культура  
Эффективного бизнеса

Профессиональная  
культура

Конкурентная среда

Корпоративная  
философия

Государственные  
законы

Модные тенденции

Элементы  
корпоративной  
культуры

Декларация  
миссии корпорации

Стиль руководства  
и лидерства

Командный дух

Деловой этикет  
общения

Мотивация и  
стимулирование

Фирменный  
стиль

Социальное  
партнерство

Культура качества

# ПРИВЕРЖЕННОСТЬ

- **Идентификация.** Гордость за принадлежность к организации, рассмотрение ее целей и ценностей как своих собственных, идентификация с организацией.
- **Вовлеченность** в работу организации, стремление сделать больше, чем от тебя ожидают или требуют.
- **Лояльность** к организации - готовность всегда отстаивать ее интересы; эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом.



# ТРИ КОМПОНЕНТА ПРИВЕРЖЕННОСТИ

- **Аффективная приверженность:**

идентификация, вовлеченность, и эмоциональная привязанность к организации. В компании остаются потому, что хотят этого.

- **Текущая приверженность:**

осознание работниками затрат, связанных с уходом из организации. В компании остаются потому, что это выгодно.

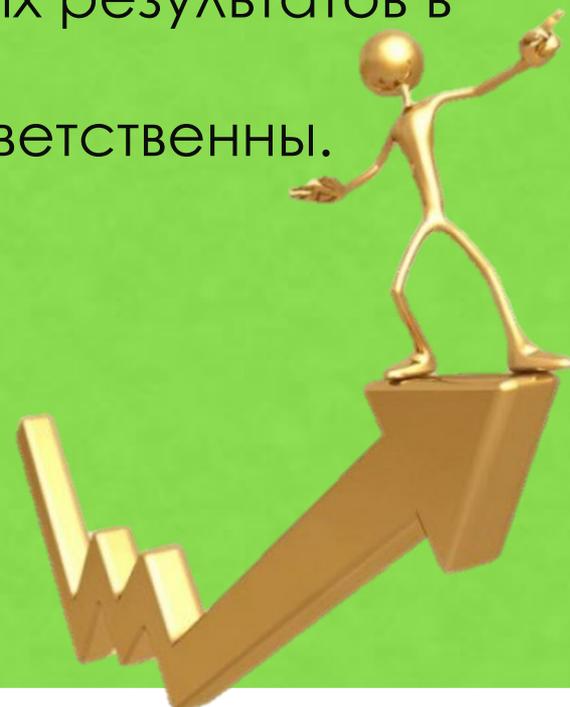
- **Нормативная приверженность:** осознание обязательств по отношению к организации.

В компании остаются потому, что испытывают чувство долга перед ней.



# ПРИЧИНЫ НЕОБХОДИМОСТИ ПОДДЕРЖАНИЯ ПРИВЕРЖЕННОСТИ:

1. Приверженность сотрудников – основа репутации фирмы в глазах клиентов и персонала.
2. Приверженные сотрудники тщательно охраняют коммерческие секреты фирмы
3. Приверженные сотрудники используют все резервы и ресурсы для достижения максимальных результатов в работе.
4. Приверженные сотрудники более ответственны.
5. Приверженные сотрудники остаются верны фирме в кризисные для нее моменты.
6. Приверженные сотрудники способны быстрее адаптироваться к меняющимся условиям.



# КОРПОРАТИВНЫЙ PR

**– это система выработанных организаций инструментов, способных развивать и поддерживать существующую корпоративную культуру организации, а также внутренние коммуникации.**



# СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО PR

Налаживание  
внутрикорпоративных  
связей

Формирование  
единых стандартов  
поведения

Построение системы  
информирования  
сотрудников

Формирование положи-  
тельного имиджа компании  
работодателя

Повышение приверженности и  
как следствия эффективности  
каждого сотрудника

# PR-ИНСТРУМЕНТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЕРЖЕННОСТИ

- **имиджевые мероприятия** – миссия, корпоративный кодекс организации, корпоративная символика;
- **коммуникативные мероприятия** – личные встречи с руководителями, объявления на общем собрании, передачи корпоративного радио, доски объявлений, выпуск корпоративных газет, использование возможностей внутренней интернет-сети, работа внутреннего сайта компании;
- **объединяющие мероприятия** – корпоративные праздники, соревнования, традиции и т.д.



# КНИЖНАЯ СЕТЬ

**БУКВОЕД**  
ВСЕГДА РЯДОМ

- Миссия компании «Буквоед» - культурное развитие общества и удовлетворение его информационных, интеллектуальных и эмоциональных запросов.





# СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ



- Образовательные проекты для социальных групп населения.
- Пополнение библиотечных фондов детских домов-интернатов на территории Северо-Западного региона.
- Помощь детям с онкологическими заболеваниями, находящимся на лечении в больницах города Санкт-Петербурга.
- Поддержка ветеранов ВОВ, проживающих на территории Северо-Западного региона.



**Буквоед собирает ребят**



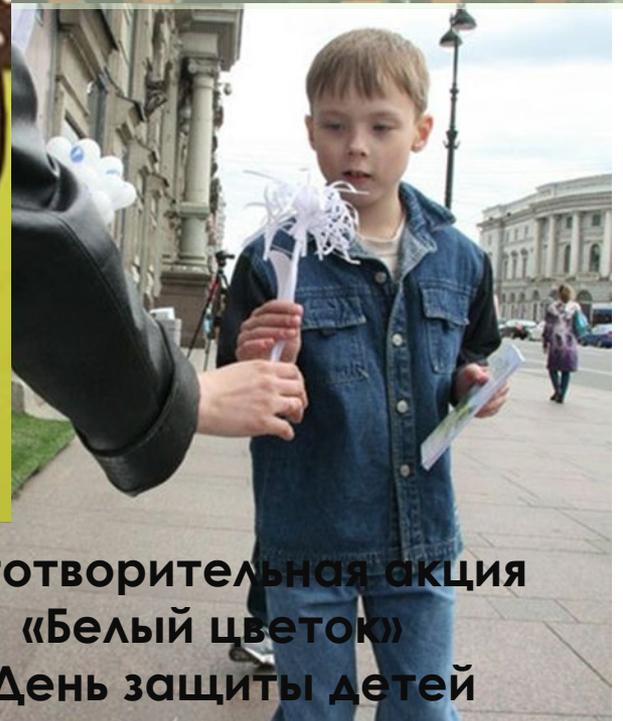
**Годовщина дня Снятия  
Блокады Ленинграда.**



**...ил свою электронную  
...там из детдома**



**Форма сотрудников магазина в праздник  
День Победы**



**Благотворительная акция  
«Белый цветок»  
в День защиты детей**

# ИНСТРУМЕНТЫ PR В КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ «БУКВОЕДА»



## 1. Организационные.

Планы обучения, программы для сотрудников.

## 2. Аналитические.

Корпоративный сайт.

## 3. Коммуникационные.

Встречи с руководством, планерки.



# ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ

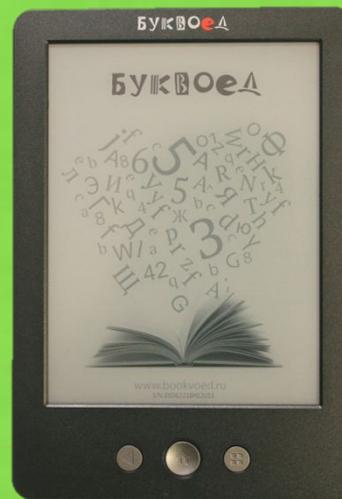
## Конкуренты

Книжные сети «Буква» и «Снарк»



## Преимущества «Буквоеда»

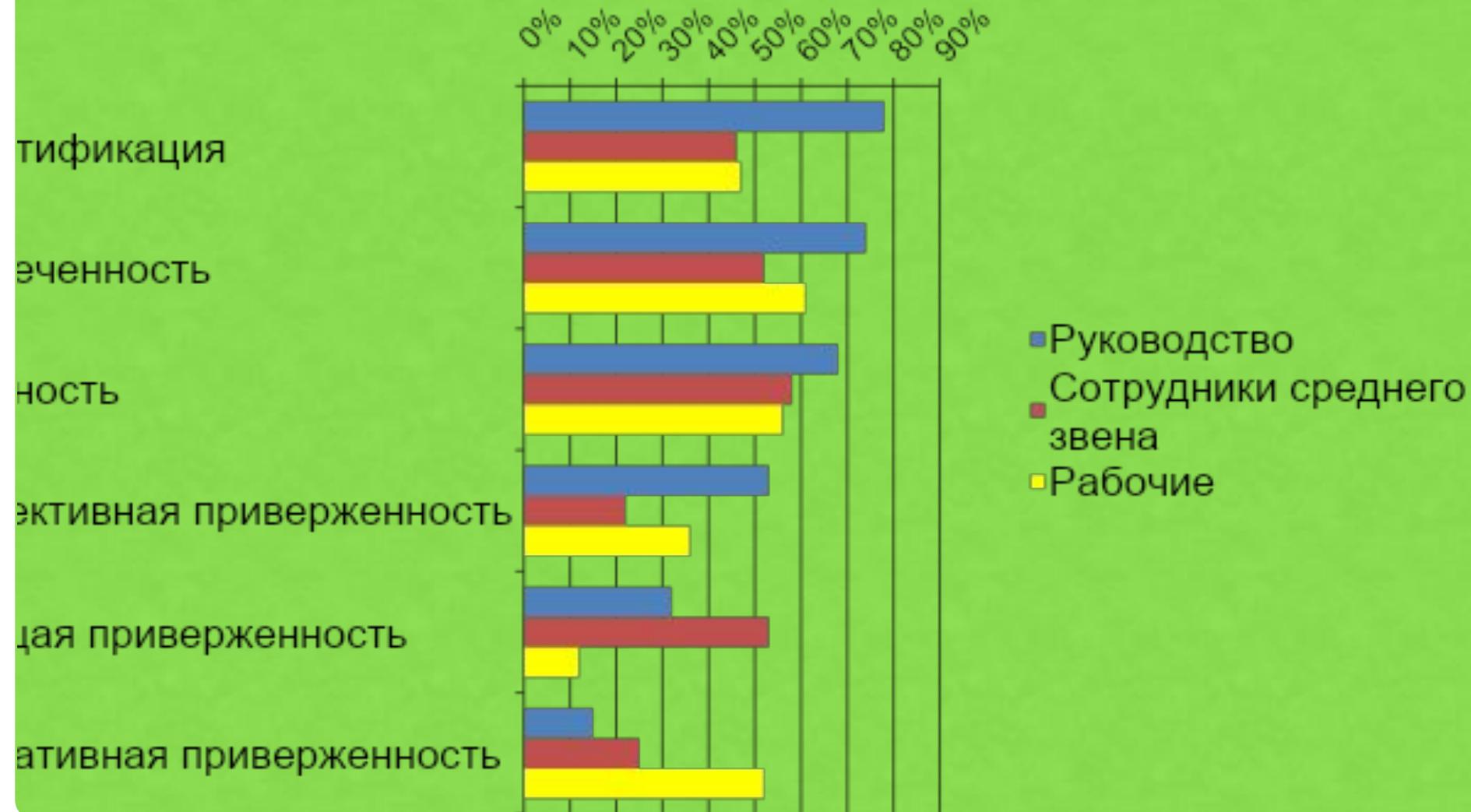
- культурно-просветительская программа
- радио «Буквоед»
- поисковая база данных
- электронную книгу i-ВЕДЪ
- журнал «Пойнтер»



# ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ

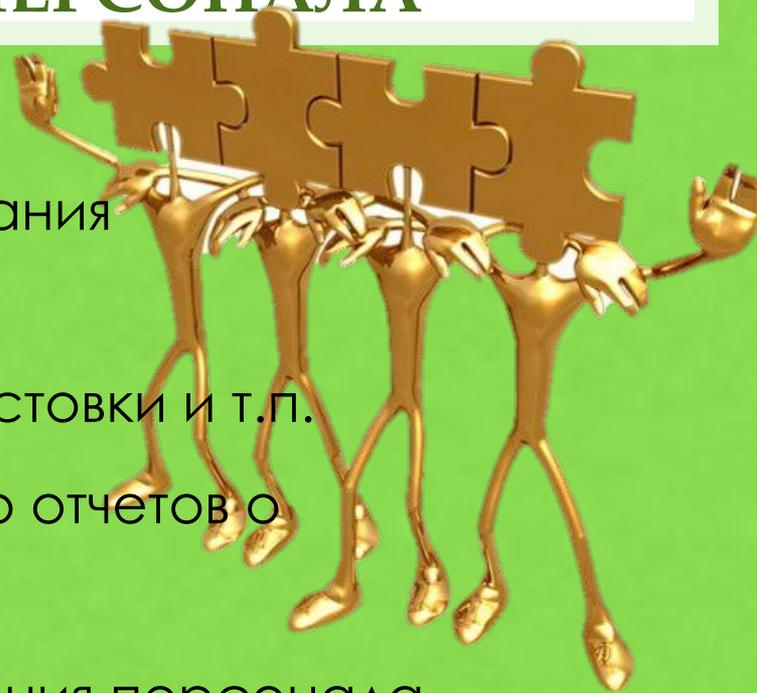


# ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ ПРИВЕРЖЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

- Создание PR отдела для формирования внутрикорпоративного имиджа
- Создание корпоративной газеты, листовки и т.п.
- Трансляция в магазинах видео, фото отчетов о событиях происходящих в компании
- Создание стандарта информирования персонала
- Разработка и внедрение регламентов, норм, процедур
- Сделать персонал конкурентным преимуществом



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

