

Бибиков В.Ф.

магистрант, ИНО, Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций им. проф. М.А.Бонч-Бруевича

Статья представлена научным руководителем кандидатом
социологических наук, доцентом Мальченковой А.Е.

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СЛУЖБЫ ПЕРСОНАЛА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЛИДАРНОСТИ

Ключевые слова: организация, связи с общественностью, служба персонала внутренние коммуникации, корпоративная культура, солидарность

В данной статье раскрывается взаимодействие между службой персонала, занимающейся управлением человеческими ресурсами, и внутренними связями с общественностью, отвечающими за создание единого информационного поля и укрепление корпоративной культуры.

В современном бизнесе, где конкуренция за таланты и лояльность сотрудников неуклонно растет, эффективные внутренние коммуникации становятся критически важным фактором успеха. Продвижение организации внутри, донесение информации до сотрудников с целью формирования позитивного отношения к компании, ее руководству и продуктам – это задача, требующая профессионального подхода и четкой организации. Однако, зачастую эта функция, относящаяся к сфере внутренних связей с общественностью (ВСО), возлагается на подразделения, лишь косвенно связанные с коммуникациями, например, на службу персонала. Такое структурно-функциональное несовершенство приводит к снижению

эффективности внутренних коммуникаций и, как следствие, к проблемам в корпоративной культуре и снижению корпоративной и профессиональной солидарности работников.

Тем не менее, многие считают подобное положение совершенно нормальным и даже прогрессивным явлением.

Например, преподаватель кафедры управления АНОВО «ИМЭС» Н.Г. Самородская считает следующие функции определяющими современную службу персонала:

- организация труда персонала и охрана труда;
- мотивация и стимулирование труда;
- развитие и обучение сотрудников;
- маркетинг персонала;
- развитие организационной культуры;
- поддержка психологического климата в коллективе и психологическое консультирование;
- кадровое делопроизводство с использованием современных технологий;
- аудит кадровой деятельности;
- разработка HR-бренда организации;
- отбор и оценка персонала;
- адаптация новых сотрудников;
- работа с резервом [1].

Функции, явно относящиеся к ВСО, а не к кадровому администрированию, очевидны. Это, например, маркетинг персонала, развитие организационной культуры и формирование HR-бренда. Организация труда и охрана труда являются компетенцией службы главного инженера, а не отдела кадров.

Подобная путаница приводит к размыванию ответственности, снижению эффективности управленческих процессов и, как следствие, к неоптимальному использованию человеческих ресурсов. Когда задачи, требующие стратегического видения и глубокого понимания бизнеса, подменяются рутинной бумажной работой, теряется фокус на главном – на людях как

ключевом активе компании. Это может проявляться в отсутствии четких целей по развитию персонала, игнорировании потребностей сотрудников в обучении и карьерном росте, а также в неспособности выстроить систему мотивации, действительно стимулирующую достижение бизнес-результатов. Всё это, в конечном итоге, не лучшим образом сказывается на формировании профессиональной и корпоративной солидарности работников.

Эмиль Дюркгейм, классик социологии, выделял два типа социальной солидарности: механическую и органическую [2]. Механическая солидарность характеризуется однообразием функций и ценностей, где люди связаны общими убеждениями и традициями. В контексте организации, это проявляется в отсутствии четкого разделения труда, когда сотрудники выполняют схожие задачи, а их взаимодействие основано на общей принадлежности к компании.

В отличие от механической, органическая солидарность возникает в обществе с развитым разделением труда, где каждый индивид выполняет специализированную функцию, а их взаимодействие основано на взаимозависимости и необходимости друг в друге. В организации это означает, что каждый отдел, включая службу персонала и ВСО, имеет четко определенные задачи и обязанности, а их взаимодействие направлено на достижение общих целей.

Когда функция продвижения организации внутри, по сути являющаяся задачей ВСО, перекладывается на службу персонала, возникает размытие границ ответственности и снижение эффективности. Это приводит к формированию механической солидарности, где сотрудники чувствуют себя частью безликой массы, а их индивидуальные потребности и мнения не учитываются.

Для формирования правильного типа солидарности, необходимо навести порядок в разделении труда [2]. Это означает, что служба персонала и внутренние связи с общественностью должны быть структурно и функционально разведены.

По мнению HR-эксперта С.В. Ивановой, служба персонала должна фокусироваться на:

- управлении персоналом: подбор, адаптация, обучение, оценка, развитие и увольнение сотрудников;
- кадровом администрировании: ведение кадровой документации, учет рабочего времени;
- разработке и внедрении HR-политик: создание и поддержание системы мотивации, компенсаций и льгот;
- разрешении трудовых споров: урегулирование конфликтов между сотрудниками и руководством [3].

Доктор педагогических наук А.С. Ковальчук считает, что внутренние связи с общественностью фокусируются на:

- разработке и реализации стратегии внутренних коммуникаций: определение целей, целевых аудиторий и каналов коммуникации;
- создании и распространении контента: написание новостей, статей, создание видеороликов, организация мероприятий;
- управлении внутренними каналами коммуникации: поддержание актуальности и эффективности местных информационных сетей, корпоративной газеты, рассылок;
- организации внутренних мероприятий: проведение корпоративных праздников, тимбилдингов, конференций;
- сборе и анализе обратной связи: проведение опросов, фокус-групп, анализ комментариев в социальных сетях;
- формировании позитивного имиджа организации внутри: укрепление корпоративной культуры, повышение лояльности сотрудников [4].

В качестве примера грамотного распределения обязанностей и структурно-функционального разделения можно представить крупную IT-компанию.

Служба персонала: отвечает за подбор талантливых разработчиков, их адаптацию в компании, организацию обучения новым технологиям, оценку их эффективности и разработку системы мотивации, основанной на достигнутых результатах.

Внутренние связи с общественностью: отвечает за информирование сотрудников о новых проектах компании, успехах команды, изменениях в стратегии развития. Они организуют внутренние конференции, где разработчики могут поделиться своим опытом и знаниями, создают корпоративный блог, где публикуются статьи о новых технологиях и достижениях компании, и проводят регулярные опросы для оценки уровня удовлетворенности сотрудников.

В данном примере, служба персонала фокусируется на управлении сотрудниками как ресурсом, обеспечивая их профессиональный рост и благополучие, в то время как ВСО концентрируется на создании единого информационного поля, формировании корпоративной идентичности и укреплении эмоциональной связи сотрудников с компанией.

Несмотря на структурное и функциональное разделение, служба персонала и ВСО должны тесно взаимодействовать. Например, как считает доктор экономических наук В.И. Беляев:

— HR может предоставлять ВСО информацию о новых сотрудниках, их достижениях, изменениях в структуре компании, что ВСО может использовать для создания позитивного контента;

— ВСО может проводить опросы среди сотрудников, результаты которых HR может использовать для улучшения HR-политик и программ;

— При проведении крупных корпоративных мероприятий, HR может отвечать за логистику и организационные вопросы, а ВСО – за коммуникационную поддержку, формирование атмосферы и освещение события [4].

Такое разделение труда позволяет каждому подразделению сосредоточиться на своих ключевых компетенциях, повышая тем самым общую эффективность организации. Сотрудники, в свою очередь, получают более качественную и адресную информацию, чувствуют себя более вовлеченными и ценными, что способствует формированию органической солидарности – основы для устойчивого развития и процветания компании.

Структурное и функциональное разделение службы персонала и внутренних связей с общественностью – это не просто формальность, а стратегическая необходимость для современных организаций. Это позволяет перейти от механической солидарности, основанной на однообразии, к органической, основанной на профессионализме, взаимозависимости и общей цели. Грамотное распределение обязанностей и четкое взаимодействие между этими службами являются залогом формирования сильной корпоративной культуры, повышения лояльности сотрудников и, как следствие, достижения устойчивого успеха на рынке.

Список литературы

1. Самородская Н. Г. Служба управления персоналом предприятия: от затрат до центра прибыли // Экономика и управление: Проблемы, решения. - 2020.- Том 3.- № 3, С. 79-82
2. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Пер. с фр. А.Б. Гофмана, примечания В.В. Сапова. — М.: Канон, 1996. — 432 с. — (История социологии в памятниках).
3. Ковальчук А. С. Внутренние коммуникации в организации: учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2019. – 240 с.
4. Иванова С. В. Корпоративная культура: учебник. – М.: КноРус, 2021. – 288 с.
5. Беляев В. И. Управление человеческими ресурсами в современных условиях: учебник. – М.: Омега-Л, 2021. – 400 с.

Bibikov V. STRUCTURAL AND FUNCTIONAL SEPARATION OF INTERNAL PUBLIC RELATIONS AND HR AS A NECESSARY CONDITION FOR THE DEVELOPMENT OF CORPORATE SOLIDARITY

This article explores the interaction between the HR function, which manages human resources, and internal public relations, which is responsible for creating a unified information field and strengthening corporate culture.

Keywords: organization, public relations, HR, internal communications, corporate culture, solidarity

Бибиков Виктор Федорович

bibikov-viktor@yandex.ru

+7 921 3089108