

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Внутрикорпоративный имидж и его влияние на
приверженность
сотрудников организации на примере ООО «Милко»

Выполнил: Михайленко К.В.
студент гр. О-3272

Томск - 2012

Введение

Цель: выявление отношения сотрудников ООО «Милко» к своей компании.

Объект исследования: внутренняя коммуникационная среда.

Предмет исследования: внутрикорпоративный имидж и его влияние на приверженность сотрудников.

Задачи:

- диагностика внутреннего имиджа компании;
- изучение уровня приверженности сотрудников.

Понятие имиджа организации и его составляющие



Корпоративный имидж предприятия

Внешний имидж

Имидж предприятия у потребителей

- Качество, дизайн, характеристики продукции
- Известность торговой марки
- Сервисные услуги
- Система скидок
- Цена на продукцию
- Представления о заявленной миссии предприятия
- Firmenный стиль предприятия

Бизнес-имидж предприятия

- Уровень лояльности предприятия к партнерам
- Надежность предприятия
- Уровень престижности предприятия
- Представления партнеров о заявленной миссии и стратегиях предприятия
- Информационная открытость предприятия

Имидж для госструктур

- Значимость продукции предприятия для региона
- Участие предприятия в социальных программах
- Законопослушность предприятия
- Количество предоставляемых рабочих мест
- Представления региональной администрации о заявленной миссии предприятия
- Открытость предприятия к неформальным контактам
- Престижность предприятия

Социальный имидж предприятия

- Проводимые предприятием социальные акции
- Информационная открытость предприятия
- Соблюдение предприятием экологических стандартов
- Количество предоставляемых рабочих мест
- Представления общественности о заявленной миссии предприятия

Внутренний имидж предприятия

- Уровень лояльности руководства к персоналу
- Уровень информационной открытости руководства
- Предоставляемые социальные гарантии
- Возможность карьерного роста
- Система заработной платы и морального стимулирования
- Уровень престижности фирмы
- Firmenный стиль предприятия
- Моральная атмосфера на предприятии
- Представления персонала о миссии и стратегиях предприятия

Понятие приверженности

Приверженность: вовлеченность в работу;
лояльность предприятию;
доверие ценностям
предприятия.

Поведенческие установки: расположенность;
разделение принципов и целей;
разделение ценностей и норм;
отсутствие действий, наносящих ущерб;
умение подчиняться;
заинтересованность в результатах.

Использование средств Public Relations в формировании внутрикорпоративного имиджа

Задачи и направления внутрикорпоративного PR:

- создание и развитие идеологии;
- формирование внутреннего имиджа;
- взаимопонимание между руководством и персоналом;
- управление официальными и неофициальными каналами распространения информации и обратной связи;
- создание единой системы объективных оценок вклада каждого в успех фирмы;
- поддержание и развитие профессионализма, обучение;
- контроль.

ООО «Милко»

Характеристика организации

Цель компании

Основные виды деятельности

Особенности организационной
структуры

Инструменты PR в кадровой политике

- 1) Организационные
- 2) Информационные
- 3) Аналитические
- 4) Коммуникационные

Исследование внутрикорпоративного имиджа ООО «Милко»

Первый этап – качественное исследование;

Второй этап – количественное исследование;

Анализ результатов.

Исследование приверженности сотрудников ООО «Милко»

	Сотрудники ООО "Милко"		
	руководители	Сотрудники среднего звена	Рабочие на производстве
Внутрикорпоративный имидж	6.1	5.2	4.6
Аффективная составляющая приверженности	6.1	5.4	4.2
Текущая составляющая приверженности	5.3	5.7	5.3
Нормативная составляющая приверженности	4.7	4.6	5.4
Общее значение по приверженности	5.4	5.2	4.9