**СУЧАСНІ ЗАСОБИ ВНУТРІШНЬОФІРМОВИХЗВ’ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

**INTERNAL COMPANY CONNECTIONS WITH HUMANITY**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Михайлова Марія Валеріївна

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Mikhailova Maria Valeriivna

**Анотація:** Тема досліджує сучасні підходи та інструменти, які використовуються компаніями для забезпечення ефективної взаємодії з громадськістю всередині організації. Розвиток технологій та зростання важливості соціальних медіа та онлайн-комунікацій перетворив спосіб, яким підприємства спілкуються зі своїми співробітниками та іншими зацікавленими сторонами всередині компанії. Дослідження цієї теми дозволяє визначити оптимальні практики та стратегії для успішного впровадження та використання засобів внутрішньо фірмових зв'язків з громадськістю у сучасному бізнес-середовищі.

**Ключові слова:** засоби зв’язків; зв’язки з громадськістю; внутрішньофірмові зв’язки.

**Annotation:** The topic explores modern approaches and tools used by companies to ensure effective interaction with the public within the organization. Advances in technology and the growing importance of social media and online communications have transformed the way businesses communicate with their employees and other stakeholders within the company. The study of this topic allows to determine the best practices and strategies for the successful implementation and use of internal company relations with the public in the modern business environment.

**Keywords:** means of communication. Public Relations.intra-company relations.

Сучасне бізнес-середовище вимагає від компаній активної взаємодії зі своєю громадськістю, яка включає співробітників, клієнтів, партнерів та інші зацікавлені сторони. Для забезпечення ефективної комунікації внутрішньої аудиторії з компанією використовуються різноманітні засоби внутрішньо фірмових зв’язків з громадськістю.

Зв'язки з громадськістю націлені на встановлення взаєморозуміння між підприємством та відповідною цільовою аудиторією, групами людей або суспільством загалом, підвищення іміджу підприємства, формування позитивного мислення про нього та його продукцію й послуги. Цільовою аудиторією зв’язків з громадськістю можуть виступати споживачі, персонал організації, акціонери, партнери фірми, конкуренти, урядові організації, громадські організації, місцеве населення, населення країни, міжнародна спільнота.

Внутрішньо фірмові зв’язки з громадськістю націлені на встановлення довірливих прозорих відносин між керівництвом та співробітниками, налагодження двостороннього зв’язку та системи ефективних комунікацій, підвищення мотивації персоналу, формування іміджу гарного роботодавця та максимально ефективне використання трудового потенціалу. Вони є вкрай важливими, адже персонал являє собою один з головних ресурсів підприємства [1, с. 70].

До сучасних засобів внутрішньо фірмових зв’язків з громадськістю відносяться:

* внутрішній (корпоративний) портал;
* корпоративні блоги та форуми;
* внутрішні соціальні мережі;
* електронні бюлетені та новини.

В умовах сьогодення саме цифрові технології забезпечили швидке розповсюдження інформації, ефективні швидкі комунікації, в тому числі між співробітниками підприємств та керівництвом. Тому сучасні інструменти внутрішньо фірмових зв’язків з громадськістю здебільшого використовують діджитал-технології.

Внутрішній (корпоративний) портал представляє собою внутрішній сайт організації, метою якого є забезпечення ефективних, своєчасних, інформативних комунікацій між персоналом різних ланок керування та різних відділів. Внутрішній портал забезпечує необхідний доступ до інформації у компанії, інформує про розвиток підприємства, сприяє впровадженню корпоративної культури. Внутрішньо корпоративний портал можна використовувати й задля генерування нових ідей персоналом щодо покращення діяльності підприємства, напрямків його розвитку. А поєднання комунікацій вищого керівництва та представників різних відділів (маркетингового, виробничого, дослідницького, фінансового, кадрового) дозволяє швидше адаптувати перспективні ідеї до реалізації та впроваджувати в практику підприємства [1, c. 71].

Завдяки корпоративним блогам та форумам, можна створити платформи для обміну інформацією та думками серед співробітників, це сприяє підвищенню взаєморозуміння та залученню до вирішення внутрішніх проблем.

Внутрішні соціальні мережі дозволяють співробітникам обмінюватися ідеями, спілкуватися та співпрацювати над проектами в онлайн-режимі, що сприяє покращенню комунікації та згуртованості колективу.

Регулярна розсилка електронних бюлетенів та новин компанії сприяє збереженню інформованості співробітників та підтримує єдність у баченні місії та цілей організації.

Цифрові технології надали нові можливості для зв’язків з громадськістю, в тому числі внутрішньо корпоративних, за рахунок глобальності, інтерактивності, оперативності, мультицентризму. Ведення соціально-етичного маркетингу означає збільшення масштабів комунікацій організацій і суспільства, тобто посилення позицій зв’язків з громадськістю в маркетингових комунікаціях. [2]

Ефективне використання сучасних засобів внутрішньої комунікації сприяє підвищенню продуктивності праці, залученню та утриманню талановитих співробітників, підвищенню рівня задоволеності персоналу та покращенню репутації компанії серед громадськості.

Сучасні засоби внутрішньо фірмових зв’язків з громадськістю відіграють ключову роль у формуванні ефективної корпоративної культури та підтримці стійкого розвитку компанії. Вони створюють умови для взаємодії, співпраці та спільної роботи всіх сторін, що призводить до досягнення стратегічних цілей та успіху на ринку.

**Список літератури**

1. Кірносова М. В. Використання цифрових технологій внутрішнього паблікрилейшнз в інноваційному розвитку підприємства. *Маркетинг і цифрові технології*: зб. матеріалів І Міжнар. Наук.-практ. конф. 29-30 травня 2014 р. Одеса: ТЕС, 2014. С. 70-72.
2. Ступницький О. І. Особливості використання інструментарію PR для стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. № 9(99). С. 77-85. URL: <https://nv.ua/ukr/project/bank-1-misiya-zdiysnenna-50007094.html>