

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

ТИМОФЕЕВА ВЕРОНИКА АЛЕКСЕЕВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
PR-ИНСТРУМЕНТАМИ**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2026 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, канд.филол.наук, доцент Е.А. Додыченко

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. Актуальность формирования и поддержания корпоративной культуры с помощью PR-инструментов обусловлена несколькими факторами. Организация и управление рабочим процессом, повышение уровня вовлеченности и лояльности работников, формирование имиджа и репутации – все это позволяет воспринимать корпоративную культуру не как второстепенный элемент управления, а как стратегический ресурс.

В современных условиях организации все чаще обращаются к PR-инструментам для выстраивания эффективных коммуникаций, трансляции ценностей, мотивации сотрудников и формирования единой корпоративной идентичности. Грамотное использование PR-инструментов позволяет укрепить позиции компании и создать устойчивую внутреннюю среду, где каждый работник чувствует свою причастность к общему делу.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение и анализ формирования и поддержания корпоративной культуры PR-инструментами на примере международного аэропорта «Гагарин».

Задачи:

- изучить основы корпоративной культуры;
- рассмотреть PR-инструменты корпоративной культуры;
- исследовать практику формирования и поддержания корпоративной культуры PR-инструментами;
- проанализировать деятельность и систему внешних коммуникаций международного аэропорта «Гагарин»;
- раскрыть основные характеристики корпоративной культуры международного аэропорта «Гагарин»;
- разработать рекомендации по улучшению корпоративной культуры международного аэропорта «Гагарин» PR-инструментами.

Объект – корпоративная культура международного аэропорта «Гагарин».

Предмет – PR-инструменты, применяемые для формирования, поддержания и совершенствования корпоративной культуры международного аэропорта «Гагарин».

В работе использованы такие методы исследования, как анализ, кейс-исследование, опрос, сравнение, сопоставление.

Структура включает введение, две главы, заключение, список использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические аспекты формирования корпоративной культуры PR-инструментами» рассмотрены сущность корпоративной культуры, ее структурные элементы, функции и типологии, а также определены ключевые PR-инструменты, используемые для формирования и поддержания среды, способствующей достижению стратегических целей компании.

В условиях меняющейся экономической среды корпоративная культура перестала восприниматься как второстепенный элемент управления. Сегодня она рассматривается в качестве стратегического ресурса, определяющего идентичность и устойчивость организации, уровень вовлеченности сотрудников и их лояльность.

В ходе работы были проанализированы различные подходы к определению корпоративной культуры. Так, установлено, что под корпоративной культурой понимается комплекс ценностей, традиций, принципов и правил поведения, транслируемый на всех членов организации и выраженный духовными и материальными «символическими» средствами. Фундаментом корпоративной культуры выступают миссия, видение, ценности и поведенческие индикаторы (конкретные действия, отражающие ценности).

В связи с этим в рамках главы рассмотрены PR-инструменты, которые позволяют транслировать ценности, выстраивать коммуникации и создавать единую корпоративную культуру. PR-инструменты подразделяются на внешние и внутренние. Внешние инструменты направлены на формирование имиджа

компании и взаимодействие с клиентами, партнерами и СМИ. Внутренние направлены на информирование персонала и стимулирование активности, формирование положительного восприятия компании среди работников, создание комфортной и продуктивной рабочей атмосферы, оптимизацию условий труда и устранение барьеров в коммуникации между подразделениями. Подчеркнута необходимость многоканальной системы коммуникации и регулярной обратной связи, а также роль мотивационных теорий Ф.Герцберга (факторы гигиены и мотивации) и А.Маслоу (иерархия потребностей) в повышении продуктивности сотрудников.

В качестве практических примеров использования PR-инструментов проанализирован опыт двух крупных российских аэропортов – «Пулково» и «Домодедово». Было установлено, что оба аэропорта используют широкий спектр внешних и внутренних PR-инструментов. Однако «Пулково» уделяет больше внимания развитию инициативности сотрудников и корпоративным мероприятиям, тогда как «Домодедово» сосредоточен на технических аспектах и пассажирском сервисе. Опыт аэропортов подтверждает, что системное применение PR-инструментов позволяет превратить корпоративную культуру в стратегический ресурс, обеспечивающий конкурентоспособность.

Во второй главе «Практические аспекты формирования корпоративной культуры PR-инструментами (на примере международного аэропорта «Гагарин»)» представлен детальный анализ деятельности аэропорта, его внешних и внутренних коммуникаций, выявлены основные характеристики корпоративной культуры, а также разработаны конкретные предложения по ее улучшению PR-инструментами.

Международный аэропорт «Гагарин» является аэропортом федерального значения и занимает ключевое место в транспортной системе Саратовской области и всего Поволжского округа, выступая не просто транспортным узлом, а визитной карточкой региона и символом его развития. «Гагарин» – это второй аэропорт в современной России, построенный с нуля «в чистом поле», что подчеркивает его уникальность и масштаб реализованного проекта.

Аэропорт полностью соответствует актуальным и будущим требованиям авиационной отрасли. Инфраструктурное оформление и планировка аэропорта тщательно продуманы до мельчайших деталей, чтобы обеспечить максимальный комфорт пассажирам. Основными конкурентами аэропорта являются аэропорты «Сталинград» (Волгоград) и «Курумоч» (Самара), превосходящие «Гагарин» по масштабу и количеству направлений. Однако саратовский аэропорт делает ставку на уникальный сервис, высокие стандарты безопасности и культурную символику, что уже принесло ему признание на национальном уровне, включая 5 место в рейтинге Forbes как самому удобному аэропорту Поволжья. Аэропорт также удостоен ряда наград: «Лучший инфраструктурный проект 2019», «Лучший аэропорт с пассажиропотоком до 2 млн» (2021).

В ходе изучения деятельности аэропорта был проведен анализ внешних коммуникаций. Установлено, что «Гагарин» использует такие PR-инструменты, как экскурсии и споттинг (авиафотография), взаимодействует со СМИ («Версия-Саратов», «ГТРК Саратов», «АиФ-Саратов»), ведет официальный сайт, а также Telegram-канал, мессенджер Мах и сообщество ВКонтакте.

Раскрыты основные характеристики корпоративной культуры аэропорта «Гагарин». Ключевыми принципами отмечены безопасность, высокий уровень сервиса и соблюдение авиационных традиций. Миссия состоит в эффективном наземном обслуживании рейсов по стандартам IATA и ISO 9000. Видение заключается в стремлении занять прочные позиции на рынке авиационных услуг, стать крупнейшим хабом и важным транспортно-логистическим узлом. Ценности включают уважение к клиенту, постоянное улучшение, безопасность, профессионализм. Визуальная идентичность разработана в рамках УК «Аэропорты Регионов».

Внутренние коммуникации построены на каскадировании информации через мессенджеры Telegram и Мах, информационные стенды, личные встречи с руководством, опросы. Действуют система обучения, программа наставничества и корпоративные мероприятия.

Для оценки текущего состояния, выявления сильных сторон и точек роста корпоративной культуры был проведен опрос среди персонала международного аэропорта «Гагарин» (273 респондента из разных подразделений). Результаты опроса показали высокую удовлетворенность условиями труда (средний балл 4,76 из 5), готовность рекомендовать аэропорт как место работы (80,9%), гордость за работу в «Гагарине» (71,4%), следование принципам безопасности (95,2%).

Одновременно выявлены проблемные зоны: 28,6% сотрудников редко получают обратную связь, 38,1% не знают о программе наставничества или считают ее формальной, часть персонала (около 3%) испытывает информационный голод, половина респондентов не связывает имя Гагарина со своей ежедневной работой, 4,8% допускают отступление от правил ради скорости.

На основе отмеченных недостатков разработаны рекомендации по улучшению корпоративной культуры с помощью PR-инструментов. Прежде всего, предложено создать многоканальную систему коммуникации, объединяющую цифровые каналы (Telegram, Max), информационные стенды с еженедельным обновлением и бумажный дайджест, что позволит устранить информационное неравенство.

Для системной обратной связи внедряется программа «Небесный компас». Рубрика «Высота недели» представляет собой еженедельный пост от руководства подразделения, который размещается в общем чате мессенджера и дублируется на информационном стенде. В этом посте руководитель публично отмечает одного или нескольких сотрудников, проявивших себя за прошедшую неделю, кратко описывает достижения и дает полезный совет для всей команды. Рубрика «Звезда смены» проводится раз в две недели: руководитель отмечает сотрудника из служб, который особенно эффективно справился с задачами, проявил инициативу или помог другим. Ежемесячно руководство записывает короткое видеообращение, в котором отвечает на самые частые вопросы, комментирует реализованные инициативы и дает обратную связь по типичным

ошибкам. Дополнительно выпускается ежемесячный дайджест, где кратко подводятся итоги месяца: выделяются лучшие практики, называются имена отличившихся, анализируются основные показатели работы и даются рекомендации на следующий месяц.

Для реформирования наставничества предложено ввести онлайн-курс для наставников, позволяющий стандартизировать подход к обучению новых сотрудников, а также проводить ежеквартальное голосование среди новичков за лучшего наставника с поощрением победителя.

Чтобы превратить имя «Гагарин» в объединяющий символ, рекомендуется праздновать День космонавтики с викторинами, хрониками и привлечением семей сотрудников, а в день рождения Гагарина (9 марта) публиковать в чатах архивные фото и рассказы о том, как имя Ю.А. Гагарина связано с работой аэропорта.

Обновление визуальной идентичности включает добавление металлического значка с изображением Ю.А. Гагарина, разработку форменной одежды для административно-управленческого персонала, размещение логотипа аэропорта на манжете пиджака и нанесение светоотражающей надписи «Гагарин» на спину курток для линейных сотрудников.

Для усиления культуры безопасности на рабочих местах и в технических помещениях размещаются короткие плакаты с ориентирами: «Гагарин – это надежность», «Каждая секунда на перроне требует точности», «Безопасность – наш главный полет», а в социальной сети «ВКонтакте» запускается рубрика «Безопасность – наш приоритет» с лучшими историями из практики, где строгое соблюдение правил предотвратило происшествие.

Системные тимбилдинги предлагается проводить четыре раза в год. Зимой – командный квест «Аварийная посадка», где команды за ограниченное время решают легенду о нештатной ситуации, развивая навыки работы в стрессе. Весной – образовательный семинар по саморегуляции с приглашенным психологом, на котором сотрудники осваивают дыхательные упражнения, техники переключения внимания и аутогенной тренировки. Летом – конкурс

«Безопасность в деталях»: в течение одной-двух недель сотрудники делают фотографии своих рабочих мест, отражающие как образцовое соблюдение правил, так и специально созданные (строго в рамках конкурса, без пассажиров) риски, затем на совместной встрече с начальником службы авиационной безопасности разбирается каждый кадр. Осенью – интеллектуальная игра «Брейн-ринг: авиация и космос» с вопросами об истории авиации, принципах работы, ценностях аэропорта и фактах о Ю.А. Гагарине.

Кроме того, предлагается упорядочить традиции поздравлений с днем рождения: на информационном стенде размещается плакат с фотографией именинника и возможностью оставить от руки добрые пожелания, а в общем чате службы запускается рубрика «Сегодня свой день рождения празднует...» с краткими пожеланиями.

По результатам второй главы был сделан вывод о необходимости понимания и управления корпоративной культурой как важным аспектом организационной жизни в современной конкурентной среде. Корпоративная культура определяет эффективность организации, требует постоянной работы и стратегического подхода. Это является неотъемлемой частью успешного функционирования и развития любой компании. PR-инструменты способны не только поддерживать, но и существенно улучшать культуру.

Таким образом, работа представляет собой комплексное исследование теоретических и практических аспектов формирования и поддержания корпоративной культуры PR-инструментами. Разработанные для аэропорта «Гагарин» рекомендации носят прикладной характер и могут быть внедрены в практическую деятельность. Их реализация позволит превратить имя первого космонавта в живой объединяющий символ, повысить вовлеченность и удовлетворенность персонала, а также укрепить репутацию аэропорта в регионе.