

ГОВОРИТЕ – ВАС УСЛЫШАТ

О ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ В РЖД

В компании утвердили Концепцию развития системы внутрикорпоративных коммуникаций. Обновлённый документ даёт практические рекомендации по эффективному информированию, развитию культуры диалога и сбору обратной связи в компании.

Трудно представить рабочий день, когда работники «Российских железных дорог» не вовлечены во внутрикорпоративные коммуникации. Утро может начинаться с просьбы коллеги о помощи в корпоративном мессенджере или с селекторного совещания. На экране компьютера всплывают информеры, а на рабочую почту приходит полезная рассылка. Пройти опрос или прочитать новости о компании можно на Сервисном портале. В каждом подразделении есть информационные стенды. По всем социально-кадровым вопросам помогают на горячей линии, а по организации рабочих моментов всегда можно написать в онлайн-приёмную своему руководителю. Сегодня в компании используется более десятка разных каналов и инструментов коммуникации. Одни из них служат для информирования и создают единое информационное поле для всех работников, другие — для сбора обратной связи, третьи — для развития диалога.

Ключевой инструмент **информирования** — Сервисный портал работника ОАО «РЖД». Аудитория площадки около 640 тыс. сотрудников. Здесь регулярно публикуется актуальная информация для работников, в том числе об индексации заработной платы, социальной поддержке, новых назначениях в компании (раздел «Новости»), материалы корпоративных СМИ (раздел «Пресса») содержит свежие выпуски газеты «Гудок», также можно подать заявку и принять участие в различных корпоративных мероприятиях (сервис «События»). В разделе «Блоги» работники или подразделения могут публиковать собственные материалы, делиться своей экспертизой или локальными новостями.

Также для информирования в компании используются корпоративные СМИ (портал Gudok.ru, телеканал «РЖД ТВ», информационно-аналитические издания и др.). Созданы группы и каналы в социальных сетях и мессенджерах («ВКонтакте», «Телеграм», МАХ). Работники активно общаются в корпоративном мессенджере «Экспресс».

Используются корпоративные электронные средства: рассылки, всплывающие диалоговые окна и статичные экранные заставки на корпоративных компьютерах, видео-конференц-связь.

Кроме того, в компании проводятся информационно-разъяснительные мероприятия — Дни информирования, селекторные совещания, информационные встречи в коллективах и др., распространяются наглядные материалы (брошюры, буклеты, листовки, постеры, видеоролики и пр.).

Каналы **обратной связи** позволяют работникам донести до руководства мнение или отзыв, сообщить о проблемах или получить актуальную информацию по вопросам социально-кадровой и производственной направленности.

Как и в случае с информированием, ключевая платформа для сбора обратной связи — Сервисный портал. Раздел «Опросы» позволяет вовлечь железнодорожников по всей сети в социологические исследования по актуальным для компании темам и событиям (от удовлетворённости работой и социально-психологического климата в коллективах до культуры безопасности и охраны труда). Результаты исследований используются при принятии соответствующих управленческих решений.

В разделе «Онлайн-приёмная» каждый сотрудник может напрямую обратиться к руководителю своего подразделения с вопросом,

Станислав СУГАК,
начальник Центра бренда
работодателя и развития
человеческого капитала
ОАО «РЖД» (ЦБР)*



просьбой или предложением. Этот инструмент особенно актуален для линейных подразделений с большой численностью персонала, где работники не всегда имеют возможность обратиться к руководителю напрямую.

Также в компании действует горячая линия по социально-кадровым вопросам. Этот инструмент позволяет круглосуточно принимать обращения работников и оперативно их консультировать.

Наконец, есть инструменты, которые используются для развития диалога между работниками: это корпоративные мероприятия (встречи руководства с коллективами в рамках торжественных событий и праздников, слёты молодежи, школы передового опыта, корпоративное обучение, стратегические сессии и др.), профессиональные сообщества, личное общение между коллегами или приём у руководителя.

Чтобы управлять всей этой системой, организовать её работу и сделать эффективным каждый канал, в компании утвердили Концепцию развития системы внутрикорпоративных коммуникаций (ВКК) ОАО «РЖД» до 2030 года.

Она объединяет ключевые элементы системы внутрикорпоративных коммуникаций (процессы, каналы и инструменты) и намечает перспективы её развития. Учитываются федеральное законодательство, национальные цели РФ, рыночные тенденции, а также запросы работников и внутренняя повестка компании. Документ в том числе регламентирует схему организационного управления системой ВКК и синхронизирует её цели (повышение уровня информированности, удовлетворённости и вовлечённости железнодорожников) с Программой развития человеческого капитала.

В центре внимания Концепции находятся работники ОАО «РЖД» всех уровней — это целевая аудитория системы ВКК. При этом особое внимание уделяется представителям массовых железнодорожных профессий, учитывая специфику их работы и зачастую ограниченный доступ к цифровым каналам в течение рабочих смен.

* На момент подготовки материала. — Прим. ред.

«В приоритете компании — развитие у работников навыков эффективной коммуникации, а также грамотного и корректного использования каналов и инструментов внутренних коммуникаций, это требование времени, — отметил **Станислав СУГАК**. — Мы видим, что сегодня работники перегружены информацией, и в перспективе эта информационная нагрузка будет только расти. Также нужно принимать во внимание вопросы информационной безопасности — это тоже часть нашей жизни. Вместе с этим у нас много людей работает «в поле», где зачастую нет и телефонной связи. Всё это накладывает особые требования на процессы, организацию и качество корпоративного контента. Он должен быть более оперативный и персонализированный. И конечно, растёт роль руководителя, в концепции об этом прямо говорится».

Концепция предназначена в первую очередь для руководителей всех уровней, а также специалистов социально-кадрового блока и работников, в чью деятельность входит организация информирования персонала. Документ даёт им не только ориентиры в работе, подходы и метрики, позволяющие оценить эффективность процессов внутренних коммуникаций, но и практические рекомендации, помогающие подобрать инструмент под конкретную задачу.

В документе подчеркивается, что работа системы ВКК должна строиться на четырёх ключевых принципах, чтобы обеспечить своевременное и корректное донесение информации о мерах поддержки и возможностях в компании:

- **адресность:** информация транслируется только тем работникам, кому она необходима;
- **качество:** информация должна быть достоверной и полной;
- **доступность:** использование каналов и инструментов должно быть удобным, а все сообщения понятными;
- **результативность:** показатели информированности, удовлетворённости и вовлечённости работников должны показывать положительную динамику.

В последние годы уровень удовлетворённости информированием стабильно превышает 82%, в 2025 году он достиг 83,8%. «Это достаточно высокий показатель, и вместе с тем нам есть куда расти, — резюмирует Станислав Сугак. — Концепция предлагает направления развития, которые помогут руководителям эффективнее выстраивать внутренние коммуникации, а работникам — ещё быстрее и комфортнее получать нужную информацию. Пятилетний срок документа позволяет оперативно реагировать на изменения в области коммуникаций. Эта крайне гибкая и изменчивая сфера, учитывая изменения в медиапотреблении людей, тенденции на рынке и влияние технического прогресса».