

Кадетова В.И.

студент

Научный руководитель: Белова Н.Н., к.э.н

Воронежский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация: В статье рассматривается понятие PR-деятельности, ее задачи и применение. Рассмотрена связь PR-деятельности и имиджа компании. Представлены особенности ведения связей с общественностью для компаний нефтегазовой отрасли. Даны характеристики указанным особенностям, причины их возникновения.

Ключевые слова: нефтегазовые компании, эффективное взаимодействие, имидж, стратегия, PR-деятельность.

Kadetova V.I.

Student

Scientific supervisor: Belova N.N., Candidate of Economics

Voronezh State University

FEATURES OF PR ACTIVITIES OF OIL AND GAS COMPANIES

Abstract: The article examines the concept of PR activity, its objectives and application. The relationship between PR activity and the company's image is considered. Features of public relations for companies in the oil and gas industry are presented. Characteristics of these features and the reasons for their occurrence are given.

Keywords: oil and gas companies, effective interaction, image, strategy, PR activity.

В настоящее время тяжело представить крупную компанию, которая не имеет PR-стратегии и не занимается изучением мнения общественности

о своей компании. Для формирования общественного мнения PR-специалисты используют различные методы и инструменты, включая взаимодействие со СМИ, партнерами и другими заинтересованными сторонами, взаимодействие с государственными органами.

Деятельность во связям с общественностью направлена на формирование определенного положительного имиджа в общественном сознании для повышения лояльности к компании и увеличению конкурентоспособности. Причем PR-деятельность актуальна не только для коммерческих организаций, но и для государственных учреждений и некоммерческих организаций.

Такое взаимодействие с общественностью всегда носит двухсторонний характер, так как компании не только транслируют желаемое представление о своей деятельности, путем предоставления информации и социальных действий, но и собирают и анализируют мнение людей о функционировании организации. На основании глубокого всестороннего анализа собранной информации выявляются слабые места PR-стратегии для ее последующего корректирования.

Имидж компании среди аудитории, формируемый деятельностью по связям с общественностью, должен строиться только на достоверной информации, используя индивидуальность и существующие преимущества организации. К задачам PR можно отнести не только информирование общественности, но и создание доверительных отношений с аудиторией для поддержания эффективного взаимодействия.

Кроме упомянутых аспектов PR-деятельности стоит отметить, что она также должна помогать в управлении кризисными ситуациями. К этому можно отнести как превентивные меры, которые учитываются при создании стратегии, так и обеспечение быстрого реагирования на уже

возникшие негативные ситуации, для чего разрабатываются антикризисные стратегии для восстановления репутации.

При разработке PR-стратегии важно соблюдать стратегические цели компании, а также формировать ее учитывая меняющиеся условия внешней среды. Все указанные аспекты ведения PR относят ко всем организациям и публичным лицам, в том числе и к компаниям нефтегазового сектора.

Но ввиду определенной специфики деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса их взаимодействие с общественностью имеет особенности. Это обуславливается не только уникальным и своеобразным фронтом работы, но и разными видами взаимоотношений, которые в большинстве своем присущи компаниям ТЭК. Ниже рассмотрены особенности PR-деятельности нефтегазовых компаний:

1. Кризисное управление в области экологии. Так как деятельность компаний напрямую связана с природой и экологией, важно, чтобы PR-специалисты оперативно реагировали на различные аварии и утечки, чтобы предоставлять актуальную информацию и общаться с заинтересованными сторонами.

2. Социальная ответственность. Из-за агрессивного вмешательства в экосистемы регионов, где компании ведут свою деятельность, общественность может негативно относиться к предприятиям, поэтому необходимо развивать регионы присутствия, вкладывая средства в инфраструктуру и социальную поддержку населения, а также информировать аудиторию о положительных вкладах.

3. Работа с государственными органами. Большой вклад в экономику страны и ее места на мировой арене обязывают нефтегазовые компании взаимодействовать с государственными регуляторами и

органами власти. Это в том числе обосновывается государственным регулированием природопользования и пользования недр.

4. Международное взаимодействие. Особенность функционирования компаний ТЭК предполагает взаимодействие с международными партнерами и регуляторами. Поэтому важно PR-стратегию формировать с учетом выхода на мировой рынок, а также уметь коммуницировать с представителями различных культур.

5. Специфика информации. PR-специалисты нефтегазовых компаний должны хорошо разбираться в технических аспектах деятельности, чтобы уметь достоверно и популярно донести необходимую информацию и процессах и технологиях до аудитории.

6. Внутренний PR. Широкий территориальный разброс обязывают предприятия ТЭК проводить PR внутри компании среди сотрудников, чтобы объединять их в единый коллектив и транслировать миссию и политику компании.

В заключение, PR-деятельность нефтегазовых компаний играет критически важную роль в формировании их имиджа и управлении репутацией в условиях высокой конкуренции и общественного внимания. Учитывая специфику отрасли, включая экологические вызовы, социальные аспекты и необходимость прозрачности, компании должны разрабатывать стратегически продуманные PR-кампании. Эффективное взаимодействие с общественностью, активное участие в социальных инициативах и внимание к устойчивому развитию становятся неотъемлемыми компонентами успешной PR-стратегии.

Использованные источники:

1. Гаврилюк У.А. PR и связи с общественностью / У.А. Гаврилюк, Э.В.Багирова // Научные междисциплинарные исследования. – 2020. – №8-2. – 14с.

2. Письменников Д.Н. Значение PR-деятельности для современного управления нефтяными компаниями России / Д.Н. Письменников // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2011. – №11-1. – С.149-153.