

*Игнат Татьяна Александровна*

стажер

ООО «Юридическая клиника»

студентка

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный

университет экономики и сервиса»

г. Владивосток, Приморский край

## **ПОДГОТОВКА КОРПОРАТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Аннотация: взаимосвязь между эффективностью организации и ее социально-психологическим климатом – важнейшая проблема для руководителей компаний, фирмы, поэтому так важно знание важнейших составляющих социально-психологического климата организации. Автор отмечает прямую зависимость успеха бизнеса от людей, которые его обслуживают, и подчеркивает важность создания атмосферы, способствующей поднятию командного духа и повышению лояльности сотрудников. Статья посвящена вопросам практического подхода к организации корпоративного мероприятия.*

*Ключевые слова:* корпоративное мероприятие, тимбилдинг, инсентив, мотивация.

Корпоративное мероприятие на сегодняшний день – это не просто совместное времяпрепровождение рабочего коллектива, но еще и эффективный инструмент мотивации и сплочения сотрудников. Благодаря корпоративным мероприятиям повышается трудовая эффективность в рабочее время, снижается уровень конфликтности внутри фирмы и между сотрудниками, а компания приобретает положительный имидж среди партнеров и конкурентов.

Правильно организованное корпоративное мероприятие – залог успешной работы любой уважающей себя компании. Для каждой фирмы огромную роль играет ее экономический рост, но и не менее важное значение имеют такие факторы, как сплоченность команды и здоровая атмосфера в коллективе, ведь

именно благодаря дружественному настрою и ощущению себя одной командой повышается работоспособность сотрудников и растет общая производительность труда.

По определению И.В. Богомазовой, корпоративное мероприятие – это не только и не столько развлечение сотрудников и приятное времяпрепровождение» [3]. Это один из самых мощных инструментов для решения задач, стоящих в области управления персоналом и внутренних коммуникаций. Инструмент формирования и развития корпоративной культуры.

В соответствии с данными Национальной Ассоциации Организаторов Мероприятий (НАОМ) [2], также приведёнными в исследовании консалтинговой компании «АМИКО» [3], корпоративные мероприятия можно разделить по следующим видам:

- 1) корпоративные торжества для сотрудников компаний (юбилеи и годовщины компаний, общепринятые календарные и профессиональные праздники);
- 2) инсентив (Incentive) (корпоративные поездки, организуемые для сотрудников по России и за рубежом, для повышения их стимула и мотивации к более эффективному труду, в том числе организация выездов сотрудников компаний на культурные и спортивные события – корпоративный туризм);
- 3) team-building (мероприятия, направленные на командообразование);
- 4) социальные (благотворительные) мероприятия и экоивенты.

Корпоративные мероприятия – важный инструмент формирования корпоративной культуры организации: они поднимают мотивацию сотрудников, способствуют сплочению коллектива, а также выявляют основные проблемы в организации, то есть используются как инструмент организационной диагностики. Корпоративные мероприятия уже давно не дань моде, а мощный инструмент формирования атмосферы в коллективе, повышения лояльности и эффективности персонала.

ООО «Престиж-строй» предоставляет следующие услуги:

1. Управление строительным проектом с подбором на тендере всех исполнителей, экспертизой проекта, исполнением функций технического заказчика,

ведением технического надзора за качеством и приемкой работ, комплектацией оборудованием, мебелью и т. д.

2. Функции генерального подрядчика с обеспечением строительства всеми необходимыми материалами и техническими ресурсами и подбором на тендере всех исполнителей строительно-монтажных, инженерных и отделочных работ.

3. Функции подрядчика на выполнение общестроительных работ каменных и деревянных зданий, черновой и чистовой отделке фасадов.

Предварительным этапом планирования корпоративного мероприятия стало исследование потребностей персонала. Проведенный качественный анализ выборов по каждому вопросу показал, что сотрудники ООО «Престиж-Строй» в возрасте 36–55 лет стремятся к доверительным отношениям в коллективе, к материальному и социальному обеспечению и программам поддержки здоровья. В качестве самых важных ценностей данной группы можно выделить потребность в теплых, дружеских отношениях в коллективе и благоприятном психологическом климате рабочего коллектива.

Сотрудники более молодого возраста выше ценят собственное развитие и хорошую организацию труда. Это является следствием молодого возраста, когда человек стремится к накоплению социального и интеллектуального опыта. Сотрудники старшего возраста выше молодых ценят доверительные отношения в коллективе, общественное признание их вклада в общее дело и получение льгот для себя и членов своей семьи. Это объясняется социальным и семейным положением сотрудников старшего возраста. Длительность и постоянство работы в определенном коллективе ведет к повышению значения психологического климата в этом трудовом коллективе, что и приводит к большому вниманию к системе межличностных отношений на работе.

Проведенное исследование ценностных ориентаций позволит руководству ООО «Престиж-Строй» разработать и внедрить в практику деятельности ООО «Престиж-Строй» элементы корпоративной культуры, способствующие сплочению трудового коллектива, снижению напряженности в межличностных отношениях, а также развитию коллектива.

Для совершенствования корпоративной культуры ООО «Престиж-Строй» и решения проблем тимбилдинга в организации нами разработано два корпоративных мероприятия – социальная акция «Ничего лишнего» (сбор одежды для малоимущих семей в г. Владивостоке) и мероприятие, которое можно отнести к разряду корпоративного туризма – поездка на несколько дней в археологический тур в Уссурийский городской округ.

Итак, как стало ясно по результатам анкетирования, практически все сотрудники ООО «Престиж-Строй» положительно отнеслись к идее социальной акции.

На следующем этапе были определены цели и задачи акции, а также назначен ее куратор.

Цель акции «Ничего лишнего»: провести сбор одежды для малоимущих семей г. Владивостока.

Данная цель потребовала постановки следующих задач:

- 1) обозначить сроки проведения акции по сбору одежды;
- 2) установить контакт с социальным центром защиты населения г. Владивостока, который может обеспечить снабжение малоимущих граждан собранной одеждой и обувью;
- 3) разработать символику социальной акции, подготовить макет афиш, напечатать их;
- 4) провести акцию в установленные сроки;
- 5) подвести итоги акции и наградить самых активных участников.

Далее были определены сроки проведения акции (май – июнь 2016 года).

Был разработан логотип социальной акции (Приложение Г).

Было разработано информационное письмо для проведения акции. Текст информационного письма приведен в Приложении Д. Письмо написано в разговорном стиле для того, чтобы сделать социальную акцию более близкой сотрудникам ООО «Престиж-Строй».

Данный текст необходимо напечатать и развесить на информационных досках компании в начале проведения акции.

По результату сбора одежды наиболее активным выдаются значки с логотипом акции.

Затраты на проведение корпоративной акции «Ничего лишнего» минимальны, отражены в таблице 1.

Таблица 1

Затраты на проведение корпоративной акции по сбору одежды и обуви для малоимущих «Ничего лишнего»

Статьи затрат	Принцип расчёта	Стоимость, руб.
Покупка упаковки	200 ед. * 15 р. (пластиковые пакеты большой емкости в ООО «Мир упаковки»)	3 000
Печать значков	3* 200	600
Затраты на бензин	30 л.* 39,2	1176
Итого		4776

Таким образом, затраты на проведение корпоративной акции «Ничего лишнего» составят 4776 р.

В качестве второго мероприятия был предложен эвент в русле корпоративного туризма – поездку в археологическую деревню в Уссурийске.

Перед планированием мероприятия в русле социального туризма также было проведено анкетирование сотрудников ООО «Престиж-Строй». Материалы анкеты представлены в Приложении Е. Для того, чтобы определить объект корпоративного тура, были опрошены все 22 сотрудника компании. Согласно результатам опроса, идея корпоративной туристической поездки историко-археологической направленности может быть признана успешной.

Объектами корпоративной познавательной туристической поездки историко-археологической направленности тура предлагаем следующие туристские ресурсы Уссурийского района Приморского края:

- 1) поселение «Боголюбовка 1»;
- 2) парк ДОСА г. Уссурийска, Уссурийская черепаха;
- 3) Краснояровское городище, усадьбы деревенского быта в с. Красный Яр;
- 4) ландшафтно-исторический памятник «Изумрудная долина».

Предположим, что проведение указанных корпоративных мероприятий вызовет повышение валового дохода ООО «Престиж-Строй» хотя бы на 5% в год.

Выручка за 2013 г. составила 8 191 000 руб. Т.е. после внедрения мероприятия выручка будет составлять 8600550.

Дополнительная выручка составит = 409 550 руб.

Следовательно, экономический эффект от внедрения системы мотивации персонала составит:

$$\mathcal{E} = (409\,550 - 48128)/48\,128 * 100\% = 750\%$$

Полученный результат означает, что предложенные корпоративные мероприятия более чем экономически эффективны.

### ***Список литературы***

1. Александрова А.Е. Рационализация организации корпоративных праздников как условие улучшения социально-психологического климата в трудовом коллективе на примере сети салонов-парикмахерских «Нефертити» // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – №33. – С. 76–79.
2. Апинян Т.А. Игра в пространстве серьезного. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2003. – 400 с.
3. Богомазова И.В. Особенности организации корпоративного отдыха как основного фактора диверсификации деятельности предприятия / И.В. Богомазова, С.Г. Стенюшкина // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2014. – №2. – С. 65–69.
4. Бутенко М.Э. Проблемы теории и практики организации корпоративного досуга / М.Э. Бутенко, А.Е. Чернеда // Царскосельские чтения. – 2010. – №14. – С. 65–69.
5. Вильчинская-Бутенко М.Э. Корпоративный досуг как инструмент социального развития // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2011. – №4. – С. 87–89.
6. Вильчинская-Бутенко М.Э. Мероприятия корпоративного досуга как средство приобщения персонала к организационным ценностям // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – №3. – С. 76–79.

7. Цветова О. Опыт внедрения корпоративных ценностей (компания «Декё-нинк РУС») / О. Цветова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.hr-journal.ru/articles/oc/oc\\_1190.html](http://www.hr-journal.ru/articles/oc/oc_1190.html) (дата обращения: 29.02.2016).
8. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн. – СПб.: Питер, 2012. – 336 с.
9. Шмагарина П.Ю. Спортивные праздники в корпоративной культуре ор-ганизации // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. – 2011. – №1. – С. 76–79.
10. Эстетика: Словарь / Под общ. ред. А.А. Беляева [и др.]. – М.: Политиз-дат, 1989. – 447 с.
11. Яхонтова Е.С. Управление ценностями как элемент управления челове-ческими ресурсами компаний / Е.С. Яхонтова // Менеджмент в России и за рубе-жом. – 2013. – №4. – С. 73–81.
12. Теоретико-прикладные аспекты управления персоналом в малом и сред-нем бизнесе [Текст]: Колл. монография / Н.Н. Богдан, О.В. Горшкова, М.Ю. Ди-кусарова, М.Г. Масилова, Е.А. Могилёвкин, А.С. Новгородов, З.В. Якимова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 240 с.
13. Организационная культура вуза: теория, исследование, практика: Моно-графия / Н.Н. Богдан, М.Г. Масилова, И.Ю. Парфенова. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – 228 с.