

Факторы эффективности проведения корпоративных мероприятий

Научный руководитель – Панова Екатерина Александровна

Селезнева Дарья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра управления персоналом, Москва, Россия

E-mail: SeleznevaDS@spa.msu.ru

Корпоративные мероприятия — это неотъемлемая часть корпоративной культуры, один из мощнейших инструментов ее создания, поддержания и трансляции новым сотрудникам [n1]. Корпоративные мероприятия позволяют успешно решать такие задачи, как командообразование, повышение лояльности к компании, нематериальная мотивация (как часть социального пакета сотрудника) — одним словом, это один из важнейших инструментов построения бренда работодателя. Проведение корпоративных мероприятий на сегодняшний день стало общепринятой практикой. Предприятия организуют мероприятия по многим причинам, они могут хотеть обучать, поощрять, мотивировать, праздновать, отмечать ключевые вехи, управлять организационными изменениями или поощрять сотрудничество. Какой бы ни была причина, для этого есть решение в виде события.

Основными этапами организации корпоративных мероприятий являются подготовка, организация, проведение и анализ результатов. Безусловно, нельзя не отметить тот факт, что на каждом этапе важно учитывать факторы, оказывающие влияние на само мероприятие, что будет напрямую воздействовать и на результаты, которых хотят добиться организаторы.

Американская консалтинговая компания Allied Market Research в феврале 2021 года выпустила ежегодный отчет о событийном рынке, в котором проанализировала мировые тренды и спрогнозировала дальнейшее развитие этой отрасли экономики [n2]. В частности, компания сделала также следующие выводы о влиянии Covid-19 на индустрию: наиболее весомой причиной ухудшения ситуации стало введение в подавляющем большинстве стран ограничений на внутренние и внешние передвижения людей; рост популярности виртуальных мероприятий, в результате чего организации, работающие в отрасли, увеличивают свое присутствие в цифровом пространстве; аналитики прогнозируют, что глобальная событийная индустрия, скорее всего, стабилизируется после 2023 года, благодаря повышению уровня вакцинации мирового сообщества. Кроме всего, внедрение различных технологий таких, как технологии, создающие дополненную реальность, многофункциональные приложения для взаимодействия с участниками мероприятий в реальном времени и многое другое, помогут упростить организацию мероприятий, а также простимулируют рост отрасли.

Некоторые эксперты тоже склонны к тому, что в ближайшие несколько лет онлайн-мероприятия будут составлять подавляющее большинство, поскольку существующие ограничения не позволяют проводить их в живую настолько же эффективно, как это было до Covid-19. В частности, одной из главных целей корпоративных мероприятий является взаимодействие и общение между сотрудниками, что практически нереально осуществить при наличии социальной дистанции, но у онлайн-мероприятий есть ряд существенных достоинств, например, дешевизна, ведь работодателю не придется тратить бюджет на аренду помещения, оплату ведущего и развлекательной программы [n3].

Одним из самых популярных в России видов корпоративных мероприятий является новогодний праздник, или корпоратив, но в 2020 году пандемия сказалась и на нем. Несмотря на отсутствие прямого запрета на организацию и проведение корпоративов, по данным

«Известий» [n4] больше 43% компаний малого и среднего бизнеса отказались от его проведения по причине нехватки бюджета, треть организаций компенсировала отсутствие традиционного праздника премиями и подарками для сотрудников, некоторые компании планировали потратить сэкономленные на развлечениях деньги на благотворительность, а крупные компании проводили «гибридные» праздники, включающие и мастер-классы, и онлайн-концерты для работников.

Ярким примером гибридного новогоднего корпоратива можно считать мероприятия [n5], организованные одной из крупнейших компаний сетевых супермаркетов X5 Retail Group, которые владеют сетями «Пятерочка» и «Перекресток». Для своих сотрудников компания устроила 23-дневный онлайн-праздник в стиле фильма «Один дома» под актуальным названием «НЕ один дома», включающий мастер-классы, конкурсы, выступления, интерактивные игры и чаты по интересам. Также онлайн-мероприятие провели такие крупные компании, как «Северсталь», «Газпромбанк» и «Сбербанк».

Исходя из мировых и российских тенденций проведения корпоративных мероприятий можно выделить ряд основных факторов, которые будут влиять на успешность проведения события. Если раньше к ним можно было отнести: актуальность цели, удобство дат, длительности и формат проведения, точное определение численности участников и целевой аудитории, бюджет и т.п.), - то сейчас к ним можно добавить также соблюдение норм проведения мероприятия, техническую оснащенность как организаторов, так и участников, вовлеченность участников, эффективность маркетинга мероприятия и т.д.

В ходе исследования были выделены такие виды корпоративных мероприятий, как обучающе-развивающие (семинары, тренинги и конференции, тимблидинги), развлекательные (праздничные и спортивные мероприятия), и деловые мероприятия (выставки, форумы, презентации, бизнес-семинары, тренинги и конференции, бизнес-завтраки и деловые приемы). Были описаны ключевые этапы организации и проведения мероприятий - подготовка, организация и анализ проведения корпоративного мероприятия. Также были проанализированы основные факторы, влияющие на эффективность проведения корпоративных мероприятий в цифровой экономике.

Источники и литература

- 1) Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – 4-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
- 2) Ежегодный отчет Allied Market Research [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market> (дата обращения: 17.03.2021)
- 3) Как изменятся корпоративные праздники после пандемии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/career/columns/2020/06/09/832279-korporativnie-prazdniki> (дата обращения: 17.03.2021)
- 4) Со своим бокалом: новогодние корпоративы ушли в интернет [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iz.ru/1098263/anna-ustinova-irina-tcyruleva/so-svoim-bokalom-novogodnie-korporativy-ushli-v-internet> (дата обращения: 17.03.2021)
- 5) Гибридные марафоны и тайные вечеринки: российский бизнес готовится к Новому году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/features-55310221> (дата обращения: 17.03.2021)