

Секция «Современные технологии управления человеческими ресурсами»

Организация и проведение корпоративных мероприятий в условиях пандемии

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: seleznewadascha@yandex.ru

Недавний отчет Выставочного научно-исследовательского центра R&C совместно с Российским союзом выставок и ярмарок, Национальным конгресс-бюро, Союзом выставочных застройщиков и при поддержке Фонда Росконгресс провел маркетинговое исследование [n3], согласно которому индустрия событий в Российской Федерации насчитывает больше 2000 компаний, представленных на событийном рынке. Причем значительная часть из них реализует корпоративные мероприятия. Как можно представить, при таком большом количестве событий они будут принимать разные формы.

Проведение корпоративных мероприятий на сегодняшний день стало общепринятой практикой. Праздничная атмосфера красиво оформленного зала в корпоративных цветах компании и праздничный стол, демонстрируют значимость каждого сотрудника, а награждение лучших в перерывах между выступлениями артистов, несомненно, повысят производительность сотрудников. Корпоративный отдых является важным и необходимым элементом корпоративной культуры.

Если чётко следовать корпоративной культуре, то именно руководство, должно заботиться об отдыхе сотрудников [n1]. Заключить договора с фитнес-центрами, игровыми клубами, ресторанами. Особенно это актуально для офисных работников, которые мало двигаются и постоянно испытывают психологический прессинг. Корпоративная вечеринка и корпоративный отдых — это то, что приведёт в хорошую физическую и психологическую форму сотрудников.

Корпоративная вечеринка, как правило, представляет из себя как собрание хорошо знакомых, долго работающих вместе, ставших друзьями, так и новых сотрудников фирмы, которым необходимо как можно быстрее влиться в коллектив. Предприятия организуют мероприятия по многим причинам, они могут хотеть обучать, поощрять, мотивировать, праздновать, отмечать ключевые вехи, управлять организационными изменениями или поощрять сотрудничество [n2]. Какой бы ни была причина, для этого есть решение в виде события.

Нельзя не отметить факт колоссального влияния пандемии на реализацию и проведение корпоративных мероприятий. Большая часть компаний в марте 2020 года перевела своих сотрудников на удаленную работу, что, безусловно, повлекло за собой большие управленческие сложности [n4]. Менеджеры по управлению персоналом столкнулись с проблемой организации и поддержания эффективной деятельности сотрудников в новых условиях, но помимо этого, им предстояло продолжить реализацию базовых HR-функций, в том числе и проведение различных корпоративных мероприятий. Диджитализация, с одной стороны облегчила данный процесс, но с другой, лишь усложнила его. В своей работе я осветила основные управленческие практики в этой области, которые сформировались на данный момент.

В ходе исследования были проанализированы 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 даны характеристики, выделены основные достоинства и ограничения каждого типа, описаны ключевые этапы организации и проведения мероприятий - подготовка, организация и анализ проведения корпоративного мероприятия. Также были приведены примеры из практики российских компаний по реализации корпоративных мероприятий в условиях пандемии коронавируса [п5].

Источники и литература

- 1) Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – 4-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
- 2) Садчикова И.Р. Влияние корпоративных мероприятий на эффективность экономической деятельности организации / И.Р. Садчикова, Е.М. Храповицкая // Современная наука. – 2016. – № 2. – С. 27-29
- 3) Отчет «Covid-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tohology.com/files/Hospitality/Industry/2020/2020-04-09-covid_19_research_russiacb/covid_19_research_russiacb.pdf (дата обращения: 21.10.2020).
- 4) Корпоративная культура как основа устойчивого роста компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/corporativnaya-kul'tura-kak-osnova.html> (дата обращения: 21.10.2020).
- 5) Сбербанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sberbank.ru (дата обращения: 21.10.2020).

Иллюстрации



Рис. 1. Классификация корпоративных мероприятий