

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В РОБОТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Тема 5. Івент-менеджмент як інструмент управління персоналом

Зміст

5.1. Корпоративна культура організації

5.2. Корпоративна подія: поняття та види заходів

5.3. Організація роботи персоналу в підготовці корпоративного заходу

5.1. Корпоративна культура організації

Управління персоналом – галузь знань і практичної діяльності, спрямована на забезпечення організації якісним персоналом, здатним виконувати покладені на нього трудові функції, і оптимальне його використання.

Завдання івент-менеджменту в управлінні персоналом:

- створення можливостей неформального спілкування, згладжування ієрархічної роз'єднаності колективу;
- забезпечення релаксації, компенсація постійного тиску правил внутрішнього розпорядку та трудової дисципліни;
- активізація процесу формування однорідності колективу;
- сприяння зниженню плинності кадрів;
- стимулювання дифузії елементів корпоративних культур при злиттях і поглинаннях;
- створення умов для залучення членів сімей працівників у систему мотивацій персоналу;
- поширення корпоративних цінностей;
- полегшення сприйняття заходів як «подарунка» персоналу від керівництва;
- сприяння формуванню та зміцненню лояльності.

Культура організації – це сукупність ідей, корпоративних цінностей і норм поведінки, що формуються у ході спільної діяльності в організації.

Корпоративна культура управління персоналом – це сукупність правил, звичаїв та практики в галузі управління персоналом, яка не має нормативного закріплення у законах і базується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, ділової практики тощо.

Склалися дві різні культури управління персоналом.

Виховувати кадри: у такій компанії виховують співробітників, дбайливо вирощують професіоналів, формують кадровий резерв і висувають на пости керівників своїх співробітників

Набирати команду під конкретний проєкт: компанія шукає таланти скрізь, залучаючи самі «вершки» цікавими проєктами і високими

заробітками, і розлучається з ними, коли робота виконана і з'являються інші завдання.

Основні рівні корпоративної культури:

Культуру будь-якої організації зазвичай розглядають на трьох рівнях

1. Поверхневий рівень - зовнішні прояви (манера поведінки, мова, правила, фірмові знаки та одяг, інтер'єр приміщень, архітектура будівель).

2. Смисловий рівень культури - формує цінності, роз'яснює мету інвестування корпорації.

3. Глибинний рівень - де цінності сприймаються автоматично на підсвідомості та вважаються істинними й незмінними, не потребують удосконалення.

Основні функції корпоративної культури:

Корпоративна культура виконує важливі функції як на рівні суспільства, забезпечуючи сталий, ефективний розвиток трудових суб'єктів, так і на рівні конкретної організації

Функції корпоративної культури:

- створення та забезпечення духовних цінностей;
- оцінювання персоналу відповідно до прийнятих норм. Так оцінюються працівники, визначаються їхні позитивні та негативні дії, прогресивне і не прогресивне ставлення до організації;
- розроблення корпоративних норм і включення їх до нормативних положень (посадових інструкцій, а також моніторинг їх дотримання);
- навчання та надання персоналу нових знань;
- участь персоналу у визначенні сенсу життя, сенсу власної праці та соціальної місії;
- забезпечення взаєморозуміння персоналу та його взаємодія;
- збереження і накопичення досвіду людських відносин в організації

Мета та завдання корпоративної культури

Добре сформульована місія корпоративної культури організації сприяє вирішенню її мети та поставлених завдань

Мета – формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства.

Завдання:

- розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства;
- заохочення залучення персоналу в спільну діяльність на благо підприємства;
- зміцнення стабільності системи соціальних відносин;
- підтримка індивідуальної ініціативи працівників;
- надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху;
- створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу в підприємстві;
- делегування відповідальності;
- зміцнення корпоративної родини (вітання із сімейними святами, подіями персоналу тощо)

Основні типи корпоративної культури:

Є чотири типи корпоративних культур, в яких по-різному співвідносяться цінності стратегії та зовнішнього середовища

Адаптивна (підприємницька) культура - має велику гнучкість і адаптивність до вимог ринку

Культура стратегічного завдання - вимагає дотримуватися власної стратегічної мети шляхом досягнення проміжних цілей

Бюрократична культура - націлена на стратегічні цілі в стабільному середовищі

Кланова культура - зацікавлює всіх членів організації в участі в загальній справі

5.2. Корпоративна подія: поняття та види заходів

Корпоративна подія (захід) – це можливість у формальній або неформальній обстановці створювати або покращувати корпоративну культуру, зміцнювати лояльність працівників, ефективність комунікацій між підрозділами компанії, а також підтримувати дружні стосунки з партнерами по бізнесу.

Попри всю різноманітність корпоративних заходів доцільно виділити такі види

Навчальні цілі – формування конкретних навичок, необхідних співробітникам у процесі щоденної діяльності.

Святкові - цілі-зняття емоційного та фізичного напруження, відволікання від трудових буднів.

Командоутворювальні цілі – формування уміння працювати в команді, дозвілля колективу, сприяння його об'єднанню.

Ідеї та форми корпоративних заходів

Грамотно продуманий (ідеї, форми) та організований корпоративний захід – згуртує співробітників, зміцнить командний дух, послужить розвитку корпоративної культури й налагодженню неформальних зв'язків усередині компанії. Ідеї та форми корпоративних заходів:

- виїзні події
- банкети
- сімейні корпоративи
- концептуальні заходи
- конкурсні програми
- спортивні змагання
- презентації
- семінари і тренінги
- корпоративи у формі сюжетно-рольової гри
- корпоративний суботник
- мистецькі корпоративи

5.3. Організація роботи персоналу в підготовці корпоративного заходу

РОЗПОДІЛ РОБІТ ЗА ПРОЄКТАМИ

Призначається менеджер, який відповідає за весь проєкт в цілому. У нього є кілька помічників, асистентів, між якими він розподіляє поточні роботи з підготовки заходу. Слабкістю такого підходу можна вважати те, що результат дуже залежить від особистості менеджера, його компетенції в тій чи іншій сфері.

РОЗПОДІЛ РОБІТ ЗА ФУНКЦІЯМИ

Різним менеджерам доручаються різні частини заходу, за які вони відповідають. Слабкістю такого підходу можна вважати те, що результат всього проєкту дуже залежить від якості роботи кожної з ланок організації заходу.

ТИМЧАСОВИЙ ПЕРСОНАЛ

Для виконання простих робіт може знадобитися тимчасовий персонал, функціями роботи якого можуть стати: реєструвати учасників, упаковувати кореспонденцію, упаковувати і оформляти сувеніри, відправляти факси та листи, обдзвонювати аудиторії по телефону, виконувати функції промо-персоналу тощо. Слабкістю такого підходу можна вважати те, що не можна розраховувати на лояльність тимчасового персоналу.

ЕФЕКТИВНИЙ ОБМІН ІНФОРМАЦІЄЮ

Потрібно регулярно проводити наради з усіма зацікавленими людьми та намагатися зберегти у письмовій формі інформацію, яку ви вважаєте важливою і яка повинна бути доступна членам команди. Потрібні документи можуть зберігатися в друкованій формі або пересилатися всім залученим у проєкт співробітникам електронною поштою.

РОБОТА З ПІДРЯДНИКАМИ

Може знадобитися допомога безлічі різних постачальників і партнерів. Для цього потрібно укладати договори підряду з вибраними компаніями або фізичними особами. Трапляються два типи івент-агенцій: посередники-організатори (івент-агенції, які пропонують послуги з організації свята, але для більшості активностей звертаються до своїх партнерів-підрядників), підрядники-організатори (івент-агенції, які мають у своєму арсеналі все необхідне для повного обслуговування заходу).

Питання для самоперевірки:

1. Яке завдання івент-менеджменту в управлінні персоналом?
2. Які існують види заходів що належать до корпоративних подій?
3. Які види робіт персоналу в підготовці корпоративного заходу?