

Event-менеджмент как инструмент мотивационной политики организации

Кожурина Евгения Николаевна

Студент (магистр)

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: kokurina.evgeniya@mail.ru

Многие современные компании на сегодняшний день понимают, что эффективное функционирование практически невозможно без создания положительного имиджа организации, как у поставщиков, потребителей, так и у своих работников.

50% эффективной деятельности организации зависит от наличия мотивированного, сплоченного персонала. В связи с этим, увеличивается роль инструментов нематериального мотивирования. Одним из таких инструментов как раз и является event-менеджмент.

Event - мероприятие является одним из наиболее существенных инструментов PR, который направлен на получение не одноразового эффекта, а долговременного процесса в формировании имиджа предприятия, его влияния на общественные интересы и потребности. Это значительный сектор маркетинговых коммуникаций, осуществляемых с помощью организации различных мероприятий [3].

Event-менеджмент позволяет грамотно управлять таким ресурсом как человеческий интеллект, который позволяет ему максимально проявлять свои креативные и творческие способности.

Специалисты по организации событий могут отыскать наиболее подходящие эффективные и уместные решения проблем, которые возникающих при работе с персоналом. Event-менеджмент — это не просто веяние времени, а результат становления теории и практики управления и мотивирования.

В процессе развития теории и практики менеджмента увеличивалось осознание человеческого фактора как одного из основных элементов эффективного управления. Это привело к необходимости понимания и учета психологических аспектов человеческих отношений, исследования мотивов отдельных поступков и деятельности в целом. В пятидесятые годы 20 века зародилась школа поведенческих наук, представителями которой являются исследователи Фредерик Герцберг, Дуглас Мак-Грегор [1].

Ф. Герцберг, автор теории двух факторов, на основе результатов исследования определил, «что в роли мотиваторов к любой форме работы выступают:

- признание;
- положительный результат;
- цель как таковая;
- грамотный руководитель;
- самостоятельность;
- заработок;
- хороший коллектив;
- информированность;
- четкая постановка задачи;
- прочее.

В роли демотиваторов выступают:

- критика, отсутствие признания;
- некомпетентность руководителя;
- неинформированность;
- перегруженность/ недогруженность;
- неудачи в работе;
- неясность функций, целей;
- прочее» [4].

Можно увидеть, что признание и его отсутствие занимают главенствующую позицию в списках как мотиваторов, так и демотиваторов по Герцбергу, тогда как заработная плата располагается далеко не на 1-м месте. Время идет, но персонал и сегодня является не только сложным, но и главным объектом управления.

В современных теориях стимулирование и мотивация рассматриваются в качестве важнейших средств управления развитием любой системы.

Анализ трудов и научной литературы по теории менеджмента, управления и психологии показывает, что понятие «мотивация» имеет различные трактовки. Однако все определения и трактовки сходятся в том, что мотивация и стимулирование - это важнейшие функции менеджмента. Мотивация рассматривается как опора на внутренние процессы личности, а стимулирование можно толковать как внешнее воздействие.

Сегодня event-менеджмент является одним из важных инструментов мотивирования. Он позволяет в процессе подготовки и проведения событий реализовывать самые разные потребности персонала организаций, например потребность в признании, потребность в лидерстве или в творчестве.

Сегодня популярно вовлечение рядовых сотрудников в подготовку различных мероприятий, это позволяет любому сотруднику получить признание коллег и проявить себя с самой неожиданной стороны, не меняя должности и содержания своей деятельности.

Корпоративные события, если они профессионально подготовлены, позволяют не только укрепить корпоративную культуру и командный дух, но и дают возможность личного общения людям из самых разных слоев организации — от обслуживающего персонала до первых лиц, а это в свою очередь является очень мощным мотиватором для каждого сотрудника.

На сегодняшний день чрезвычайно вырос общественный интерес к проблеме человека, многообразию форм проявления его социальной активности. Одной из таких форм - участие коллективов в различных событиях, которые не связаны напрямую с трудовой деятельностью, но оплачиваемых и вдохновляемых работодателями. Самое важное в этих событиях то, что участие в них удовлетворяет потребности людей в самореализации, когнитивные и эстетические потребности — те, которые расположены на вершине пирамиды потребностей А. Маслоу.

Event-менеджмент формирует в коллективе благоприятный психологический климат и дружеский контакт, чувство причастности в общей идее, вклад в достижение общих целей. Помимо прочего, имеет функцию сохранения уже достигнутого успеха, закрепляет последние достижения, и вселяет надежду на новые в будущем. Event-менеджмент существует, чтобы поддерживать интерес к компании, создавать ее внутреннюю атмосферу,

чтобы вновь и погружаться в живое общение [5, 6].

Многие исследования показывают, что большое количество руководителей компаний считают необходимым проведения корпоративных мероприятий для мотивации персонала и успешного развития бизнеса [5, 6].

Развитие данного инструмента мотивационной политики, будет оказывать плодотворное воздействие на достижение главных целей предприятия.

Источники и литература

- 1) Мескон Майкл Х., Альберт Майкл, Хедоури Ф. Основы менеджмента, 3-у изд.: Пер. с англ.-М.:ООО «И. Д. Вильямс», 2007
- 2) Рогалева Н.Л. Современная концепция имиджа организации / Н.Л. Рогалева // Управление персоналом. - 2010. - №1.
- 3) Филип Котлер, Роланд Бергер, Нильс Бикхофф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 144 с.
- 4) Херцберг Ф., Майнер М.У. Побуждение к труду и производственная мотивация // Социологические исследования. 1990. № 1.
- 5) Нестандартная мотивация персонала в России. Результаты исследования [Электронный ресурс] // hr-journal: Проект «Работа с персоналом», 2002–2016. URL: http://www.hr-journal.ru/articles/mp/mp_960.html (дата обращения: 21.02.2016).
- 6) Мотивационные исследования: диагностика эффективности системы мотивации компании [Электронный ресурс] // Персонал-Навигатор, оценка и развитие персонала 2013,. URL: <http://www.personal-navigator.ru/motivacionye-issledovaniya/> (дата обращения: 20.02.2016).