



Социологические науки

УДК 379.8.09

А.С. Жуковская

Жуковская Анастасия Сергеевна, студентка 2 курса бакалавриата факультета социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: anastasiyazukovskaya10@gmail.com

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

КОРПОРАТИВНЫЙ ДОСУГ: ИСТОРИЯ, ФОРМЫ, ЗНАЧЕНИЕ

В данной работе освещаются значение и роль корпоративного досуга для сотрудников различных фирм, организаций, компаний, история его возникновения и развития. Внимание уделяется видам и формам корпоративного досуга, а также способам внедрения его в компании.

Ключевые слова: корпоратив, досуг, тимбилдинг, сплочение.

A.S. Zhukovskaya

Zhukovskaya Anastasiya Sergeevna, 2nd course undergraduate student of faculty of social and cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: anastasiyazukovskaya10@gmail.com

Research supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, doctor of philology, associate professor of department of social and cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: lexfati72@mail.ru

CORPORATE LEISURE: HISTORY, FORMS, MEANING

This article highlights the main aspects and significance of corporate leisure, the history of its origin and development. Attention is paid to the types and forms of corporate leisure, as well as ways to implement it in the company.

Key words: corporate, leisure, team building, cooperation.

Корпоративный досуг – это очень эффективный способ организации взаимодействия и коммуникации между сотрудниками, который при умелом использовании может стать отличным инструментом для создания благоприятной рабочей атмосферы и доброжелательных отношений внутри коллектива, как для руководителя, так и для работников компаний, фирм, организаций. Корпоративный досуг – это незаменимая культурная часть компании, фирмы, он является не просто развлечением, но и поощрением для сотрудников, а также средством для сплочения коллектива, формирования имиджа компании, мотивации сотрудников, а также упрочнения ценностей организации.

Очевидно, что «совокупность ценностей, которым следует работник, составляет его ценностную основу, по ней окружающие судят о том, что представляет собой сотрудник как личность» [1, с. 15]. Это не просто развлекательные мероприятия, это целая стратегия по созданию слаженной, дружной команды, которая может работать и развиваться вместе, а соответственно, и достигать поставленные цели в работе и бизнесе. Но откуда взялся корпоративный досуг, каковы его истоки? Чтобы ответить на

эти вопросы, обратимся к истории возникновения и развития корпоративного досуга.

Корпоративный досуг появился в России в 90-е годы прошлого столетия, в том виде, в котором известен нам сейчас. Но на самом деле корпоративные традиции уходят своими корнями намного глубже, в самую доисторическую эпоху, когда первобытные люди «отмечали» свои победы в охоте, в земледелии.

Конечно, все происходило без тренингов и тимбилдингов, но это был самый настоящий корпоратив, который заключал в себе сплочение людей, занимающихся одним делом, нацеленных на общий результат и пользу, у которых уже в то время была какая-то мотивация и стремление к развитию общего дела. Они праздновали успехи, которых добились, благодаря тому, что каждый член коллектива внес тот или иной вклад, а это и есть самый настоящий корпоратив.

Однако, прежде чем корпоративный досуг обретет современную и всем знакомую форму, пройдет немало времени. Становление и развитие корпоративного досуга берет свое начало в позапрошлом веке, в Европе. Компании, которые успешно развивались и стремились при этом к новым победам, ввели традицию собирать своих сотрудников для того, чтобы вместе отпраздновать значимые события. И в дальнейшем было замечено, что такое времяпрепровождение объединяет коллектив и является хорошим инструментом сплочения, который выгодно содействует в решении различных задач и вопросов и приносит компании пользу, как следствие – прибыль.

В советское время в нашей стране корпоративный досуг тоже существовал, но имел, как правило, политическую окраску. Когда СССР распался, социалистические корпоративные традиции исчезли, но спустя короткое время их место заняли западные корпоративные традиции. Сначала это были банкеты и презентации, а в дальнейшем популярными стали тренинги и тимбилдинги.

Какие цели достигаются путем внедрения корпоративного досуга и для чего он существует и активно развивается в современном мире? Во-первых, грамотно организованный корпоративный досуг способствует укреплению командного духа в коллективе, помогает повысить работоспособность сотрудников в компании, объединяет людей, которые работают на одно дело и нацелены на общий результат. Во-вторых, это сильный инструмент для формирования культурных ценностей организации, а также межличностных отношений сотрудников. Значит, «сущность корпоративного досуга определяется совокупностью социальной направленности, демократизма, совместного характера деятельности участников корпоративных досуговых мероприятий» [2, с. 5].

Также во время корпоративного мероприятия сотрудники раскрываются с новой, неизвестной до этого стороны, лучше узнают друг друга. Руководитель может понаблюдать за своим коллективом и лучше понять отношения между сотрудниками и внутри команды, выявить скрытых лидеров и потенциал каждого сотрудника, понять общий настрой команды на дальнейшую деятельность. Корпоративный досуг является отличным поводом поблагодарить своих сотрудников за хорошо проделанную работу, дать почувствовать каждому его значимость, сформировать определенную мотивацию для дальнейших побед и достижений. «Все корпоративные мероприятия должны нести позитивную мотивационную нагрузку» [3, с. 2].

Все это происходит вследствие того, что неформальное общение в комфортной и приятной обстановке способно очень глубоко влиять на рабочий коллектив. Сотрудники имеют возможность не просто отдохнуть и повеселиться вместе, но и наладить хорошие взаимоотношения между собой, снизить конфликтность, если это необходимо, а это, в свою очередь, приведет к благоприятной психологической обстановке и хорошему климату в компании. Но самый главный залог успеха любого корпоративного мероприятия заключается в том, что для каждого сотрудника он должен быть в радость и удовольствие, а не нести в себе оттенок «неизбежного события»,

от которого нельзя отказаться. Как правило, «корпоративные мероприятия формируют чувство причастности, способствует созданию дружественной и семейной обстановки, в таком пространстве работается легче» [4, с. 21].

Корпоративные мероприятия направлены на повышение культурного уровня сотрудников компании, их обучение, развитие определенных навыков и умений для дальнейшей деятельности и взаимодействия. С помощью корпоративных мероприятий люди приобщаются к культуре и жизни своей компании, при этом внося определенный вклад в дальнейшее ее развитие. Корпоративный досуг носит характер не только развлечений и отдыха, но и позволяет чему-то научиться, узнать что-то интересное и полезное для себя, развить в себе какие-либо навыки и умения, установить дружественные связи со своими коллегами, внести свой вклад в развитие компании.

Для того чтобы корпоративный досуг приносил желаемые результаты и был полезен для каждого его участника, необходимо использовать различные виды и формы проведения и использовать каждую из них в зависимости от ситуации и пожеланий сотрудников. Обычные застолья не принесут много пользы коллективу и компании, именно поэтому необходимо рассматривать интересные программы, которые будут способствовать максимальному улучшению коллектива. Свежие и интересные идеи могут предлагать не только руководители, но и сами сотрудники; у них обязательно должна быть такая возможность. Можно привлекать команду профессионалов, которые учтут все пожелания, требования, интересы и финансовые возможности и проведут такое мероприятие, которое станет настоящим событием в корпоративном досуге.

Несмотря на то, что практически все корпоративные мероприятия направлены на сплочение коллектива и нормализацию климата в команде, они подразделяются на три основных группы: обучающие, праздничные, командообразующие. Обучающие мероприятия направлены на формирование и развитие каких-либо навыков, умений и знаний, необходимых сотрудникам для работы, ежедневной деятельности.

Внутрикорпоративное обучение может иметь разную структуру, но цель одна – создать рабочую атмосферу, развить дух взаимопомощи сотрудников и корпоративной солидарности. Навыки, которые работники получают во время обучения, помогут эффективно действовать в реальных условиях.

Командообразующие виды корпоративного досуга появились относительно недавно, но широко развиваются и по сей день. Умение работать в команде – залог успешной деятельности. Именно для этого проводится ряд мероприятий для создания, сплочения рабочей команды и умения работать в ней.

Праздничные виды корпоративного досуга имеют много различных вариантов и поводов для проведения. Начиная от событий внутри компании и заканчивая международными праздниками. Нередко мероприятия представляют собой своеобразные «миксы» – праздничные мероприятия преследуют цель не только развлечения, но и способствуют объединению сотрудников. А командообразующие тренинги часто ставят своей целью обучение.

Лучше всего, если мероприятия планируются заранее и разрабатываются на перспективу. Для наглядности можно сделать список корпоративных мероприятий и вывесить его для всех, чтобы сотрудники имели возможность ознакомиться с ним и спланировать свое рабочее и личное время. Также необходимо прислушиваться к мнению и идеям по организации корпоративного досуга каждого сотрудника, именно так получится создать комфортное и интересное для всех мероприятие.

В заключение можно сказать, что корпоративный досуг имеет огромное значение для любой организации, так как он способствует не просто отдыху и развлечению людей, но и привлечению их к культуре и ценностям компании, сплочению коллектива, приобретению новых и полезных знаний. Именно поэтому для того, чтобы компания развивалась, необходимо грамотно и целесообразно отнестись к проведению корпоративного досуга, который принесет пользу не только самой компании,

но и каждому сотруднику. Как следствие – улучшится общение и взаимодействие среди сотрудников, доверие и взаимопонимание в коллективе, повысится работоспособность, а рабочая атмосфера станет благоприятной для каждого работника организации. Значение корпоративного досуга очень трудно переоценить, он необходим каждой компании, которая хочет иметь в своем арсенале дружный и сплоченный коллектив, который способен развиваться и добиваться поставленных целей. А если компания достигает поставленных целей, она способна приносить пользу всему обществу, что является очень важной составляющей деятельности.

Список используемой литературы:

1. *Жукова Е.* Мотивация в эпоху кризиса: внутренние мероприятия «без бюджета». – М., 2017. – 160 с.
2. *Мельников И.В.* Как организовать и провести корпоративный праздник. – М., 2020. – 7 с.
3. *Рычкова А.А.* Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития: монография / А.А. Рычкова. – Казань: Бук, 2015. – 152 с.
4. *Тараторин Е.В.* Технология корпоративного досуга: учебное пособие / Е.В. Тараторин. – Орел: Орловский государственный институт культуры, 2018. – 275 с.