

ТИМБИЛДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Человек был и остается основным ресурсом любого бизнеса. Использовать этот ресурс максимально эффективно – задача каждого руководителя.

Для принятия решения о формировании корпоративного культурного пространства рекомендуется использовать тимбилдинг.

Тимбилдинг (англ. team building – построение команды) – это комплекс мероприятий, направленных на повышение результативности работы коллектива.

Можно выделить следующие основные цели тимбилдинга:

- 1) формирование навыков успешного взаимодействия сотрудников в различных ситуациях;
- 2) переход от состояния конкуренции к сотрудничеству;
- 3) повышение уровня личной ответственности за общий результат;
- 4) возможность реализации личностного и командного потенциала участников;
- 5) приверженность к корпоративной культуре и ценностям компании;
- 6) повышение мотивации персонала и корпоративного имиджа;
- 7) укрепление доверия к членам команды и к компании в целом;
- 8) эмоциональное и эстетическое удовольствие от результатов совместной деятельности.

В ходе исследования, проведенного автором данной научно-исследовательской работы, на основании собранной вторичной информации была разработана следующая классификация тимбилдинга (см. табл. 1).

Таблица 1 – Классификация тимбилдинга

Классификационный признак	Виды тимбилдинга
1. Особенности взаимодействия участников	1.1 Спортивный тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • легкий; • экстремальный. 1.2 Интеллектуальный тимбилдинг 1.3 Творческий тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • музыкальный; • танцевальный; • театральный; • вокальный; • кинематографический; • «hand made»; • кулинарный. 1.4 Смешанный тимбилдинг: <ul style="list-style-type: none"> • инженерный; • исторический; • этнический.
2. Место проведения	2.1 Закрытый тимбилдинг 2.2 Открытый тимбилдинг
3. Характер решаемых задач	3.1 Тимбилдинг с решением бизнес-задач 3.2 Тимбилдинг с решением социальных задач
4. Охват аудитории	4.1 Массовый тимбилдинг 4.2 Селективный тимбилдинг
5. Частота проведения	5.1 Разовый тимбилдинг 5.2 Систематический тимбилдинг

Рассмотрим более подробно каждый вид тимбилдинга, указанный в таблице.

В зависимости от *особенности взаимодействия участников* можно выделить следующие виды тимбилдинга.

Спортивный тимбилдинг направлен на физическую активность участников, поэтому более подходит для коллектива, состоящего преимущественно из молодежи. Он может быть легким или экстремальным.

Легкий тимбилдинг – это активные мероприятия, в которых отлично сочетается отдых и командная работа. Представляет собой популярные командные игры, модифицированные под конкретную команду (волейбол, баскетбол и др.). Это могут быть также различные командные мероприятия с дистанциями типа «веревочного тренинга», «поиска сокровищ». Одним из интересных примеров легкого тимбилдинга является «Корпоративный кёрлинг» (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Пример легкого тимбилдинга – «Корпоративный кёрлинг»

Экстремальный тимбилдинг требует уже более серьезной физической и психологической подготовки. Основная идея – это поместить группу людей в нестандартные тяжелые условия, в которых только при четком взаимодействии друг с другом возможно достижение результата. Это могут быть прыжки с парашютом, сплав по реке на плотках, подъем в горы и многое другое. Однако данный вид, как правило, требует немалых финансовых вложений.

Интеллектуальный тимбилдинг направлен на интеллектуальную активность участников. Он не требует каких-либо физических усилий или специальных навыков. Это достаточно спокойные мероприятия. Такие виды тимбилдинга проводят на базе как готовых интеллектуальных игр, так и придумываемые различные сценарии, ставящие участникам сложные логические задачи. Эти задачи можно решить только путем коллективного обсуждения, концентрации и собранности. Самым ярким примером будет тимбилдинг, основанный на всем известной игре «Что? Где? Когда?».

Творческий тимбилдинг – это различные творческие мероприятия, направленные на формирование команды путем выполнения творческих заданий. Данный вид благоприятно влияет на психологический климат в команде, эффективно сплачивает сотрудников.

Можно выделить следующие разновидности творческого тимбилдинга.

Музыкальный тимбилдинг. За основу берется исполнение музыки. Может проводиться в самых различных жанрах с использованием любых инструментов. Итог музыкального тимбилдинга – команда становится своего рода оркестром, сплоченным и понимающим друг друга. Так, например, одна из школ этнических барабанов организует тимбилдинг «Барабанный круг».

Танцевальный тимбилдинг. Этот вид используется для лучшего понимания партнера, отработки ведущих и ведомых ролей, сплочения команды на эмоциональном уровне. Могут использоваться самые различные танцевальные направления – от вальса до хип-хопа.

Вокальный тимбилдинг – основной задачей участников является пение. Как самый яркий пример можно рассмотреть караоке. Отдельные агентства предлагают окунуться участникам в атмосферу Евровидения, где имеются свои солисты и группы поддержки. Разворачивается настоящая борьба. В конце выбирается команда - победитель.

Театральный тимбилдинг. Сущность его заключается в том, что под руководством режиссера сотрудники ставят спектакль. Раздаются роли, подбираются костюмы, необходимые декорации. Его премьера может проходить, например, на вечеринке.

Кинематографический тимбилдинг. Данный вид предполагает создание фильма, героями которого будут сами сотрудники. Могут использоваться уже существующие сценарии либо написанные работниками самого предприятия.

«Hand Made» тимбилдинг («сделано своими руками») – это создание сотрудниками предприятия чего-то нового совместными усилиями. Возможна масса вариантов: пошив одежды, резьба по дереву, гончарное дело, изготовление сувениров и т. д.

Кулинарный тимбилдинг предполагает использование кулинарного искусства как основы для командной деятельности. Коллектив делится на команды, после чего каждая может выбрать страну или народ, чьи блюда будет готовить. Далее распределяются роли, и начинается интересный и яркий процесс готовки.

Смешанный – это тимбилдинг, который может содержать элементы творческого, интеллектуального или спортивного. В настоящее время это наиболее распространенный вид командообразования, т. к. он требует проявления не только физической силы и ловкости, но и креативности, интеллектуальных способностей.

Разновидностями смешанного тимбилдинга могут быть следующие.

Инженерный тимбилдинг совмещает в себе элементы творческого, интеллектуального и спортивного тимбилдинга с элементами конструирования. Основная идея – это создание совместными усилиями какого-либо объекта. Такое мероприятие наиболее подойдет для сотрудников технических специальностей.

Пример: сотрудникам одной из компаний была поставлена задача разработать концепцию и создать автомобиль всего за 2 часа, а в дальнейшем принять участие в ралли на изготовленных ими же автомобилях (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Пример инженерного тимбилдинга - «Крутой тюнинг»

Исторический тимбилдинг – это игры, в которых восстанавливаются определенные исторические события. Это могут быть как театральные постановки, так и ряд определенных тематических заданий, викторин, конкурсов. Отличительной чертой исторического тимбилдинга является использование атрибутики определенного времени.

Этнический тимбилдинг – это командообразующие мероприятия, в которых воссоздается атмосфера определенного этноса. Начиная от одежды и обуви, заканчивая традициями. Данный вид тимбилдинга – это отличный способ дать возможность сотрудникам более тесно познакомиться с культурой, укладом жизни, обычаями различных народов, не покидая пределы страны.

В зависимости от места проведения следует определить такие виды тимбилдинга, как:

- **закрытый** тимбилдинг, он проводится в помещении, например, в спортивном зале, кафе, офисном помещении и др. Преимуществом закрытого тимбилдинга является возможность легко применять новейшие технологии, отсутствие воздействия погодных условий. В большинстве случаев закрытый тимбилдинг более бюджетный, чем открытый;

- **открытый** тимбилдинг проводится на природе: в лесу, на берегу реки или моря, в горах и т. д. Его основным преимуществом являются не ограниченные площади, а как следствие, большие возможности организовать яркое пышное мероприятие, не ограничиваясь количеством человек. При проведении открытого тимбилдинга сотрудникам будет проще войти в кураж вне стен офиса.

Относительно характера решаемых задач можно выделить такие виды тимбилдинга, как:

- **тимбилдинг с решением бизнес-задач** – это мероприятия, где в рамках тимбилдинга ставятся еще и реальные бизнес-задачи предприятия. Для проведения коммерческого тимбилдинга рекомендуется работа двух бизнес-тренеров. Первый – профессионал в командообразовании, второй – в области решаемой задачи. Тренеры корректируют распределение ролей, подходы к решению проблем, распределение ответственности, не выпуская из вида саму задачу;

- **тимбилдинг с решением социальных задач.** Такой вид тимбилдинга основан на социально-значимых задачах, т. е. происходит работа над созданием эффективной команды одновременно с предоставлением безвозмездной помощи обществу. Основная особенность этого вида тимбилдинга – морально-эстетическая сторона. Это могут быть самые различные мероприятия, такие как: озеленение городов, благоустройство детских домов, приютов, больниц, строительство храмов и т. д. Социальный тимбилдинг, как правило, не требует больших финансовых вложений и способствует формированию положительного имиджа компании.

Рассматривая такой признак классификации, как *охват целевой аудитории*, можно выявить:

- **массовый** (всеохватывающий) тимбилдинг, в нем принимают участие сотрудники всех структурных подразделений организации, начиная от высшего звена – начальства, заканчивая обычными рядовыми работниками предприятия;

- **селективный** (выборочный) тимбилдинг. организовывается не для всей организации, а лишь для какой-то ее части (филиала, отдела, цеха и т. д.). Если необходима «встряска» для конкретного подразделения, от которого зависит дальнейшее развитие бизнеса, то рациональным будет выбор селективного тимбилдинга.

По частоте проведения тимбилдинг может быть следующих видов:

- **разовый** тимбилдинг – это процесс командообразования, осуществляемый в течение одного мероприятия. Разовый тимбилдинг не повлечет мгновенного рождения идеальной команды, но встряхнет коллектив, даст возможность получить массу незабываемых эмоций, повысить уровень доверия друг к другу, проявить себя по-новому, взглянуть с другой стороны на своих коллег и, как следствие, повысить эффективность труда работников;

- **систематический** тимбилдинг – это ряд мероприятий, проводимых последовательно. На каждом этапе осуществляется работа над проблемами коллектива. Ставится ряд тактических задач, вследствие решения которых совершенствуется работа команды.

В результате проведенного тимбилдинга сотрудники приобретают такие качества, как умение быстро развиваться, обмениваться опытом, быстро реагировать на смену бизнес-среды, применять накопленный опыт в новых условиях, появляются патриотические чувства к компании. Также из положительных моментов следует отметить снижение текучести кадров и укрепление имиджа компании.

Список цитированных источников

1. Исхакова, М. Тимбилдинг: раскрытие ресурсов организации и личности. - СПб.: Речь, 2010.
2. Сартан, Г.Н. Тренинг командообразования СПб.: Речь, 2005.
3. Зинкевич-Евстигнеева, Т. Технология создания команды / Т. Зинкевич-Евстигнеева, Д. Фролов, Т. Грабенко. – СПб: Речь, 2004.
4. <http://www.dengodel.com/management/22-что-такое-тимбилдинг>
5. <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/Командообразование>
6. <http://www.goodtime.by>
7. <http://www.belsoft.by>

УДК 339.187.658.8

Макаревич А.В.

Научный руководитель: доцент Надеина Н.Г.

УЛОВКИ ПРОДАВЦОВ: РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Целью настоящей работы является изучение и анализ уловок продавцов при рациональном поведении покупателей.

Последнее время в психологии торговли наблюдается явный перекося — внимание уделяется преимущественно технологиям продаж. Причем технологиям откровенно манипулятивным, главная задача которых — не столько продать, сколько навязать товар покупателю. Покупательские привычки изучаются буквально под микроскопом, и все для того, чтобы убедить покупателей уйти из магазина с товаром, который они совершенно не собирались покупать.

По мнению американского экономиста П. Хейне, сделать выбор - означает остановиться на наилучшем из имеющихся вариантов исходя из сравнительной оценки ожидаемых выгод и издержек. В рамках данной концепции индивиды принимают только те действия, которые, по их мнению, принесут им наибольшую чистую пользу (т. е. пользу за вычетом затрат). Чем серьезнее экономические обоснования выбора, тем больше вероятность того, что он будет рациональным.