

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-97>

УДК 338.48.331.3.79.8(658.3)

Беляева С.С.

Черкаський державний технологічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТИМБІЛДІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ СПРИЯННЯ КОМУНІКАТИВНИМ ЗВ'ЯЗКАМ У КОЛЕКТИВІ

Анотація. У статті здійснено аналіз та визначені концептуальні засади організації тимбілдингу та стимулювання корпоративних зв'язків у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Розглянуті актуальні питання щодо теоретико-прикладних основ івент-послуг і тимбілдинг-заходів. Акцентовано увагу на особливостях організації діяльності івент-агенцій та агентств з організації тимбілдингу, створення бази різноманітних пропозицій тимбілдинг-турів. Визначено складові процесу та етапи процесу командотворення.

Ключові слова: івент-технології, інструмент сприяння комунікативним зв'язкам, колектив, концептуальні засади командотворення, корпоративні заходи, корпоративний менеджмент, організація, тимбілдинг, туризм, управління персоналом.

Belyaeva Svitlana

Cherkasy State Technological University

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATION OF TEAM BUILDING AS A TOOL FOR PROMOTING COMMUNICATIONS AMONG COWORKERS

Summary. The article analyzes and defines the conceptual foundations for organizing team building and stimulating corporate relations in the internal and external environment. Actual questions about the theoretical and applied fundamentals of event services and team building activities are considered. Focusing on the organization of activities of event agencies and team building agencies, creating a base of various proposals for team building tours. The components of the process and the stages of the team building process are defined.

Keywords: event technologies, tool for communicative communication, teamwork, conceptual foundations of team building, corporate events, corporate management, organization, team building, tourism, personnel management.

Постановка проблеми. На сьогодні тимбілдинг є однією з перспективних моделей корпоративного менеджменту, що забезпечує повноцінний розвиток компанії, та одним із найефективніших інструментів управління персоналом. Побудова команди спрямована на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність за результати своєї діяльності й на рівних засадах здійснюють розподіл праці в команді.

У тимбілдингу важлива роль відводиться знанню сильних сторін щодо кожного учасника команди та вмиле застосування цих навичок у практичній роботі. Для прийняття рішення щодо застосування тимбілдингу, як одного з ефективних методів корпоративного менеджменту, доцільно, перш за все, визначитися з необхідністю обрати саме цей інструмент корпоративних зв'язків, по-друге, застосувати індикативний підхід із врахуванням специфіки та варіативності видів, засобів, методики та відповідного інструментарію тимбілдингу.

Актуальність дослідження полягає в доцільності визначення основних критеріїв для мотивації відповідних організацій до створення тимбілдинг-пропозицій та ефективного командотворення завдяки участі в заходах івент-агенцій та агентств із надання послуг тимбілдингу.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. У наукових колах тематику організації тимбілдингу, як інструменту сприяння комунікативним зв'язкам у колективі, його сутнісну характеристику та особливості застосування для різних прошарків споживачів, умови та принципи створення привабливих і корисних за своїм

спрямуванням заходів, досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, у т. ч. В. Литвиненко досліджено сутність і вибудовано ієрархію понять «комунікативна система» та «комунікаційна система» в межах науки про соціальні комунікації, запропоновано модель управління комунікативними системами в межах комунікаційної; питання корпоративної філософії вивчав В. Кіптенко. Питання дослідження комунікативної системи у різний час розглядали у своїх працях В. Конецька, Ю. Лотман, Н. Луман, О. Швейцер, К. Шеннон, В. Вівер, Г. Маклюен, Н. Вінер, Н. Луман. Особливості організації та надання послуг івент-сервісу, тимбілдинг-послуг досліджуються також відповідними маркетинговими структурними підрозділами, консалтинговими групами, менеджмент-структурами, зокрема в сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є розгляд та аналіз актуальних питань щодо сприяння комунікативним зв'язкам у колективі, визначення проблематики створення та проведення заходів тимбілдинг-послуг, івент-сервісу, адаптованих до специфіки різноманітних колективів.

Об'єкт дослідження – організація та роль тимбілдингу щодо сприяння комунікативним зв'язкам у колективі. Предмет дослідження – сукупність теоретичних і практичних положень організації та надання послуг тимбілдингу як інструменту комунікації в корпоративних цілях.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Корпоративна філософія ґрунтується на таких цінностях, як справедливість і якість роботи. При цьому вирішальне значення

має спрямованість на впровадження інновацій. Єдиної формули корпоративної філософії немає. За визначенням В.К. Кіптенка головним у корпоративній філософії є те, «щоб вона була зрозуміла колективу й чітко визначала місію та цілі; відповідальність підприємства; пріоритет корпоративних принципів над доходами; чітку корпоративну культуру – загальний стиль компанії, відчуття, яке вона формує» [1].

У словнику-довіднику із соціальних комунікацій поняття «комунікативні» та «комунікаційні» використовуються як тотожні. У словнику української мови в 11-ти т. (за редакцією акад. І. Білодіда та ін.) обидва поняття – «комунікативний» та «комунікаційний» стосуються комунікації [2, с. 30]. Термін «комунікація» трактується згідно двом варіантам:

- 1) спеціальні шляхи сполучення, лінії зв'язку; обмін інформацією, спілкування;
- 2) лінгвістично – те саме, що спілкування; зв'язок.

«За цими семантичними напрямками комунікативність – здатність до спілкування, контактів; зв'язок, спілкування, контакти між ким, чим-небудь; комунікабельність. Отже, з лексикографічного погляду прикметники «комунікаційний» та «комунікативний» мають відмінність у значеннях. До того значення комунікації, що стосується спілкування, сфери мовлення і мови, належить прикметник «комунікативний», а прикметник «комунікаційний» пов'язаний із технологічним аспектом передавання інформації між суб'єктами [2, с. 30].

Серед численних теоретичних досліджень, які розкривають сутність комунікації, безсумнівно значущість мають ті з них, в яких здійснюється системний аналіз комунікативних процесів. Поняття «система» вже утвердилося в сучасному науковому знанні. Системний підхід був прийнятий фахівцями з теорії комунікації не лише як теоретична основа, а й як науковий принцип, знання і метод дослідження, у зв'язку з чим комунікативна та комунікаційна системи є об'єктивною єдністю закономірно пов'язаних один із одним комунікативних предметів, явищ, відомостей, а також знань про природу і сутність комунікації, розглядаючи суспільство як соціальну систему, Н. Луман охарактеризував комунікативну систему як таку, що «творюється за допомогою слів, мови, постійної активності та постійної комунікації» [2, с. 30].

Творцями поняття «комунікаційна система» можна вважати К. Шеннона та В. Вівера, адже саме вони у 1949 р. своєю математичною моделлю комунікації зуміли пояснити процес передавання інформації від джерела до отримувача [2, с. 31].

Існує думка, що саме технічна комунікація передусім вкладається в поняття «комунікаційна система». Наукова думка про комунікаційну систему отримала подальший розвиток у працях канадського вченого Г. Маклюена [2, с. 31]. Н. Вінер, розглядаючи комунікацію як кібернетичну систему, вважав, що «будь-яка система працює ефективно, коли вона отримує інформацію про стан цієї системи. І на її основі модернізує свої управлінські сигнали». Таким чином судження вченого теж нашоветує на думку, що комунікаційна система призначена для управління про-

цесами передавання інформації, зокрема між різними комунікативними системами.

Якщо мова йде про сферу соціальних комунікацій, то науковці зазначають, що це управління реалізується через різні види соціальних комунікацій [2, с. 32]. Отже, варто акцентувати увагу на тому, що вище зазначені комунікативні аспекти цілком адаптовані до сучасних умов створення мотиваційних чинників щодо сприяння корпоративній культурі, корпоративним зв'язкам як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі фірми. Це стосується як тих суб'єктів, які користуються послугами івент-компаній та тимблдинг-офісів, так і безпосередньо організацій, які надають відповідні послуги у сегменті корпоративних комунікацій для колективу. Для більш повного розуміння особливостей організації, надання тимблдинга івентпослуг доцільно акцентувати увагу на сутнісній характеристиці відповідних дефініцій.

Івент-менеджмент (Event-менеджмент) – це планування, організація, контроль та управління проектом або подією, необхідний для того, щоб захід був винятковим, особливим. Івент-маркетинг або подієвий маркетинг (Event marketing) – це спеціально розроблений комплекс заходів для просування інтересів компанії за допомогою відповідної події, що запам'ятовується, відомого широкий публіці або створеного для певної фірми [3, с. 19].

Івент-технологія (Event-технологія) означає перетворення заходу за до-помогою допоміжних ефектів у щось абсолютно виняткове з точки зору відвідувачів. Івент-агенство (Event-агенція) – це спеціалізована компанія, яка організовує заходи на замовлення своїх клієнтів. Заходи event-агенцій мають невелику тривалість, проходять протягом 1-4 днів для обмеженого кола людей, відомих замовнику, мають фіксований бюджет, фінансуються замовником (клієнтом) [3, с. 20]. «Пам'ятка event-менеджера – інструкція, в якій обумовлюються всі необхідні знання і навички, за допомогою яких будь-який менеджер зміг би професійно організувати та провести спеціальний захід [3, с. 29].»

Існують також різноманітні визначення щодо тимблдингу та умов його застосування [4]. Тимблдинг (англ. Team building – побудова команди) становить одну з перспективних моделей корпоративного менеджменту, що забезпечують повноцінний розвиток компанії та є одним із найбільш ефективних інструментів управління персоналом. Командне будівництво спрямоване на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність за результати своєї діяльності та на рівній основі здійснюють розподіл праці в команді [3, с. 39].

«Гуртування, гуртотвір, командобудування» – це лише декілька варіантів перекладу слова «тимблдинг» [5]. «Тимблдинг, або командотворення – термін, що часто використовується в контексті бізнесу й може бути застосованим до широкого діапазону дій для створення та підвищення ефективності роботи команди. Ідея командних методів роботи запозичена зі світу спорту та стала активно впроваджуватися в практику менеджменту в 60-70-ті роки ХХ століття [6]». В табл. 1 відображено складові процесу командотворення [6].

Таблиця 1

Складові процесу командотворення

Етап	Сутнісна складова	Характеристика та навички процесу командотворення
1. Формування й розвиток навичок командної роботи (англ. – team skills)	основа системи впровадження командного менеджменту;	– гармонізація спільної мети з особистими цілями; – прийняття відповідальності за результат команди; – ситуаційне лідерство (лідерство під завдання) й гнучка зміна стилю відповідно до особливостей завдання; – конструктивна взаємодія та самоврядування; – прийняття єдиного командного рішення й узгодження його з членами команди.
2. Формування командного духу (англ. – team spirit)	сукупність психологічних феноменів, що характеризують неформальне ставлення співробітників до колег й організації;	розвиток командного духу як комплекс заходів, спрямованих на: – посилення почуття згуртованості, формування стійкого відчуття «ми»; – розвиток довіри між співробітниками, розуміння та прийняття індивідуальних особливостей одне одного; – створення мотивації на спільну діяльність; – створення досвіду високоєфективних спільних дій; – підвищення неформального авторитету керівників; – розвиток лояльності учасників програми у ставленні до організації.
3. Формування команди	механічні дії з підбору, оптимізації структури команди й функціонально-рольового розподілу;	– ефективне використання сильних сторін складу команди; – розподіл ролей в команді для оптимального досягнення результатів; – формування нової структури внаслідок злиття, поглинання або реструктуризації підприємства; – створення робочої обстановки під час формування проектних команд; – налагодження горизонтальних зв'язків усередині колективу, регіональних підрозділів.

Джерело: розроблено автором за даними [6]

«У сфері управління персоналом під терміном «тимбілдинг» розуміють короткий (від 2 годин до 3 днів) захід щодо поліпшення роботи в команді: корпоративні програми, мотузковий курс, корпоративні свята, корпоративне волонтерство й корпоративна благодійність. Побічно під категорію заходів, які призводять до ефекту командотворення, належать також святкування дня народження співробітників, дня народження компанії, Нового року. Одним із ефектів таких заходів стає загальна згуртованість колективу, що є складовою роботи з командним духом [6]».

Командотворення також розуміють як внутрішньокорпоративний процес, який спрямований на підвищення згуртованості колективу на основі загальних цінностей та уявлень, що ставить перед собою такі цілі:

- формування навичок успішної взаємодії членів команди в різних ситуаціях;
- підвищення рівня особистої відповідальності за результат;
- перехід зі стану конкуренції до співпраці;
- підвищення рівня довіри й турботи між членами команди;
- переведення уваги учасника із себе на команду;

– підвищення командного духу, отримання заряду позитивного настрою;

– висновок команди на лідируючі позиції турніру [6].

Поняття «team building» з англійської мови перекладається як «побудова команди» або «командотворення» і зазвичай використовується в бізнесі в якості моделі корпоративного менеджменту [7].

«Вперше командні методи роботи в деяких компаніях стали використовувати ще в 1960-1970-х роках, а зараз подібна практика застосовується повсюдно на підприємствах, де працюють великі колективи [7]».

Тимбілдинг є сучасною технологією формування команди за допомогою нестандартних форм впливу та виховання командного духу. В умовах конкуренції налагодження ділових зв'язків на ділових і тимбілдинг-зустрічах може сприяти взаємовигідним умовам бізнесу на основі партнерства, довіри та взаємодії.

Процес командотворення включає в себе кілька етапів (табл. 2) [7].

Визнаним фактом прийнято вважати те, що найбільш значущим ресурсом будь-якого бізнесу є саме люди. Для отримання найвищої ефек-

Таблиця 2

Етапи процесу командотворення

№ з/п	Назва етапу командотворення	Загальна характеристика етапів
1	Перший	керівник повинен сформувати і розвинути в колективі навички командної роботи; кожен співробітник повинен мати спільну мету зі своїми колегами, брати на себе відповідальність за результати роботи всієї команди і конструктивно взаємодіяти з кожним учасником колективу.
2	Другий	формування командного духу, тобто всі співробітники повинні відчувати згуртованість, довіряти один одному і надавати посильну допомогу.
3	Третій	це – безпосередньо побудова команди, коли управління необхідно розподілити ролі кожного з учасників для досягнення найкращих результатів роботи, а також налагодити зв'язки між окремими структурами підприємства, філіями та представництвами.

Джерело: розроблено автором за даними [7]

тивності від праці людей сприятлива атмосфера в колективі відіграє важливу роль, адже поставлені перед колективом завдання найкраще вирішуються в згуртованих колективах. На якісні показники діяльності фірми впливає ряд чинників, серед яких не можна не зазначити такі, як тривалість її функціонування від дня створення, стабільність колективу, морально-психологічний клімат у колективі.

Часто буває так, що люди в одному колективі почувуються некомфортно, постійно конфліктують або не можуть прийти до спільних рішень. Від цього страждає робота компанії, знижується продуктивність праці й, відповідно, знижується прибуток. Найпростіший спосіб згуртувати колег – це провести неробочі заходи, пов'язані з розвагами, спортом, іграми або творчістю. Саме ці зустрічі в неформальній обстановці, що дозволяють людям розслабитися, поговорити про все та познайомитися ближче, і складають основу тимблдингу.

Для згуртування колективу суттєве значення має те, чи об'єднує членів колективу, окрім професійної діяльності, спільне проведення дозвілля, загальнокорпоративні святкування певних подій, можливість більше пізнати один одного в так званих неформальних ситуаціях (на відпочинку, на спортивних змаганнях, на корпоративних вечірках тощо). Сьогодні активним попитом почав користуватися саме тимблдинг як інструмент корпоративного менеджменту та засобу гуртування команди, створення сприятливого психо-емоційного стану своїх співробітників, надання можливості поспілкуватися в неформальній обстановці та отримати позитивні враження [7].

Як підтверджує досвід організації та проведення різноманітних корпоративних заходів в якості тимблдингу, командні зустрічі запам'ятовуються надовго та достатньо високо оцінюються співробітниками компанії. Якщо зважати на неофіційне опитування співробітників певної фірми про їх ставлення до того, чи доцільно керівнику турбуватися про співробітників, організовуючи корпоративні заходи і чи позначається це на покращенні бізнес-показників, практично суттєва більшість опитуваних ствердно засвідчує доцільність подібних заходів.

Психологи стверджують, що добрі справи в команді мають тенденцію до прагнення неодноразового повторення, тобто в традицію, адже корпоративна культура фірми з високими кількісними показниками зумовлює потребу й в якісних показниках, зокрема в доброзичливому спілкуванні, позитивних емоціях та міцній нервовій системі.

З точки зору економії ресурсів, організація тимблдинг-заходів може носити достатньо оптимізований вигляд, адже для проведення корпоративних вечірок цілком достатньо офісного приміщення або актового залу. Для проведення святкових корпоративних заходів можливо залучити в якості аніматорів своїх співробітників або ж запросити фахівця з тимблдинг-агенції. Досвід проведення корпоративних свят із залученням тимблдинг-агенцій свідчить про достатньо високий ефект щодо сприяння налагодженню корпоративної гармонії серед працівників під час виїздів поза межі офісу, на природу.

Отже, створення бази різноманітних пропозицій тимблдинг-турів потребує якомога більшої уваги з боку організаторів тимблдинг-заходів, а також врахування туроператорами відповідних пропозицій під час формування турпропозицій.

Варто зазначити, що туристичні природні ресурси є сьогодні привабливими для проведення тимблдинг-заходів, зокрема на березі водойм, у гірській місцевості, на лісовій галявині тощо, але не треба забувати, що під час проведення подібних заходів у природних умовах необхідно жорстко дотримуватися вимог безпеки, зокрема пожежної, екологічної, санітарно-гігієнічної.

Проведення пікніків на лоні природи часто супроводжують пісні під гітару біля багаття або із застосуванням активних ігрових змагань (пейнтбол, мотузкові перегони, спортивно-анімаційні та пригодницькі тренінги, арт-сюжетні фести), що сприяє формуванню команди та налагодженню доброзичливих відносин у колективі організації та серед партнерів і навіть бізнес-конкурентів.

Важливо враховувати склад колективу, який має брати участь у відповідних тимблдинг-заходах, зокрема стать, вік, уподобання, а також сезонність, погодні умови в день заходу. Організаторам тимблдинг-пропозицій варто уникати шаблонних підходів із врахуванням запитів учасників заходів.

В табл. 3 наведено підбірку кращих, за даними skr.in.ua/business, агентств з організації тимблдинг-заходів у Києві, які пропонують незвичайні та ефективні івенти для колективів малих і великих компаній [7].

Як зазначають, наприклад, у «Rockets», їхні тимблдинг-івенти об'єднують колектив, підвищують мотивацію співробітників і вчать знаходити нестандартні рішення звичних та нових завдань. «Rockets» можуть організувати тимблдинг-захід у Києві, по всій країні та навіть за її межами. Нещодавно це агентство організувало 4-денний тур до Грузії, де для учасників була розроблена насичена програма на кожен день. За інформациєю команди агентства «Rockets», вони першими в Києві та Україні запустили програму тимблдингу «Trash регата». Це – формат тимблдингу, в якому учасники розбиваються на команди та з підручних матеріалів збирають плавзасіб, здатний не тільки плисти, але й тримати на собі всю команду, а потім ще й позмагатися за першість у загальному запливі.

В портфоліо компанії «TeamMaster» – організація заходів для «Київенерго», «Епіцентру» та Альфа-банку. Наприклад, фірма пропонує сплав по Південному Бугу, під час якого колектив навчиться згуртованості та покращить взаємодію. Ті, хто хотів би будувати команду мрії за більш спокійної атмосфери, можуть обрати програму командного малювання картини та разом створити шедевр. Перед вибором напрямку можна попросити коучів провести корпоративне опитування, що може допомогти виявити слабкі місця та скласти унікальний сценарій заходу, який найбільше пасує компанії-замовнику. Свої колективи компанії «Team Expert» довірили «Eurocar», «Ельдорадо», «Shell, Cargil» та інші бізнес-гіганти. Тимблдинг-заходи «Team Expert» відрізняються оптимальним співвідношенням ціни та якості.

Кращі агентства з організації тимбілдингу у Києві

Пор. №	Назва агентства з організації тимбілдингу	Характеристика
1	Івентагентство Rockets	Агентство функціонує вже 13 років. Головна перевага – максимальна клієнтоорієнтованість, тому сценарій кожного заходу унікальний, індивідуально створюється під вимоги та інтереси компанії/клієнта.
2	TeamMaster	За п'ять років в організації тимбілдингзаходів компанія провела сотні івентів, створених під індивідуальні потреби компаній/замовників. Своїм клієнтам пропонують кілька динамічних програм на вибір.
3	Team Expert	Експертна тренінгова компанія знає, як підвищити командний дух, навчити колектив іти до спільної мети та проводити найзахопливіші тимбілдингівенти. Надають європейський сервіс за українськими цінами. Тимбілдингзаходи можна організувати за двома моделями: активні тренінги (мотузковий курс, творчі тренінги, командні квестігри, сходження та трекинги) або аудиторні заходи.
4	Magenta event agency	Агентство пропонує виїзні тимбілдингзаходи по всій Україні: на природі, в офісах, ресторанах, квесткімнатах. Замовник може обрати будьяку зручну локацію, а команда професіоналів розробить індивідуальний сценарій та організує захопливий тренінг, що вартує від 5 000 гривень.
5	«Школа тимбілдингу» Сергія Іванова	Тренери працюють з 2002 р. й за цей час написали першу в СНД книгу з мотузкового курсу та зареєстрували торгіву марку «Мотузковий курс», провели найбільший в історії України тимбілдинг на 1500 осіб. Фокусується на розвитку корпоративної культури та вирішенні бізнес-задач клієнта. Основним продуктом вважається «Мотузковий курс», коли команда проходить серію випробувань, зокрема екстремальних, отримує незнайому задачу й повинна вивчити її, створити стратегію та безпомилково виконати завдання. Головне – тимбілдинг вирішує бізнес-завдання клієнта. Рекомендують три фокуси уваги: постановка цілей і завдань на тимбілдинг, проведення програми та впровадження результатів у діяльність компанії.

Джерело: розроблено автором за даними [7]

Як згуртувати колектив і навчитися командної роботи, добре знають в агентстві «Magenta». У команді цього агентства переконані, що навіть за один день можна згуртувати співпрацівників та зав'язати між ними міцну дружбу. Зробити це можна за допомогою командоутворювальних, спортивних і розважальних ігор, тренінгів з комунікації або мотузковому курсу. До тренінгів з командоутворення можна ставитися по-різному: хтось налаштований скептично та вважає це непотрібними витратами часу й коштів, а хтось уже не уявляє свою роботу без регулярних спільних виїздів на природу під керівництвом тимбілдингоучів. Але всі погодяться з тим, що міцний колектив – це основа успіху бізнесу, і над розвитком команди потрібно старанно працювати.

Послугами «Школи тимбілдингу» Сергія Іванова користувалися «Київстар», «АрселорМіттал», «Фармак», «Данон» та МТС. Результатом стратегічної сесії клієнт Сергія Іванова отримав економію в 6 млн. гривень. Директор «Школи тимбілдингу» Сергій Іванов упевнений, що в тимбілдингу важлива не тільки «обгортка», але й сама «начинка». Не емоційно зарядити, а знайти «пляшкові горлечка» – системні помилки та недоліки команди, тобто сприяти тому, щоб команда змогла виправити їх – дати клієнту від тимбілдингу економічний ефект. Як стверджують в цій агенції з тимбілдингу, «помилки містять принципи колективної відповідальності». Тому будь-яке порушення повертає команду до початку завдання. Після кожного івенту тренери «Школи тимбілдингу» складають звіт з рекомендаціями щодо розвитку команди. Для тих клієнтів, які вже проходили «Мотузковий курс», діагностика персоналу й розвиток команд відбувається через ділові ігри на основі популярних

сюжетів: «Код да Вінчі», «Цивілізація», «Герої Меча та Магії», «Зомбі Апокаліпсис».

В українській столиці проходить безліч тренінгів, курсів і програм, націлених на побудову згуртованих колективів. Усі вони різні, але, обираючи будь-який командоутворювальний захід, керівник компанії або HR має орієнтуватися на те, чого саме він прагне отримати й від коучів, і від власного колективу.

Ефективний керівник має знати, що саме від колективу залежить результат роботи. «Розбіжності, невміння працювати в команді та відсутність загальних цілей можуть розвалити будь-який, навіть найуспішніший бізнес. А топ-менеджери й бізнес-аналітики всього світу роками виробляють моделі формування міцної команди, тому що знають: з тимбілдингу починається серйозний бізнес [7]».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, в межах комунікаційної системи здійснюється управління процесами передавання інформації через різні види соціальних комунікацій між різними комунікативними системами. Створення бази різноманітних тимбілдинг-турів потребує якомога більшої уваги з боку організаторів тимбілдинг-заходів, а також врахування туроператорами відповідних запитів під час формування пропозицій. Туристичні природні ресурси є сьогодні привабливими для проведення тимбілдинг-заходів, що також зумовлює необхідність враховувати вимоги до поводження на певній території, зокрема на природно-заповідних об'єктах, в лісі, біля водойм, у гірській місцевості тощо. Суттєвий вплив на ефективність проведення заходів у природних умовах мають кліматичні умови, тому організаторам та учасникам заходів треба ретельно готувати відповідне обладнання,

засоби та забезпечити безпечні умови як для людей, так і для навколишнього середовища від наслідків антропогенного впливу.

Актуальним сьогодні та в перспективі вбачається потреба обміну досвідом в організації тимбілдинг-заходів і надання івент-послуг між учасниками цього процесу. Враховуючи певний досвід відповідних агенцій, зокрема в м. Київ та інших популярних серед туристів дестинацій, доцільно було б створити відповідну спілку в якості громадського об'єднання, де регулярно на професійному рівні організовувати та проводити за участі фахівців тренінги та сприяти підвищенню квалі-

фікаційного рівня менеджерів і персоналу івент-агенцій та тимбілдинг-агентств.

Вивчення споживчого ринку, створення індивідуальних пропозицій з урахуванням якомога більшого спектру особливостей попиту, гнучкість, системність та комплексність, диференціація та інноваційність, врахування психологічного впливу на людину від певних комунікативних аспектів та комунікаційних засобів у сегменті тимбілдинг-послуг для створення привабливого туристичного продукту визначає достатньо вагомі завдання в такому специфічному сегменті бізнес-середовища, яким є тимбілдинг-послуги.

Список літератури:

1. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/18210712/turizm/upravlinnya_personalom_protseami_pratsi_turizmi#50https://pidruchniki.com/18210712/turizm/upravlinnya_personalom_protseami_pratsi_turizmi#50.
2. Литвиненко В.В. Комунікативна та комунікаційна системи – диференціація понять / В.В. Литвиненко // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Вип. 14. – С. 30-32.
3. Словник термінів і визначень з курсу «Івент-технології» (для студентів освітнього рівня «бакалавр» усіх форм навчання спеціальностей 073 – Менеджмент, 241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризм) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова ; уклад. О.М. Радіонова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. – 44 с.
4. Що таке тимбілдинг і де він застосовується? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/robova/shho-take-timbilding-i-de-vin-zastosovo-vuyetsya/>.
5. Перекладаємо слово тимбілдинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://slovotvir.org.ua/words/timbylding>.
6. Сайт Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
7. Прокачайте свій колектив: кращі організатори тимбілдинг-заходів у Києві. 18 березня 2018 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ckp.in.ua/business/6004>.