

«Пойду или не пойду – видно будет, главное – записаться»

Видимо, такого принципа придерживаются некоторые наши сотрудники, изъявляя желание пойти на то или иное корпоративное мероприятие. А потом желание пропадает. Либо погода портится, либо фильм интересный покажут по телевидению, а может, давний друг придет – поболтать хочется.

Вроде бы, что тут такого? «Ведь свободное время на то и свободное!» – возможно, возмутится кто-то. Всё так, да не так. Тот, кто приглашал на семейный праздник аниматоров, или, тем более, ведущего, знает, что сфера развлекательных услуг – дело вовсе не дешевое. А если мы имеем дело уже не с работниками культмассового сектора местного уровня? Сколько стоит организовать большое корпоративное мероприятие с профессиональными столичными артистами, хорошей кухней и развлечениями на любой вкус? От десяти до двенадцати тысяч рублей на одну персону. Немало, согласитесь. И вряд ли кто-то будет готов сделать предоплату из собственных средств, а потом не пойти, потому что с соседом партия в шахматы намечается. Почему же к средствам Компании такое пренебрежение? Ведь корпоративные мероприятия организуются для сотрудников, для их удовольствия, чтобы сделать их жизнь ярче и интереснее. И от сотрудника в таких случаях требуется только одно – объективно оценить свое желание и возможность посетить данное мероприятие. О чем и уведомить организаторов. Мы не говорим о тех случаях, когда есть объективные причины отказаться от посещения мероприятия, например болезнь, но, к сожалению, не редки случаи отказа по причинам, не поддающимся никакой критике. Также хочется упомянуть о мероприятиях, предполагающих ограниченное количество участников. Например, об экскурсиях или мастер-классах. Известно, что мест на такие мероприятия меньше, чем желающих в них поучаствовать. И когда сотрудник заявляет о своем намерении, а потом не является на мероприятие, Компания теряет средства, уплаченные за его досуг, а кто-то из коллег, не успевших записаться на мероприятие, так на него и не попадает, хотя мог бы. **В будущем хотелось бы избежать подобных ситуаций, поэтому с 2019 года сотрудники отдела по персоналу будут вести статистику посещаемости всех корпоративных мероприятий. И при оценке компетенций «Лояльность» (по индикатору «Посещение корпоративных мероприятий») и «Эффективность» (по индикатору «Рациональное использование ресурсов компании») будет проведен анализ поведения сотрудника. Если сотрудник не единожды проявит непоследовательность, отказываясь от посещения мероприятий, в которых изъявил желание поучаствовать, то работа над компетенциями «Лояльность» и «Эффективность» будет внесена в его план развития. Если же подобные случаи будут происходить систематически, то сотрудник сможет поучаствовать только в тех корпоративных мероприятиях, в которых нет ограничений по количеству приглашенных лиц.**

Всё это не означает, что если вы записались на мероприятие, то должны посетить его при любом состоянии здоровья. Но давайте вести себя как ответственные, взрослые люди: если возникает форс-мажор, предупреждайте организаторов об этом как можно раньше. Ведь деньги Компании – это наши деньги. Что касается бесплатных социальных проектов, таких как субботник, посадка деревьев, участие в группе поддержки спортсменов нашей Компании, то по ним также будет вестись статистика посещаемости. И она тоже будет влиять на оценку компетенции «Лояльность», но, конечно же, в положительном отношении.