

О. А. Димитропуло, М. А. Петрова – студенты кафедры менеджмента
М. Л. Кричевский (д-р техн. наук, проф.) – научный руководитель

СОЗДАНИЕ ФИРМЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРАЗДНИКОВ

Праздник – это особое состояние души, эмоциональный радостный подъем. В жизни человека тесно переплетаются личное и общественное. Праздник всегда выполняет важные общественные функции, имеет глубокий смысл, в нем человек ощущает себя личностью, членом коллектива.

Сегодня организация праздников – это вполне состоявшийся бизнес, хотя и достаточно молодой. Российский рынок этого сегмента находится в стадии активного развития. Первые профессиональные агентства по организации праздников появились в Москве в начале 2000-х гг. На данный момент в Москве существует около 600 агентств, занимающихся организацией торжественных мероприятий. Каждое агентство стремится создать свой эксклюзив и именно этим привлекает клиентов. В Санкт-Петербурге этот вид бизнеса еще только зарождается, конкуренция минимальна, но количество фирм по организации праздников растет с каждым месяцем.

Рассмотрим процесс открытия фирмы.

Для официального занятия бизнесом необходимо открыть фирму. Однако для многих наших соотечественников и, тем более иностранных граждан, открытие фирмы сопряжено с определенными трудностями.

Вначале необходимо определиться с организационно-правовой формой компании. Альтернатив много: можно зарегистрировать ООО или ОАО, можно *открыть Индивидуальное Предприятие*: ведь для многих сфер малого бизнеса такая форма предприятия сулит немало статей экономии. Кроме того, всегда есть выбор – самостоятельно заниматься открытием фирмы, обратиться за помощью в специализированную компанию или просто *купить готовую фирму*.

Количество сотрудников напрямую зависит от того, какие услуги будет предоставлять сама компания по организации праздников, а какие отдавать подрядчикам. Есть три основные модели построения бизнеса.

Первая модель – все мероприятия организуются самостоятельно, но для этого нужен большой штат сотрудников, который может позволить себе только крупная компания.

Второй вариант – отсутствие своих сотрудников и поиск подрядчиков под каждый заказ. Этот вариант чаще всего используют начинающие фирмы.

Третий вариант (самый часто используемый) – сочетание первых двух моделей, т.е. взять часть сотрудников в штат, а ведущих и артистов приглашать со стороны.

Минимальный штат агентства должен состоять из менеджера по продажам, который будет привлекать клиентов по телефону, и общаться с заказчиками. Второй специалист event-агентства – оформитель. Также необходим водитель с личным автомобилем. Кроме того, для доставки оборудования и сотрудников на место проведения мероприятия необходим микроавтобус. Главное действующее лицо при организации праздника – ведущий: он придумывает программу, проводит мероприятие, от качества его работы зависит репутация компании. Ведущих в штате не держат, но обычно компания сотрудничает с постоянным кругом шоуменов.

На формирование постоянного потока заказов уйдет минимум шесть-восемь месяцев. Сначала фирма будет проводить не более двух заказов в месяц, стоимостью 40 тыс. руб. каждый. Далее, через три-четыре месяца количество заказов возрастет до трех, увеличится и их средняя стоимость, ведь фирма уже наработает себе репутацию и сможет получать более сложные заказы. Средняя фирма проводит по четыре-шесть мероприятий за 70 тыс. руб. ежемесячно. Проект окупится через год-два.

Процесс создания праздничного мероприятия включает следующие этапы [1, 2]:

1. *Подготовка праздника*. Определяются четкие задачи, цели мероприятия (праздника), разработка концепции и оригинального сценария. При подготовке праздника выслушиваются все идеи заказчика, вносятся дополнения, пожелания, чтобы более правильно понять и воплотить в жизнь его идею.

2. *Организация праздника.* Весь комплекс работ, связанных с подбором места проведения, с приглашением артистов, ведущих, фото и видео операторов, организацией фейерверков, и многое, и т.д.

3. *Проведение праздника.* Грамотное и четкое решение всех вопросов, координация работы всех исполнителей.

По типу организации корпоративные праздники можно условно разделить на виды:

1) Банкетные мероприятия («корпоративная вечеринка»).

Это самый часто встречающийся тип организации праздника. Выбирается по причине своей «традиционности», привычности. Проводится в ресторанах, банкетных залах. При выборе этого типа праздника особое внимание следует уделить программе банкета, разнообразив её включениями развлекательных мероприятий на корпоративную тематику.

2) Загородные мероприятия.

К праздникам такого типа можно отнести как выезды «на шашлыки» всем коллективом фирмы, так и развернутые «дни компании» (Company Day), которые могут занимать целый уикенд и обычно проходят в пригородных пансионатах, гостиницах. Как правило, все они проводятся не в банкетных условиях и включают в себя спортивные состязания.

3) Семейные мероприятия.

Часто этот тип корпоративных праздников, особенно в западно-ориентированных компаниях, именуют «Family Day». Отличительной особенностью таких мероприятий является приглашение членов семей сотрудников компании. Как и загородные мероприятия, семейные, за редким исключением, проводятся на открытом воздухе.

4) Концептуальные мероприятия.

Такого рода праздники встречаются нечасто и заказываются компаниями либо имеющими сильную «корпоративную легенду, либо фирмами, выражающими желание увидеть нечто совсем нетривиальное (попросту желающими удивить, поразить гостей). Отличительная особенность таких программных построений — масштабность и значительный бюджет.

5) Презентации

Наиболее «прикладной» из *корпоративных мероприятий* — это праздник, посвященный открытию нового ресторана, цеха, филиала, продвижению новой услуги, товара. Мероприятие почти всегда идеологически ориентировано на партнеров, потенциальных клиентов, прессу. Атрибуты: ведущий в смокинге, выступления с речами, фуршет и т. п., наличие развернутой развлекательной программы на таких презентациях — редкость.

Таким образом, представители большинства современных фирм по организации праздников — грамотные специалисты, хорошо разбирающиеся во всех тонкостях обустройства и проведения самых разнообразных зрелищных и развлекательных мероприятий.

Библиографический список

1. <http://delovoyvmir.biz/ru/articles/view/?did=341>
2. <http://www.businesskompas.ru/bizplan28>