**Інсентив-туризм (англ. «Incentive» - стимул, спонукання)** являє собою поїздки, надані керівництвом фірми своїм співробітникам безкоштовно в якості заохочення за хорошу роботу. Заохочувальний туризм являє собою сучасний засіб заохочення співробітників фірм і підприємств за досягнення у праці поряд з такими традиційними формами заохочення, як грошова премія, дотація до покупки товарів і ін. Під даним видом туризму мають на увазі поїздки, якими комерційні фірми нагороджують своїх співробітників за високі показники в роботі або мотивують їх до більш продуктивної праці в майбутньому, а також проведення виїзних семінарів, нарад, конференцій.

У програму таких поїздок часто включаються ділові заходи, презентації, обмін досвідом, навчання. Інсентив-тури приймають самі різні форми: наради і конференції «без краваток», презентації та промоушн своєї продукції, поїздки на відпочинок, заохочення, навчання співробітників, тренінги, виявлення творчих особистостей. Такого роду заохочувальні поїздки поєднують в собі як екскурсійні та розважальні заходи, так і ділові зустрічі, конференції та семінари. Домінуючим сегментом на ринку інсентив-туризму залишаються групові поїздки

Перший інсентив-тур був проведений в 1910 р в США компанією National Cash Register Company of Danton. Агенти і дилери компанії були нагороджені безкоштовною поїздкою в Нью-Йорк за відмінні результати в роботі. Початок регулярного використання поїздок у вигляді заохочення було покладено в 60-і рр. ХХ ст. завдяки початку польотів цивільних реактивних літаків. Загальний річний оборот європейського інсентив-туризму становить 4,5 млрд доларів США. Практика показує, що інсентив-тури є кращим стимулятором до праці в порівнянні з будь-яким споживчим товаром. У Великобританії на них доводиться 2/5 загальної суми витрат фірм на винагороду своїх співробітників, у Франції та Німеччині - майже половина. Вартість інсентив-турів варіюється від 500 до 1500 доларів США на людину і навіть вище. Експерти відзначають, що інсентив-туризм чекає велике майбутнє. У XXI ст. він стане головною формою заохочення працівників в провідних галузях світового господарства. Програми інсентив-турів залежать від спеціалізації організаторів поїздки і регіону.

Цей різновид ділових поїздок має свої особливості. Компанії бере участь в таких заходах з двох причин. По-перше, для підтримки зовнішнього іміджу компанії: 50% компаній у всьому світі проводять їх для впровадження нового продукту ( «промоушн»), 35% - для збільшення продажів своєї продукції, т. Е. Запрошують своїх дилерів та партнерів. По-друге, для зміцнення внутрішньокорпоративного клімату (заохочення), т. Е. Для своїх співробітників (15% компаній). Компанії розглядають туристські поїздки як один з найефективніших засобів заохочення співробітників різного рівня.

Інсентив-туризм переслідує кілька цілей:

- презентація та просування нового продукту або послуги;

- підвищення продуктивності і якості;

- створення дилерської і агентської мережі;

- формування лояльної і згуртованої команди.

Залежно від цілей виділяють три види інсентив-про-грам:

1) заохочувальні програми;

2) мотиваційні програми;

3) побудова команди (team-building).

Чим цікавий корпоративний туризм для керівника? Спільні виїзди, в першу чергу, працюють на згуртування колективу. Одна справа, спілкування в рамках офісу і рідкісних корпоративних вечорів, і зовсім інше - спільний відпочинок. Для таких подорожей зазвичай складається продумана програма. У графік обов'язково включаються тренінги та семінари, які розбавляються великою екскурсійною програмою.

Корпоративний туризм від індивідуального відрізняється продуманою організацією. Звичайно, керівнику важливо, щоб співробітники відпочили і набралися сил для трудових звершень, але цього мало. Якщо просто вивезти весь штат співробітників, поселити їх у готель і дати повну свободу дій, то єдиний раз, коли вони будуть разом, це в аеропорту. Все розіб'ються на групи за інтересами, і склад цих груп буде таким же, як і в офісі. Головна ідея корпоративного туризму - розбити ці усталені групи і створити одну - згуртований і працює колектив. Для досягнення цієї мети недостатньо просто приїхати в готель і періодично виїжджати на екскурсії. Кожен день відпочинку повинен бути продуманий так, щоб він працював на результат.

У перекладі з англійської тимбилдинг. або як його ще називають командоутворення, позначає побудова команди - Team building. Цей термін дуже часто використовують для широкого діапазону дій з метою підвищення ефективності роботи команди. Ідея командних методів роботи була запозичена у спортсменів і стала активно впроваджуватися в 60-70 роках ХХ століття в практику менеджменту. У наш час тимбилдинг є однією з найперспективніших моделей корпоративного менеджменту, які спрямовані на повноцінний розвиток компанії, і в кінцевому результаті є одним з найбільш ефективних інструментів управління персоналом. Згуртування колективу працівників направлено на створення груп рівноправних фахівців різної спеціалізації, які спільно несуть відповідальність за результати своєї діяльності і на рівній основі виробляють розподіл роботи в команді.

Напевно, не варто перераховувати вам **всі цілі і функції тімбілдінга**, ви без зусиль зможете знайти їх в довідкових ресурсах, а зупинимося на найголовніших. По-перше - це використання деякої кількості часу під час поїздки на природу для згуртування колективу, а заодно і придбання навичок командної роботи. За ті 2-3 години, коли готується шашлик та інші ласощі, працівники компанії матимуть можливість не тільки розім'яти свої м'язи, але і зможуть навчитися взаємодіяти в команді і правильно використовувати навички кожного учасника команди.

Зараз дуже популярний сюжетний корпоративний туризм. Туристична компанія організовує не просто поїздку, а пригода в кращих традиціях голлівудських фільмів. Всіх співробітників об'єднують в команду, яка повинна шукати відповіді на хитромудрі загадки, розкривати підступні плани корпоративного ворога і, врешті-решт, дістатися до незліченних скарбів. Треба зауважити, що при правильній організації в роботу включаються навіть найбільші скептики, і дорослі люди на кілька днів забувають, що вони займають керівні посади у великих компаніях. З певною хвилини вони стають завойовниками джунглів, небезпечними піратами або шукачами скарбів. Нерідко саме під час такого відпочинку вирішується доля компанії і повністю змінюється стратегія розвитку відділу або всієї організації в цілому.

Для організації тімбілдінга без праці можна використовувати будь-яку тему. Це може бути сценарій кінофільму або стиль музики, особливості навколишнього середовища або нахили працівників вашого колективу. У таких ситуаціях можна, та й потрібно, використовувати будь-який мотив.

Треба запам'ятати, що тимбилдинг - це не просто звичайна розвага, а це тренінг командних навичок в легкій формі і тому підхід до формування програми тімбілдінга повинен бути індивідуальним і ґрунтовним.

У чому секрет успіху кожного підприємства, організації або установи? Безсумнівно, одним з найважливіших елементів є професіоналізм і кваліфікація колективу. Але в більшості випадків успіх безпосередньо залежить від взаєморозуміння людей, прагнення і націленість на єдиний позитивний результат, уміння прислухатися до думки оточуючих. Головним і основним тут є відчувати себе і працювати як команда. Одним із способів досягнення цього є корпоративний відпочинок, так як він сприятливо впливає на відносини в колективі, допомагає налагодити відносини між людьми. Більшість керівників щорічно, а то і по кілька разів на рік влаштовують такий відпочинок в неформальній обстановці, який допомагає людям розслабитися, ближче пізнати один одного або недавно працюючих співробітників.