В условиях жесткой конкуренции залогом успешного бизнеса становится команда профессионалов. Именно команда способна эффективно, качественно и в кратчайшие сроки решать поставленные перед ней задачи, поскольку каждый член команды умеет "работать на результат". Поэтому любому менеджеру рано или поздно придется узнать, что же такое  командообразование и как формируются навыки командного взаимодействия.

Концепция team building получили распространение и начала активно применяться менеджерами в 80-е годы в Америке и странах Западной Европы. Существует несколько причин, по которым команда и все, что с ней связано, начали привлекать пристальное внимание руководителей корпораций, менеджеров всех уровней и профессоров известных бизнес-школ.  Одной из причин, безусловно, является "японское чудо", заставившее американские и западноевропейские корпорации серьезно задуматься о своей конкурентоспособности и провести ревизию способов организации бизнеса и методов управления персоналом. Очень быстро стало понятно, насколько разительно деловая культура японцев, ориентированных на совместные действия и дух коллективизма, отличается от культуры американцев и немцев, с детства впитывающих в себя дух соревнования и индивидуализма.

**Японское экономическое чудо** — исторический феномен рекордного роста японской экономики, начавшийся с середины 1950-х и продолжавшийся до нефтяного кризиса 1973 года. Рост экономики в период экономического чуда составлял почти 10 % ежегодно, это были самые высокие темпы роста среди развитых капиталистических стран того времени.

Отличительными чертами японской экономики в период «экономического чуда» были:

* объединение производителей, поставщиков ресурсов, сбытчиков продукции, и банков в тесно связанные группы называемые кэйрэцу;
* гарантия пожизненной занятости в больших корпорациях;
* активное профсоюзное движение.

На протяжении многих лет дух "грубого индивидуализма" позволял компаниям процветать и успешно развиваться, но уже в начале 70-х годов в деловых кругах США начало появляться ощущение тревоги и неуверенности. Угроза поражения в конкурентной борьбе заставила мобилизовать силы и ресурсы для того, чтобы ответить на простой вопрос: Что нужно сделать, чтобы Америка могла конкурировать? Одним из ответов на этот вопрос и стало появление командообразования.

### Краткая история компании "Procter & Gamble"

Компания "Procter & Gamble" была основана Вильямом Проктером, англичанином и Джеймсом Гэмблом, выходцем из Ирландии, в 1837 году в Цинциннати (США). Первоначально компаньоны просто собственными руками изготавливали свечи и варили мыло, распространяя затем свою продукцию в Цинциннати. Основательность и перспективный подход к бизнесу позволили весьма скромному бизнесу не только пережить гражданскую войну, беспрецедентные финансовые, экономические и политические бури в США середины прошлого века, но и развиться к концу столетия в одну из самых передовых американских компаний. Свято следуя "корпоративному духу" и традициям, заложенным отцами-основателям,
К 1890 г. "Procter & Gamble" уже продавала по всей стране более 30 различных типов мыла, в том числе знаменитое Ivory. Растущий спрос позволил компании построить новый завод в Канзас-Сити, штат Канзас, а через некоторое время развернуть свою деятельность и за пределами США (первым был завод в Онтарио, Канада). К настоящему времени "Procter & Gamble" имеет филиалы уже более чем в 50 странах мира.
Стремительная глобализация компании привела к созданию всемирной сети научно-исследовательских и проектных институтов, рсположенных в США, Европе, Японии и Латинской Америке. Общая сумма расходов компании на исследовательские работы во всем мире превысила один миллиард долларов в год, а число занятых в данной области сотрудников составляет более 7000 человек. В России программы сотрудничества осуществляются с начала 1980-х годов с Министерством науки, Институтом питания Российской Академии медицинских наук, Институтом биологической и медицинской химии, Стоматологической ассоциацией (Общероссийской), а также Санкт-Петербургским университетом в таких областях как здравоохранение, химия и биохимия. Компания непрерывно расширяет масштабы проектов, осуществляемых совместно с российскими научно-исследовательскими учереждениями.
В настоящее время Компания является мировым лидером в производстве и сбыте потребительских товаров и продукции производственного назначения. "Procter & Gamble", главный офис которой находится в Цинциннати (штат Огайо, США) реализует свою продукцию более чем в 140 странах. За 160 лет, прошедших с момента ее основания, "Procter & Gamble" превратилась в компанию с годовым оборотом более 35 миллиардов долларов. Численность ее сотрудников во всем мире составляет около 110 тысяч человек. Компания производит свыше 40 групп изделий, и в ассортимент ее продукции входит более 300 наименований.
В начале 1990-х Procter&Gamble предложил комплексную услугу по решению проблем прачечных Центарльной и Восточной Европы на всех уровнях производства. Procter&Gamble построил лабораторию в Раковнике, в которой анализируются параметры белья (зольность, наличие ионов магния, железа, износ ткани, состав и т.д.). На основе лабораторных анализов, компания формирует рекомендации по всем процессам обработки белья. Procter&Gamble тесно сотрудничает с независимыми организациями - институт Hohenstein в Германии и институт TZU в г. Брно, Чехия. В 2000-х процесс взаимодействия с прачечными стал двусторонним – прачечные активно сотрудничают с Procter&Gamble, обмениваются информацией и выполняют наши рекомендации. Это привело к укреплению позиций прачечных сотрудничающих с Procter&Gamble и разработке новой универсальной линейки моющих средств – Ariel Expert SYSTEM – которая может использоваться как на стирально-отжимных машинах, так и на поточных линиях стирки. Высочайшее качество стирки Ariel Expert System доказано на практике во многих странах Центральной и Восточной Европы (Чехия, Венгрия, Прибалтика, Словакия и т.д.) и РОССИИ.