

Методика тренінгової діяльності персоналу в сфері торгівлі

Олександра Дементєва

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

dementieva2s0@gmail.com

Abstract. *The article describes the features of corporate culture, namely the training. Contextual diagram of relationships is proposed.*

Ключові слова: інформаційне забезпечення, тренінг, корпоративна діяльність, корпоративна культура.

Вагому роль у забезпеченні професійного розвитку персоналу відіграють тренінги, тобто такий запланований процес, що має на меті надати або поновити знання та навички персоналу. Також, тренінги проводяться для того, щоб перевірити ставлення працівників до проблеми, ідеї, щоб діагностувати їх поведінку з метою її зміни чи оптимізації.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГІВ

В сучасному світі для отримання позитивної динаміки діяльності маркетингового чи торговельного підприємства, необхідно особливу увагу звертати на персонал. Важливо постійно вдосконалювати систему управління персоналом. Це можна здійснити шляхом коригування одного із елементів системи, а саме впровадження якісного навчання, що посприє досягненню ефективної діяльності. Підвищення кваліфікації працівників також зумовить зниження плинності кадрів, використання нових технологій, поліпшення якості надання послуг, а значить, задоволення потреб клієнтів, виявлення потенційних лідерів і керівників, дозволить компанії швидко реагувати на зміни на ринку.

Відповідно до сучасних підходів, тренінг – це спосіб активного навчання. Його мета полягає у тому, щоб навчити конкретних навичок на вмінь. В цьому контексті, більшість фахівців,

Наталія Химиця

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

nhymytsa@gmail.com

запровадження тренінгів, розглядають як головний метод у процесі навчання.

ТРЕНІНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ МЕТОДИКИ

Тренінг – це процес, який забезпечує умови для максимального отримання нових навичок та знань стосовно певної царини діяльності, сприяє перегляду цінностей та пріоритетів, розвиває та удосконалює конкретні якості особистості, допомагає працівнику обрати такі форми та методи поведінки, які відповідають визначеній ситуації.

Існують такі методики навчання під час тренінгів: неімітаційні та імітаційні.

Імітаційні поділяються на ігрові та неігрові. Вони включають в себе ігри-вправи, ігри-імітації, соціально-психологічні тренінги, ситуації-проблеми, мікроситуації, тощо. Тобто, ситуації, які потрібно відтворити та «прожити».

Неімітаційні належать до тренінгів, які проводяться у стилі лекцій: лекція-бесіда, проблемна лекція.

Також, часто використовується метод модерації. Він застосовується з метою навчити людей діяти в одній команді для розробки в найкоротші терміни конкретних пропозицій, націлених на вирішення проблеми.

КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ТРЕНІНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Головним роль у цьому процесі відіграє "Розробник тренінгу" – з ним пов'язані усі зв'язки. Розробнику потрібно провести опитування персоналу, яке стосується конкретної теми і в результаті опитування він отримує інформацію, яка потрібна, щоб тренінг

був ефективний в колі цього колективу. Проте, розробник не має повноважень одразу запускати в процес свою роботу, для початку він повинен отримати затвердження від свого регіонального менеджера.

Контекстну діаграму, що відображає взаємозв'язки між розробником тренінгу, персоналом та регіональним менеджером компанії представлено на Рис.1.



Рис.1. Взаємозв'язок учасників розробки тренінгу

Інформаційне забезпечення тренінгів ще доповнюється друкованими матеріалами, посібниками, або презентаціями. Застосування презентацій, допомагає звернути усю увагу аудиторії в одне місце, на певний слайд, з інформацією, яку тренер хоче донести в той момент. Це вирішує проблему, коли члени групи шукають потрібну сторінку, або інший матеріал, відволікаються і певний час намагаються знову включитись в процес. Також, перевагою тренінгу у вигляді презентації є те, що можна додавати різні фото та відео матеріали, демонструвати приклади і вправи, та допомогти, таким чином, візуалізувати поданий матеріал.

Важливим комунікаційним аспектом тренінгової діяльності є тестування персоналу для визначення психотипів кожного та перевірка чи є проблеми комунікативного та психологічного характеру у командній роботі загалом.

Для того, щоб організувати цей процес знадобиться платформа, яка буде найбільш зручною. Також, за допомогою соціальних мереж можна і далі проводити навчання, опитування, конкурси, тобто використовувати за різним призначенням на користь компанії та її корпоративної культури.

Для створення тренінгу на останніх етапах потрібно було розуміння проблем у колективі та наявність технічних засобів, але важливо

враховувати психологічні особливості колективу в цілому. Тут може допомогти тестування з метою визначення психотипу кожного співробітника.

Зазвичай, колектив магазину складається з шести-восьми людей, тому проведення та аналіз такого тестування не стане проблематичним. Завдяки визначеним психотипам працівників також можна визначити на якому рівні може існувати командна робота; дозволить проаналізувати стосунки між людьми в колективі.

ВИСНОВОК

Сьогодні для організації тренінгової діяльності застосовують різні підходи та методики. Для досягнення оптимального ефекту від тренінгової діяльності, сьогодні особливо актуальним є тестування персоналу для визначення психотипів кожного та перевірки чи є проблеми комунікативного та психологічного характеру у командній роботі загалом.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Мілютіна К.Л., Теорія та практика психологічного тренінгу : Навч.посібник / Мілютіна К.Л. – Київ: “МАУП”, 2004. – 192 с.
- [2] Морушко О.О., Химиця Н.О. Гуманізація інформаційного обміну: навч. посібник / О.О. Морушко, Н.О. Химиця. – Львів: “Тріада плюс”, 2017. – 172 с. – (Серія “Інформація. Комунікація. Документація”; вип. 11).
- [3] Химиця Н., Керенович Л., Марців М. Етико-психологічні аспекти комунікаційних процесів у бізнесі / Н. Химиця, Л. Керенович, М. Марців // Матеріали 6-ої Міжнародної наукової конференції “Інформація, комунікація, суспільство”: 18-20 травня 2017 – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2017. – С. 356-358.
- [4] Марковець О. В., Березняк Є. Ю., Лисик Б. О., Кравець Р. Б., «Інформаційна модель системи проведення соціологічних досліджень у веб-середовищі», Вісник Національного університету "Львівська політехніка", Серія Інформаційні системи та мережі: – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. – № 854. – С. 274-282