Костянтин ЩЕРБИНА,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка (м. Тернопіль)

КОРПОРАТИВНИЙ ТРЕНІНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА НАВЧАННЯ КОМАНДОУТВОРЕННЯ

Соціальний запит на оцінювання кваліфікацій зумовлений інтересами різних сторін. Освітні організації зацікавлені в тому, щоб їхні випускники були конкурентоспроможними на ринку праці. Роботодавцям важливо мати висококваліфікований персонал, а оцінка кваліфікацій дає змогу ухвалювати більш обґрунтовані управлінські рішення. Держава зацікавлена в розвитку економіки, високотехнологічного виробництва, для якого необхідне примноження людського капіталу. Особистий інтерес випускників закладів освіти різного рівня акредитації, майбутніх менеджерів, претендентів на вакантні посади полягає у визнанні їхньої компетентності, професійному зростанні та мобільності, що полегшують працевлаштування. Однією з ефективних форм навчання командоутворенню майбутніх менеджерів вважаємо корпоративний тренінг.

Корпоративні тренінги в навчанні персоналу визнані ключовим пріоритетом роботи для фахівців з управління персоналом. Крім того, тренінги командоутворення виокремлено серед найактуальніших тем навчання персоналу поряд із такими напрямами навчання як: планування, фінансове навчання, навички комунікації, мотивація, коучинг тощо.

Результати зарубіжних досліджень [3; 4] свідчать, що здебільшого під командоутворенням (тімбілдінгом) розуміють якийсь корпоративний захід, спільний відпочинок на свіжому повітрі або в приміщенні, тоді як тімбілдінг – це тренінг, спрямований на створення високоефективної команди, який потребує спеціальної підготовки та подальшого післятренінгового супроводу.

Нам імпонує бачення В. Горбунової, яка розглядає «командоутворення – як систему заходів із формування та розвитку груп до рівня команд. Насамперед, йдеться про високу продуктивність праці та конструктивність взаємин» [1, с. 5].

Е. Біч (E. Biech) у своїй книжці «The Pfeiffer Book of Successful Team-Building Tools: Best of the Annuals» виокремлює переваги та недоліки роботи в команді. До числа переваг командної роботи авторка відносить такі:

- швидке знаходження вірних ідей і рішень;
- поліпшення якості рішень;
- участь кожного члена команди в процесі ухвалення рішень;
- збільшення відповідальності учасників за ухвалене рішення;
- підвищення вірогідності реалізації нових ідей;
- розширення кола спілкування;
- доступність інформації та засобів її отримання для всіх членів команди, що стимулює процес навчання;
- можливість краще зрозуміти переваги й недоліки членів команди й віднайти засіб їхнього ефективного використання в роботі;
- найбільш ефективне використання сильних сторін [2].

У найбільш загальному значенні тренінг (від англ. train – тренуватися) розглядають як форму навчання, точніше, сукупність різноманітних прийомів і засобів, спрямованих на розвиток у людини певних умінь і навичок. Його можна застосовувати, як в індивідуальній, так і груповій роботі.

Тренінг має низку переваг. По-перше, це багатофункціональний метод, спрямований на зміну якостей людини, розвиток її особистості, професійних навичок. По-друге, тренінг являє собою певне моделювання життя або реального робочого процесу в організації, але, водночас, у ньому всі процеси більше практико орієнтовані. По-третє, за кілька годин або днів учасники тренінгу можуть отримати досвід, необхідний для їхньої професійної діяльності. Важливим вважаємо те, що тренінг дає змогу змінити поведінку учасника, допомагає йому переглянути деякі аспекти своєї діяльності, і, як результат, призводить до покращення її якості.

Серед різноманітних видів тренінгів для командоутворення особливе місце займає корпоративний тренінг, що передбачає комплекс робіт, які можна представити у вигляді циклу (рис. 1).

Необхідно враховувати низку особливостей, притаманних дорослим учасникам тренінгу.

Рис. 1. Цикл корпоративного тренінгу

Однією з особливостей дорослої аудиторії є підвищена увага до обґрунтування окремих розділів тренінгу, майбутні менеджери обов'язково мають розуміти, навіщо вони витрачають свій час на вивчення запропонованого матеріалу, чи вартий він витраченого дорогоцінного часу і сил. Особливо це стосується корпоративних тренінгів неформальної освіти.

Ще одна важлива особливість – потреба дорослої аудиторії самостійно ухвалювати рішення і нести особисту відповідальність, саме тому слід надати здобувам вищої освіти можливість вибору з кількох запропонованих альтернатив під час розв'язання конкретного завдання. Ефективний корпоративний тренінг має бути максимально конкретним і вирізнятися прикладною спрямованістю, тобто, спрямований переважно на результат, оскільки дорослі здобувачі освіти націлені, насамперед, на розв'язання практичних завдань і досягнення особистісно-професійного розвитку.

Р. Пайк (R. W. Pike) виділяє такі рівні досягнення цілей навчання у процесі тренінгу, а саме:

- discovery (ознайомлення) – на цьому рівні відбувається лише поверхневе знайомство з предметом вивчення;
- literacy (опанування основ) – рівень характеризується здатністю учасників виокремити основні поняття;
- fluency (опанування) – здатність учасників застосувати засвоєне;

- mastery (майстерність або повне опанування) – здатність не лише застосувати вивчене на практиці, а й допомогти іншим учасникам в оволодінні матеріалом [5].

Доволі креативно, на нашу думку, Р. Пайк визначає принцип «табуретки», необхідний для проведення ефективного корпоративного тренінгу. Основна думка цього принципу в тому, що якщо забрати хоча б одну ніжку в табуретки, сидіння на ній стає, або незручним, або зовсім неможливим. Таким чином, під час підготовки тренінгу необхідно враховувати побажання трьох сторін, не ставлячи в пріоритет ні думку організатора, ні замовника, ні учасників [5].

Існує також принцип, розповсюджений у міжнародній практиці корпоративного тренінгу, під назвою «SMART», згідно якого цілі тренінгу мають бути конкретними, вимірними, досяжними, реалістичними та з чітко визначеними термінами.

Ми переконані, що успіх корпоративного тренінгу зумовлює не тільки висока кваліфікованість і професіоналізм тренера або обраний ним матеріал. Його ефективність визначається, як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками. Йдеться про ступінь зацікавленості керівництва організації, що становить основу стратегічного успіху тренінгу. Окрім цього, варто враховувати значущість тренінгу для його учасників, майбутніх менеджерів, що є основою тактичного успіху, без якого неможливий і успіх стратегічний.

Таким чином, якщо для учасників тренінгу його мета не зрозуміла, тренінг тактично приречений на провал. У тих організаціях, де позитивне ставлення до корпоративного навчання закладено в основах корпоративної культури, ймовірність проведення ефективного тренінгу значно підвищується.

Список використаних джерел:

1. Горбунова В. В. Психологія командотворення: Ціннісно-рольовий підхід до формування та розвитку команд : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 380 с.
2. The Pfeiffer Book of Successful Team-Building Tools: The Best of the Annuals / E. Biech (Ed.). Pfeiffer, 2008. P. 1–5. URL: https://www.oreilly.com/library/view/the-pfeiffer-book/9780787997366/ (дата звернення: 10.10.2024).

3. Fapohunda, Tinuke. M. Towards Effective Team Building in the Workplace. *International Journal of Education and Research*, 2013. Vol. 1. No. 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/258344173_Towards_Effective_Team_Building_in_the_Workplace (дата звернення: 10.10.2024).
4. Heap, N. Building the Organizational Team. *Industrial and Commercial Training.* 1996. Vol. 28, no. 3. P. 3–7.
5. Robert W. Pike. Creative Training Techniques Handbook: Tips, Tactics, and How-To's for Delivering Effective Training Hardcover. 2003. January 1. 304 p.