Министерство образования и науки УКРАИНИ

Кафедра «философии и политологии»

Реферат

По дисциплине «Психология»

Тема: «Повышение психологической культуры персонала»

Днепропетровск, 2013

План

Введение

Психологическая культура, и её влияние на личностный рост человека

Формирование психологической культуры будущих специалистов

Формирование корпоративной и организационной культуры персонала

Тренинги, как инструмент повышения психологической, корпоративной, и организационной культуры организации

Заключение

Источники

Введение

В данной работе речь пойдет о психологической культуре персонала, и возможностях её повышения для увеличения эффективности деятельности предприятий и организций, в работе которых задействован этот персонал.

Важно отметить, что психологическая культура формируется на этапе становления личности: с раннего детства и в студенческие годы. Если говорить о персонале, то предприятия уже на этапе подбора персонала отсеивают людей, которые не подходят по заданным психологическим и культурным качествам, и принимают на работу тех работников, чьи психологические, моральные и культурные качества соответствуют предложенным вакансиям. Кроме того, руководителей предприятий в первую очередь интересуют результаты деятельности свого бизнеса, поэтому повышение психологической культуры работников само по себе для предприятия не имеет смысла, и будет проводиться только системно, в контексте повышения организационной и корпоративной культуры персонала. Только системный подход к данному вопросу имеет решающее значение для повышения эффективности предприятий.

Психологическая культура, и её влияние на личностный рост человека

Известно, что существует множество определений понятия «культура», десятки подходов к ее изучению, теоретических концепций, моделей и видов. Возникла вполне самостоятельная система знаний, оформившаяся как наука культурология. Как пишет Л. С. Колмогорова: «Остается проблемой определение понятия «психологическая культура» личности, выделение ее параметров, уровней. Отметим, что термин «психологическая культура» не попал ни в один из отечественных психологических словарей. В справочной литературе представлены определения отдельных ее составляющих (коммуникативной культуры, культуры поведения, культуры мышления)» (Колмогорова Л. С., 1999, с. 85).

Культура вообще и психологическая культура в частности, как любая сложноорганизованная система, обладает способностью к самоорганизации в обществе. Изменения, происходящие в экономике, политике государства, незамедлительно отражаются на уровне преходящих ценностей, возрождают забытые смыслы, нормы.

Психологическая культура - это составная часть базовой культуры личности как системной характеристики человека, позволяющая ему эффективно самоопределиться в социуме и самореализоваться в жизни, способствующая саморазвитию и успешной социальной адаптации, удовлетворенностью собственной жизнью (Л.Д. Демина, Н.А. Лужбина).

Психологическая культура человека - это комплекс специальных потребностей в познании себя (как личности специалиста) и окружающих, которая возможна при условии эффективной образовательной деятельности посредством педагогического общения, с учетом индивидуальных и профессиональных способностей.[3]

В технических, сельскохозяйственных и других негуманитарных вузах, чаще всего, преобладают дисциплины, связанные с техническими и естественными науками, которые способствуют формированию «технократического» мировоззрения, приучают студентов мыслить формально-логически. Напротив, изучение гуманитарных наук, психолого-педагогических дисциплин опирается не только на логическое мышление, но и на образное, способствует стремлению к самостоятельным размышлениям, развитию умений понимать и учитывать разные точки зрения, позиции других людей.

Познание самого себя, других людей и мира в целом, во всем многообразии и неповторимости - это основа психологической культуры личности. Она является природным дополнением к физической культуре. И, как последняя помогает развить и сохранить физическое здоровье, психологическая культура человека - сохраняет психическое. А, так как психическое и физическое в человеке нераздельны - вывод очевиден.

Естественно, всем необязательно быть профессиональными психологами, чтобы следить за своим психологическим состоянием; чтобы понимать себя и других людей; чтобы планомерно развиваться и строить благополучную и счастливую жизнь; чтобы быть счастливым самому и приносить счастье другим, и, чтобы преобразовывать окружающий мир под себя. Для этого достаточно стать психологически культурным человеком.

Психологическая культура помогает:

большему осознанию своих возможностей; интеллекта, работоспособности, общительности, склонностей, социальной направленности личности, характера и темперамента и др.;

лучше понять и осознать свои истинные желания и потребности, а также способности и возможности для реализации жизненных планов;

правильно организовать свою учебу и работу, досуг и быт;

оптимально регулировать личные и деловые взаимоотношения с другими людьми (детско-родительские, отношения со сверстниками и партнерами, с друзьями и любимыми) [2]

Психологическая грамотность необходима каждому человеку, а профессионалу особенно, чтобы проанализировать возможные психологические причины неуспеха в своей профессиональной деятельности, и как члену социальной группы, если возникает межличностное непонимание, конфликт.

Решение целого ряда задач по формированию психолого-педагогических знаний, умений, необходимых профессионалу своего дела, связано, с прикладными науками «Психология и педагогика», «Культура делового общения» и др. Их знания - не балласт для памяти, который можно выбросить после сдачи зачета или экзамена. Они должны войти в систему мировосприятия, практического мышления образованного человека, его внутренних установок и привычек, использоваться как инструмент при решении жизненных проблем и профессиональной деятельности. В результате освоения курса студент должен иметь представления:

о роли сознания и самосознания в поведении, общении и деятельности людей;

о факторах формирования личности, об основных закономерностях и формах регуляции социального поведения, о природе возникновения социальных общностей и социальных групп;

о формах, средствах и методах педагогической деятельности, а также владеть элементарными приемами психической саморегуляции.

Формирование психологической культуры будущих специалистов.

Формирование психологической культуры должно начинаться с детства. Лучшим вариантом стало бы ее включение в воспитательный процесс в семье и школе. [2] Становление оптимального уровня психологической культуры будущих специалистов может быть обеспечено на основе специально спроектированных образовательных программ, которые ориентированы на удовлетворение возрастных, личностных, профессиональных потребностей будущих специалистов; формирование умений применять психологические знания в повседневной жизни; развитие и совершенствование личностных качеств, которые необходимы для делового успеха. В формировании психологической культуры студентов главное то, что будущие специалисты учатся оценивать, понимать и принимать себя, развивают способность к познанию себя; к пониманию внутренних психологических состояний, как себя, так и другого; готовность к самообразованию; базовые коммуникативные умения; свободное самовыражение; ответственности за свое поведение; творческий подход к делам и решению проблем. Это в свою очередь, безусловно, влияет на качество воспитанности, образованности будущего специалиста и формирование его психологической культуры. [3]

Формирование корпоративной и организационной культуры персонала

Организационная культура - набор убеждений, верований, ценностей и нормативов, которые разделяет большинство работников в организации.
Организационная культура складывается стихийно в процессе взаимодействия ценностей и прошлого опыта работников, и. таким образом, формируется уникальность организации. Спонтанная организационная структура не всегда благоприятна для бизнеса. Культура формируется соответственно целям и стратегии организации.

Корпоративная культура - это культура поведения членов организации, которая максимально и напрямую объединяет интересы персонала вокруг общефирменных целей.
Корпоративная культура - сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами коллектива и задающих общие рамки поведения, является оригинальной смесью из приведенных выше исторических типов организационных культур.[6]
Понятие организационная культура шире понятия корпоративная культура.

Понятие «корпоративная культура» в настоящее время имеет несколько значений и формулировок. Корпоративная культура представляет собой идеи, взгляды, основополагающие ценности, которые используют в своей деятельности члены организации. Корпоративная культура определяет стиль, манеру поведения и общения персонала с клиентами, а также активность сотрудников. Поэтому неправильно считать, что корпоративная культура является определенным набором признаков, например таких как униформа.

Корпоративная культура - это совокупность ценностей, идей, норм и правил, принятых на предприятии. Также корпоративную культуру можно определить как уровень доверия, гостеприимства, стремления и ценности, разделяемые всеми работниками предприятия. Эта культура может изменяться (например, под воздействием внешнего управленческого звена или неформальных групп в пределах предприятия).

Корпоративная культура возникла еще в прошлом веке. Основателем корпоративной культуры был немецкий генерал-фельдмаршал Хельмут фон Мольтке. Он применил принцип разделения армии по функциональному признаку, а затем данный принцип был внедрен в промышленность. Впоследствии по принципу разделения были созданы специализированные предприятия. Так появились основы корпоративной культуры.

Свои правила поведения существовали также в профессиональных сообществах (армии, полиции, медицине и других специализированных организациях). Профессиональные и иные сообщества имели своеобразную атрибутику. Обычно это были поведенческие знаки, специальная символика или униформа, по которым члены сообщества отличались от других людей.

На сегодняшнее время в Украине при приеме на работу сотрудника работодатель не ограничивается лишь требованиями к образованию, квалификации или анкетными данными. Работодателя интересуют психологические качества потенциального сотрудника. Будущему сотруднику рассказывается об истории создания организации, ее развитии и деятельности в определенном секторе рынка. Данные об особенностях корпоративной культуры становятся известными соискателю в процессе общения с работодателем, после чего выясняется, согласен ли претендент следовать обычаям компании или нет.

В своих исследованиях японские компании выявили важность наличия общих ценностей, взглядов и целей у персонала, так как это координирует совместные усилия по решению текущих проблем и повышает качество предоставляемых услуг. Стратегия предприятия, тип людей, этикет могут вполне отражать корпоративную культуру предприятия. Она занимает важное положение в жизни предприятия и находится под пристальным вниманием руководства. Специально выработанная стратегия и тактика позволяют оказывать влияние на формирование корпоративной культуры. Особенности проявления корпоративной культуры зависят от сферы деятельности, например в банковской сфере поведение персонала четко определено, существует строгий дресс-код. В сфере торговли и продаж стиль общения менее формален, приветствуются энергичность и коммуникабельность. психологическая культура персонал тренинг

Также существуют стандарты, по которым определяется уровень обслуживания клиентов. К подобным стандартам можно отнести время, отведенное на оформление и размещение гостя, требования к внешнему виду сотрудников, требования по знанию сотрудниками иностранных языков и т. д.

Однако данный набор правил не означает соответствующее обслуживание клиента. Важную роль играют и личностные качества персонала, его приветливость, дружелюбие и открытость, что характеризуется уровнем психологической культуры персонала.

Корпоративная культура является рычагом воздействия на персонал предприятия и включает различную систему ценностей. В каждом предприятии существует своя корпоративная программа, которая дает персоналу позитивный настрой, что способствует теплому приему гостей.

Гостеприимство является сферой по обслуживанию или по предоставлению услуг клиентам. Хорошее обслуживание в бизнесе является залогом успеха. Предоставление качественных услуг - это возможность дать клиенту немного больше, чем он ожидает. Существование корпоративной культуры обеспечивает успех предприятию, показывая работу персонала в процессе достижения поставленных задач.

Корпоративная культура формируется на основе двух составляющих, таких как формальная и неформальная система ценностей.

Формальную систему ценностей создает руководство с помощью разработанных инструкций, стратегий и планов, систем обучения и повышения квалификации, разработки единой корпоративной политики и другими способами.

Сущность стандартов заключается в выполнении служащими работы, которая соответствует общепринятым требованиям, предъявляемым к данному виду работы или услуге. В стандарты, предъявляемые к сотрудникам, входят:

) внешний вид;

) речевой этикет;

) движения;

) служебная форма и др.

Уровень соответствия выполняемой сотрудником работы существующим стандартам организации напрямую зависит от квалификации данного сотрудника.

Неформальной системой ценностей является внутренняя среда коллектива. Данная система ценностей, базируясь на использовании социально-психологических знаний, позволяет установить место сотрудника в коллективе, выявить лидеров, обеспечить эффективные взаимоотношения с коллективом.

Руководителям необходимо учитывать, что по мере увеличения коллектива обязанности должны распределяться и контролироваться более жестко. Существует феномен - эффект социального лодыря. Его обнаружили совершенно неожиданно. Экспериментировали на группе гребцов и засекали время, которое возрастает по мере увеличения количества участников. При увеличении членов команды показатели не улучшаются. Происходит перераспределение ответственности на всех присутствующих. Данный феномен начинает работать в условиях большого коллектива, и его надо учитывать. В большом коллективе руководителю необходимо контролировать формирование корпоративной культуры. Корпоративная культура становится инструментом воздействия на персонал.

Необходимо создать корпоративную программу, которая бы отражала представление о том, каким хотят видеть предприятие гости, партнеры и сотрудники. Следует отметить, что главным достоянием организации является персонал и информация. [4]

На формирование организационной культуры, ее содержания и отдельных параметров влияет ряд факторов внешнего и внутреннего окружения, но на всех стадиях развития организации личная культура ее руководителя (его личная вера, ценности и стиль поведения) во многом определяют культуру организации. Особенно сильным такое влияние бывает в том случае, если организация находится в стадии становления, а ее руководитель обладает выдающимися личностными и профессиональными способностями.

Формирование в организации определенной культуры связано со спецификой отрасли, в которой она действует, со скоростью технологических и других изменений, с особенностями рынка, потребителей и т.п. Известно, что компаниям отраслей «высокой технологии» присуще наличие культуры, содержащей «инновационные» ценности и веру «в изменения». Однако эта черта может по-разному проявляться в компаниях одной и той же отрасли в зависимости от национальной культуры, в рамках которой организация функционирует.

Организация растет за счет привлечения новых членов, приходящих из организаций с другой культурой. Новые члены организации, хотят они этого или нет, приносят с собой груз прошлого опыта, в котором нередко таятся «вирусы» других культур.

Иммунитет организации от подобных «инфекций» зависит от силы ее культуры, которая определяется тремя моментами:

) «глубинной»;

) той степенью, в какой ее разделяют члены организации;

) ясностью приоритетов.

«Глубина» организационной культуры определяется количеством и устойчивостью важнейших убеждений, разделяемых работниками. Культуры со многими уровнями убеждений и ценностей имеют сильное «влияние на поведение в организации. В некоторых культурах разделяемые убеждения, верования и ценности четко ранжированы. Их относительная важность и взаимосвязь не уменьшают роли каждой их них. В других культурах относительные приоритеты и связи между разделяемыми ценностями носят размытый характер. Четкая приоритетность убеждений оказывает больший эффект на поведение людей, так как они твердо знают, какая ценность должна преобладать в случае ценностного конфликта.

Таким образом, сильная культура имеет более глубокие корни в сознании людей, она разделяется большим числом работников и в ней более четко определены приоритеты. Соответственно, такая культура имеет более глубокое влияние на поведение работников в организации.

Сильная культура не только создает преимущества для организации, но может также выступать серьезным препятствием на пути проведения организационных изменений. «Новое» в культуре вначале всегда слабее. Поэтому оптимальной для реорганизации, по-видимому, является умеренно сильная организационная культура.

Среди методов поддержания организационной культуры следует отметить следующие:

• Декларируемые менеджментом лозунги, включающие миссию, цели, правила и принципы организации, определяющие ее отношение к своим членам и обществу.

• Ролевое моделирование, выражающееся в ежедневном поведении менеджеров, их отношении и общении с подчиненными. Лично демонстрируя подчиненным поведенческие нормы и концентрируя их внимание на этом поведении, например, на определенном отношении к клиентам или умении слушать других, менеджер помогает формировать определенные аспекты организационной культуры.

• Внешние символы, включающие систему поощрения, статусные символы, критерии, лежащие в основе кадровых решений. Культура в организации может проявляться через систему наград и привилегий. Последние обычно привязаны к определенным образцам поведения и, таким образом, расставляют для работников приоритеты и указывают на ценности, имеющие большее значение для отдельных менеджеров и организации в целом. В этом же направлении работает система статусных позиций в организации. Так, распределение привилегий (хороший кабинет, секретарь, автомобиль и т.п.) указывает на роли и поведение, более ценимые организацией.

• Истории, легенды, мифы и обряды, связанные с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами. Многие верования и ценности, лежащие в основе культуры организации, выражаются не только через легенды и мифы, становящиеся частью организационного фольклора, но и через различные ритуалы, обряды, традиции и церемонии. К обрядам относятся стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива, проводимые в установленное время и по специальному поводу для оказания влияния на поведение и понимание работниками организационного окружения. Ритуалы представляют собой систему обрядов; даже определенные управленческие решения могут становиться организационными обрядами, которые работники интерпретируют как часть организационной культуры. Такие обряды выступают как организованные и спланированные действия, имеющие важное «культурное» значение, их соблюдение влияет на самоопределение и лояльность работников своей организации.

• Что (какие задачи, функции, показатели и т.д.) является предметом постоянного внимания менеджмента. То, на что руководитель обращает внимание и что он комментирует, очень важно для формирования организационной культуры. Это один из наиболее сильных методов поддержания культуры в организации, так как своими повторяющимися действиями менеджер дает знать работникам, что является важным и что ожидается от них. Мера участия руководителей в тех или иных церемониях позволяет подчиненным субъективно ранжировать эти мероприятия по степени важности. Этот инструмент (мера участия) легко может быть использован как для поддержания, так и для изменения традиций в организации.

• Поведение высшего руководства в кризисных ситуациях. В данных ситуациях менеджеры и их подчиненные раскрывают для себя организационную культуру в такой степени, в которой они себе ее и не представляли. Глубина и размах кризиса могут потребовать от организации либо усиления существующей культуры, либо введения новых ценностей и норм, меняющих ее в определенной мере. Например, в случае резкого сокращения спроса на производимую продукцию у организации есть две альтернативы: уволить часть работников или частично сократить рабочее время при том же числе занятых. В организациях, где человек заявлен как ценность «номер один», видимо, примут второй вариант. Такой поступок руководства превратится со временем в организационный фольклор, что, несомненно, усилит данный аспект культуры в компании.

• Кадровая политика организации. Кадровая политика, включающая принятие на работу, продвижение и увольнение работников является одним из основных способов поддержания культуры в организации. На основе, каких принципов руководство регулирует весь кадровый процесс, сразу становится видно по движению сотрудников внутри организации. Критерии кадровых решений могут помочь, а могут и помешать укреплению существующей в организации культуры. Так, присущая конвейерному производству текучка кадров на сборочных линиях побудила многие компании перейти либо к групповому подходу в работе, либо к переходу к методам групповой работы, свойственным японскому менеджменту. Важную роль играют критерии для поощрений и должностного роста. Постоянная демонстрация того, что организация неизменно связывает поощрения и должностной рост работников с их усердием и эффективностью, может иметь огромное значение для формирования поведения сотрудников. Некоторые исследователи считают именно систему поощрений и наказаний самой важной в формировании организационной культуры.

Разумеется, это не полный перечень факторов, формирующих организационную культуру, однако он дает общее представление о роли менеджмента в ее создании, а также о том, что культура организации - функция целенаправленных управленческих действий высшего руководства.

Определяющее влияние на организационную культуру оказывают действия высших руководителей. Их поведение, провозглашенные ими лозунги и нормы, а главное - организационные ресурсы, направленные на их реализацию и утверждение в сознании членов организации, становятся важнейшими ориентирами поведения работников, которые нередко служат более важным фактором организации поведения, чем формализованные правила и требования.

При всей важности организационной культуры для эффективного функционирования предприятия, её изучение, измерение и оценка представляют значительную сложность. Как правило, изучение и обобщение конкретных проявлений организационной культуры является долгим и трудоёмким процессом, который включает анализ всех семи указанных выше факторов. Нередко организационную культуру отождествляют с ценностями, предполагая, что те ценности, которые превалируют в индивидуальном сознании, в совокупности создают общую ценностную атмосферу в организации. Это подход позволяет получить количественную характеристику представлений, доминирующих в организации. Действительно, ценности имеют непосредственное отношение к организационной культуре, однако растворять их в последней вряд ли правомерно, так как ценностные ориентации, прежде всего, являются важнейшими элементами внутренней структуры личности. Поэтому рассмотрение ценностей в большей степени относится к индивидуальному уровню. [5]

Тренинги, как инструмент повышения психологической, корпоративной, и организацинной культуры организации

В ходе анализа научной литературы выяснилось, что формирование организационной культуры и ее трансформация происходит как за счет внешней адаптации к окружающей среде, так и за счет внутренней интеграции, связано непосредственно с работой и решением ежедневных проблем, значительная часть которых носит социально - психологический характер. [1]

Для инициации изменений самым менеджерам организации часто не хватает навыков, инструментария, способности преодолеть противодействие изменениям. С целью активации этого процесса приглашаются консультанты. Исследователи проблематики организационного развития считают, что одним из наиболее действенных механизмов трансформации организационной культуры и развития организации являются тренинги.

Считается, что возникновение тренинга как специфической формы взаимодействия психолога с людьми, нуждающимися в психологической помощи, тесно связано с групповой психотерапией и психокоррекцией. Однако, от этих двух форм психологической работы, и других форм обучения тренинг отличается следующим:

В тренинге уделяется внимание не характеристикам внутреннего мира или отдельным психологическим структурам, а развитию личности в целом.

Акцент на эмоциональный опыт.

Ограничены цели - используется для достижения четко определенных, узкоспециализированных задач.

Направлен на отработку определенных образцов и моделей поведения.

Направлен в большей степени на формирование конкретных навыков и умений, необходимых в практической работе организации, чем на расширение знаний.

Активное включение в ситуацию изучаемого.

Способствует выявлению проблем на уровне модели и глубокому осознанию ее природы.

Активно мотивирует к самоанализу, а в дальнейшем к личностному росту.

Характеризуется эмоционально насыщенным процессом коллективного творчества и тем самым обеспечивает формирование новой, качественно иной установки на взаимодействие и усвоения опыта.

Тренинговая группа (если это групповой тренинг) выступает лабораторией для практического изучения организационных явлений.

Предусматривает привлечение к запоминанию информации различных систем восприятия.

Что касается различных систем восприятия, то наша способность запоминать то, что мы изучаем, в значительной степени зависит от включенности тех или иных органов восприятия. Так, при доминирующем пассивном восприятии информации, в памяти сохраняется:

• 10 % от прочитанного ;

• 20 % от услышанного ;

• 30 % от увиденного ;

• 50 % от услышанного и увиденного.

Зато активное восприятие информации в памяти оставляет 80 % того, что было сказано тем, кто учится, и 90 % того, что выполнялось практически.

Как форма организационного обучения тренинги начали распространяться еще в 60 - х годах XX века.

В психологическом словаре подается определения социально-психологического тренинга как направления практической психологии, ориентированного на использование активных методов групповой психологической работы с целью развития компетентности в общении. Однако психологический тренинг не сводится только к социально - психологическим аспектам. Пространство его применения значительно шире, и далеко не ограничивается развитием навыков эффективного общения и повышением коммуникативной компетентности .

В организациях тренинги используются с целью:

• изменения установок работников и повышение мотивации на достижение организационных целей;

• коррекции динамики групповых процессов;

• совершенствование моделей межличностных и профессионально-деловых коммуникаций;

• ускорения адаптации к внутриорганизационных изменений, освоение новых технологий и методов;

• преодоление ограничений и неэффективных форм поведения.

Л.М.Кроль , Е.Л. Михайлова определяют тренинг как курс активного обучения, которое предусматривает выполнение упражнений, их обсуждение, работу со спонтанной поведением в специально смоделированной или естественной ситуации, целью которого является прежде всего получение непосредственного опыта. По мнению авторов, тренинг является действенным инструментом развития бизнеса, поскольку при правильно спланированного тренинга за несколько дней может быть достигнуто то, на что учась методом "проб и ошибок" человек тратит месяцы. Проведенные специалистами исследования в 3200 американских компаниях показали, что 10% увеличение расходов на тренинговые программы для персонала дают рост производительности на 8,5% , в ​​то время как такое же увеличение капиталовложений дает только 3,8% прироста производительности.

Е.В.Сидоренко отделяет ряд моделей тренинга, а именно, немецкий, английский и русский. В качестве немецкой модели автор рассматривает концепцию Форверг, автора социально-психологического тренинга. Согласно этой концепции, задача тренера состоит в сосредоточении внимания не в особенностях участников, а на умениях, развитие которых должен обеспечить тренинг. При этом считалось, что осознание человеком собственной некомпетентности при овладении умений обеспечивает личностный инсайт. Немецкую модель критикуют за жесткую акцентуации на личностных ограничениях. Хотя по мнению сторонников этой модели именно неуверенность в своей профессиональности способствует открытости к новому опыту .

Примером английской модели является тренинг социальных навыков, который был создан на базе работ Майкла Аргайла и его коллег из Оксфорда. Основными характеристиками этой модели являются: моделирование реакций; обязательность положительной обратной связи; достижения уровня переобучение; домашние задания для генерализации умений.

Российская модель, автором которой является О.В.Сидоренко акцентирует внимание на незаметности диагностических процедур; введении коммуникативных элементов, способствующих активизации партнера к самовыражению, на роли методов регуляции эмоционального напряжения. Необходимым элементом тренинга, по мнению автора, является насыщенность положительными эмоциями ( от процесса и результата).

В своем развитии тренинг прошел ряд трансформаций. Тенденция тренингового движения нынешней эпохи является рыночной. Именно она расставляет акценты, которые уже существенно сместились с психотерапевтического русла в русло овладения новых навыков. Однако , по анализу специалистов, организации столкнулись с новыми проблемами:

а) развитие индивидуальной компетентности отдельных работников повышает риск того , что другие компании , предложив лучшие условия соблазнят их на свою сторону ;

б) часто новые знания и умения одного- двух работников мешают деятельности остальных , которые действуют по старым правилам , но слаженно ;

в ) отрыв от работы на время для участия в тренингах за пределами организации предполагает возвращение в уже изменено среду.

Эти и другие моменты определяют перспективу по корпоративному тренингу .

Термин "корпоративный тренинг" является новообразованием практической работы крупных фирм, компаний, корпораций . Его преимущества заключаются в том, что к участию в тренинге привлекаются цели организационные команды, а программы максимально адаптируются к потребностям конкретной организации. В основе формирования организационной культуры должен лежать индивидуальный подход, что обусловлено спецификой моделей функционирования различных производственно-хозяйственных структур, ведь каждая организация является уникальной системой, требует поиска отдельных способов и подходов, какими бы типичными на первый взгляд ни казались проблемы.

В зависимости от уровня потребностей и особенностей проблемного поля организации выделяют индивидуальный, системный и стратегический уровне корпоративного тренинга. Первый - направлен на решение проблем и потребностей организации, связанные с навыками конкретных работников или менеджеров. Системный уровень призван локализовать проблемы, связанные с процессами взаимодействия внутри компании, и на уровне внутрикорпоративного культуры, а стратегический - обеспечить эффективное позиционирование организации в социально - экономическом пространстве. Если в условиях стабильного функционирования корпоративный тренинг носит поддерживающий характер и направлен на повышение эффективности работы персонала, то в условиях организационных изменений он является инструментом преобразований и обслуживает потребности организации в управлении изменениями. Таким образом, через корпоративный тренинг компания одновременно решает проблемы повышения профессиональной компетентности работников и обеспечивает развитие организационной культуры и организации в целом.

.Эффективность и практическая результативность корпоративного тренинга зависят от того, верно были определены потребности организации и, как следствие, к какому типу тренинг требуется; организационные группы (по статусу, роли, профессиональной направленностью) будут участвовать в тренинговой программе; в какой ситуации в настоящее момент находится организация; насколько адекватно подобраны методы, техники, другой инструментарий. В этом контексте ключевую роль играет профессионализм тренера, ведь функциональное содержание его работы чрезвычайно разноплановый.

Функции тренера:

• диагностическая - определять существующее положение вещей внутри организации, выявлять проблемные места;

• оценочная - адекватно оценивать потребности участников тренинга;

• ориентационная - ориентироваться на внутренние критерии эффективности организации;

• прогностическая - предвидеть возможные реакции и последствия;

• психотерапевтическая - создавать климат доверия и психологической безопасности;

• мотивационная - мотивировать к изменениям, личностного и профессионального роста;

• коммуникативная - обеспечить обратную связь в середине тренинговой группы;

• активационная - активизировать размышления участников тренинга;

• информационно - консультативная - обеспечивать необходимым базовым информационным материалом;

• аналитическая - анализировать реакции, поведенческие аспекты с целью формирования последовательных выводов.

Вывод

Расссмотрев темы психологической, организационной, и корпоративной культуры персонала становится понятным важность данных явлений для эффективной деятельности организаций и предприятий. Организационную, корпоративную, и в данном контексте психологическую культуру персонала необходимо внедрять, и развивать, как единый комплекс, эффективный инструмент повышения эффективности работы персонала, улучшения сервиса обслуживая клиентов.

Источники

Психологическая культура личности человека. [Элек­тронный ресурс]. - Режим доступа: <http://психоаналитик-матвеев.рф/obshhenie-i-kommunikacii/psikhologicheskaya-kultura/>

Психологическая культура личности, ее формирование в вузе. [Элек­тронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.moluch.ru/conf/ped/archive/63/2708/

Служебный этикет,корпоративная культура. [Элек­тронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.redov.ru/nauchnaja\_literatura\_prochee/osnovy\_industrii\_gostepriimstva/p10.php

Организационная культура. [Элек­тронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.center-yf.ru/data/stat/Organizacionnaya-kultura.php