

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Кафедра соціології та психології, факультет № 6

ТЕКСТИ ЛЕКЦІЙ

навчальної дисципліни «**Методологія та технології проведення тренінгу**»
обов'язкових компонент освітньої програми
другого (магістерського) рівня вищої освіти
053 Психологія (практичний психолог)

ТЕМА 2. СТВОРЕННЯ МОТИВАЦІЇ У ТРЕНІНГУ

Харків 2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол № 7 від 30.08.2023

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
Протокол № 7 от 25.08.2023

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол 7 від 29.08.2023

Розглянуто на засіданні кафедри соціології та психології
Протокол № 8 від 15.08.2023

Розробник:

Доцент кафедри соціології та психології, канд. психол.наук, доцент Чепіга
Л.П.

Рецензенти:

1. Доцент кафедри практичної психології Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії, канд. психол. наук, доцент Казарова А.М.
2. Професор кафедри соціології і психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, доктор соціологічних наук, професор Нечітайло І. С

ТЕМА 2. СТВОРЕННЯ МОТИВАЦІЇ У ТРЕНІНГУ

Навчальні питання:

1. Мотиви замовлення тренінгу.
2. Мотиви учасників тренінгу.
3. Фактори, що сприяють створенню і підтриманню мотивації учасників тренінгу.

Література:

Основна література:

1. Матійків І. М. Основи тренерської майстерності : [навч.-метод. посіб.] / І. М. Матійків, А. І. Якимів, Т. Г. Черняк / За заг. ред. А. І. Якиміва. – Львів : Компанія «Манускрипт», 2012. – 392 с
2. Мілютіна К.Л. Теорія та практика психологічного тренінгу: Навч. посіб.- К.: МАУП, 2004. – 192 с
3. Перепелюк Т.Д., Ільченко І.С. Організація і методика соціально-психологічних тренінгів: навчальний підручник / Т.Д. Перепелюк, І.С. Ільченко, – Умань: видавничополіграфічний центр «Візаві», 2014 – 255 с.
4. Технологія тренінгу / Упоряд. : О. Главник, Г. Бевз / [За заг. ред. С. Максименко]. – К. : Главник, 2005. – 112с. – (Психолог, інструментарій
5. Федорчук В.М. тренінг особистісного зростання. – навч. Посіб. / В.М.Федорчук – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 250 с. - С.28-31; С.43-45; С.110-118.
6. Шевчук О. М. Організація і методика соціально-педагогічного тренінгу : Навчальний посібник // Уклад. : О. М. Шевчук. – Умань : ПП Жовтий, 2011. – С.83-89.

Допоміжна література:

7. Балахтар В. В. Соціально-психологічний тренінг і маніпуляція: навч.-метод. посіб. / В. В. Балахтар. – Вижниц : Видавництво «Черемош», 2015. – 432 с.
8. Лефтеров, В. О. Психологічні тренінгові технології в органах внутрішніх справ : монографія: у 2 т. – Т. І : Методологія психотренінгу та його використання у професійно-психологічному розвитку персоналу, задіяного в екстремальних видах діяльності / В. О. Лефтеров./ – Донецьк : ДЮІ, 2007. – 247
9. Овсяннікова Я. О. Соціально-психологічний тренінг як засіб відновлення психологічної стійкості рятувальників ДСНС України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : 19.00.09 «Психологія діяльності в особливих умовах» / Я. О. Овсяннікова. – Х., 2010. – 19 с.

10. Garavan T.N. Training, Development, Education and Learning: Different or Same? / Garavan T.N. // Journal of European Industrial Training. – 1997. – Vol 21, № 2. – P. 39-50.
11. Campbell C.P. Training Course/Program Evaluation: Principles and Practices / Campbell C.P. // Journal of European Industrial Training. – 1998. – Vol. 22, № 8. – P. 323-344.
12. Kirkpatrick D.L. Techniques for evaluating training programs / Kirkpatrick D.L. // Journal of the American Society of Training Directors. – 1989. – P. 13, 21-26.
13. Kolb D.F. Experiential Learning. Experience as a Source of Learning and Development / Kolb D.F. – Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1984. – 212 p

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
2. Пошукова система Springer <https://link.springer.com/>
3. Пошукова система Scirus <https://www.elsevier.com/>
4. Пошукова система Google books <https://books.google.com/>
5. Пошукова система WorldWideScience.org <https://worldwidescience.org/>
6. Пошукова система DOAJ <https://www.doaj.org/>
7. Пошукова система DOAB <https://www.doabooks.org/>
8. Пошукова система SpringerOpen <https://www.springeropen.com/>
9. Система пошуку наукової інформації у відкритих архівах України (SSM) <https://oai.org.ua/>
10. Електронна бібліотека Наукова періодика України <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

Створення нового тренінгу відбувається в насиченому мотиваційному полі. Головні дійові особи на цій арені - замовники тренінгів, його учасники і сам тренер. У всіх зацікавлених осіб - свої мотиви, очікування, а також свої причини байдужості або навіть опору.

Основною метою замовника корпоративного тренінгу є підвищення ефективності організації. Тренінг замовляють, щоб завдяки навчанню підвищилися ефективність, конкурентоспроможність, прибутковість організації.

Для керівника організації на першому місці за значимістю стоїть ефективність організації в цілому, на другому - ефективність конкретної групи, на третьому місці за значимістю знаходиться індивідуальна ефективність окремих людей. Мотиви участі у тренінгу:

- Підвищення ефективності організації.
- Створення і підтримка мотивації.
- Престиж, мода.
- Особистісні переваги замовника.

- Матеріальні інтереси.
- Почуття обов'язку.
- Місія.
- Честолюбство.
- Інтерес до теми.
- Результативність.
- Технологічність.

Мотиви замовлення тренінгу	Мотиви створення тренінгу	Мотиви участі в тренінгу
1. Підвищення ефективності організації. 2. Створення мотивації. 3. Престиж, мода. 4. Особистісні уподобання замовника	1. Матеріальні інтереси. 2. Почуття обов'язку . 3. Місія. 4. Честолюбство . 5. Інтерес до теми	1. Результативність. 2. Технологічність. 3. «Sexy». 4. «Funky»

Класифікація мотивів участя в тренінге

Корисно		«Смачно»	
Результативність	Технологічність	«Funky»	«Sexy»

Збільшення кількості. Підвищення якості. Набуття нового, цінного. Досягнення. Зріст. Успіх. Вигода	Інструмент. Алгоритм. Точний опис процесу. «Працююча інструкція»	Виклик. Ризик. Невизначеність. Напруга сил. Азарт. Адреналін. Небезпека. Швидкість. Контраст. яскравість	Задоволення. Радість. Веселощі. Прилив сил. Комфорт. Безтурботність. Безпека. Запас часу. Гармонія. помірність
---	---	---	---

Безумовно, ясність цілей і завдань, що стоять перед тренером, запорука майбутнього успіху. У ході планування запиту варто виявити не тільки, які саме вміння потрібно виробити, які саме навички потрібно відточити, але і якого рівня: початкового, базового або просунутого повинен бути тренінг. Причому визначити це не зі слів замовника, а по реальній потребі.

Способи конкретизації запиту клієнта на тренінг:

- круглий стіл з особами, які приймають рішення в компанії замовника. У ході круглого столу виявляються проблеми, які підприємство - замовник планує вирішити за допомогою тренінгу.

- розробка технічного завдання на тренінг: з'ясування, які саме аспекти діяльності співробітників замовник передбачає змінити; що подобається замовнику в сьогоdnішній роботі співробітників, щоб в ході тренінгу не поставити ці технології під сумнів; як саме бачить замовник нову модель поведінки співробітників. Що з нового, як він вважає, дасть особливий ефект, що забезпечить менший результат.

- з'ясувати у замовника, чи готовий він виконувати рекомендації з посттренінгової роботи менеджерів компанії відносно персоналу для впровадження в повсякденну діяльність навичок, відпрацьованих у ході тренінгу.

Основною метою замовника корпоративного тренінгу є підвищення ефективності організації.

У замовників та учасників тренінгу можуть бути протилежні інтереси і контрастні уявлення про те, що може бути його корисним результатом. Потенційних учасників варто активно залучати до формування замовлення, щоб вони відчували себе співавторами програми - це підвищить мотивацію їх участі у тренінгу. Оскільки гармонія інтересів важко досяжна, при створенні

тренінгу варто зосередитися на технологіях, які вважаєш корисними, навіть якщо їх ніхто не замовляв.