

**Training as a condition for the development of internal customer orientation
administrative and management personnel of organization
Natejkina J. (Russian Federation)**

**Тренинг как условие развития внутренней клиентоориентированности
административно-управленческого персонала университета
Натейкина Ю. О. (Российская Федерация)**

*Натейкина Юлия Олеговна / Natejkina Julija – студент магистратуры,
кафедра управления образованием, факультет психологии,
Национальный исследовательский Томский государственный университет, г. Томск*

Аннотация: в статье анализируется понятие «тренинг», а также приводится один из возможных вариантов плана тренинга на тему «внутренняя клиентоориентированность».

Abstract: the article analyzes the concept of "training" and is one of the possible variants of the training plan on the theme of "internal customer focus".

Ключевые слова: тренинг, внутренняя клиентоориентированность, план тренинга.

Keywords: training, internal customer orientation, the training plan.

Статья написана по материалам исследования внутренней клиентоориентированности персонала, проводящегося в одном из ведущих ВУЗов России. Возрастание международной и внутренней конкуренции в университетском образовании привело к существенным изменениям в университете, а именно, к появлению новых видов деятельности. Новая инфраструктура, в свою очередь, стала основанием создания сервисных служб для профессорско-преподавательского и научного персонала, студентов, магистров и аспирантов. После всех существенных изменений в университете стало ясно, что персонал сервисных служб не отвечает требованиям современной университетской среды, что связано, в первую очередь, с клиентоориентированностью сотрудников, как с внешней стороны, так и с внутренней. Основная проблема связана с несформированностью внутренней клиентоориентированности в университете, что приводит к более серьезным проблемам – бюрократизации в деятельности новых служб. Поэтому цель исследования - обосновать условия развития внутренней клиентоориентированности административно-управленческого персонала рассматриваемой организации.

Одним из условий развития внутренней клиентоориентированности персонала может стать такой способ профессионального развития, как тренинг. Тренинги на формирование и развитие различных компетенций уже успели зарекомендовать себя в ВУЗах как наиболее эффективный способ развития персонала в новых условиях работы университета.

Для обоснования выбранного способа профессионального развития необходимо обратиться к толкованию самого понятия «тренинг». Авторы Е.В. Буйло и И.В. Иванова [1] пишут, что «тренинг – это специально организованный метод интерактивного обучения, используемый в относительно краткосрочной форме групповой работы и обеспечивающий целенаправленное формирование системы общих и профессиональных компетенций». Автор В.А. Саакова [3] считает, что «профессиональный тренинг – это система воздействий, упражнений, направленных на развитие, формирование, коррекцию необходимых профессиональных качеств».

Тренинг может стать эффективным способом профессионального и личностного самосовершенствования работников организации благодаря тому, что он способствует овладению приемами формирования и развития компетенций через игровые компоненты и технику активного общения и слушания. Иными словами тренинг – это модель жизненной ситуации, в процессе которой человек приобретает определенный опыт и не боится совершать ошибки за счет искусственности ситуации. Разнообразные программы тренинга призваны научить участников справляться с трудностями, преодолевать личностные и профессиональные риски. Цели любой программы тренинга специфичны и предполагают формирование, развитие или совершенствование какой-либо компетентности [1].

Уникальность тренинга как способа развития персонала состоит в том, что с его помощью можно не только развивать компетенции, но еще и ненавязчиво прививать персоналу необходимые организации ценности. Кроме того, А. Журавлев [2] отмечает, что тренинг может способствовать формированию продуктивной для деятельности установки, так как успеху часто мешают не столько недостаточность необходимых знаний и навыков, сколько непродуктивные установки, задающие принципиально неправильный подход к работе.

Учитывая все плюсы тренингов как способа профессионального развития, можно предположить, что данный вид обучения сотрудников будет высокоэффективным в университете. Кроме того, он позволит не просто формировать и развивать необходимую нам внутреннюю клиентоориентированность

административно-управленческого персонала, а еще и формировать культуру, ориентированную на ценности клиентоориентирования в организации.

Один из возможных вариантов плана тренинга на тему «внутренняя клиентоориентированность» представлен ниже.

Цели тренинга:

- Разобраться с понятием внутренней клиентоориентированности и его составляющими;
- Дать сотрудникам навыки повседневной личной клиентоориентированности;
- Разработать программу изменений в организации по формированию ценности клиентоориентирования.

Основные темы тренинга и формы работы:

1. Что такое клиентоориентированность (основные понятия: качество, сервис, удовлетворенность, лояльность, клиент, потребитель; цели и задачи клиентоориентированности; выгоды компании и личные от повышения клиентоориентированности). Формы работы: в данной теме возможен не только теоретический разбор понятий и обсуждение их между участниками, но и практические упражнения. Одним из вариантов практического упражнения может являться создание кластера компетенции внутренней клиентоориентированности в нескольких группах, а затем публичное представление и обсуждение результатов.

2. Чего хотят клиенты (типы поведения клиентов, принципы формирования ожиданий клиентов, выявление источников недовольства клиентов). Формы работы: небольшой теоретический разбор с закреплением информации с помощью практических упражнений, которые могут основываться на просмотре и обсуждении видеотрейлеров по теме, на ролевых играх «клиент – сотрудник», разбор конкретных ситуаций.

3. Личная клиентоориентированность (как оценить результаты личной клиентоориентированности, лучшие практики клиентоориентированности). Формы работы: практические упражнения на разработку способов личной клиентоориентированности, разбор конкретных ситуаций.

4. Внедрение клиентоориентированности в компании (понятие внутреннего клиента, основные принципы выстраивания отношений в компании, стандарты в компании, как донести принципы клиентоориентированности до сотрудников). Формы работы: небольшой теоретический разбор, практические упражнения на написание «быстрого» стандарта внутренней клиентоориентированности и установка границ его исполнения, составление плана внедрения внутренней клиентоориентированности в организации.

В заключение тренинга может быть предложено домашнее задание «месяц клиентоориентированности», предполагающее ежедневную фиксацию достижений и изменений.

Литература

1. Буйло Е.В. Тренинг как метод развития коммуникативной компетентности / Е.В. Буйло, И.В. Иванова. // Журнал Научно-методическая работа. – 2014. - №12. 2014. - с. 12.
2. Журавлёв Алексей. Специфика обучения с помощью тренингов // Научные исследования в образовании. - 2013. - №1. - с. 49-53.
3. Саакова В. А. Профессиональный тренинг как фактор повышения эффективности организации труда // Среднее профессиональное образование . – 2007. - №2. - с. 60-61.