

МЕСТО ТРЕНИНГОВЫХ ТЕХНИК В ПОДГОТОВКЕ ПЕРСОНАЛА СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Елизарова А. С., студент 4-го курса
Научный руководитель – Лепяхова Е. Н., канд. социол. наук,
доцент кафедры «Менеджмент»

Северо-Кавказский федеральный университет
г. Ставрополь, Российская Федерация

Вследствие развития крупного и малого предпринимательства, отечественные фирмы пришли к осознанию важности обучения собственного персонала. Главной тенденцией нового века принято считать актуализацию спроса на услуги тренинговых центров [1]. Тренинги стали не просто необходимой частью кадровой политики компании, они являются модными. Теперь всё больше наших фирм заказывают те или иные тренинги. Однако повальный спрос на этот вид услуг не был сопровожден информированием более широкой общественности о реальных возможностях и пользе тренингов, что приводит к ряду существенных проблем.

Рынок тренинговых услуг формируют западные фирмы, а также российские компании, которые используют готовые методики иностранных компаний [2].

По прогнозу, на рынке тренинговых услуг, постепенно будут создаваться стабильные бренды компаний, обеспечивающие качественные тренинги, которые будут гарантировать качественную и профессиональную работу. Компании-провайдеры станут поставлять постоянными клиентами своих мастеров. Поэтому появится время для улучшения и повышения квалификации тренеров. В связи с чем, будут нормализованы цены на тренинговые услуги, которые будут предоставляться компанией, а также появятся гарантии качества услуг, обусловленные брендом тренинговой компании.

Список литературы

1. Овчинникова, И. С. Тренинг как технология активного обучения / И. С. Овчинникова, Н. А. Кобзева // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 1239-1241.
2. Рай, Л. Развитие навыков тренинга. – М.: «Формат Пресс», 2012.