

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТРЕНІНГОВОЇ ГРУПИ В СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОМІ ТРЕНІНГУ ДЛЯ ЛІДЕРІВ MLM**

Досліджуючи проблеми формування психологічної компетентності лідерів MLM щодо управлінської взаємодії, слід сказати, що норми поведінки лідера мережі, як і системні принципи управління мережею є досконально розробленими та усталеними. Вони розуміються, як налагодження співпраці і взаєморозуміння в колективі, створення сприятливого соціально-психологічного клімату, взаємної довіри та підтримки, де керівник та його група взаємодіють за принципами «командної гри». Але для того, щоб сформувати таку взаємодію та для її успішного розвитку і роботи в майбутньому, потрібно докласти значних зусиль. Відтак, важливою є просвітницька діяльність в цьому напрямку. Однією із форм такої діяльності є соціально-психологічний тренінг (СПТ) і, слід сказати, що, саме в MLM(мережевих) компаніях він є своєрідним елементом корпоративної культури; лідери та керівники фірм широко його використовують, в тому числі і як, повсякденну рядову практику навчання та підвищення кваліфікації персоналу та дистриб'юторського загалу MLM-компаній. Але найперше і найважливіше місце серед інших займають тренінги для «керівного складу» дистриб'юторських мереж, тобто для лідерів MLM, і це природньо, оскільки саме лідерам і належить далі впроваджувати інновації в дистриб'юторські маси. Проте, тренінгові групи, зібрані із лідерів MLM, мають свої психологічні особливості, що відрізняють їх від будь-яких інших робочих тренінгових груп в мережевому маркетингу. Спираючись на власний багаторічний досвід спостереження та дослідження різних психологічних аспектів управлінської діяльності лідерів MLM та практик тренінгового навчання лідерів, персоналу та дистриб'юторського загалу в MLM компаніях, ми можемо зауважити, що, «лідерські» групи відзначаються більшою зацікавленістю в нових знаннях та інноваційних практиках щодо роботи

з дистриб'юторами, мають більшу компетентність щодо тренінгових навчань і активну налаштованість на продуктивну роботу, ці групи відрізняються і більшою працездатністю загалом та легше знаходять «спільну мову» як з тренерами, так і всередині групи. Проте, певні особливості «лідерських» груп можуть створювати труднощі в тренінговій роботі. Такі групи або окремі їх учасники, як правило, мають високі вимоги щодо проведення СПТ, і ці вимоги можуть торкатися як змісту тренінгового навчання, так і тренінгової процедури та розподілу ролей в ній між групою і тренером, зачіпаючи при цьому іноді і особистість самого тренера. І якщо вимоги щодо компетентності, досвідченості та психологічної культури тренерів, як і якості самого тренінга та інноваційності його змісту є цілком справедливими та обґрунтованими, то нерідкісне, нажаль, демонстративне намагання окреслити власну позицію як «глядача» або «споживача знань» і пов'язана із цим, хоча і в неявній формі, вимога від тренера задоволення глядацьких інтересів аудиторії, як і позиція «я сам все знаю краще всіх» є неконструктивними та контрпродуктивними. В свою чергу, такий стан речей може стати підґрунтям для формування конфліктної ситуації і нівелювання корисності самого СПТ, що, безумовно, неприпустимо. Відтак, виходячи з вищевикладеного, вбачається, що великий позитивний вплив щодо оптимізації тренінгового процесу в MLM має не лише підвищення професійної та, загалом, психологічної компетентності і культури тренерського складу, що взаємодіє з мережевими компаніями, але і, так само, підвищення організаційної, управлінської та психологічної культури власне мережеских лідерів через широке впровадження фахової психолого-просвітницької роботи з лідерами MLM та в мережевому середовищі назагал.