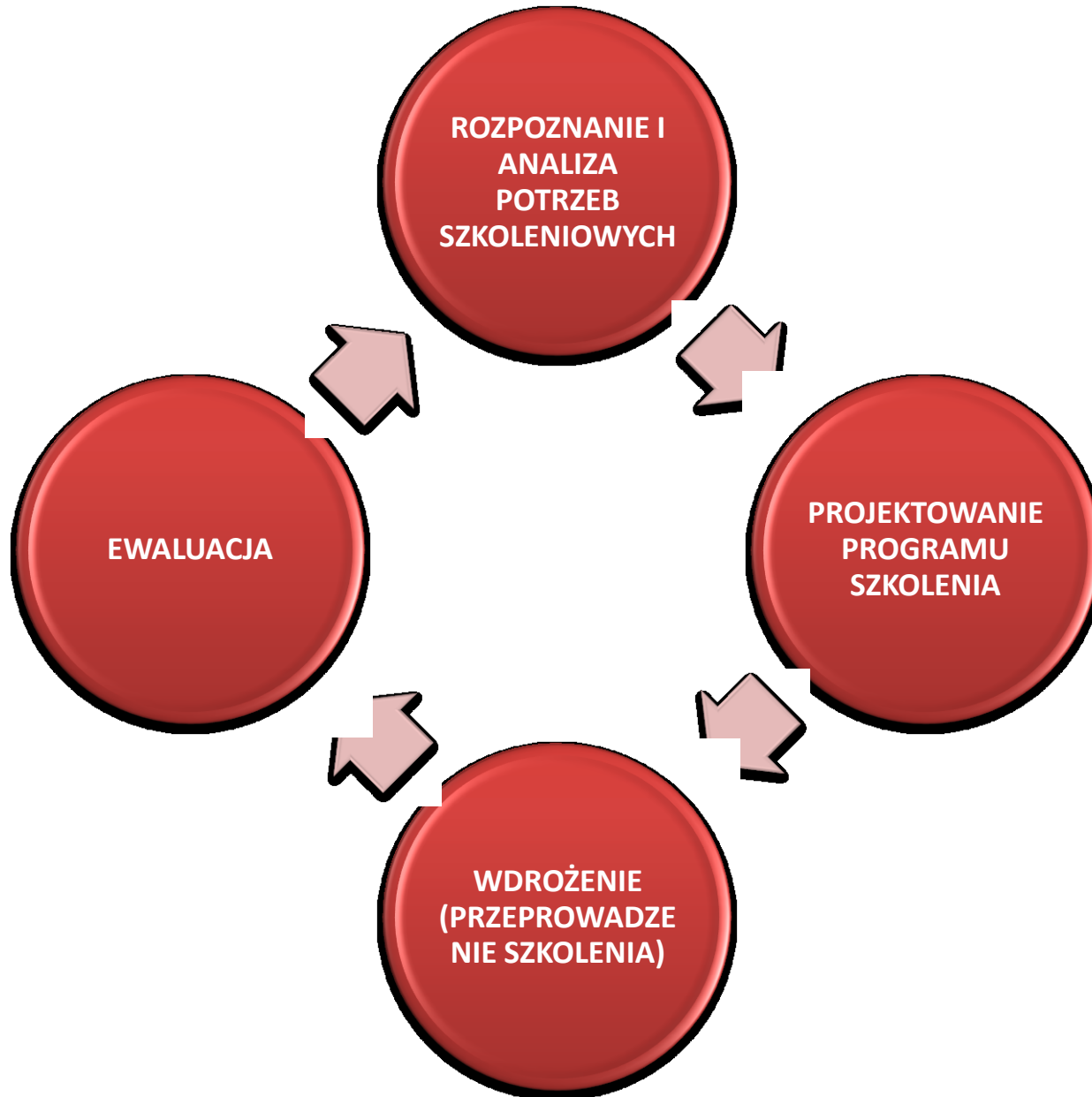


Iwona Kania

PROCES SZKOLENIOWY



ROZPOZNANIE I ANALIZA POTRZEB SZKOLENIOWYCH (RAPS)

Jest procesem zbierania, przetwarzania, analizowania i porównywania danych odnoszących się do:

- wymagań miejsc/a pracy – w ramach przedsiębiorstwa/organizacji, obszaru geograficznego lub branży/sektora i do
- indywidualnych działań, potrzeb, kompetencji osób/pracowników realizujących (mających realizować) zadania zawodowe na stanowisku/ach pracy.

RAPS powinna odpowiedzieć na dwa podstawowe pytania:

- Jakich (zdiagnozowanych) problemów ma dotyczyć szkolenie?
Jakie szkolenie jest potrzebne pracownikom z punktu widzenia strategii i celów organizacji w której pracują?
- Jak powinno być zorganizowane i przeprowadzone szkolenie?
Jakie sposoby zaspokojenia potrzeb szkoleniowych (rozwiązania rozpoznanych problemów) są najbardziej efektywne z punktu widzenia danej instytucji i osób?

RAPS określa rodzaj i zakres problemu, wskazuje skalę potrzeb i rozwiązanie, pomaga określić cele szkolenia.

Badanie/Rozpoznanie i analiza potrzeb szkoleniowych

Poziom zamawiającego szkolenie

- Jakie są oczekiwania w stosunku do szkolenia?
- Jakie są powody zamówienia szkolenia?
- Jakie efekty ma przynieść szkolenie?
- Czego powinni się dowiedzieć i nauczyć uczestnicy szkolenia?
- W jaki sposób będą w przyszłości mogli (musieli) wykorzystywać zdobyte umiejętności i wiedzę ?

Poziom uczestników szkolenia

- Jaki jest poziom umiejętności i wiedzy uczestników w odniesieniu do tematu szkolenia?
- Jakie mają oczekiwania?
- Jakie mają doświadczenia?
- Jakie mają trudności?
- Jaką mają motywację do udziału w szkoleniu i jaka jest ich postawa wobec szkolenia?

Projektowanie koncepcji badania

Pomysł:

- Jakich informacji szukasz? To pomoże opracować/”postawić” kluczowe pytania badawcze? Na jakie pytania chcesz uzyskać odpowiedź
- Co może być źródłem informacji/danych

Zastanów się:

- Jakie metody i techniki badawcze mogą mieć w tym konkretnym przypadku najlepsze zastosowanie? Dzięki jakim metodom i technikom uzyskasz odpowiedź na pytania które zadałeś/aś

Metody ilościowe

- **PAPI** - Paper and Pencil Interview
- **CATI** - Computer Aided Telephone Interview
- **CAPI** - Computer Aided Personal Interview
- **CAWI** - Computer Aided Web Interview

Metody jakościowe

- **IDI** – Individual Deep Interview
- **FGI** – Focus Group Interview
- Panel ekspercki
- Desk research
- Obserwacja

W badaniach ilościowych wykorzystuje się zwykle duże próby, a wyniki można generalizować na populację. Wyniki są zwykle prezentowane w postaci tabel, wykresów i procentów.

- Badania ilościowe - szeroka kategoria sondażowych i eksperymentalnych metod badawczych, które charakteryzują się zestawem pewnych podstawowych cech wspólnych: ukierunkowanie na ilościowy / liczbowy opis i wyjaśnianie rzeczywistości ustalanie jak często określone opinie, fakty, zjawiska występują w badanej zbiorowości;
- wykorzystywanie dużych prób respondentów dobranych w sposób losowy lub kwotowy, stanowiących reprezentację całej badanej zbiorowości / populacji;
 - zastosowanie precyzyjnych metod statystycznych na etapie doboru próby i kalkulowania wyników badania;

- użycie wystandaryzowanych narzędzi badawczych (kwestionariuszy, ankiet, schematów eksperymentalnych) które ujednolicają fazę kontaktu z respondentami, gwarantują, iż wszyscy badani poddani są działaniu bardzo zbliżonych bodźców;
- dążenie do generalizowania wyników pomiaru wobec zbiorowości liczniejszej niż tylko badana próba;
- ukierunkowanie na rozstrzygające konkluzje badawcze, jednoznaczne i konkretne odpowiedzi na pytania badawcze.

Badania jakościowe są zwykle prowadzone na niewielką skalę i stosowane do testowania hipotez. W badaniach jakościowych bardziej liczy się to, że dane stwierdzenie zostało wypowiedziane niż to, ile razy się pojawiło. W badaniach jakościowych dąży się do poznania głęboko ukrytych motywacji grupy docelowej. Umożliwiają one uzyskanie wiedzy o (emocjonalnych) progach wrażliwości, barierach („wąskich gardłach”), postawach, ocenach, pragnieniach i potrzebach danej grupy docelowej. Metody te są więc głównie stosowane w przypadku, gdy potrzebne są pogłębione informacje.

Badania jakościowe - ogólna kategoria rozmaitych metod i technik badawczych cechujących się następującymi wspólnymi właściwościami:

- skoncentrowanie na poznaniu, opisie, wyjaśnianiu różnorodności zjawisk, a nie na diagnozie częstości ich występowania;
- wykorzystanie w charakterze informatorów pojedynczych osób lub małych grup dobranych w sposób celowy podporządkowany wąskiemu zwykle tematowi badawczemu;

- użycie niewystandaryzowanych narzędzi badawczych ogólnego scenariusza wywiadu, elastycznych reguł dyskusji, indywidualnej obserwacji;
- podejmowanie pytań o charakterze eksploracyjnym, koncentracja na niewymiernych zagadnieniach badawczych na wyjaśnianiu motywacji, postaw i zachowań, ujawnianiu ukrytych przekonań i emocji, odkrywaniu repertuarów skojarzeń, odtwarzaniu stereotypów, wzorów reagowania, oceniania, wyrażania myśli, etc;

- zaangażowanie specjalistycznej grupy badaczy o nastawieniu psychologicznym bezpośrednich uczestników, obserwatorów, animatorów badania;
- brak standardowych metod analizy i interpretacji wyników bazowanie na doświadczeniu, kapitale wiedzy, intuicji badaczy;
- unikanie generalizacji rezultatów badania - formułowania wniosków ogólnych, dotyczących całej populacji.

- **Badania jakościowe stanowią zwykle pierwszy etap poznawania zjawisk, idei przed podjęciem próby ich ilościowej diagnozy. Są też sposobem wyjaśniania zagadnień, które wymykają się konwencjonalnym metodom badawczym, nie dają się poznać za pomocą pytań bezpośrednich. Najpopularniejsze techniki badań jakościowych to zogniskowane wywiady grupowe (tzw. dyskusje fokusowe), swobodne i pogłębione wywiady indywidualne, obserwacje uczestniczące.**

- **Przegląd technik badawczych**

- Stosuj triangulacje metod, źródeł danych oraz etapów badawczych.