

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2024. Т. 30, № 4. С. 148–155. ISSN 2073-1426

Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2024, vol. 30, № 4, pp. 148–155.

ISSN 2073-1426

Научная статья

УДК 378:37

EDN 378:37

<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2024-30-4-148-155>

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЗАКАЗ КАК МОТИВ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИНИЦИАТИВНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ В УСЛОВИЯХ КОРПОРАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Мальгин Денис Вячеславович, Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина, Нижний Новгород, Россия, malygindv@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0007-1324-322X>

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования профессиональной инициативности специалистов в условиях внутрикорпоративного обучения. Обнаружено противоречие между социальным и государственным заказом на обучающегося взрослого со сформированным личностным качеством профессиональной инициативности и отсутствием образовательного заказа от корпорации – заказчика, учитывающего специфику формирования личностных качеств, который был бы направлен на формирование инициативности, реализованного в системе внутрикорпоративного обучения. Рассмотрены два аспекта составляющие теоретические основания проблематики формирования профессиональной инициативности: содержание термина «профессиональная инициативность» обучающегося специалиста и понимание структуры внутрикорпоративного обучения как подсистемы проектируемой и реализуемой корпорацией для реализации своих целей в развитии человеческого капитала. Определена роль управления предприятия в создании образовательного заказа для внутрикорпоративного обучения и влияния через него на процесс и результаты формирования профессиональной инициативности специалистов. Учитывая механику появления образовательного заказа, через выделенную структурную единицу системы внутрикорпоративного обучения, определенную нами как «точка образовательного заказа», показан опыт изменения образовательного заказа с целью увеличения влияния на формируемое личностное качество.

Ключевые слова: инициативность, профессиональная инициативность, внутрикорпоративное обучение, образовательный заказ, формирование инициативности специалиста, личностные качества специалиста.

Для цитирования: Мальгин Д.В. Образовательный заказ как мотив формирования социальной инициативности специалистов в условиях корпоративного образования // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2024. Т. 30, № 4. С. 148–155. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2024-30-4-148-155>

Research Article

EDUCATIONAL ORDER AS A MOTIVE FOR THE FORMATION OF PROFESSIONAL INITIATIVE OF SPECIALISTS IN THE CONTEXT OF CORPORATE EDUCATION

Denis Vy. Malygin, Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after Kozma Minin, Nizhny Novgorod, Russia, malygindv@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0007-1324-322X>

Annotation. The article is devoted to the problem of developing professional initiative of specialists in the conditions of internal corporate training. A contradiction has been discovered between the social and state order for a learning adult with a developed personal quality of professional initiative and the absence of an educational order from the corporation – the customer, taking into account the specifics of the formation of personal qualities, which would be aimed at the formation of initiative, implemented in the system of internal corporate training. Two aspects that make up the theoretical foundations of the problem of the formation of professional initiative are considered: the content of the term “professional initiative” of the student and the understanding of the structure of internal corporate training as a subsystem designed and implemented by the corporation to achieve its goals in the development of human capital. The role of enterprise management in creating an educational order for internal corporate training and influencing through it the process and results of the formation of professional initiative of specialists is determined. Taking into account the mechanics of the emergence of an educational order, through a dedicated structural unit of the internal corporate training system, which we define as an “educational order point,” we show the experience of changing an educational order in order to increase the impact on the personal quality being formed.

Keywords: initiative, professional initiative, internal corporate training, educational order, formation of a specialist's initiative, personal qualities of a specialist.

For citation: Malugin D.V. Educational order as a motive for the formation of professional initiative of specialists in the context of corporate education. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2024, vol. 30, № 4, pp. 148–155. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2024-30-4-148-155>

Инициативность, как важная составляющая современного профессионального развития и актуализации взрослого человека как профессионала, отмечена стабильным социальным заказом, выражающимся в образовательном заказе, отраженном во многих нормативных документах, регламентирующих образование. Внутрикорпоративное обучение, реализующее задачу повышения профессиональных компетенций, зачастую направлено исключительно на знания и навыки как основу решения практических задач, стоящих в реальной функциональной деятельности перед работающим специалистом, который выступает в настоящий момент как обучающийся. Соответственно этой задаче строится вся структура образовательного процесса внутрикорпоративного обучения, подбираются формы и методы, выстраивается педагогическое взаимодействие. Формирование и трансформация внутренних установок, ценностей, личностных качеств обучающегося во внутрикорпоративном обучении остается недостаточно разработанным аспектом в обучении людей взрослого возраста. Соответственно возникает противоречие, между социальным и государственным заказом на обучающегося взрослого со сформированным личностным качеством профессиональной инициативности и отсутствием качественного заказа от корпорации – заказчика, учитывающего специфику формирования личностных качеств, который был бы направлен на формирование профессиональной инициативности специалиста, реализованного в системе внутрикорпоративного обучения.

Цель статьи: рассмотреть роль управления предприятия в создании образовательного заказа для внутрикорпоративного обучения и влияния через него на процесс и результаты формирования профессиональной инициативности специалистов

Ставя себе целью рассмотрения роли управления предприятия в создании образовательного заказа, как источника, позволяющего формировать профессиональную инициативность специалиста, обучающегося в системе внутрикорпоративного обучения, мы неизбежно сталкиваемся с несколькими аспектами, на которых базируются теоретические знания, позволяющие осуществлять качественный синтез в выводах. Первым аспектом является понимание и определение термина «профессиональная инициативность» обучающегося как сложного образования относящегося к личностным качествам взрослого человека, который выполняет трудовую деятельность и одновременно является обучающимся. Вторым

аспектом является рассмотрение внутрикорпоративного обучения, как части современного неформального образования взрослых и системы, обладающей набором элементов и взаимосвязей, проектируемой и реализуемой корпорацией для реализации своих целей в развитии человеческого капитала. Рассмотрев указанные аспекты, мы можем осуществить качественный синтез полученной информации для выработки решения, указанного нами выше противоречия.

На сегодняшний момент исследования инициативности наиболее полно раскрыты, в рамках системы – функциональной модели личностных качеств А.И. Крупнова [Крупнов: 69], и представлены в работах Э.И. Карамовой, В.И. Байкова, С.М. Зиньковской, А.А. Алексеевой, А.С. Жариковой, И.З. Кезиковой, А.Ю. Польской, Е.Н. Полянской, Н.В. Тучака и других. Исследователи А.В. Крупнов, Р.Б. Сафина, Э.И. Карамова, Я.Б. Муратшина, С.М. Зиньковская и другие, в своих работах, проведенных с взрослыми людьми из разных профессиональных сфер, ориентируются на тот или иной компонент инициативности. Основываясь на концепции «персональной инициативы» М. Фриза и Д. Фея [Frese M., Fay, D: 134], теории деятельности А.Н. Леонтьева, а также, на деятельностном подходе и теоретических разработках П.Я. Гальперина, В.В. Давыдова, В.П. Зинченко, аспекта коммуникаций в теории деятельности С.Л. Рубинштейна, теорию коллективной деятельности В.В. Давыдова, теоретических разработках А.М. Новикова и других, мы можем утверждать, что у взрослого специалиста предприятия, реализующего свои функциональные обязанности на своем рабочем месте и в то же время реализующего цели по профессиональному развитию осуществляются два вида деятельности: функциональная и учебная. Учитывая приведенные выше основания, мы можем говорить о единой структуре личностного качества инициативности у взрослого человека, реализующего свою профессиональную деятельность и обучающегося во внутрикорпоративном обучении, то есть, реализующего профессиональное развитие. Опираясь на приведенные выше теоретические разработки и на проведенные нами ранее исследования [Малугин: 401], мы можем определить, профессиональную инициативность обучающегося в условиях внутрикорпоративного обучения как качество личности, обеспечивающее процесс инициации и его завершение, характеризующее побуждение к новому, к опережению наличной стимуляции, реализу-

емое в учебных действиях, направленных на рост профессионализма обучающегося, которая состоит из установочно-целевого, мотивационно-волевого и регулятивно-деятельностного компонентов, проявляющихся в личностных установках обучающегося, постоянстве инициатив вне зависимости от вида учебных задач, инициации поиска решений и коммуникаций с коллегами при затруднениях в решении учебных задач.

Внутрикорпоративное обучение указывают как систему и часть современного неформального образования взрослых (М.Р. Илакавичус, М.Н. Певзнер [Певзнер: 132], В.В. Кузнецов [Кузнецов 2010: 7], А.Р. Масалимова, М.В. Кларин) и многие другие. Элементами системы, на которые указывают современные научные данные, являются: обучаемые, обучающие, образовательные структуры, учебные программы и прочее. Большинство исследователей рассматривает внутрикорпоративное обучение как часть большей системы развития персонала и управления персоналом. Иллюстрирует приведенный выше вывод мнение М.В. Кларина о превалировании в понимании внутрикорпоративного образования и обучения так называемого «управленческого» подхода над «учебным». «Управленческий подход выражается в том, что корпоративное образование осмысливается, планируется и организуется как составная часть процесса управления организацией, её человеческими ресурсами» [Кларин: 7–8].

В существующей массе исследований кроется один принципиальный вывод, который можно сформулировать следующим образом: внутрикорпоративное обучение как система соподчиняется в своих целях и процессах, целям более сложных систем, таких как система управления персоналом, являясь их частью.

То есть первичной идеей, для проектирования всей системы внутрикорпоративного обучения является достижение целей корпорации с помощью профессионального развития своих членов, причем не просто полученного, но реализованного в функциональной деятельности. Исходя из декомпозиции стратегических целей, организационных и экономических, выделяется цели и задачи для системы внутрикорпоративного обучения. Таким образом, формируется образовательный заказ от корпорации – заказчика на проектирование, организацию и проведение внутрикорпоративного обучения (М.Н. Певзнер, В.В. Кузнецов, В.Ш. Каганов [Каганов: 23], А.Р. Масалимова [Масалимова: 28], М.В. Кларин и другие). Термин «образовательный заказ» не является новым и применяется в самых разных контекстах, применительно ко всем видам образования. Внутрикорпоративное обучение как система так же имеет свою механику образования и трансляции образователь-

ного заказа. Учитывая соподчиненность подсистемы внутрикорпоративного обучения, более крупным системам развития и управления персоналом, образовательный заказ формируется управлением предприятия. Именно менеджмент, или управление, формирует образовательный заказ в соответствии со стратегическими (организационными и экономическими) целями корпорации.

Это позволяет нам говорить о структурном элементе, который мы можем условно называть «точка образовательного заказа». Данный элемент предваряет собственно образовательный заказ и может задавать показатели, в том числе и цифровые, результативности обучения, и именно в нем осуществляется синтез планируемых экономических показателей, решений менеджмента, влияющих на всю систему управления персоналом и на ее подсистемы развития персонала и собственно внутрикорпоративного обучения.

Можно проследить, что с развитием неформального образования, в частности корпоративного образования, за счет инвестируемых в него средств, крупные корпорации сформировали в своих структурах уровень экспертизы, достаточный для создания качественного образовательного заказа. Во многих корпорациях, Сбер, Росатом, Татарнефть, Роснефть, и прочих, «точкой образовательного заказа» стратегические планы высшего менеджмента декомпозируются специальными подразделениями: корпоративными университетами, отделами развития персонала, отделами внутрикорпоративного обучения. Но таковая ситуация присуща скорее ярким лидерам рынка труда.

Сфера обслуживания, услуг и торговли, как, впрочем, и малое производство, являясь на сегодняшний момент одной из самых крупных сфер занятости, разделена на множество локальных, часто небольших по размеру, организаций, управляемых разными по уровню компетенций менеджерами. Часто организации малого бизнеса, работающие в сфере услуг и торговли даже в одной сфере, сильно разнятся в условиях работы, в зависимости от незначительного изменения географии, к примеру, разных районов города, либо город и областные центры и прочее. В силу этих особенностей, несмотря на высокую конкуренцию за компетентные трудовые ресурсы, говорить об уровне экспертизы, достаточном для качественного формирования образовательного заказа для внутрикорпоративного обучения не приходится. При этом как сообщает крупнейший, федеральный портал по трудоустройству, HadHunter.ru, социальный заказ от работодателей на развитые личностные качества у соискателей, в частности инициативность, повышается год от года. Таковая тенденция отражается и в системе формального образования, в частности в ФГОС ВО Магистратура по направлению подготов-

ки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям), включен блок надпрофессиональных компетенций: системное и критическое мышление, Командная работа и лидерство, Самоорганизация и саморазвитие, которые практически невозможны без сформированного личностного качества инициативность.

Для проверки полученных в результате анализа теоретических данных, нами была проведена работа, для которой нами были выбраны четыре предприятия, специализирующиеся на розничной торговле и услугах. Все предприятия имели к соискателям требование инициативность (активность), которое было указано в объявлении о найме. Во внутренние технологии работы была заложена потребность в инициативе. То есть, от проявлений инициативности в виде отдельных инициатив, зависело коммерческое благополучие и эффективность всего предприятия. Все предприятия работали под одним торговым знаком, поэтому внутренние технологии были идентичны во всех четырех предприятиях. Состав управления предприятия является распространенным вариантом организационной структуры малых предприятий подобного типа и включал в себя: руководителя всей торговой сети, директоров магазинов, двух администраторов в каждом магазине, работающих посменно и старших продавцов отдела (по числу отделов в магазине). Все организации, относились к малым предприятиям с численностью до 100 человек, обладали показателями сменной состава в коллективе в рамках 25–29 % в год, не имели подразделения, которое бы на постоянной основе выполняло функцию обучения. Обучение проводилось с помощью опытных работников в том отделе, в который приходил новый работник. Все предприятия, для проведения обучения привлекали одного эксперта для ведения лекций и семинаров по технологии продаж и экспертов по ассортименту, которые проводили лекции в дистанционном формате, в том числе и экспертов от поставщиков продукции. Так же можно сказать, что все четыре предприятия, являясь типичными представителями сферы торговли и обслуживания, имели важные черты: во-первых, высокую динамику изменений, будь то ассортиментный ряд или состав работников. Во-вторых, от профессиональных компетенций работника напрямую зависели коммерческие результаты всех предприятий и самого торгового знака, под которым они работали.

На первом этапе мы определили состав «точки образовательного заказа», результаты работы данной структурной единицы внутрикорпоративного обучения, нормативы и построение процесса обучения. Состав «точки образовательного заказа» включает в себя лиц управления (руководитель всей сети, директор и администратор предприятия) и лиц ответственных за обучение (эксперт по технологии продаж

эксперты по ассортименту, старшие продавцы отделов и наиболее опытные продавцы отделов).

Обучение производилось наставником на рабочем месте (70 % времени), (10 % времени) составляли занятия в дистанционном формате в виде лекций и семинаров, в том числе от экспертов и (20 % времени) самостоятельная работа по заданиям наставника. Наставники, которыми являлись старшие и наиболее опытные продавцы не были выделены только для обучения, а главной их функциональной обязанностью оставалось качественное обслуживание и совершение сделок с клиентами. Для выполнения самостоятельной работы новый работник мог использовать базу информационных и демонстрационных материалов (на платформе «Ю-туб» и в социальной сети «Вконтакте»).

Алгоритм деятельности по обучению сотрудников разделялся на два направления: новые работники («стажер»), проходящие испытательный срок в три месяца и работники с опытом (от трех месяцев и далее «специалист»). Алгоритм с новыми работниками: решение о приеме на работу в конкретный отдел принималось директором и доводилось до администратора, администратор закреплял нового работника за наставником – опытным работником, которым мог оказаться как старший продавец, так и наиболее опытный в отделе. Администратор прикреплял нового работника к обучающим занятиям в дистанционном формате, и к доступу к базе информационных и демонстрационных материалов. Работники с опытом обучались только новым продуктам, поступающим в ассортимент, информируясь администратором о датах обучения.

По истечении трех месяцев, у новых работников проводилась процедура оценки, которая включала в себя: заполнение теста по знанию ассортимента и технических характеристик и моделирование ситуации обслуживания.

Точкой образовательного заказа являлась деятельность руководителя торговой сети, директора конкретного магазина, администраторов и наставников. Так же, «точкой образовательного заказа» был выбран норматив, который включал в себя 10 самых распространенных единиц в ассортименте каждого отдела, технические характеристики, которых составляли 100 % содержания теста, а моделирование ситуации обслуживания производилось на произвольном выборе одной единицы из ассортимента с максимальной оценкой по чек-листу в 100 %. Работники категории «специалист» проходили оценку в аналогичном виде, один раз в год.

Таким образом, образовательный заказ формулировался в следующем виде: за три месяца обучить нового работника по 10 самым распространенным единицам ассортимента отдела (куда «стажер» при-

Таблица 1

Статистические данные по выполнению описанного выше норматива за предыдущий год можно представить в виде таблицы

Критерий	Средство оценки	Результаты	Показатели за 1год
Знания	Тест	От 80% и выше	30% работников
		От 60% до 80%	59% работников
		Ниже 60%	11 % работников
Навыки	Моделирование ситуации обслуживания по чек-листу	От 80% и выше	19 % работников
		От 60% до 80%	63 % работников
		Ниже 60%	18% работников

креплялся) с результатом от 80% по знаниям и навыкам обслуживания. Работникам категорий «стажер» и «специалист» с результатом в оценке от 60% до 80% назначался срок в два месяца для увеличения уровня знаний и навыков.

Важным является то, что мы, определив «точку образовательного заказа» и результаты ее работы в виде содержания и нормативов образовательного заказа можем сделать определяющие для целей нашего исследования выводы:

- при указанных в объявлениях о найме и подтвержденных требованиях о необходимости личностного качества инициативность, показатели на которые был ориентирован образовательный заказ, включал в себя знания и навыки, не учитывая показатели профессиональной инициативности специалиста во внутрикорпоративном обучении;

- при указанных в процентном соотношении долях затрачиваемого на обучение времени, организованному обучению в виде лекций и семинаров в дистанционном формате, отводилось 10 % времени. При этом, у наставников главной функциональной обязанностью оставалось совершение сделок с клиентами, а не обучение новых работников. Соответственно мы можем предположить, что от активных действий в процессе обучения, инициации коммуникаций с коллегами, инициации поиска решений при возникновении трудностей в работе со своими задачами и с задачами команды и других составляющих профессиональной инициативности напрямую зависел результат обучения профессиональным знаниям и навыкам;

- сформированная информационная поддержка внутрикорпоративного обучения в виде базы информационных и демонстрационных материалов (на платформе «Ю-туб» и в социальной сети «Вконтакте»), при отсутствии профессиональной инициативности обучающегося во внутрикорпоративном обучении работника, не выполняли своей роли, оставаясь пассивными ресурсами;

- акцентируя в образовательном заказе внимание на узком понимании компетенций, «точка образовательного заказа» не использовала потенци-

ал компонентов, составляющих профессиональную инициативность обучающегося и соответственно человеческий потенциал работника не смог быть реализован в результатах функциональной деятельности специалистов;

- образовательный заказ, сформированный «точкой образовательного заказа», не задействовал потенциал субъектной позиции обучающегося по отношению к внутрикорпоративному обучению.

Таким образом, мы можем сказать о сформированной потребности в профессиональной инициативности обучающегося во внутрикорпоративном обучении и отсутствии образовательного заказа на формирования указанного личностного качества.

На втором этапе мы разделили четыре предприятия на две группы, контрольную и экспериментальную и провели с составом «точки образовательного заказа» в экспериментальной группы несколько занятий.

За основу занятий было взято понимание «самообучающейся организации», определенное Г.А. Игнатъевой «как источник непрерывной трансформации старых организационных форм и активного поиска и конструирование новых, в которых более интенсивно протекают процессы саморазвития и формируется эффект профессионального развития» [Игнатъева: 126], и дидактическая модель самообучающейся организации.

Именно позиционное самоопределение как профессионала, ответственно принимающего на себя определенную функциональную роль, выстраиваемое на основе понимания ценности инициативности и соответствующих ценностно-смысловых установок способно вывести специалиста на более высокий уровень, увеличив таким образом человеческий капитал организации. Таковая идея не является новаторской и перекликается с мнением В.В. Кузнецова [Кузнецов 2019: 19] о необходимости внедрять в корпоративное образование элемент воспитания нравственности, с идеями М.В. Кларина, В.Ш. Каганова и других исследователей, определяющих тесную взаимосвязь между нормами и ценностями корпоративной культуры, реализуемыми в корпоратив-

ном обучении для увеличения человеческого капитала корпорации. Однако, нам не удалось найти четко описанной технологи, по реализации обозначенных выше целей. Поэтому на основе дидактической модели самообучающейся организации Г.А. Игнатъевой нами были разработаны несколько занятий с составом «точки образовательного заказа», которые можно представить в виде таблицы 2.

В результате проведенных мероприятий «точкой образовательного заказа» был сформулирован тезис обновленного образовательного заказа, который звучал следующим образом: *«создание профессионала, понимающего цели своей деятельности, обладающего пониманием ценности и значения инициативности в собственном развитии, способного самостоятельно освоить нормы профессионального развития и обладающего для этого компетенциями»*. Таким образом, в образовательном заказе к внутрикорпоративному обучению, сформированному «точкой образовательного заказа» в экспериментальной группе значительная часть отводилась формированию профессиональной инициативности специалиста предприятия, то есть фокус внимания смещался с получения знаний и освоения отдельного навыка, на компоненты, составляющие профессиональную инициативность обучающегося. В контрольной группе структура внутрикорпоративного обучения, его цели и структура осталась неизменными.

В результате измененного образовательного заказа в структуре внутрикорпоративного обучения у экспериментальной группы произошли следующие изменения: создание учебного модуля «история

и ценности компании» с акцентом на ценности инициативности и профессионального самоопределения; создание учебного модуля «саморазвитие», закладывающего навыки алгоритма работы с информационной базой обучения и обладание социальными контактами и навыками для решения развивающих задач при возникновении сложностей в обучении; разработка новой формы, ритуала проверки и контрольных точек в технологии «наставничество», которые бы позволили отслеживать динамику освоения профессионального норматива; создание и работа неформального сообщества «инициативная группа» для обмена опытом, информационной и коммуникативной поддержки инициатив работников; создание ритуала группового обсуждения обновлений, которые происходили во внутренних технологиях работы и коррекции документов в зависимости от результатов инициатив работников.

Общая структура внутрикорпоративного обучения изменилась не существенно, 70 % времени производилось наставником на рабочем месте, 20 % времени отводилось на самостоятельную работу по заданиям наставника и участие в неформальном профессиональном сообществе, 10 % времени на организованные занятия в аудитории и в дистанционном формате. При этом норматив по знаниям и навыкам, сформулированный в прежнем образовательном заказе остался неизменным.

С момента внедрения в структуру внутрикорпоративного обучения обозначенных выше изменений прошел срок в шесть месяцев и идентичными, по предыдущим периодам показателями смены состава коллектива. Статистические данные по выпол-

Таблица 2

Структура занятий с составом «точки образовательного заказа»

№	Форма	Участники	Название занятия	Краткое содержание занятия
1	Тренинг	Директор, администраторы, эксперты по продажам и ассортименту	Структура компетенции	Современное понимание структуры компетенции как совокупности знаний, умений, навыков, личностных качеств, способностей и социальных связей
2	Тренинг	Директор, администраторы, эксперты по продажам и ассортименту	Профессиональная инициативность специалиста	Определение влияния компонентов профессиональной инициативности специалиста на результаты в функциональной деятельности и генерировании человеческого потенциала организации
3	Андрогогический тиминг	Директор, администраторы, наставники, старшие продавцы в сменах, наиболее опытные продавцы	Наставничество: цели, структура, измерители	Рефлексия существующей технологии «наставничество», выработка управленческих решений по увеличению эффективности работы наставников для формирования профессиональной инициативности работников
4	Андрогогический тиминг	Директор, администраторы, наставники, старшие продавцы в сменах, наиболее опытные продавцы	Инициативная группа	Создание неформального, профессионального сообщества для создания, генерации и внедрения инициатив.
5	Тренинг	Директор, администраторы	Техники групповой дискуссии	Изучение техник групповой дискуссии как организация и проведение коммуникаций с работниками предприятия

Таблица 3

**Статистические данные по выполнению норматива результатов
внутрикорпоративного обучения (по знаниям и навыкам) за период 6 месяцев
с момента изменения образовательного заказа в экспериментальной группе**

Критерий	Средство оценки	Результаты	Показатели за 6 месяцев
Знания	Тест	От 80% и выше	46% работников
		От 60% до 80%	52% работников
		Ниже 60%	2 % работников
Навыки	Моделирование ситуации обслуживания по чек-листу	От 80% и выше	52 % работников
		От 60% до 80%	36 % работников
		Ниже 60%	1% работников

Таблица 4

**Статистические данные по выполнению норматива результатов
внутрикорпоративного обучения (по знаниям и навыкам) за период 6 месяцев
с момента изменения образовательного заказа в контрольной группе**

Критерий	Средство оценки	Результаты	Показатели за 6 месяцев
Знания	Тест	От 80% и выше	32% работников
		От 60% до 80%	61% работников
		Ниже 60%	7 % работников
Навыки	Моделирование ситуации обслуживания по чек-листу	От 80% и выше	21 % работников
		От 60% до 80%	63 % работников
		Ниже 60%	16% работников

нению норматива результатов внутрикорпоративного обучения (по знаниям и навыкам) можно представить в виде таблиц 3 и 4.

Из результатов выполнения норматива внутрикорпоративного обучения (по знаниям и навыкам) в экспериментальной группе, по сравнению с контрольной группой, мы можем видеть положительную динамику в определенной части показателей. Следует сказать, что такое сравнение не является однозначно достоверным подтверждением динамики в показателях критериев знаний и навыков, так как период, за который собирались данные после изменений структуры образовательного заказа к внутрикорпоративному обучению, равнялся половине периода, за которые приводились изначальные статистические данные. Однако, полученные в ходе работы результаты, вкупе с анализом теоретической базы материалов, позволяют сделать несколько выводов:

Во-первых, внутрикорпоративное образование является соподчиненной подсистемой более крупной системы управления персоналом.

Во-вторых, менеджмент корпорации – заказчика оказывает определяющую роль на проектирование, создание и работу всей подсистемы внутрикорпоративного обучения, через создание образовательного заказа от корпорации к системе внутрикорпоративного обучения. Удовлетворение образовательного заказа корпорации – заказчика, считается главной целью внутрикорпоративного обучения.

В-третьих, исходя из первых двух выводов, мы можем говорить, что в структуре системы внутрикорпоративного обучения наряду с такими элементами как: обучающие, обучаемые, образовательный заказ, программы обучения, существует элемент, который мы условно можем называть «точка образовательного заказа». Точка образовательного заказа – совокупность деятельности лиц управления предприятия и ответственных лиц за проведение внутрикорпоративного обучения (обучающих). Именно в «точке образовательного заказа» задаются планируемые показатели и эффекты влияния внутрикорпоративного обучения на экономические показатели корпорации – заказчика. Результатом работы «точки образовательного заказа» является создание образовательного заказа определенного качества, для достижения стратегических целей корпорации – заказчика.

В-четвертых, в результате проделанной работы можно утверждать, что при наличии задействования одних и тех же ресурсов, смещая фокус в образовательном заказе, а значит и во всем внутрикорпоративном обучении, на компоненты профессиональной инициативности специалистов, в профессиональном развитии проявляется большая динамика, чем при фокусировке обучения только на знаниях и навыках.

Основным выводом будет являться понимание определяющего значения формулировки образовательного заказа, как источника формирования профессиональной инициативности у обучающихся

взрослых во внутрикорпоративном обучении. Полученные данные могут быть применены для более масштабного исследования формирования профессиональной инициативности обучающегося взрослого возраста во внутрикорпоративном обучении.

Список литературы

Игнатьева Г.А. Проектирование деятельности содержания профессионального развития педагога в системе постдипломного образования: дис. ... доктора педагогических наук. Н. Новгород, 2006. 414 с.

Каганов В.Ш. Корпоративное обучение как фактор обеспечения конкурентоспособности российских предпринимательских структур: дис. доктор экономических наук. Москва, 2012. 386с.

Кларин М.В. Корпоративное образование и обучение в организациях: цели и особенности // Вестник Бурятского государственного университета. Образование. Личность. Общество. 2016. № 1. С. 6-16.

Крупнов А.И. Системно-диспозиционный подход к изучению личности и ее свойств // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2006. № 1. С. 63-73

Кузнецов В.В. Корпоративное образование: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2010. 227 с.

Кузнецов В.В., Сахарчук Е.С. Корпоративное образование. Стратегия развития. Москва: "КноРус", 2019. 130 с.

Малыгин Д.В. Профессиональная инициативность обучающихся в условиях внутрикорпоративного обучения // Бизнес. Образование. Право. 2023. № 4(65). С. 398-402.

Масалимова А.Р. Корпоративная подготовка наставников: Монография. Казань: «Печать-Сервис – XXI век», 2013. 183 с.

Певзнер, М.Н., Грауманн О., Петряков П.А. Корпоративная педагогика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Великий Новгород: Новгородский гос. ун-т им. Ярослава Мудрого, 2010. 457 с.

Frese M., Fay D. Personal initiative: An active performance concept for work in the 21st century // Research in Organizational Behavior, 2001. pp. 133-188

Head Hunter исследование рынка труда молодых специалистов (январь 2024 года). URL: [http://Исследования от HeadHunter \(hh.ru\) \(Дата обращения: 13.02.2024\)](http://Исследования от HeadHunter (hh.ru) (Дата обращения: 13.02.2024))

References

Ignatieva G.A. *Proektirovanie dejatel'nostnogo soderzhanija professional'nogo razvitija pedagoga v sisteme postdiplomnogo obrazovanija: dis. ... doktora pedagogicheskikh nauk* [Designing the activity content of a teacher's professional development in the system of post-

graduate education: dis. ... Doctors of Pedagogical Sciences]. N. Novgorod, 2006. 414 p. (In Russ.)

Kaganov V.S. *Korporativnoe obuchenie kak faktor obespechenija konkurentosposobnosti rossijskikh predprinimatel'skikh struktur: dis. doktor jekonomicheskikh nauk* [Corporate training as a factor of ensuring the competitiveness of Russian business structures: PhD in Economics]. Moscow, 2012. 386 p. (In Russ.)

Klarin M.V. *Korporativnoe obrazovanie i obuchenie v organizacijah: celi i osobennosti* [Corporate education and training in organizations: goals and features]. *Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo universiteta. Obrazovanie. Lichnost'. Obshhestvo* [Bulletin of the Buryat State University. Education. Personality. Society], 2016, No. 1, pp. 6-16 (In Russ.)

Krupnov A.I. *Sistemno-dispozicionnyj podhod k izucheniju lichnosti i ee svojstv* [System-dispositional approach to the study of personality and its properties]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Psihologija i pedagogika* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Psychology and Pedagogy], 2006, No. 1, pp. 63-73 (In Russ.)

Kuznetsov V.V. *Korporativnoe obrazovanie: ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij* [Corporate education: textbook. student's handbook. higher. studies. Establishments]. Yekaterinburg: Publishing House of Russian State Prof.-ped. University, 2010. 227 p. (In Russ.)

Kuznetsov V.V., Sakharchuk E.S. *Korporativnoe obrazovanie. Strategija razvitija* [Corporate education. Development strategy]. Moscow: KnoRus, 2019. 130 p. (In Russ.)

Malygin D.V. *Professional'naja iniciativnost' obuchajushhihsja v uslovijah vnutrikorporativnogo obuchenija* [Professional initiative of students in the context of intra-corporate training]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [Business. Education. Right], 2023, No. 4(65), pp. 398-402. (In Russ.)

Masalimova A.R. *Korporativnaja podgotovka nastavnikov: Monografija* [Corporate mentor training: A monograph]. Kazan: "Print-Service – XXI century", 2013. 183 p. (In Russ.)

Pevzner, M.N., Graumann O., Petryakov P.A. *Korporativnaja pedagogika: uchebnoe posobie dlja studentov vysshih uchebnyh zavedenij* [Corporate pedagogy: a textbook for students of higher educational institutions]. Veliky Novgorod: Novgorod State University named after Yaroslav the Wise, 2010. 457 p. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 25.08.2024; одобрена после рецензирования 19.09.2024; принята к публикации 20.09.2024.

The article was submitted 25.08.2024; approved after reviewing 19.09.2024; accepted for publication 20.09.2024.