

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ЭЛЕКТРОННОГО КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

В.Н. Казаков¹,
А.В. Полякова²

¹ Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова

² Московский педагогический
государственный университет

Рассматриваются проблемы использования технологий и методов электронного корпоративного обучения в российских компаниях. Особое внимание уделяется методам m-learning, социальная сеть, коучинг онлайн, корпоративным блогам, корпоративным он-лайн-библиотекам.

Ключевые слова: обучение на протяжении всей жизни, неформальное обучение, электронное обучение, m-learning, социальные сети, коучинг онлайн, корпоративный блог, корпоративная онлайн-библиотека.

Появление современных технологий корпоративного обучения предопределено изменениями самой динамичной технологической составляющей внешней среды, все возрастающими скоростями, постоянными изменениями, большим разнообразием, увеличивающимися объемами информации, виртуализацией каждодневных коммуникаций.

Каждый этап эволюционного развития общества предъявляет новые требования к направлениям бизнес-обучения. Научная общественность все чаще оперирует такими понятиями, как «Generation-Y», «Net Generation», «Generation Next»¹. Ученые изучают особенности представителей общества, рожденных с конца 1970 – начала 1980-х по середину 1990-х гг., их привычки и предпочтения, ценности и другие атрибуты культурной идентификации.² В настоящее время именно это поколение составляет основу человеческого и интеллектуального капитала каждой организации, включенной в мировое экономическое пространство. «По данным American society for training and development, к 2014 г. 47% трудо-

MODERN TECHNOLOGIES AND METHODS OF ELECTRONIC CORPORATE TRAINING

V.N. Kazakov,
L.V. Polyakova

Discusses the problems of the use of technologies and methods of electronic corporate training in Russian companies. Special attention is paid to the methods of m-learning, social networking, coaching online, corporate blogs, corporate online-libraries (wikis).

KEYWORDS: Life Long Learning, informal learning, e-learning, m-learning, social networking, coaching online, corporate blogs, corporate online-library (wikis).

способного населения составят люди, рожденные с 1977 по 1997 гг.» [2]. Уже сегодня работодатели сталкиваются с проблемой поиска новых путей, форм, методов, технологий корпоративного обучения, наиболее полно отражающих потребности своих сотрудников.

В целях решения задачи повышения эффективности корпоративного обучения на помощь формальному приходит неформальное, которое становится частью нашей повседневной жизни, прививает культуру приобретения знаний в удобное для сотрудника время в любой точке земного шара и удовлетворяет потребность общества в реализации научной парадигмы «обучение на протяжении всей жизни» (Life Long Learning).

Согласно проведенным исследованиям зарубежных специалистов, сегодня корпоративное обучение проходит этап «формализации неформального обучения и проектирования системы управления талантами» [3]. Так, 61% всех руководителей, которые прошли корпоративное обучение, указали на то, что самая большая проблема для сотрудников кроется не в повышении квалификации, развитии навыков, а в том, чтобы найти соответствующую информацию для выполнения работы [4].

По разным оценкам экспертов, до 70% корпоративного обучения занимает неформальное. Несмотря на это, существует проблема недостаточного внимания

¹ Под терминами «Generation-Y» или «millennials» в Америке понимают людей, рожденных в период 1980–1995 гг. В Австралии широко используется термин «Net Generation» включает людей, рожденных в 1982–1991 гг. [1].

к вопросам финансирования и развития методов неформального обучения. Такое положение дел связано, в первую очередь, с имеющимися трудностями методологического плана, с отсутствием концептуальной основы такого научного поля, как неформальное обучение, а также с не сформировавшейся системой управления обучением и развитием многих российских компаний.

Зачастую, на практике сталкиваются с проблемой подмены одних понятий другими. Например, наставничество заменяют коучингом, обучение методом баддинг называют коучингом или наставничеством, обучение по методу секондмент — стажировкой. Также актуален вопрос учета и оптимизации затрат на обучение методами неформального обучения.

Тем не менее термин «неформальное обучение» трактуется как «внеаудиторное обучение», распространяющееся на зоны управления знаниями (Knowledge management) и управления талантами (Talent management). Специалисты в области обучения и развития (T&D) интерпретируют данный термин как «процесс обучения на работе, во время общения с коллегами, клиентами, процесс нахождения новых идей и методов работы, которые позволяют повысить эффективность и продуктивность» [5].

По мнению западных специалистов, к неформальному обучению они относят «поиск информации в Интернете, общение с более опытными коллегами и другими сотрудниками в кросс-функциональных или кросс-культурных проектных группах, участие в профессиональных ассоциациях и т. д.» [6].

Среди методов неформального обучения выделяют: наставничество; коучинг (coaching); обучение в рабочих группах; обучение действием (action learning); сторителлинг (метафорическая игра, Play-back театр); обучение по методу шедоуинг (Job Shadowing); обучение по методу секондмент (Secondment); обучение методом баддинг (Buddying); электронное обучение (e-learning).

В настоящее время особая роль в дальнейшем развитии неформального обучения отводится электронному обучению. Развитие нашего общества невозможно представить без энциклопедии Wikipedia, без блогов, дискуссионных форумов, без видеосервиса YouTube, без Skype, Facebook, Google и др.

Несмотря на высокоскоростное распространение информации, удобство общения, развитие современных электронных технологий несет в себе не только возможности, но и угрозы обществу и экономическим агентам. Стоит вспомнить компанию Domino's Pizza, которая потерпела фиаско только из-за того, что ее сотрудники сняли фиктивное видео про антисанитарные условия на кухне «Доминос пицца» и выложили ее на YouTube. В результате новость попала на передовую страницу NY Times и привела к громкому скандалу [7].

Можно привести другой пример, когда сотрудник египетского подразделения Google Ваэль Гоним, явля-

ющийся одним из самых активных пользователей социальной сети Facebook, смог вдохновить общество и поднять волнения в Египте 25 января 2011 г.

Информационные технологии позволяют компаниям по всему миру внедрять все новые методы неформального обучения. «По данным американской аналитической компании Bersin&Associates, в 2008 г. более половины организаций США использовали тот или иной вид социальных медиа для обучения своих сотрудников и обмена знаний между ними» [8], в Великобритании данный метод развития используют 52% компаний (данные Института развития персонала CIPD [8]).

Среди современных технологий и методов электронного обучения (e-learning) выделяют m-learning, социальные сети (social networks), коучинг онлайн (e-coaching), корпоративные блоги, корпоративные онлайн-библиотеки (wikis).

Интерес представляют исследования, проводимые в 2010 г. Институтом человеческого капитала в Вашингтоне [9] (The Human Capital Institute (HCI) насчитывает 80 000 членов из 40 стран [10]). Они изучили 607 компаний общественного сектора и 192 компании частного сектора и пришли к результатам, согласно которым, сотрудники корпоративного сектора активнее используют социальные сети (почти в два раза). Это связано прежде всего с тем, что в правительственных организациях имеются барьеры открытости внешнему окружению, общению связанные с вопросами конфиденциальности информации.

Бенчмаркинг показал интересный опыт использования социальных сетей в достижении корпоративных стратегических целей. Так, компания Halliburton, чья капитализация в этом году достигла 21 млрд долл. США, в 2002 г. запустила проект по строительству внутренней инфраструктуры, 19 социальных сетей, что привело к увеличению годовой выручки компании на 10 млн долл. США. Результатом компании Whirlpool стало более эффективное управление инновациями, что привело к увеличению числа новых продуктов с 1–2 в год до 10. Созданные в нефтяной компании Chevron 100 социальных сетей позволяют экономить до 30 млн долл. США за счет повышения скорости распространения информации между сотрудниками. Окупаемость инвестиций в проект компании Caterpillar по построению внутренней инфраструктуры на базе социальных сетей (2 700 неформальных групп, в которые вошли не только сотрудники компаний, но и дилеры, клиенты и поставщики) составила 700% [11].

Появление технологий WAP или GPRS привело к mobile learning, т.е. к обучению посредством мобильных телефонов, коммуникаторов, устройств i-Pad, карманных компьютеров и др. Несмотря на то, что лидерами внедрения mobile learning являются зарубежные компании, можно привести ряд примеров использования технологий и методов электронного обучения и в российской практике. Так, в компании «Билайн»

был разработан мобильный учебный курс «Продажа кредитных тарифных планов для физических лиц», компанией Cisco внедрен продукт для мобильного обучения Cisco® M-Learning, который используется в учебной сети Cisco Learning Network.

К числу ценных инструментов системы управления знаниями компаний можно отнести корпоративные блоги и онлайн-библиотеки (wikis). Особенностью корпоративных он-лайн библиотек является то, что в формировании контента могут принимать участие не только руководители компаний, но и рядовые сотрудники. Безусловно, в первую очередь, корпоративные блоги должны вести первые лица компании, направляя внимание остальных, особенно представителей кадрового резерва, к их содержанию и мотивируя на обмен мнениями.

Все чаще в корпоративной среде используют web-технологии, направленные на рабочее место, например, телевизионное вещание (streaming video to the desktop). По данным Forrester Research, некоторые зарубежные компании внедряют серьезные видеоигры для повышения квалификации сотрудников (Johnson & Johnson, Volvo, Hilton Hotels) [12].

Руководители российских компаний пока недостаточно внимания уделяют вопросам использования методов и технологий электронного обучения. В основном электронное обучение (e-learning) в российских условиях реализуется в форме дистанционного обучения, которое вышло на новый виток своего развития в период экономического кризиса, когда многие компании в связи с поставленной задачей снижения затрат на обучение, были вынуждены перевести свои корпоративные университеты и внутрифирменные системы обучения в электронную форму.

Среди трудностей, приводящих к инерции в вопросах внедрения методов электронного обучения, можно назвать нежелание или непонимание руководителями процессов управления неформальными группами, отсутствие должного финансирования системы управления обучением и развитием персонала, проблемы технической оснащенности и покрытия сетями Интернет и Интранет, технические и финансовые трудности разработки высокотехнологичных продуктов e-learning, нехватку профессиональных тьюторов, модераторов, фасилитаторов и других специалистов в области разработки электронного контента и управления дистанционным обучением и программ их обучения. К этому можно добавить низкую мотивацию сотрудников к самообразованию, трудности расчета эффективности неформального обучения, сложность использования методологии Филипса–Киркпатрика и оценки возврата на инвестиции (ROI, Return on Investment).

Следует отметить, что методы неформального обучения будут эффективны лишь при условии активного вовлечения всего персонала организации и поддержки со стороны высшего руководства, создания атмосферы доверия к свободному обмену мнениями, внедрения

программ по лидерству, командообразованию, повышению креативности и проектному менеджменту. Особое внимание следует уделить обучению методам управления корпоративными социальными сетями, изучению таких показателей и характеристик, как оптимизация эффективности персонала, карты социальных сетей, интенсивность контактов сети, плотность взаимосвязей между членами всего коллектива, степень разобщенности внутри групп, индекс индивидуальной взаимосвязанности, ключевые фигуры группы, скорость передачи информации. В противном случае, хаотичное развитие и общение сотрудников, основанное на самоорганизации, может привести в регрессивным процессам, дезорганизующим и дестабилизирующим структуру управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://en.wikipedia.org/wiki/>.
2. http://www.rabota.ru/rabotodateljam/upravlenie_personalom/generation_y.html. Generation-Y». Привлечь и мотивировать. 27 декабря 2010 г.
3. Bersin & Associates, 2009. The Enterprise Learning Framework: A Modern Approach to Corporate Training, Josh Bersin, David Mallon, April 2009. P. 4.
4. Bersin & Associates, 2009. The Enterprise Learning Framework: A Modern Approach to Corporate Training, Josh Bersin, David Mallon, April 2009. P. 15.
5. Накопление информации: неформальное обучение. URL: <http://vkurse.obs.ru/node/184>.
6. Ужакина Ю. Тренинги: что, как и зачем? URL: http://www.treko.ru/show_article_923.
7. URL: <http://www.nytimes.com/2009/04/16/business/media/16dominos.html>.
8. Как оптимизировать корпоративное обучение. URL: <http://www.training.ru/library/articles/?id=11795>.
9. Social Networking in Government: Opportunities & Challenges. Human Capital Institute (January 2010)
10. URL: <http://www.humancapitalinstitute.org>.
11. КРОСС РОБ, ЛАСЕТЕР ТИМ. Как извлечь пользу из неформальных объединений сотрудников // Ксис. 25 ноября 2011. URL: [http://www.casc.korusconsulting.ru/articles/articles_23.html?template=45].
12. УЛЬЯНОВ И. Крупные компании используют видеоигры для обучения персонала. URL: <http://www.trainings.ru/events/news/?id=10848>.

Казakov Владимир Николаевич

д.э.н., профессор Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

© 119991, г. Москва, Ленинские горы, МГУ имени М.В. Ломоносова, д. 1, стр. 46, тел. +7 (495) 939-34-95, e-mail: infodilemma@yandex.ru

Полякова Лариса Владимировна

д.э.н., профессор Московского педагогического государственного университета

© 119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д.1, стр.1, тел.: +7 (499) 245-03-10, e-mail: laurapolyakova@gmail.com