

В ПОГОНЕ ЗА ЗНАНИЯМИ СИСТЕМА БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЯ ПРЕОДОЛЕВАЕТ РАЗРЫВ МЕЖДУ КЛАССИЧЕСКИМ ОБРАЗОВАНИЕМ И НАСУЩНЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ БИЗНЕСА. КЛИЕНТ ХОЧЕТ ВИДЕТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БИЗНЕС-КОМПЕТЕНЦИИ НЕ В ОТДАЛЕННОМ БУДУЩЕМ, А УЖЕ СЕГОДНЯ. ПОЭТОМУ РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПЕРЕОРИЕНТИРУЕТСЯ НА ПРИКЛАДНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ, НАЦЕЛЕННЫЕ НА ПОЛУЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ И НАВЫКОВ.

ЛАРИСА НИКИТИНА

НА ЛЮБОЙ ВКУС Рынок дополнительного бизнес-образования — один из наименее исследованных. Сложность заключается в том, что состав его игроков весьма неоднороден. Здесь присутствуют крупные государственные и негосударственные вузы, консалтинговые компании, филиалы зарубежных бизнес-школ, бизнес-тренеры и коучеры. Кроме того, услуги по дополнительному образованию, повышению квалификации оказывают предприятия, при которых существуют собственные учебные площадки. Тенденцией последних лет стал выход на рынок бизнес-образования «непрофильных» игроков. Например, банки разрабатывают обучающие программы для предпринимателей. С одной стороны, такие программы решают проблему финансовой грамотности, а с другой — способствуют привлечению новых клиентов и укреплению лояльности старых.

Подсчитать объемы рынка бизнес-образования можно лишь приблизительно, опираясь на данные отдельных игроков и оценки экспертов. Так, эксперты Discovery Research Group оценивают примерный объем рынка на 1 января 2014 года в \$100 млн.

Наиболее востребованным и конкурентным сегментом являются краткосрочные формы обучения (от одного до пяти дней). Клиентами в этом сегменте являются как юрлица (проведение тренингов на предприятии), так и физлица (участие в открытых мероприятиях — сборных мастер-классах, тренингах, семинарах).

Далее следует системное бизнес-образование (МВА, мини-МВА) сроком от полугода до двух лет. Его заказчики — руководители предприятий. Образовательные программы этого сегмента предназначены для собственников бизнеса и управленцев высшего звена.

Еще один сегмент, удельный вес которого растет с развитием технологий, — дистанционное бизнес-образование. Его потребители, в основном, — молодые специалисты (до 40 лет), которым необходимы дополнительные знания для дальнейшего карьерного роста.

МЕНЬШЕ ТЕОРИИ, БОЛЬШЕ ПРАКТИКИ

Основным трендом в системе дополнительного бизнес-образования эксперты считают рост популярности краткосрочных форм обучения (тренингов, семинаров). «Во всем мире, и в России в частности, достаточно велик разрыв между классическим образованием и актуальными потребностями бизнеса. Система образования по своей природе консервативна, — объясняет управляющий партнер компании «Интеллект Сервис» Сергей Озоль. — А бизнес должен успевать изменяться с изменением потребностей рынка». Игроки рынка формируют предложения в зависимости от спроса, а клиент сегодня ждет от образовательных программ практической пользы. Они должны быть «заточены» под решение практических бизнес-задач, формировать навыки, необходимые именно в сегодняшних экономических условиях. «Сегодня на рынке конкурентные преимущества имеют те компании, которые предлагают нестандартные, адресные проекты, то есть адаптируют программы обучения под задачи, специфику бизнеса, культуру, тип управления в компании», — отмечает директор



НА РЫНКЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ИМЕЮТ ТЕ КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЮТ НЕСТАНДАРТНЫЕ, АДРЕСНЫЕ ПРОЕКТЫ, ТО ЕСТЬ АДАПТИРУЮТ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ ПОД ЗАДАЧИ, СПЕЦИФИКУ БИЗНЕСА, КУЛЬТУРУ, ТИП УПРАВЛЕНИЯ В КОМПАНИИ

Human Factors Group Елена Агнаева. «Основное пожелание слушателей — давать конкретную информацию по их отрасли и специальности. Просто для общего развития люди учиться уже не хотят», — подтверждает руководитель направлений Русской Школы Управления «Инновации. Качество. Производство. IT» Константин Тютюнов.

Тенденция смещения спроса от теории к формированию практических навыков окрепла в 2013 году, когда с 1 сентября в системе МВА отменили дипломы государственного образца.

Отмена госаккредитации, а значит — невозможность получения диплома, по мнению участников рынка, лишила смысла «формальный» подход к бизнес-образованию — «для галочки». Ректор Международного института менеджмента ЛИНК Сергей Щенников уверен, что это важный шаг на пути к становлению более совершенной рыночной конкуренции, когда потребителей интересует качество услуги, а не статус документа, свидетельствующего о том, что услуга получена. На юге России краткосрочные (до шести месяцев) курсы мини-МВА и EMBA предлагают практически все ведущие государственные и негосударственные вузы (ЮФУ, СКФУ, РГЭУ, ИУБиП, Международная школа бизнеса и др.).

ИНВЕСТИЦИИ В КАДРЫ

Еще один тренд на рынке бизнес-образования — повышение интереса работодателей к обучению и повышению квалификации сотрудников. Эксперты отмечают, что наиболее ощутимый подъем спроса на корпоративные формы обучения пришелся на 2012 год, когда экономика восстановила темпы роста после мирового финансового кризиса. В 2013-м он стабилизиро-

вался, и в текущем году, несмотря на экономический спад, продолжает быть стабильным. «Обученный персонал — серьезное преимущество в конкурентной борьбе. И ведущие компании это очень хорошо понимают», — комментирует Сергей Озоль. Начальник управления дополнительного образования и повышения квалификации СКФУ Наталья Федотова объясняет, что в условиях модернизации экономики предприятия нуждаются в высококвалифицированных сотрудниках и вынуждены регулярно вкладываться в их обучение. «Развитие экономики региона, рост спроса на рабочую силу, создание новых рабочих мест в различных видах деятельности позволили только за последний год увеличить число занятых в экономике. Ранее проводимые исследования показали, что наибольшим спросом пользуются менеджеры, а также инженерно-технические работники. Причем дефицит высококвалифицированных кадров — проблема многих организаций», — подчеркивает Наталья Федотова.

Учитывая ориентированность клиентов на эффективность программ, основным критерием при выборе учебного заведения или тренера является не стоимость курса обучения, а репутация и близость учебной программы к специфике и конкретным целям предприятия. Ценовая политика определяется имиджем и опытом бизнес-тренера (или же известностью учебного заведения) и сложностью программы. Курсы повышения квалификации от недели до трех месяцев могут оцениваться в 15–35 тыс. руб. Двух- или трехдневные корпоративные тренинги обойдутся предприятию в среднем в 60–100 тыс. руб. Ориентировочная стоимость

года обучения по долгосрочным программам МВА, мини-МВА в вузах юга России — в среднем порядка 400 тыс. руб.

Работодатель готов платить деньги, но при этом хочет гарантированно получить результат. «В нашей практике в последнее время увеличилось число запросов на долгосрочные проекты, включающие как обучение, так и последующее внедрение полученных навыков и умений. Заказчику важны не столько знания и умения участников сами по себе, сколько результаты от их практического применения. Предпочтение отдается тем провайдером, которые, проводя обучение, разрабатывают схему внедрения полученных навыков в компании заказчика и сопровождают этот процесс, разделяя с клиентом ответственность за результаты», — отмечает Елена Агнаева. Такие программы предлагают Human Factors, ГК «Технологии», Центр обучения и консалтинга ЮСК, BusinessForward и др.

УЧАТ СЧИТАТЬ И ПРОДАВАТЬ

По оценкам участников рынка, наибольшим спросом пользуются курсы для специалистов по продажам и работников, связанных с финансами (экономистов, бухгалтеров, финансовых директоров). На втором месте IT-специалисты, на третьем — управленцы среднего звена. В последнее время растет количество запросов на обучение специалистов по кадрам.

Ориентируясь на спрос, участники рынка разрабатывают специальные программы. «В этом году в Высшей школе бизнеса появилась совместная с группой компаний „Технологии“ программа МВА „Управление человеческими ресурсами“, основная цель которой заключается в формировании у начи-

