

Рынок корпоративного обучения: признаки, границы и сегментация

© 2011 В.Ш. Каганов

кандидат экономических наук

первый зам. руководителя Департамента образования г. Москвы

E-mail: OET2004@yandex.ru

Автор раскрывает понятие корпоративного обучения, выявляет его квалифицирующие признаки и аргументированно доказывает, что единого рынка корпоративного обучения не существует и следует говорить о совокупности рынков разных услуг обучения. Рассматривается соотношение понятий корпоративного обучения, обучения персонала, индивидуального обучения, образовательной услуги. Представлены основные критерии сегментации рынков корпоративного обучения.

Ключевые слова: рынок корпоративного обучения, обучение персонала, индивидуальное обучение, клиентское обучение, образовательные услуги.

Введение

Корпоративное обучение сегодня является одним из принципиальных факторов повышения производительности труда и общей конкурентоспособности предпринимательских структур. От оптимального обеспечения компетентными кадрами зависит уже не просто поддержание экономического роста и развитие предприятий, а их выживание в остро конкурентной среде. Необходимость создания и внутрифирменного освоения компетенций и компетентностных моделей усиливается в связи с интенсификацией научно-технического прогресса, ускорением темпов устаревания знаний, сокращением численности экономически активного населения.

Возможность подготовки кадров во внешних образовательных организациях снижается из-за того, что количество вновь возникающих, необходимых рынку профессий увеличивается, при одновременном сокращении подготовки по многим специальностям.

В данном контексте на первый план выдвигаются вопросы развития, установления субъектного состава, определения границ и емкости рынка корпоративного обучения.

Признаки корпоративного обучения

В отношении корпоративного обучения нет четкой ясности по границам, содержанию и объему этого понятия. Есть несколько квалификационных признаков, которые, будучи положенными в основу определения, задают разные объемы понятия.

Так, если в качестве определяющего критерия взять источник финансирования обучения, корпоративным будет считаться только такое обучение, за которое платит предпринимательская структура вне зависимости от содержания и результатов обучения, состава учащихся и т.д.

В основу определения корпоративного обучения также может быть положен признак содержания и направленности обучения - в чьих интересах обучение проводится и что в результате обучения осваивается.

Если допустить, что корпоративное обучение - вид услуги по обучению специфичным навыкам, умениям, компетенциям, востребованным предпринимательскими структурами в своей хозяйственной деятельности, то получается максимально широкое и обобщенное определение, из которого не ясна структура и круг участвующих субъектов: кто является заказчиком услуг по корпоративному обучению, кто плательщик, кто обучающийся, кто оказывает услуги по обучению. В таком случае к корпоративному обучению можно отнести и самообучение работников, и обучение, оплачиваемое работниками, и образовательные услуги, финансируемые за счет бюджета.

Но, как известно, для занятия предпринимательской деятельностью необходимы не только менеджеры, но и квалифицированные специалисты в разных областях профессиональной деятельности: юристы, бухгалтеры, водители, специалисты в области информационных технологий, а также отраслевые специалисты в профильной для бизнеса (уставной) деятельности. Согласно предложенному определению, практически все профессиональные компетенции могут стать предметом корпоративного обучения постольку, поскольку они являются востребованными для предпринимательской структуры.

Нам представляется, что наиболее часто используют критерий статуса учащегося, определяющий корпоративное обучение как обучение учащихся, которые являются в настоящем или станут в будущем работниками предприниматель-

ской структуры. Именно критерий учащегося стал устойчивым и наиболее четким определителем феномена корпоративного обучения.

Однако тезис о том, что корпоративное обучение - это всегда обучение персонала, является не бесспорным. Предпринимательская структура может инициировать и оплатить обучение не только своих работников, но и своих потребителей и партнеров, заказав программы клиентского обучения. Предпринимательская структура может быть заинтересована в формировании у контрагентов определенных компетенций в функциональном взаимодействии, а также в формировании у клиентов компетенций в потреблении. Клиентское обучение является одним из основных инструментов реализации маркетинговой политики компании. В качестве примера программ обучения потребителей можно привести: программу "Повышение финансовой грамотности населения", реализуемую Минфином РФ совместно с Всемирным банком; программу "Финансовая грамота" Российской экономической школы и фонда Citi¹; программу Сбербанка по обучению клиентов пользованию "удаленными каналами"; программу компании Microsoft "Твой курс"².

Представляется, что клиентское обучение не следует исключать из корпоративного, так как для клиентского обучения характерны два важных обстоятельства:

- обучающая программа инициирована и оплачена предпринимательской структурой;
- в результате проведения обучающей программы учащимися осваиваются компетенции, востребованные предпринимательской структурой.

Суммируя сказанное выше, можно сформировать следующее исчерпывающее определение корпоративного обучения: вид услуги по обучению специфичным навыкам, умениям, компетенциям, востребованным предпринимательскими структурами, будущих или настоящих работников, контрагентов и клиентов предпринимательской структуры за ее счет.

Из приведенного выше определения корпоративного обучения ясно, что в эту категорию не входит индивидуальное обучение - иницируемое работником предприятия обучение за свой счет и по своему выбору обучающей программой. В данном случае принадлежность учащегося к штату предпринимательской структуры и даже получение в результате обучения востребованных в компании компетенций не делает индивидуальное обучение корпоративным, но формально оно относится к обучению персонала.

Предпринимательская структура должна вести учет всех имеющихся в собственном распоряжении умений, знаний и компетенций и создавать механизмы реализации и ретрансляции профессиональных и предпринимательских компетенций среди своих работников - механизмы управления знаниями и компетенциями. Поэтому предпринимательская структура не должна игнорировать содержание индивидуального обучения своих работников. Компания по возможности должна стремиться к тому, чтобы согласовывать, систематизировать, гармонизировать индивидуальные потребности работников в обучении и потребности корпорации в недостающих компетенциях.

Рынок корпоративного обучения

Рынком корпоративного обучения следует называть сферу обращения услуг по обучению компетенциям, востребованным предпринимательскими структурами. Помимо предпринимательских структур, участниками рынка корпоративного обучения являются обучающиеся и организации, оказывающие услуги корпоративного обучения.

К корпоративному обучению относятся внешние программы - программы обучения, реализованные у внешних исполнителей (вузы, бизнес-школы, учебные и тренинговые центры), и внутренние программы - обучающие мероприятия, организованные и реализованные силами предпринимательской структуры (ее подразделения).

Важно понимать, что программы внутреннего корпоративного обучения не входят в объем рынка корпоративного обучения, так как в таком случае не происходит сделки-транзакции по заказу и покупке услуги по реализации обучающей программы. Предпринимательская структура не обращается к рынку корпоративного обучения, а удовлетворяет потребности в компетенциях через внутрифирменные механизмы управления компетенциями и распространения знаний.

Теория организации отраслевых рынков предполагает, что на отдельном рынке обращаются специфичные услуги по обучению, настолько однородные по содержанию, что они не могут быть заменены заказчиками услуг. Приложение основной парадигмы теории организации отраслевых рынков к описываемой нами сфере приводит к следующим выводам.

Рынок корпоративного обучения не представляет собой единой сферы обращения однородных услуг обучения. Он складывается не только из услуг бизнес-тренингов, обучающих семи-

наров, деловых игр, но и из услуг бизнес-образования, повышения квалификации и переподготовки. Одни услуги корпоративного обучения заканчиваются освоением определенных профессиональных компетенций без выдачи документов, подтверждающих новые квалификации работников. Оказание других услуг корпоративного обучения приводит к освоению профессиональных квалификаций, подтверждаемых документом государственного образца. Поэтому принято говорить о предельно жесткой сегментации рынка корпоративного обучения.

Программы корпоративного обучения отличаются по тематике и содержанию, длительности и формату проведения занятий, по целям и размерам заказчика, по ценам.

Обучение и образование

Образовательная услуга для бизнеса является более узкой категорией по содержанию и режиму, чем услуга корпоративного обучения.

Согласно ст. 779 Гражданского кодекса РФ, “по договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги”.

Образовательная услуга отличается от услуги по обучению формально и существенно.

Существенное отличие услуги по обучению от образовательной услуги является прямым следствием существенного отличия обучения от образования. Данное отличие заключается в том, что образование, в отличие от обучения, оказывает на обучающегося еще и воспитательное воздействие. Помимо того, что обучающийся чему-то обучается, он еще и формируется (образуется, образовывается) как личность и гражданин. Отсюда вытекает государственная и общественная значимость образовательных отношений, которые не могут иметь сугубо частного характера, в отличие от обучения.

Для более глубоко исследования данного вопроса заметим, что обучение есть такое воздействие на личность, которое приводит к освоению новых знаний, умений, навыков и компетенций, но не трансформирует личность, не изменяет ее мировоззрение и миропонимание, не изменяет профессиональной квалификации работника. При этом образование предполагает и обучение (передачу знаний, умений, навыков), и воспитание (трансформацию личности в необходимый государству и обществу образ). Отсюда вытекает публичный характер отношений образования, в отличие от частного характера отношений обучения.

На практике такое существенное отличие трудно уловимо, так как в соответствии с результатами последних психологических исследований в области межличностных коммуникаций и нейролингвистического программирования любое воздействие на личность (даже с целью обучить) может ее трансформировать, изменить. Поэтому следует выделить формальное отличие обучения от образования и, соответственно, услуги по корпоративному обучению от бизнес-образовательной услуги. Формально от услуги по обучению образовательная услуга отличается процессом реализации в соответствии с заранее разработанной программой, на основании государственного разрешения (лицензией) на ее реализацию.

Так, для реализации услуги по обучению не обязательно иметь лицензию на ведение обучающей деятельности по ряду или одной программе обучения, ибо обучение само по себе не имеет образовательного характера и может являться как одним из составных аспектов образовательного процесса, так и самостоятельной деятельностью по передаче информации, знаний, умений и навыков.

Также отличием образовательной услуги от услуги по обучению является конечный результат услуги. Результатом услуги по обучению будет передача знаний, умений и навыков, компетенций, результатом образовательной услуги – достижение обучающимся образовательного уровня и профессиональной квалификации, установленных государством.

Образовательная услуга отличается от гражданско-правовой услуги по обучению наличием:

- публичного (государственного и общественного) интереса в формировании личности;
- образовательной программы, разработанной в соответствии с нормативами государственного стандарта;
- государственным разрешением (лицензией) образовательной организации на реализацию такой образовательной программы;
- сопровождающей образовательную услугу констатацией достижения обучающимся установленных государством образовательных уровней.

Заключение

Итак, корпоративное обучение следует рассматривать как совокупность отраслевых рынков с неодинаковыми продуктовыми границами. Другими словами, в рамках корпоративного обучения могут быть реализованы настолько специфичные услуги, обладающие разнородными свойствами и характеристиками, что совокупность этих услуг не может быть рассмотрена как единая сфера обращения.

В отношении каждого отдельного сегмента корпоративного обучения нужно говорить об отдельном рынке, со своими собственными объемами, субъектами, конкурентной средой и иными рыночными условиями и характеристиками.

К корпоративному обучению также относятся образовательные услуги, формально обращающиеся на рынках дополнительного образования, бизнес-образования и других отраслевых сервисных рынках.

Предельная сегментация рынков корпоративного обучения сужает объемы каждого из рынков и сокращает количество подходящих предпринимательской структуре провайдеров, снижает интенсивность конкурентной борьбы между ними.

Предпринимательская структура может принять решение о реализации обучающей программы собственными силами. Данная тенденция наблюдается в кризисный и посткризисный периоды экономического хозяйствования. Это приводит к еще большему сокращению емкости рынков корпоративного обучения, при том, что объе-

мы реализованных программ корпоративного обучения могут и не снижаться, поскольку внутрифирменное обучение учитывается как корпоративное, но не включается в объемы рынка.

Следует учитывать, что рынки корпоративного обучения смежаются с иными сервисными отраслевыми рынками, на которых провайдеры корпоративного обучения формируют следующие предложения:

- консультационные услуги по вопросам организации обучения персонала, выбора провайдера и программ обучения;

- разработка под заказ, продажа или предоставление в аренду готового учебного контента, программного обеспечения корпоративного обучения, учебных пособий и методических материалов;

- продажа или предоставление в аренду оборудования, обучающих материалов, помещений.

¹ Официальный сайт “Финансовая грамота”. URL: <http://fgramota.org>.

² Учебный портал “Твой курс”. URL: <http://tk-edu.ru/index.html>.

Поступила в редакцию 05.08.2011 г.