

Чтобы кадры АПК действительно могли решить все и в полном объеме стоящие перед ними новые задачи, работа с ними должна быть поставлена на научную основу.

Создание качественной базы надежного социологического обеспечения процесса подготовки, переподготовки, повышения квалификации, формирования резерва кадров АПК и работы с ним, как нам представляется, должно стать центральным звеном в работе по практической реализации данной задачи.

Материально-финансовые затраты на это обеспечение начнут окупаться практически уже на первых этапах работы, а при достаточном развитии системы мониторинга эта самоокупаемость обернется прямой и весомой прибылью. В этом мы абсолютно убеждены. Как показывает практика, социологическая наука, при ее надлежащем действовании, дает значительный эффект и на равных конкурирует с естественными, техническими, экономическими и другими науками.

Чем быстрее в отрасли будет организован социологический мониторинг сложной, многоаспектной и трудоемкой работы с кадрами, тем более весомым будет ее конечный результат.

Причем, польза здесь будет обоюдная. С одной стороны, социологическая наука будет способствовать ускорению развития АПК, росту имиджа отрасли и привлекательности работы в ней.

С другой стороны, доказав свою высокую полезность на этом приоритетном направлении, социологическая наука сможет повысить также и свой престиж в обществе, востребованность в других сферах, получит новый мощный импульс своему развитию.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ

Ананченкова П.И.

Академия труда и социальных отношений, г.Москва, Россия

Вопросы эффективного развития российских организаций и их персонала являются одними из актуальнейших научных задач и диктуют изменения требований к подготовке высококвалифицированных и конкурентоспособных сотрудников. Поэтому в последние годы в России расширяются действия в области профессионального развития человеческих ресурсов не только на всех уровнях системы профессионального образования, но и в рамках частных инициатив отдельных коммерческих компаний, которые активно внедряют и развивают программы внутрикорпоративного обучения своих сотрудников. Однако, наибольшей популярностью и востребованностью у работодателей и у работников пользуются различные краткосрочные программы, относящиеся к системе дополнительного профессионального образования (ДПО).

Российский рынок дополнительных профессиональных образовательных услуг начал свое формирование в 90-х годах прошлого столетия, когда появились не только первые негосударственные учебные заведения, предлагавшие свои образовательные услуги на коммерческой основе, но и начали функционировать разнообразные тренинг-центры, учебные ассоциации, бизнес-школы и т.д. Рынок дополнительного профессионального образования (ДПО) по-прежнему находится в процессе своего становления и развития.

Система ДПО функционирует на основе Конституции Российской Федерации и Закона Российской Федерации «Об образовании» и занимает определенное место в

системе профессиональной подготовки и переподготовки квалифицированных кадров. В соответствии с действующим законодательством, образовательные учреждения повышения квалификации реализуют различные виды ДПО: 1) повышение квалификации; 2) стажировка; 3) профессиональная переподготовка; 3) краткосрочные бизнес-тренинги; 4) бизнес-образование и пр.

История дополнительного профессионального образования в России берет свое начало в первой половине 20-го века. До конца 90-х годов ДПО развивалось в основном в рамках межотраслевых институтов повышения квалификации специалистов народного хозяйства. В 1994-95 гг. началось активное развитие дополнительного образования в учреждениях СПО, ДПО и ВПО. Сегодня по всей стране действует более 1000 подразделений дополнительного профессионального образования, которые ежегодно обучают (повышение квалификации, профессиональная переподготовка) свыше 400 000 специалистов. Ключевая роль в развитии дополнительного профессионального образования (ДПО) сегодня принадлежит ведущим высшим учебным заведениям, на базе которых созданы внутривузовские системы ДПО. По состоянию на ноябрь 2009 года российским лидерам в ДПО являются РУДН (700 программ, свыше 25 000 слушателей).

Существенное место в системе дополнительного профессионального образования занимают услуги бизнес-обучения. Сфера деловых образовательных услуг, направленная на удовлетворение корпоративных потребностей в обучении и развитии персонала, является эффективным рычагом управления изменениями и создает предпосылки для экономического роста. Сегодня рынок деловых образовательных услуг является одним из наиболее динамично развивающихся в России. В 2008 году функционировало порядка 100 бизнес-школ, в том числе более 50% – в Москве и около 10% – в Санкт-Петербурге. Объем рынка бизнес-тренингов составил порядка 1,2 млрд. долларов.

С каждым годом увеличивается число корпоративных университетов, бизнес-школ, тренинговых компаний. Потенциал российского рынка деловых услуг бизнес-образования значителен и имеет большие перспективы развития.

Услуги бизнес образования в системе ДПО – знания, навыки и умения, предоставляемые в процессе обучения, направленные на непрерывное образование сотрудников компаний (прикладной аспект) с учетом корпоративных потребностей и на развитие частного предпринимательства, включая обучение в корпоративных университетах (КУ), бизнес-школах, тренинговых компаниях, т.е. оказание образовательных услуг под корпоративный заказ и под заказ частных лиц. Частное лицо выступает в качестве потребителя деловых образовательных услуг в целях получения дополнительных знаний, умений и навыков, чтобы продвинуться по карьерной лестнице (вертикальный рост), стать квалифицированным специалистом (горизонтальный рост), открыть свой бизнес и заняться предпринимательской деятельностью.

Основная задача системы услуг ДПО – сократить (ликвидировать) отрыв имеющихся у сотрудников компании компетенций от необходимых для выполнения поставленных перед ними задач и работ в рамках функций, определенных конкретной должностью. Она логически очерчивает совокупность категорий сотрудников, являющихся наиболее активными потребителями деловых образовательных услуг. Первая группа – кадровый резерв (в частности сотрудники с высоким личностно-квалификационным потенциалом); молодые специалисты (имеющие стаж работы до трех лет); новички (период испытательного срока); наставники, внутренние тренеры и преподаватели, т.е. все категории персонала, которые в обязательном порядке должны иметь индивидуальные планы развития. Вторая группа – категории сотрудников, полураспад компетенций которых составляет 2–3 года; руководители; сотрудники «контактной зоны» (менеджеры и консультанты по продажам, секретари и т.д.) и другие категории

персонала, которые работают в динамичной, инновационной среде, требующей постоянного обучения (рабочие и технический персонал, служащие сферы финансовых услуг и информационных технологий); сотрудники финансовых и правовых подразделений (в связи с быстрым обновлением нормативно-правовой базы).

В 2008 году в России функционировало более 100 бизнес-школ, в том числе в Москве – более 50 (по сравнению с Санкт-Петербургом, более чем на 30 школ бизнеса больше). Особенностью спроса на программы MBA является недоверие к российскому диплому со стороны работодателей. В Москве высокая стоимость обучения в бизнес-школах (от 6 000 \$ до 25 000 \$ – по программам MBA, 100 000 \$ – в школе управления «СКОЛКОВО», от 30 000 \$ до 35 000 \$ – по программам DBA). Московский рынок образовательных услуг бизнес-обучения имеет свои отличительные особенности, которые содействуют его более быстрому развитию по сравнению с другими регионами: сильно развито сотрудничество с органами государственной власти, с бизнес-структурами и международное партнерство; бизнес-школы имеют наибольшее количество зарубежных аккредитаций (более высокое качество обучения); самая высокая стоимость обучения (стоимость одного тренинг-дня в 2008 году составила от 140 000 до 175 000 рублей для топ-менеджеров, от 50 000 до 80 000 рублей для линейных руководителей, от 30 000 до 65 000 рублей для специалистов); наиболее высокий уровень конкуренции, который приводит к более быстрому эволюционированию данной сферы; первыми вышли на региональные рынки, законодатели в области вывода на рынок новых тренинговых программ. В среднем 63% сотрудников компаний проходят хотя бы одно обучающее мероприятие в год; бюджет на обучение одного сотрудника в 2008 году составил от 1,0 до 2,3 % от фонда оплаты труда. Способствовать его развитию будут и государственные, в том числе антикризисные меры по регулированию этой сферы.

Наиболее активными организациями сферы деловых образовательных услуг являются: бизнес-школы (программы mini-MBA, BBA, MBA, EMBA, DBA); корпоративные системы обучения (КСО) – корпоративные университеты (КУ) и учебные центры (программы первого и второго высшего образования, магистерские программы, курсы повышения квалификации, тренинги, программы профессиональной переподготовки, внутренние и внешние стажировки); тренинговые компании (краткосрочные семинары, мастер-классы, тренинги); высшие учебные заведения (программы второго высшего образования, профессиональной переподготовки, магистерские программы, курсы повышения квалификации).

По сравнению с бизнес-школами и корпоративными университетами, тренинговые компании являются самыми мобильными, так как в большинстве случаев обучение по тренинговым программам занимает в среднем два-три дня. Тренинговая компания регистрируется как самостоятельное юридическое лицо. Один день работы с группой 10–15 человек с корпоративным заказчиком обходится клиенту в среднем от 1 200 до 2 500\$ (дороговизна тренинговых программ породила появление свободных тренеров (фрилансеров), что затрудняет определение реального объема рынка тренинговых услуг).

Рынок тренинговых услуг достаточно стабилен и востребован. Многие российские компании имеют штатных «тренеров», которые осуществляют тренинговую деятельность (месячная заработная плата штатного «тренера» колеблется от 1 000 до 5 000 долларов, один день работы внешнего «тренера» с группой 10–15 человек обходится компании, как уже было сказано, от 1 200 до 2 500 долларов).

Прогнозируется дальнейшая дифференциация тренинговых компаний по отраслевой и тематической специализации, а также дифференциация учебных программ по уровням сложности.

В настоящее время наиболее активными потребителями услуг дополнительного профессионального образования являются: сфера финансовых услуг (банки, страхо-

вые компании); телекоммуникационные и ИТ компании; розничные сети; компании по производству и продаже продуктов питания. В ближайшие годы наиболее востребованными будут программы по обучению следующих категорий сотрудников компаний: кадрового резерва; молодых специалистов (имеющих стаж работы до трех лет); новичков (период испытательного срока); наставников, внутренних тренеров и преподавателей, которые занимают в среднем 20–30 % от общей среднесписочной численности персонала.

Следует отметить, что система ДПО, в отличие от базового образования в учебных заведениях начального, среднего и высшего профессионального образования, быстро и адекватно реагирует на изменения рынка труда, одновременно решая задачи, связанные с его исследованием и прогнозированием в количественном и в качественном отношении, — выходя, таким образом, за рамки чисто образовательной деятельности. В отличие от базового профессионального образования программы повышения квалификации краткосрочны, не имеют и не могут иметь стандартов, поскольку ориентированы на конкретного заказчика и мобильно реагируют на требования рынка. Исключение составляют программы профессиональной переподготовки (например, MBA), возможность реализации которых должна быть подтверждена лицензией, аккредитацией и соответствием Государственному стандарту.

Согласно имеющейся статистике в России ежегодно около 1,5 млн. чел. проходят обучение по программам дополнительного профессионального образования, т.е. около 2% от экономически активного населения 76,2 млн. чел. (на 01.11.2008).

К числу особенностей деятельности организаций сферы ДПО можно отнести: необходимость осуществления обратной связи с потребителями услуг на протяжении всей деятельности организации (в целях развития организации сферы деловых образовательных услуг и в целях внешнего PR (паблик рилейшенз); высокую стоимость бизнес-образовательных услуг (отдельных, наиболее популярных и престижных программ) для корпоративных клиентов; длительное время окупаемости инвестиций в организации этой сферы (в создание основных фондов учебного центра); высокий уровень мотивации обучающихся на получение знаний, умений и навыков; продвижение услуг в условиях свободной конкуренции (процедура конкурсных тендеров корпоративными заказчиками).

Литература

- 1 Анисимов П. Ф. Финансирование профессионального образования за рубежом. М.: Мастерство, 2006.
- 2 Гришакова Н.А. Исследования персонала: зачем, как и почему. // Управление человеческим потенциалом. - № 4/2009.
- 3 Казаков М.В. Структура и функции управления персоналом в зависимости от размера и сферы деятельности компании. // Управление человеческим потенциалом. - N2, 2009.
- 4 Колесникова К. Как создать эффективную систему корпоративного обучения? // Управление персоналом. - N17, 2008.
- 5 Кольчугина М. Бизнес-образование в России// Мировая экономика и международные отношения. - N2, 2008.
- 6 Морозов И. Современные модели управления процессами дистанционного обучения// Эл. ист.: <http://www.elw.ru/magazine/23/208/>
- 7 Шабанова М.А. Ресурс бизнес-образования в современной институциональной среде// Общество и экономика. - N4, 2009.