

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 4(57). С. 13–19.
Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2022;4(57):13–19.

Научная статья
УДК 378.046.4
doi: 10.47598/2078-9025-2022-4-57-13-19

РЫНОК КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ, СТАТИСТИКА, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Полина Игоревна Ананченкова

Академия труда и социальных отношений, Москва, Россия, ananchenkova@yandex.ru,
<http://orcid.org/0000-0003-1791-1292>

Аннотация. Корпоративное обучение как форма развития профессионализма сотрудников и воспроизводства необходимых компетенций персонала имеет давние традиции, методологию и набор технологических образовательных приемов, обеспечивающих высокую эффективность внутрифирменных программ обучения. При этом рынок корпоративного обучения, включающий в себя совокупность программ, провайдеров, образовательных и консалтинговых структур и пр. имеет устойчивые тенденции развития, которые вне зависимости от факторов внешней среды, демонстрируют устойчивость востребованности. Согласно отчету, опубликованному Allied Market Research под названием «Рынок корпоративного обучения», объем общемирового рынка корпоративного обучения в 2019 году оценивался в 332,9 млрд долларов США и, по оценкам, достигнет 487,3 млрд долларов к 2030 году, увеличившись в среднем на 8% с 2021 по 2030 год. Оборот российского рынка корпоративного обучения оценивается более чем в 73 млрд руб. В соответствии с тенденциями рынка корпоративного обучения ожидается, что в течение прогнозируемого периода на данном рынке виртуальный сегмент будет демонстрировать значительный рост благодаря преимуществам, связанным с методом виртуального обучения, который включает в себя снижение стоимости обучения за счет снижения расходов на проезд и проживание обучающихся, обеспечением гибкости графика обучения, повышением мотивации слушателей и пр.

Ключевые слова: обучение, кадровая политика, работники, обучение на рабочем месте, корпоративное образование

Для цитирования: Ананченкова П. И. Рынок корпоративного обучения: тенденции, статистика, перспективы развития // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 4(57). С. 13–19. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-4-57-13-19>.

Research article

CORPORATE TRAINING MARKET: TRENDS, STATISTICS, DEVELOPMENT PROSPECTS

Polina I. Ananchenkova

Academy of Labor and Social Relations, Moscow, Russia, ananchenkova@yandex.ru,
<http://orcid.org/0000-0003-1791-1292>

Abstract. Corporate training as a form of developing the professionalism of employees and reproducing the necessary competencies of personnel has a long tradition, methodology and a set of technological educational techniques that ensure high efficiency of in-house training programs. At the same time, the corporate training market, which includes a set of programs, providers, educational and consulting structures, etc., has stable development trends that, regardless of environmental factors, demonstrate the sustainability of demand. According to a report published by Allied Market Research titled "Corporate Training Market", the volume of the global corporate training market in 2019 was estimated at 332.9 billion US dollars and is estimated

to reach 487.3 billion dollars by 2030, increasing by an average of 8% from 2021 to 2030. The turnover of the Russian corporate training market is estimated at more than 73 billion rubles. In accordance with the trends of the corporate training market, it is expected that during the forecast period in this market, the virtual segment will demonstrate significant growth due to the advantages associated with the virtual training method, which includes reducing the cost of training by reducing the cost of travel and accommodation for students, ensuring the flexibility of the training schedule, increasing the motivation of students, etc.

Keywords: training, personnel policy, employees, on-the-job training, corporate education

For citation: Ananchenkova P. I. Corporate training market: trends, statistics, development prospects. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2022;4(57):13–19. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2022-4-57-13-19>.

Любое малое или крупное предприятие, корпорация, холдинг, или бизнес, целью которого является выживание и процветание в условиях современной конкурентной экономики, считает необходимым инвестировать в непрерывное обучение и развитие своих сотрудников для повышения их квалификации, эффективности на производстве, а также для получения максимальной отдачи от инвестиций в человеческий капитал.

Корпоративное обучение как форма развития профессионализма сотрудников и воспроизводства необходимых компетенций персонала имеет давние традиции, методологию и набор технологических образовательных приемов, обеспечивающих высокую эффективность внутрифирменных программ обучения. При этом рынок корпоративного обучения, включающий в себя совокупность программ, провайдеров, образовательных и консалтинговых структур и пр. имеет устойчивые тенденции развития, которые вне зависимости от факторов внешней среды демонстрируют устойчивость востребованности.

По данным опроса сервиса Head Hunter, 73% респондентов считают, что в компании обязательно должна быть система корпоративного обучения, при этом в 56% фирм, где работают опрошенные, такие проекты уже запущены [1]. Основные выгоды, которые могут извлечь компании из организованных программ корпоративного обучения и развития персонала, сводятся к повышению рентабельности бизнеса, снижению текучки кадров, экономии ресурсов и фокусу на нуждах компании, что делает такую форму развития персонала востребованной практически во всех отраслях и сферах народного хозяйства.

Корпоративное обучение, которое также известно как обучение на рабочем месте, —

это метод повышения квалификации, производительности труда и эффективности сотрудника. Корпоративное обучение предлагает разнообразные и эффективные методы обучения, помогающие развить компетенции сотрудников, включая коммуникационные навыки, навыки ведения переговоров, технические и другие. Существует множество онлайн- и офлайн-учебных центров, которые обеспечивают необходимое обучение сотрудников под заказ компаний.

Согласно отчету, опубликованному Allied Market Research под названием «Рынок корпоративного обучения», объем общемирового рынка корпоративного обучения в 2019 году оценивался в 332,9 млрд долларов США и, по оценкам, достигнет 487,3 млрд долларов к 2030 году, увеличившись в среднем на 8% с 2021 по 2030 год [1].

Последствия пандемии COVID-19 наблюдаются во всех секторах всех отраслей. Экономический ландшафт динамично изменился из-за кризиса, а также наблюдалось изменение требований и тенденций. Вспышка коронавируса негативно сказалась на рынке корпоративного обучения. Из-за последствий пандемии COVID-19 в 2020 году мировой рынок корпоративного обучения сократился на 40%, однако уже в 2021 году восстановился и вырос на 22% [2].

Рынок корпоративного обучения фрагментирован, и поставщики внедряют стратегии органического и неорганического роста, чтобы конкурировать на рынке. Растущий мировой рынок корпоративного обучения предлагает множество возможностей для получения дохода. Региональные и международные игроки представляют рынок в равной степени. На рынке зафиксирован выход многих новых игроков, вносящих значительный вклад в получение доходов,

учитывая потенциал рынка. Известные игроки вкладывают значительные средства в развитие и укрепление своих предложений по обучению, чтобы обеспечить более высокое удержание сотрудников и повысить узнаваемость бренда. Сотрудничество с начинающими стартапами позволяет признанным игрокам использовать преимущества предлагаемых ими продуктов и расширять ассортимент своей продукции. Быстрое проникновение мобильных устройств и повышение цифровой грамотности среди сотрудников побудили участников рынка внедрять онлайн- или веб-учебные модули, чтобы вовлечь учащихся в процесс обучения. Поставщики маркетинговых услуг также расширяют партнерские отношения с поставщиками облачных услуг.

Глобальный сегмент рынка корпоративного обучения классифицируется на основе метода

обучения, программы обучения, отрасли и региона. По методу обучения рынок корпоративного обучения подразделяется на виртуальный и очный. По программе обучения он делится на техническое обучение, обучение мягким навыкам, обучение качеству, обучение соблюдению требований и другие программы обучения.

В целом рынок корпоративного обучения может быть классифицирован (сегментирован) по разным основаниям (рис. 1).

Что касается методов обучения, то наибольшая доля рынка корпоративного обучения в 2019 году пришлась на сегмент очного обучения, который, по прогнозам аналитиков, в период до 2030 года покажет рост в среднем на 13,9%.

По программам обучения сегмент технического профиля занимал наибольшую долю



Рисунок 1 — Сегментация рынка корпоративного обучения
(Источник: составлено автором на основе [3])

Figure 1 — Segmentation of the corporate training market
(Source: compiled by the author based on [3])

рынка в 2019 году и к 2030 году увеличится в среднем на 6,9%.

В разрезе отраслей наибольшая доля рынка в 2019 году пришлась на фармацевтический и медицинский сегменты, прогнозирующие рост на 6,6% с 2021 по 2030 год.

По регионам мира максимальную долю на рынке корпоративного обучения в 2019 году заняла Северная Америка и, как ожидается, эта доля вырастет на 7,0%.

Рост требований к обучению на рабочих местах по всему миру и рост концепции микрообучения ускоряют рост рынка корпоративного обучения. Более того, растущее использование геймификации для обучения сотрудников еще больше стимулирует рост рынка. Однако ожидается, что бюджетные проблемы корпоративного сектора будут препятствовать росту рынка. Тем не менее ожидается, что появление экономически эффективных учебных модулей электронного обучения и появление Интернета вещей (IoT), а также носимых устройств откроют огромные возможности для роста рынка с точки зрения продаж в стоимостном выражении в течение прогнозируемого периода.

Появление экономически эффективных учебных модулей электронного обучения стимулирует рост рынка. Поставщики внедряют технологии, решения, системы и курсы по доступным ценам. Переход от традиционного обучения к электронному помогает организациям экономить рабочее время сотрудников. Растущая популярность онлайн-обучения помогает сотрудникам переквалифицироваться. Все эти факторы способствуют росту рынка.

Долгосрочный исследовательский проект, проведенный по заказу Мидлсекского университета для обучения на рабочем месте, показал, что из выборки 4300 работников 74% считают, что они не полностью раскрывают свой потенциал на работе из-за отсутствия возможностей для развития [4]. Указанные данные свидетельствуют о том, что корпоративное обучение как институционализованная практика кадровой политики позволяет обеспечить лояльность персонала, его развитие, что в конечном счете положительно сказывается на качестве работы сотрудников, их эффективности.

То же исследование показало, что 56% менеджеров по персоналу считают обучение и раз-

витие важными факторами, способствующими развитию бизнеса. Но при этом они делают недостаточно для расширения возможностей обучения сотрудников. Статистика показывает, что примерно 1 из 3 человек покидает свою организацию в течение первого года, добровольно или вынужденно. Невероятные 22% текучести кадров происходят в течение первых 6 недель приема на работу [5]. По мнению американского аналитика Д. Брионс, «4% новых сотрудников уходят с работы после неудачного первого дня; большинство решает, чувствуют ли они себя „как дома“ в первые три недели на новой работе; и 22% текучести кадров происходит в течение первых 45 дней работы» [6].

С точки зрения эффективной кадровой политики эти цифры означают, что новый сотрудник нуждается в соответствующей программе адаптации на рабочем месте, включающей помимо всего остального еще и обучающие мероприятия, обеспечивающие включение работника в особенности производственных процессов, технологий, корпоративной культуры и правил и пр.

Сотрудники ценят возможности обучения так же, если не больше, чем их работодатели. Современный профессионал знает, что залог успешной карьеры — постоянное обучение и рост, однако компании часто не в состоянии предоставить своим сотрудникам надлежащие инструменты для развития.

Приведенные ниже статистические данные демонстрируют важность надлежащей профессиональной подготовки для современной рабочей силы [7]:

- почти 59% сотрудников утверждают, что у них не было обучения на рабочем месте и большинство их навыков были приобретены самостоятельно;

- 74% работников готовы освоить новые навыки или пройти переподготовку, чтобы сохранить возможность трудоустройства;

- 87% миллениалов считают, что обучение и развитие на рабочем месте важны;

- 76% миллениалов считают, что возможности профессионального развития являются одним из наиболее важных аспектов корпоративной культуры;

- 76% сотрудников говорят, что компания была бы более привлекательной, если бы

предлагала своим сотрудникам дополнительное обучение навыкам;

– 59% сотрудников в определенной степени инвестируют в собственное повышение квалификации.

Сотрудники ценят возможности обучения и развития, поэтому неудивительно, что работники с большей вероятностью останутся в компаниях, которые инвестируют в их непрерывное образование. Организации с успешными программами обучения, как правило, отмечают значительное увеличение удержания сотрудников. Текучесть кадров обходится дорого, и большинство компаний не могут позволить себе терять своих самых результативных сотрудников. Организации с плохими процессами адаптации в два раза чаще сталкиваются с текучестью кадров. Аналитические данные подтверждают это [7]:

– 70% сотрудников с некоторой вероятностью оставят свою нынешнюю работу, чтобы работать в организации, известной своими инвестициями в развитие и обучение сотрудников;

– 86% миллениалов удержались бы от ухода со своей нынешней должности, если бы их работодатель предлагал им обучение и повышение квалификации;

– показатели удержания повышаются на 30–50% в компаниях с сильной культурой обучения.

По данным Harvard Business Review, хотя организации тратят более 350 млрд долларов во всем мире на обучение, они тратят свои деньги неэффективно. Аналитика свидетельствует, что 70% сотрудников нуждаются в овладении отдельными навыками, которые необходимы им для эффективного исполнения профессиональных обязанностей, 12% сотрудников сразу же после окончания обучения применяют новые навыки, а 25% сотрудников, окончивших программы корпоративного обучения, отмечают повышение собственной производительности. Учитывая приведенную статистику, можно сделать вывод, что общие потери бизнеса от неэффективного обучения обходятся в весьма внушительную сумму. По данным аналитиков, это примерно 13,5 млн долларов в год на 1000 сотрудников [8].

Консалтинговая компания TalentCode обогрывает российский рынок корпоративного обуче-

ния оценивает более чем в 73 млрд руб. [8], при этом наиболее распространены программы корпоративного обучения в банковской сфере, ретейле, а также в производственных компаниях. По оценкам аналитиков компаний, расходы на внутрифирменное обучение сотрудников составляют примерно 50% всего образовательного бюджета, а средняя «стоимость» повышения квалификации каждого обученного составляет около 50 тыс. руб. в год.

Согласно данным отчета «Исследование индустрии корпоративного обучения», проведенного и представленного в 2020 году ООО «Теории от практиков» (270 респондентов из 237 компаний участников исследования, методы исследования — полуформализованное интервью, формализованное анкетирование):

1. Самая острая проблема для каждой второй компании — низкое кросс-функциональное сотрудничество.

2. Острого дефицита в кадрах не ощущают те компании, которые:

- развивают текущую команду;
- сами «воспитывают» недостающих специалистов.

3. Существует «размытость» запроса на рекрутинг: «нужны таланты», «умеют анализировать», «с хорошими компетенциями».

4. Есть запрос на точечную экспертизу по узким направлениям + специалисты, необходимость в которых актуализируется в связи с новыми, масштабными задачами, стоящими перед компаниями.

5. Общая тенденция — это потребность в специалистах, которые могли бы быстро приспосабливаться к постоянным изменениям и управлять этими изменениями.

В целом, как показало исследование, большая часть респондентов (хотя и менее половины от всех участников исследования), отмечают, что рынок корпоративного обучения развивается. При этом 10% считают, что он стабилен уже много лет (рис. 2).

Из представленных данных видно, что среди респондентов доминирует оптимистичное отношение к будущему индустрии, при этом оценка текущего качества оставляет желать лучшего: 19% обозначили рынок корпоративного обучения как не сформированный, а 9% респондентов назвали стагнирующим.



Рисунок 2 — Распределение ответов на вопрос «Охарактеризуйте, пожалуйста, рынок корпоративного обучения в России» (Источник: составлено автором по данным [9])

Figure 2 — Distribution of answers to the question “Characterize, please, the corporate training market in Russia” (Source: compiled by the author according to [9])

И тем не менее, как отмечается в публикации РБК, «работодатели продолжают обучать персонал, так как понимают, что сегодня это больше, чем просто опция соцпакета. При этом каждый третий российский наемный сотрудник оценивает эффективность корпоративного образования на тройку по пятибалльной системе, говорится в исследовании, проведенном рекрутинговой компаний Hays совместно со Skyeng, Geekbrains, «Нетологией» и MyMentoring в мае-июле 2020 года» [8]. Популярность дополнительного образования выше: 43 % профессионалов по собственному желанию (и часто — за личный счет) обучаются на различных курсах. Больше половины обучающихся считают, что это сделает их более конкурентоспособными на рынке труда.

В соответствии с тенденциями рынка корпоративного обучения ожидается, что в течение прогнозируемого периода на данном рынке виртуальный сегмент будет демонстрировать значительный рост благодаря преимуществам, связанным с методом виртуального обучения, который включает в себя снижение стоимости обучения за счет снижения расходов на проезд и проживание обучающихся, обеспечение гибкости графика обучения, повышения мотивации слушателей и пр.

Ожидается, что в сегменте soft skill в течение прогнозируемого периода также будет наблюдаться значительный рост. Это объясняется тем фактом, что работодатели, как правило, отдают предпочтение сотрудникам с soft skills, поскольку эти навыки можно перенести на любую должность и помочь в создании совместной, продуктивной и здоровой рабочей среды, а также важнейших атрибутов для организаций. Это делает его популярным среди корпораций, что, в свою очередь, способствует росту рынка корпоративного обучения.

В разбивке по отраслям ожидается, что сегмент FMCG / розничной торговли будет самым быстрорастущим сегментом с точки зрения продаж в стоимостном выражении в течение прогнозируемого периода рынка корпоративного обучения из-за увеличения корпоративных инвестиций в персонал и обучение сотрудников в секторе розничной торговли для улучшения продаж и достижения удовлетворенности клиентов. Обучение мягким навыкам является неотъемлемой частью обучения как ITES, так и BPO. Индустрия BPO нуждается в большом количестве квалифицированных и обученных сотрудников, чтобы она могла предоставлять качественные услуги, поскольку она

дает им навыки для решения проблем клиентов или, по крайней мере, обучает искусству решения проблем. Таким образом, рост попу-

лярности обучения в этом секторе, в свою очередь, стимулирует рост рынка корпоративного обучения.

Список источников

1. Корпоративное обучение в 2022–2023 годах // 360 Медиа : сайт. URL: <https://360-media.ru/blog/online-shkoly/korporativnoe-obuchenie-v-2022-2023-godah/>
2. Corporate training market. Industry analysis report // Technavio : сайт. URL: <https://www.technavio.com/report/corporate-training-market-industry-analysis>
3. Стрельников А. В. Формы корпоративного обучения как элемента непрерывного обучения персонала // Сервис в России и за рубежом. 2011. № 2 (21). С. 104–110.
4. Professional practice and work based learning courses // Middlesex University London. URL: <https://www.mdx.ac.uk/courses/professional-practice-and-work-based-learning>
5. Build a successful culture in a world of remote working // The learningwave. URL: <https://thelearningwave.com/our-approach#proven-impact>
6. Briones D. The strategic value of onboarding // Sequoia : сайт. URL: <https://articles.sequoiacap.com/the-strategic-value-of-onboarding>
7. Axonify Finds No Improvement in Corporate Training in Second Annual State of Workplace Training Study // Axonify : сайт. URL: <https://axonify.com/en-uk/news/axonify-finds-no-improvement-corporate-training-second-annual-state-workplace-training-study/>
8. Glaveski S. Where Companies Go Wrong with Learning and Development // Harvard Business Review : сайт. URL: <https://hbr.org/2019/10/where-companies-go-wrong-with-learning-and-development>

References

1. Corporate training in 2022–2023. 360 Media: site. (In Russ.). Available from: <https://360-media.ru/blog/online-shkoly/korporativnoe-obuchenie-v-2022-2023-godah/>
2. Corporate training market. Industry analysis report. Technavio: site. Available from: <https://www.technavio.com/report/corporate-training-market-industry-analysis>
3. Strelnikov A. V. Forms of corporate training as an element of continuous staff training. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and abroad*. 2011;2(21):104–110. (In Russ.).
4. Professional practice and work based learning courses. Technavio: site. Available from: <https://www.mdx.ac.uk/courses/professional-practice-and-work-based-learning>
5. Build a successful culture in a world of remote working. The learningwave. Available from: <https://thelearningwave.com/our-approach#proven-impact>
6. Briones D. The strategic value of onboarding. Sequoia : site. Available from: <https://articles.sequoiacap.com/the-strategic-value-of-onboarding>
7. Axonify Finds No Improvement in Corporate Training in Second Annual State of Workplace Training Study. Axonify: site. Available from: <https://axonify.com/en-uk/news/axonify-finds-no-improvement-corporate-training-second-annual-state-workplace-training-study/>
8. Glaveski S. Where Companies Go Wrong with Learning and Development. Harvard Business Review: site. Available from: <https://hbr.org/2019/10/where-companies-go-wrong-with-learning-and-development>

Информация об авторе

П. И. Ананченкова — кандидат экономических наук, кандидат социологических наук, доцент.

Information about the author

P. I. Ananchenkova — Candidate of Science (Economics), Candidate of Science (Sociological), Associate Professor.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 22.08.2022; одобрена после рецензирования 29.09.2022; принята к публикации 10.10.2022.

The article was submitted 22.08.2022; approved after reviewing 29.09.2022; accepted for publication 10.10.2022.