

МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Информационно-аналитические материалы по результатам социологических обследований

Выпуск № 2 (28) • 2016

Мониторинг экономики образования реализован Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» при поддержке Минобрнауки России в рамках Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 гг.

МАСШТАБЫ И МЕХАНИЗМЫ ОБУЧЕНИЯ РАБОТНИКОВ КОМПАНИЯМИ

Распространенность в компаниях мероприятий по обучению персонала

В выпуске представлены результаты опроса руководителей компаний шести секторов экономики. Опрос проведен Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» совместно с Аналитическим центром Юрия Левады в рамках Мониторинга экономики образования (МЭО) в 2015 г.¹ В ходе опроса изучалась информация об обучении работников, организованном в 2014 г.

Согласно опросу 2015 г., 63% компаний в 2014 г. проводили обучение² своих работников, что на 7 процентных пунктов превышает результат предыдущего опроса. Таким образом, наблюдавшееся в 2013 г. сокращение масштабов обучения было частично восстановлено. При этом в 2015 г. большинство (61%) компаний не планировали пересматривать свои планы в этом отношении. Не более 15% респондентов сообщили, что вынуждены будут сократить запланированное обучение.

В 2014 г. в крупном, среднем и малом бизнесе выросло число компаний, занимавшихся обучением своих работников (табл. 1). Но если в крупном бизнесе масштабы обучения были практически восстановлены, то в среднем и малом отмечается отставание от результатов опроса 2013 г. Если среди компаний численностью до 25 чел. в России организовывало обучение своих сотрудников почти каждое пятое предприятие, то в Великобритании – примерно четыре из пяти предприятий³.

Масштабы обучения докризисного 2013 г. не были восстановлены ни в одной из рассматриваемых отраслей, при этом наиболее благополучной выглядит ситуация в промышленности и на транспорте. Организации, оказывающие деловые услуги, и торговые

Табл. 1. Распространенность обучения персонала (доля компаний, в которых ответили утвердительно на вопрос «Организовывало ли предприятие в каких-либо формах обучение своих работников в прошлом году?», в общем числе опрошенных компаний, проценты)

	Россия		Великобритания	
	Опрос 2013	Опрос 2015	Опрос 2013	Опрос 2015
В среднем	72	63	82	81
<i>По численности работников</i>				
5–24 чел.	26	21	77	78
25–99 чел.	55	52	92	93
100–249 чел.	69	58	95	96
250 чел. и более	87	85	97	97
<i>По отраслям</i>				
Промышленность	78	74	73	82
Строительство	67	64	69	75
Торговля	53	49	75	79
Транспорт и связь	74	65	78	83
В том числе связь	74	63	–	–
Бизнес-услуги (деловые услуги)	51	52	83	86
<i>По уровню сбалансированности квалификационной структуры персонала</i>				
Компании, сталкивающиеся с дефицитом навыков работников	76	67	85	84
Компании, где нет дефицита навыков работников	69	61	62	63

¹ В опросе принимали участие 1019 респондентов – руководителей компаний промышленности, связи, строительства, транспорта, торговли и сферы деловых услуг.

² Обучение включало профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации, стажировки работников и др.

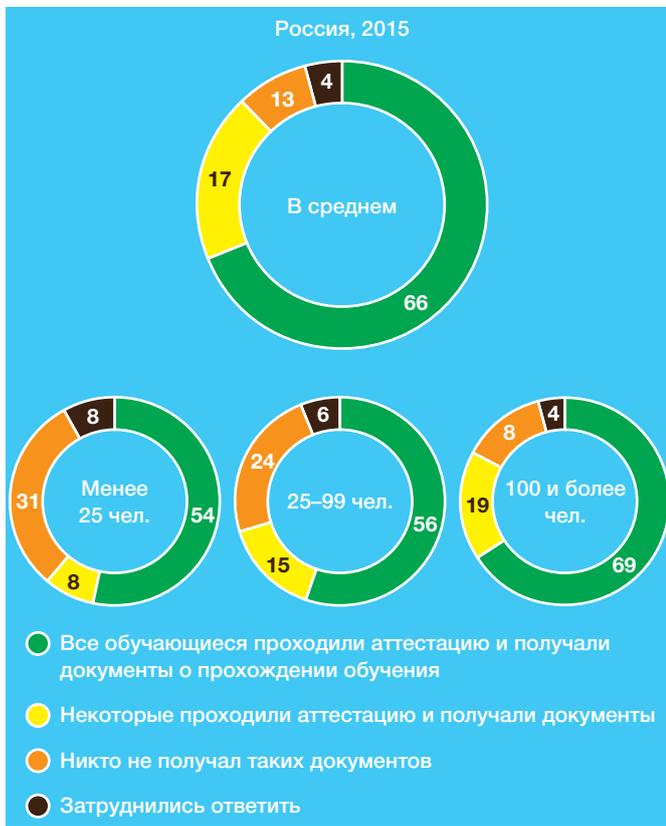
³ Приведенные в информационно-аналитическом материале данные по Великобритании основаны на результатах опросов UKCES Employer Skills Survey 2013 и Employer Skills Survey 2015, в которых приняли участие более 70 тыс. учреждений численностью от 5 чел., представляющих 14 секторов экономики (промышленность, транспорт и связь, бизнес-услуги, розничную и оптовую торговлю, строительство и др.).

компании демонстрируют заметное снижение активности по обучению персонала: в 2007 г. – 70 и 60% соответственно, в 2014 г. – 52 и 49% (табл. 1). Проводя межстрановые сравнения, следует отметить, что британские торговые компании и организации сферы деловых услуг участвуют в обучении своих работников почти в полтора раза чаще, чем российские коллег.

Оценка результатов обучения и его влияния на позиции и зарплаты работников

Почти на двух третях предприятий, организовавших обучение своих сотрудников, все обучающиеся сдавали по его итогам экзамен или аттестацию и, успешно выдержав их, могли получить соответствующие документы⁴. Проходить такого рода обучение чаще имели возможность работники средних и крупных компаний. Подобное обучение работников было организовано на половине малых предприятий (численностью менее 100 чел.), занимавшихся обучением сотрудников, что почти вдвое меньше, чем в компаниях численностью более 100 чел. (рис. 1).

Рис. 1. Прохождение работниками аттестации, экзамена по итогам обучения и получение ими документа о квалификации, обучении по размеру организаций (в процентах от числа опрошенных компаний, проводивших обучение работников): Россия, 2015



Среди основных причин отказа компаний от такого обучения чаще всего (в 36% случаев) упоминалась ненужность для компаний таких документов, в 33% случаев – избыточная длительность и затратность такого обучения, сложность его организации при отсутствии у работодателей уверенности в его преимуществах по сравнению с другими вариантами. Гораздо меньшее число респондентов ссылались на необходимость сокращения в компаниях бюджета обучения или вообще на отсутствие финансирования, а также

⁴ К таким документам относятся удостоверение о повышении квалификации, диплом о переподготовке, свидетельство о профессии рабочего, должности служащего, свидетельство об обучении и др.

отсутствие субсидирования такого обучения со стороны государства.

Интересно, что участие работников в обучении, завершающемся выдачей формального документа о квалификации, обучении или образовании, в итоге мало коррелирует с динамикой их трудового, профессионально-должностного статуса и уровня оплаты труда. Только на 33% отечественных предприятий работникам, прошедшим подобное обучение, повышается заработная плата, с еще меньшей вероятностью происходит их повышение или продвижение по службе: среди предприятий, проводивших такое обучение, лишь у 21% существует подобный стимулирующий механизм. Аналогичная ситуация наблюдается и в Великобритании (рис. 2).

Обращение компаний к внешним организациям по вопросам обучения сотрудников

Компании чаще всего организуют внутрифирменное обучение с использованием собственных ресурсов и структур. Финансировали подобные мероприятия почти 34% организаций, проводивших какое-либо обучение работников. При этом примерно у 30% опрошенных предприятий есть своя учебная инфраструктура, в частности, у 12% компаний – собственный учебный центр, у 17% – учебные курсы. Вместе с тем значительная группа компаний обращается к партнерам для организации внешнего обучения⁵. В России такая практика встречается реже, чем, например, в Великобритании (40 и 70% соответственно), а разрыв между британскими и российскими малыми предприятиями еще значительнее (рис. 3).

Для обучения своих сотрудников российские компании существенно реже, чем британские, сотрудничали с организациями, не являющимися образовательными (например, компаниями-партнерами, кадровыми агентствами, консалтинговыми, тренинговыми компаниями) (17% против 66%). Отставание отечественного малого бизнеса оказалось еще более резким (рис. 3).

Что касается обучения сотрудников в образовательных организациях, то здесь различия между российскими и британскими компаниями не столь существенны (соответственно 32 и 22%). При этом обращаемость в образовательные организации крупного и среднего бизнеса и в России, и в Великобритании оказалась примерно одинаковой (рис. 3).

Чаще всего российские компании, обращаясь в образовательные организации, оплачивали обучение по дополнительным профессиональным программам (37% компаний, финансировавших обучение) и программам профессионального обучения (34%). Реже финансировалось обучение по программам высшего (25% компаний, выделявших средства на обучение своих работников) и среднего профессионального (21%) образования.

⁵ Внешнее обучение – обучение, организованное в других организациях, не являющихся частью, структурными подразделениями опрошенных организаций.

Рис. 2. Возможности повышения заработной платы и повышения, продвижения по службе после прохождения итоговой аттестации, экзамена и получения документов о квалификации, обучении и/или образовании (в процентах от числа опрошенных компаний, которые обучали сотрудников с последующим получением документа о квалификации, обучении, образовании)



Источники: Россия – данные опроса работодателей 2015 г. в рамках МЭО; Великобритания – данные опроса Employer Eerspective Survey 2014 [UKCES, 2015].

Рис. 3. Распространенность внешнего обучения сотрудников по размеру организаций (в процентах от числа всех опрошенных компаний)



Источники: Россия – данные опроса работодателей 2015 г. в рамках МЭО; Великобритания – данные опроса Employer Skills Survey 2015 [UKCES, 2015].

В качестве ключевых критериев выбора организаций (и образовательных, и не являющихся таковыми) компании назвали одинаковые параметры. Результаты факторного анализа ответов респондентов о механизме выбора поставщика услуг обучения показали, что в этом вопросе существует целый набор стратегий. Одна из них состоит в учете сбалансированного сочетания цены и содержания, условий обучения («учебные курсы, обучение высокого качества», «хорошее предложение по условиям обучения, оплате», «удобно время проведения обучения», «лег-

ко найти информацию» и др.). Подобными критериями отбора программ обучения руководствовались 45% компаний, проводивших внешнее обучение работников.

Еще один способ выбора – ориентация на репутацию исполнителя, опыт обучения – как собственный, так и других компаний («хорошая репутация», «нам порекомендовали», «удовлетворены их услугами при предыдущих обращениях», «мы всегда использовали данные курсы»). Такие условия были важны для 40% компаний, обучавших работников вне своей

компания. Дополнительно можно выделить и модель выбора, при которой компаниями проводится поиск предложения, максимально соответствующего их запросам, возможности получения обучения «под ключ». Сюда относятся ответы «предоставление обучения по тому оборудованию и услугам, в которых компания нуждается», «курсы адаптированы к условиям компании» (табл. 2). Об этом сообщили две из пяти компаний, проводивших внешнее обучение работников.

В Великобритании в числе основных критериев выбора оптимального партнера для организации обучения сотрудников также назывались возможность получения соответствующих программ обучения, в том числе адаптированных непосредственно к запросам самих компаний, качество обучения, адекватная стоимость обучения, близость расположения (табл. 2).

Обучение персонала в многофункциональных центрах прикладных квалификаций

Уже несколько лет существуют многофункциональные центры прикладных квалификаций (МЦПК), нацеленные на выполнение широкого круга задач, в том числе оказание услуг компаниям по организа-

ции обучения работников⁶. Знают об их существовании 57% респондентов, причем среди крупных предприятий – до двух третей руководителей, среди малых – менее половины. В большей степени знакомы с возможностями МЦПК в промышленности и секторе связи, существенно меньше – в строительстве и сфере деловых услуг (табл. 3). Компании, занимавшиеся внедрением, адаптацией новых методов труда, технологий или оборудования, оказались чаще, чем остальные, осведомлены о работе подобных центров.

Имели возможность воспользоваться услугами МЦПК 14% опрошенных компаний, при этом вдвое чаще за ними обращались крупные предприятия (с численностью работников более 500 чел.). Следует отметить, что среди руководителей, обладающих опытом работы с МЦПК, 45% считают такую форму обучения полезной для компании.

Среди рассмотренных отраслей наибольший опыт сотрудничества с этими центрами имеется у промышленных предприятий (почти у 25% по отрасли). Выше среднего оказалась обращаемость за услугами

⁶ Многофункциональный центр прикладных квалификаций – структурное подразделение профессиональной образовательной организации, осуществляющей деятельность по реализации практико-ориентированных образовательных программ, разработанных на основе профессиональных стандартов и/или согласованных с работодателями и обеспечивающих освоение квалификации, востребованной на рынке труда.

Табл. 2. Причины обращения за услугами по обучению в образовательные организации и организации, не являющиеся образовательными (в процентах от числа опрошенных компаний, обратившихся в данные организации)

	Россия, 2015		Великобритания, 2014	
	Организации, не являющиеся образовательными	Образовательные организации	Организации, не являющиеся образовательными	Образовательные организации
Они предлагают соответствующие курсы	53	45	57	63
Были удовлетворены предоставленным обучением, когда обращались к ним ранее	29	28	3	2
Учебные курсы, обучение высокого качества	27	26	12	12
Эти курсы адаптированы к нашим условиям	25	22	14	10
У них обучение по тому оборудованию и услугам, в которых мы нуждаемся	24	35	12	2
Мы всегда использовали данные курсы	23	22	5	3
Время начала и проведения курсов удобны для нас	22	11	1	1
Оптимальная стоимость	19	22	10	7
Они сделали нам хорошее предложение	16	13	3	3
Так решило руководство компании	13	13	9	3
О них легко найти информацию	11	9	1	1
У них хорошая репутация	8	9	3	2
Это обучение (частично или полностью) финансируется государством	6	3	3	3
Они близко к нас расположены	4	6	4	10
Нам их рекомендовали	4	2	3	2

Табл. 3. Организация обучения персонала с помощью многофункциональных центров профессиональной квалификации: Россия, 2015 (в процентах от числа опрошенных компаний)

	Знают об этой форме	Имеют опыт участия	Рассматривают как полезное
В среднем	57	14	19
<i>По численности работников</i>			
Менее 50 чел.	47	5	15
50–199 чел.	55	7	17
200–499 чел.	59	9	16
500 и более чел.	65	32	32
<i>По отраслям</i>			
Промышленность	65	24	24
Связь	61	15	18
Строительство	51	10	20
Торговля	47	7	18
Транспорт	56	12	17
Деловые услуги	50	11	18
<i>По степени институционализации деятельности компании в области обучения персонала</i>			
Компании с «развитой» кадровой политикой (есть планы обучения / бюджет на обучение / подразделение по вопросам обучения)	60	23	26
Компании, проводящие квалификационный аудит / тестирование после обучения	61	25	25
Компании, где нет подобных механизмов кадровой политики	55	6	11
<i>Компании занимались разработкой /адаптацией принципиально новых...</i>			
методов, технологий, оборудования	65	16	26
товаров/услуг	57	15	22
«Лучшие компании по уровню инноваций в отрасли»	51	15	21

МЦПК у компаний, имеющих более «развитую» кадровую политику (табл. 3).

В МЦПК чаще обращаются компании, которые уже сотрудничали в каких-либо формах с профессиональными образовательными организациями, именно эти компании можно считать основной целевой группой. Здесь чаще осведомлены о работе центров (65%), а также имеют опыт обращения (25%) и проявляют интерес к дальнейшему налаживанию отношений с ними (более 20%).

Среди компаний, планирующих организацию обучения персонала в ближайший год и знающих о работе МЦПК, обращение к ним считают полезным менее четверти. Преимущественно потребность обращения в эти центры сформирована в крупном бизнесе (почти у трети компаний численностью более 500 чел.) и среди промышленных предприятий.

Сотрудничество компаний по вопросам организации обучения и обмена опытом между работниками

В России слабо развито взаимодействие между работодателями по вопросам обучения и обмена навыками работников. Примерно 20% компаний, проводивших обучение своих сотрудников, реализовывали совместные образовательные мероприятия с другими работодателями, в том числе 14% организовывали совместное обучение сотрудников (рис. 4). Такое сотрудничество, как правило, происходит через отраслевые или иные союзы, объединения компаний, в рамках организованных групп компаний, в том числе холдингов, существенно реже – строится на неформальных договоренностях.

В качестве оснований для взаимодействия компаний в вопросах обучения своих сотрудников, обмена

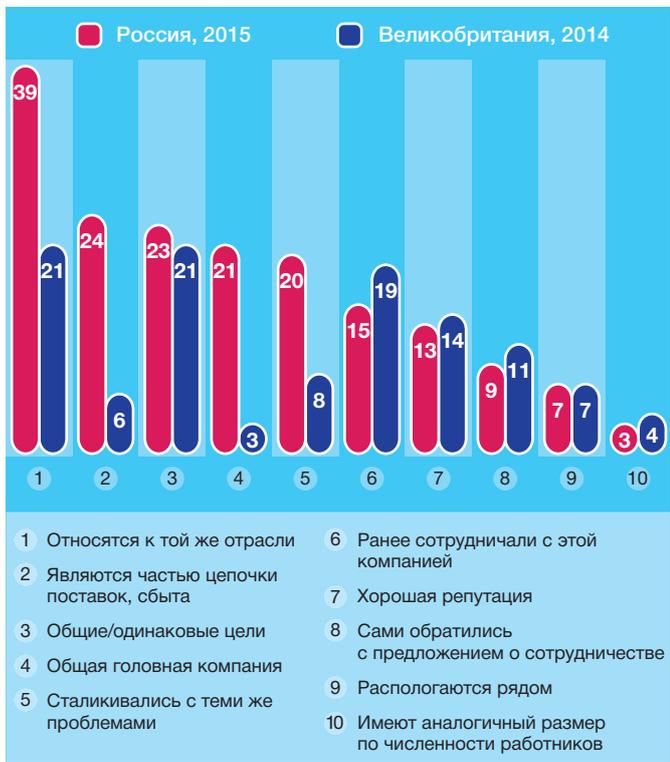
Рис. 4. Направления сотрудничества между компаниями-работодателями (в процентах от числа опрошенных компаний, которые проводили обучение)



Источники: Россия – данные опроса работодателей 2015 г. в рамках МЭО; Великобритания – данные опроса Employer Perspective Survey 2014 [UKCES, 2015].

профессиональными навыками назывались общая отраслевая принадлежность (39%), объединение в одной цепочке поставок-сбыта (24%), наличие общих целей развития (23%), принадлежность к одной и той же головной компании (21%) (рис. 5). Таким образом, подобное сотрудничество преимущественно строится по принципу вертикальной интеграции. Гораздо реже для такого взаимодействия российские компании подбирают независимых партнеров.

Рис. 5. Основные критерии при принятии решения о сотрудничестве с другими компаниями-работодателями (в процентах от числа опрошенных компаний, которые сотрудничали с другими работодателями)

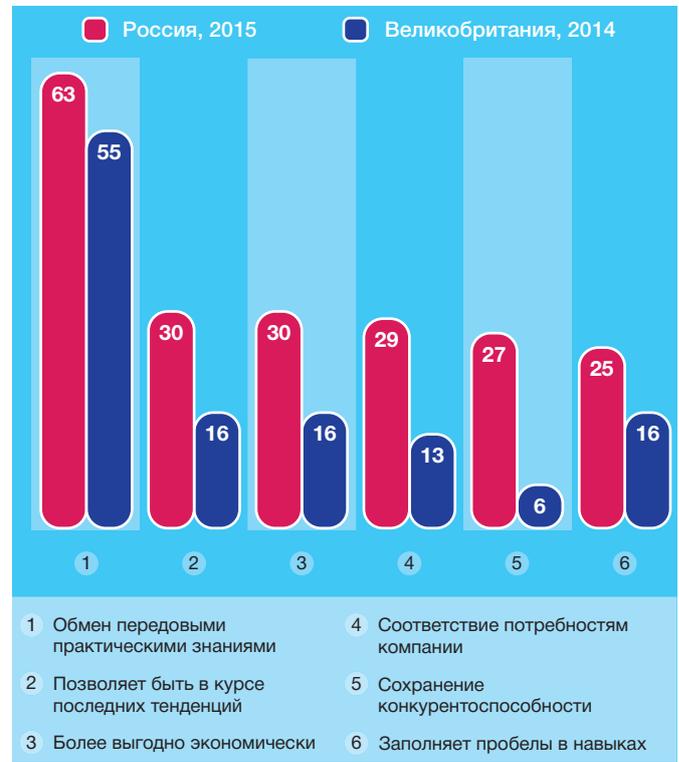


Источники: Россия – данные опроса работодателей 2015 г. в рамках МЭО; Великобритания – данные опроса Employer Perspective Survey 2014 [UKCES, 2015].

В Великобритании, напротив, сотрудничество работодателей смещено в сторону горизонтальной интеграции, компании-партнеры для организации обучения персонала выбираются исходя из наличия общих целей, предыдущего опыта сотрудничества, хорошей репутации.

Основные преимущества сотрудничества между работодателями – возможности узнавать о новых тенденциях, оставаться конкурентноспособными, обмениваться передовыми трудовыми практиками (рис. 6). Именно этого, по мнению работодателей, порой не хватает при обучении в образовательных организациях. Таким образом, работники получают возможность приобрести знания и навыки, которые невозможно было бы получить в рамках традиционного рынка услуг обучения. Кроме того, работники могут получить знания и навыки, максимально учитывающие профильную специфику компаний (по мнению 29% ответивших), ведь такой подход, как правило, имеет ограничения при организации обучения в образовательных организациях. По мнению 30% ответивших, обучение, организованное с помощью других работодателей, является также менее затратным и более экономически эффективным.

Рис. 6. Основные преимущества сотрудничества с другими компаниями-работодателями (в процентах от числа опрошенных компаний, которые сотрудничали с другими работодателями)



Источники: Россия – данные опроса работодателей 2015 г. в рамках МЭО; Великобритания – данные опроса Employer Perspective Survey 2014 [UKCES, 2015].

Распределение фактического бюджета обучения персонала

Рассмотрим фактическое распределение средств компаний, затрачиваемых на обучение, по отдельным его видам (рис. 7). Наибольшая доля соответствующих расходов приходится на оплату обучения в организациях, не являющихся образовательными, – в среднем это почти 30% совокупных расходов. Примерно одинаково распределились расходы на внутрифирменное обучение (17%), обучение в образовательных организациях по дополнительным профессиональным программам (19%) и программам профессионального обучения (17%). На обучение работников по программам высшего образования компаниями было потрачено 11% средств. Минимальная доля выделялась на обучение по программам среднего профессионального образования (8%).

В крупных, средних и малых компаниях различаются подходы при распределении фактического бюджета на обучение (рис. 7). Если в крупном бизнесе расходы на внутрифирменное обучение и обучение в организациях, не являющихся образовательными, составляют половину совокупного бюджета, то в малых предприятиях в совокупном бюджете на обучение преобладают расходы на оплату услуг образовательных организаций.

Рис. 7. Структура расходов на обучение (в процентах от общего объема финансирования): Россия, 2015



Литература:

UKCES (2013) Employer Skills Survey 2013. UK data tables.

UK Commission for Employment and Skills. <https://www.gov.uk/government/publications/ukces-employer-skills-survey-2013-supplementary-documents> (дата обращения: 20.07.2016).

UKCES (2014) Employer Skills Survey 2015. UK data tables. UK Commission for Employment and Skills. <https://www.gov.uk/government/publications/ukces-employer-skills-survey-2015-supplementary-documents> (дата обращения: 25.07.2016).

UKCES (2015) Employer Perspective Survey 2014. UK data tables. UK Commission for Employment and Skills. <https://www.gov.uk/government/publications/employer-perspectives-survey-2014> (дата обращения: 20.07.2016).

Над материалом работала
Н.В. Бондаренко