

И.А. Крутий

## ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И РЫНОК ТРУДА

*КРУТИЙ ИРИНА АНДРЕЕВНА – кандидат социологических наук, директор Центра стратегических исследований Современной гуманитарной академии (ЦСИ СГА). E-mail: avtor-07@yandex.ru*

В статье автор рассматривает результаты проведенного Центром стратегических исследований Современной гуманитарной академии (ЦСИ СГА) исследования, посвященного изучению мнения сотрудников российских предприятий о том, какие формы дополнительного образования предоставляют их организации. В частности, одним из выводов статьи является тезис о том, что половина предприятий проводит такое обучение за счет внутренних ресурсов компании, а половина направляет работников в другие компании и образовательные учреждения. Также в материале рассматриваются предпочтения работников российских организаций по вопросу дополнительного образования.

**Ключевые слова:** образование, труд, занятость, рынок труда, косвенные затраты на образование прямые, затраты на образование человеческий капитал

Выяснилось, что большинство предприятий, организующих дополнительное обучение, расположены в европейской части России в небольших и средних городах, 29% предприятий – в городах с численностью населения от 10 до 100 тыс. человек, 40% – от 500 тыс. до миллиона человек. 53% компаний находятся в частной собственности, а 41% являются государственными; 5% представляют собой смешанную форму собственности.

В четверти компаний работают менее 29 человек, еще в четверти – от 30 до 69 человек. В 22% организаций заняты от 70 до 199 сотрудников и в 28% – 200 и более человек.

Почти половина компаний (46%) была основана во время финансового кризиса (1998) и в последующие годы, 54% – в 1997 году и ранее.

В выборочную совокупность вошли компании из разных сфер деятельности, часто несводимые к одному типу. В опросе преимущественно участвовали организации,

занимающиеся образованием, промышленностью и торговлей. У подавляющего числа таких компаний нет филиалов.

### *Формы обучения*

Какие программы дополнительного образования получили наиболее широкое распространение? Как выяснилось в ходе опроса, большинство компаний (49%) организуют повышение квалификации, а 41% предлагают своим сотрудникам краткосрочные профессиональные курсы. Респонденты 8% предприятий проходят переподготовку, а 2% предприятий организуют дополнительное профессиональное образование в какой-либо другой форме (например, второе или заочное высшее образование, дистанционное обучение, самоподготовка, подготовка в форме семинаров и выставок и т.п.).

Сотрудники 12% организаций получают дополнительное образование чаще одного раза в год (до 4 раз), а представители 32% компаний – один раз в год. 27% организаций предоставляют дополнительное образование чуть реже: раз в два–три года. Немало и таких компаний (29%), которые довольствуются повышением квалификации сотрудников раз в четыре года и реже.

Выбор временных интервалов между периодами обучения зависит от разных причин. Главные из них (как для частных, так и для государственных организаций) связаны с положениями законодательства (например, «специалисты аттестуются каждые пять лет, как того требует Закон «Об образовании») или с образовательными стандартами. Должностные инструкции, профессиональные стандарты и т.п. также определяют частоту получения дополнительного образования. Для государственных образовательных учреждений основной критерий – установленные временные рамки аттестации персонала.

Внешние по отношению к «производственному» процессу причины – стандарты, инструкции и т.п. – можно назвать *экзогенными*. Но опрошенные упоминали и *эндогенные* причины – например, необходимость ознакомить персонал с новинками рынка, повысить общий уровень профессионализма, внедрить в производство новые технологии. Эндогенной причиной также является изменение законодательства для юридических фирм или юридических отделов компаний. Необходимость дополнительного обучения сотрудников при обновлении кадров чаще встает перед частными предприятиями.

Следует отметить, что периодичность организации дополнительного образования *не зависит от характеристик организации* – сферы ее деятельности, формы собственности и т.п. Ответы на вопрос «Кто в основном выступает инициатором получения дополнительного профессионального образования?» распределились следующим образом. Большинство опрошенных (63%) признали, что инициатор ДПО в их компании – руководство. В 33% случаев инициаторами являются сами сотрудники. 2% ответивших называют инициатором отдел кадров, а представители 3% компаний считают, что подобные решения принимаются внешними управляющими и контролирующими структурами.

При анализе ответов были установлены определенные закономерности.

1. В небольших компаниях получение ДПО является инициативой руководства компании (61%).

2. Если сотрудники компании получают дополнительное образование часто, то обычно это также является политикой руководства.

3. Значимых различий в причинах организации ДПО между частными и государственными компаниями не наблюдается. Можно, правда, отметить, что в государственных компаниях, в отличие от частных, более развита традиция совместных (т.е. принятых и руководством, и сотрудниками) или попеременных решений о том, что «пора» получать дополнительное образование (32% государственных против 25% частных).

4. Чем меньше город, где находится компания, тем теснее и неформальнее в ней связи между сотрудниками. Поэтому совместные решения о ДПО принимаются в небольших городах чаще, чем в крупных (39%).

5. Решение о «более серьезной» форме ДПО – повышении квалификации – чаще принимается единолично руководством, в то время как к идее о краткосрочных курсах нередко приходят совместно.

6. В большинстве компаний дополнительное образование является обязательным (60%).

7. Как и следовало ожидать, получение дополнительного образования не обязательно на тех предприятиях, где решение о его организации принимают сами сотрудники.

8. В малых и средних городах больше компаний, считающих дополнительное образование обязательным. В крупных же городах (от 500 тыс. человек) число компаний с

добровольным и обязательным получением дополнительного образования примерно одинаково (45% и 50% соответственно).

9. В компаниях с меньшей численностью сотрудников дополнительное образование с большей вероятностью будет обязательным.

10. Добровольность или обязательность получения дополнительного образования не зависит от принятой в компании периодичности его проведения.

11. Значимые различия наблюдаются между государственными и частными компаниями. В 70% государственных компаний ДПО проводятся в обязательном порядке.

### *Предметные области*

Респондентам было предложено назвать все направления ДПО, по которым обучаются сотрудники предприятия. Темы были разделены на 13 наиболее часто встречающихся категорий, графа «Другое» была оставлена для единичных и нестандартных тем.

Среди направлений дополнительного образования наибольшей популярностью пользуются юриспруденция (включая делопроизводство – 18%), финансы, бухгалтер, налоги и аудит (16%), менеджмент и HR (15%). За группой лидеров располагаются дисциплины из области педагогики и образования (11%), а замыкают список дополнительных программ медицина и социальная работа (6%), компьютерная грамотность и информационные технологии (5%), технологии производства (5%) – естественно, специфичные для каждого отдельного предприятия, экономика (4%), маркетинг и продажи (4%), техника безопасности и охрана труда (4%), психология (2%).

Абсолютным лидером является финансовое направление (финансы, бухгалтер, налоги, аудит), на долю которого приходится 16%, а второе место делят между собой юриспруденция и менеджмент – по 14%. Довольно значимая роль отводится и различным специализированным дисциплинам: 11% – таков вес категории «Другое».

Исследование показывает, что присутствие «белых пятен на карте ДПО» не зависит от основных характеристик компаний: например, от того, кто является инициатором организации дополнительного обучения, обязательности или добровольности учебных программ, а также от численности сотрудников, формы собственности и возраста компании, периодичности проведения и формы (краткосрочные или полнообъемные) учебных курсов. Единственная переменная, связанная с наличием тематических пробелов, – это размер города, в котором расположена компания. По мере роста численности населения количество направлений дополнительного образования, по

которым обучение не проводится, но востребовано, стабильно увеличивается. Такая ситуация может объясняться более быстрым развитием компаний в крупных городах, которому, естественно, сопутствует расширение потребностей.

Основной причиной, сдерживающей появление новых программ ДПО, в большинстве случаев является дороговизна обучения. Только 28% компаний готовы платить за обучение сотрудников 10 тыс. рублей в год и больше. Если исходить из мнений представителей компаний, то в ближайшие 5 лет спрос на предметные области дополнительного образования не должен измениться.

### *Внутрифирменное обучение или подготовка на заказ?*

Ответы на этот вопрос распределились поровну: одинаковое число организаций пользуется для проведения ДПО собственными ресурсами или же обращается к сторонним компаниям. Меньшая часть одновременно использует обе эти возможности. Если инициатором ДПО выступает руководство, то реализация программ, как правило, происходит за счет внутренних ресурсов компании. При этом число штатных сотрудников не влияет на выбор ресурсов, равно как и ресурсы для организации ДПО не зависят от частоты проведения учебных курсов. В крупных городах число компаний, выбирающих только услуги сторонних организаций, уже возросло до 54%.

Значительная часть компаний, давно работающих на рынке (11 и более лет), сумела накопить ресурсы для проведения дополнительного образования собственными силами: лишь треть компаний с солидным стажем пользуется услугами других организаций. Впрочем, предсказуемо и то, что фирмы, готовые тратить значительные суммы на дополнительное образование своих сотрудников, будут все охотнее привлекать для этой цели специализированные учебные заведения (в настоящее время доля таких компаний – 47%).

Выбор собственных или сторонних ресурсов для проведения ДПО в известной степени коррелирует с формой собственности компании. Если государственные предприятия предпочитают опираться на собственные силы (47% против 37% частных), то частные, напротив, охотнее прибегают к услугам специалистов (48% и 35% государственных).

Преимущественное использование компаниями собственных ресурсов при организации ДПО обусловлено рядом причин, которые можно разделить на три основные группы – материальные, профессиональные и организационно-структурные. К материальным в первую очередь относится недостаток финансов для оплаты услуг других

фирм. Среди профессиональных факторов можно выделить высокий уровень квалификации группы сотрудников, позволяющий им обучать других. Наконец, организационно-структурные условия подразумевают наличие в компании специализированных подразделений для проведения ДПО («есть штат сотрудников, деятельность которых направлена на обучение персонала», «в компании создан корпоративный университет, школа корпоративных технологий», «имеется свой учебный центр» и т.п.).

Главные аргументы в пользу обращения к услугам других компаний – это, естественно, более высокий профессионализм организаций, специализирующихся на обучении, а также возможность соблюсти немаловажные формальные требования (выдача сертификата об образовании, получение лицензии на профессиональную деятельность и т.п.). Среди возможных причин, побуждающих сотрудников самостоятельно получать дополнительное образование, респондентами была названа только одна – желание расширить возможности профессиональной самореализации (напомним, что число компаний, реализующих ДПО по инициативе сотрудников, невелико).

### *Специализированные структуры*

В числе основных «поставщиков» дополнительного образования на рынке респонденты назвали следующие учреждения:

1. **Вузы и ссузы** (например, Архангельский государственный университет, ПТУ-24).
2. **Институты повышения квалификации** и тому подобные специализированные организации (например, Институт усовершенствования учителей, Учебно-методический центр по ГО и ЧС, АГЗ МЧС РФ).
3. **Компании, организующие переподготовку и повышение квалификации по направлениям коммерческой направленности** (например, Европейская школа бизнеса МВА-центр, ООО «Карьера»).
4. **Компании-эксклюзивные обладатели программного продукта**, необходимого для деятельности организации-клиента (например, «Консультант Плюс»).

Если же говорить о предметной направленности программ, заказываемых у сторонних организаций, то она практически ничем не отличается от внутрифирменных курсов. Можно только отметить, что технологиям производства чаще обучаются в специализированных компаниях, а финансовые предметы, напротив, изучают, опираясь на собственные ресурсы.

Компанию, предоставляющую услуги ДПО, чаще всего выбирают, основываясь на личных связях (31%). Существенную роль играет и рекламная информация, в основном – публикации в печатных СМИ (13%) и рассылаемые по e-mail сообщения (11%). Среди пользующихся доверием массовых СМИ можно назвать только «Аргументы и факты» (единственная газета, упоминавшаяся респондентами несколько раз). В целом же выбор определенной организации, специализирующейся на услугах ДПО, по мнению респондентов, зависит от *качества преподавания, хороших отзывов о компании, отсутствия других предложений в регионе, стоимости услуг и рекомендации вышестоящих организаций*. Ключевым фактором, как и при совершении любой торговой сделки, является оптимальное соотношение качества и цены услуг. При этом большей части компаний (76%) не приходилось расторгать договоры с обучающими фирмами, а если подобное и случалось, то исключительно из-за подорожания предоставляемых услуг.

Дополнительное обучение чаще всего организуется вне стен компании-работодателя (60% случаев), при этом более трети компаний проводит его на собственной территории. Обычно на обучение сотрудников выделяются целые рабочие дни (45%) или определенные часы в перерывах между работой (29%). Самая распространенная продолжительность курса – 72 часа, однако компании с небольшим штатом предпочитают более основательно готовить свой персонал – в половине из них (51%) курс ДПО занимает более 102 часов.

Большинство опрошенных организаций собираются продолжать обучение своих сотрудников на программах ДПО (42% абсолютно уверены в этом и 33% – достаточно уверены). Фирмы, намеренные отказаться от подобной практики, объясняют это отсутствием необходимости или стеснением в средствах.

Приступить к реализации обучающих программ хотели бы 65% компаний: свое решение они мотивируют острой потребностью в квалифицированных кадрах и их профессиональном росте.

Половина компаний (50%) хотела бы, чтобы сотрудники получали **свидетельство** государственного образца при прохождении **курсов повышения квалификации**. Треть респондентов (29%) отдает предпочтение **краткосрочным курсам**, по окончании которых также должно выдаваться **удостоверение государственного образца**. Наконец, менее четверти (22%) опрошенных хотели бы, чтобы их сотрудники получили **диплом государственного образца о профессиональной подготовке**.

### *Потребности работодателей*

В результате проведенного исследования была создана модель **идеальных курсов** дополнительного профессионального обучения. Она включает такие характеристики, как **качество образования, его цена и удобное время проведения**. Респонденты особо подчеркивали значение **практической направленности** курсов: «Обучение должно базироваться не на голой теории, а на практике, причем практическим занятиям должно отводиться не менее 60% учебных часов».

Задавая вопросы о системе дополнительного образования, предлагаемой СГА, мы выяснили, что 45% опрошенных знакомы с нашей академией, а 22% – слышали о ней. Информация об академии распространялась главным образом за счет усилий ее сотрудников и рекламных объявлений в СМИ. Наиболее популярными оказались следующие направления: управление персоналом (12%), бухгалтерский учет и отчетность (9%), юриспруденция (8%), менеджмент (8%) и современные информационные технологии (8%). В целом рейтинг популярности курсов СГА практически полностью дублирует общий рейтинг курсов, которые реализуют компании. Оптимальной признана продолжительность курса, не превышающая 180 часов. И хотя ряд курсов СГА требует частичного отрыва от производства, это обстоятельство никого не смущает: большинство компаний не против того, чтобы сотрудники проходили обучение в рабочее время (53%). Пятая часть готова пойти на такие уступки для всех сотрудников без исключения. Готовность к сотрудничеству с СГА выразило большинство (61%) компаний.

### *Литература*

1. Зимин А.И. Социология образования: вопросы остаются // Социологические исследования. – 1994. – № 3. – С. 102-108
2. Кошель Н.Н. Обучающийся регион как условие эффективного менеджмента человеческих ресурсов // Образование для устойчивого развития: на пути к обществу знания. - Минск, 2005.
3. Крутий И.А. Интеллектуальный потенциал как фактор инвестиционной привлекательности региона // Экономика образования. – 2007. – № 1. - С. 14-22.
4. Крутий И.А., Красина О.В. Человеческий капитал: Эволюция представлений // Социологические исследования. – 2007. – № 8. – С. 127-130.
5. Нечаев В.Я. Новые подходы в социологии образования // Социологические исследования. – 1999. – № 11. – С. 84-91.

6. Смелзер Н.Дж. Социология // Социологические исследования. – 1993. – № 6. – С.110-122.