

кам, записям лекций и курсов, напомнил управляющий партнер Московского центра оценки и развития FORTEM Владимир Беляев. По его словам, благодаря цифровым коммуникациям, теперь есть возможность пройти обучение у настоящих мастеров, в том числе именитых европейских профессоров, чем не брезгует и наш эксперт.

«Я провожу много индивидуальных занятий с руководителями. Еще три года назад подавляющее большинство таких сессий проходили в очном формате. Сейчас не менее половины встреч провожу дистанционно, через Skype, Viber и другие каналы связи», — рассказывает господин Беляев. «Это удобно, так как в процессе обучения не нужно тратить время на дорогу, можно находиться в любой части страны или мира. При этом эффективность сессии для большинства от этого не снижается», — считает он.

В том, что и образование приобретает формы алгоритмов, где удаленность от источника знаний вторична, видна логика общих изменений деловой среды, считает основатель бизнес-школы Green City Василий Козлов. Российские предприниматели слишком уж долго занимались клонированием, ничего не производили, выступая посредниками по доставке услуг и товаров, которых раньше на рынке не было. Сейчас покупательская способность ниже, спрос падает, пустеют торговые площади, магазины не выдерживают конкуренцию с электронной торговлей и передовыми коммуникациями с потребителем. Уход в цифровую экономику открывает массу ниш для бизнеса, и осваивать их прежними методами было бы странно, отмечает экономист.

«Новое поколение мобильный гаджет считает вообще единственным, что должно быть в кармане. Это электронные деньги, электронная связь, электронные знакомства, электронные покупки. Сейчас настолько качественные изменения в самой логике повседневной жизни, что, если предпринимательство это не уловит, ему придется по-настоящему несладко. Я вижу, что разрыв между прошлым опытом и сегодняшними возможностями настолько велик, что этому надо учиться», — говорит Козлов.

## РАСТЕМ ИГРАЮЧИ

Согласно расчетам портала vsetreningi.ru, наибольшей популярностью у заказчиков, пользуются занятия по повышению личной эффективности, тренинги для руководителей, а также обучение продажам и переговорам. В топ-5 востребованных направлений попали информационные технологии, логистика и снабжение. Менее всего интересны заказчикам отчетность и документооборот, реклама и маркетинг.

Представленные выше данные остаются в русле результатов исследования журнала «Деловой квартал», проведенного в 2015 году. Как отмечалось тогда, продажи не потеряли в цене. Более того, именно в кризис все бросились учить и учиться продавать. Сохранили популярность тренинги для руководителей, в основном по стратегии. Финансы и маркетинг, напротив, сдали позиции еще в начале десятых годов. То же самое, ввиду ограниченности тем и неочевидной практической пользы, произойдет и с полуразвлекательными мероприятиями со ставкой на «звезд», прогнозировали участники рынка. В то же время, мастер-классы и бизнес-тренинги известных маркетологов, финансистов и топ-менеджеров, вряд ли упадут в цене.

Эксперты отмечают повышение значимости дизайна обучающих материалов. Несколько лет назад слушателям курсов могло хватить и рукописей, вышедших из-под руки признанных гуру. Ныне в моде яркие образы, визуальная поддержка, слайды, максимальное мультимедийное насыщение. Хорошо продаются даже откровенно слабые программы с хорошим уровнем визуализации. Из той же области — тренд геймификации. Игровые компоненты повышают интерес и запоминаемость материала.

«Мы давно и успешно сотрудничаем с финской компанией Cesim — европейским лидером в разработке бизнес-симуляций для руководителей. Такая игра за два дня позволяет получить системные знания об экономике предприятия, финансовом менеджменте, принятии управленческих решений», — говорит

Беляев из компании FORTEM. «Но на ряде выставок недавно приходилось видеть решения, больше похожие на настольные развлекательные игры. Обучающая игра должна позволять реализовать основную цель — упростить развитие компетенций, а не просто развлекать», — также отмечает эксперт.

## РЕВОЛЮЦИЯ ПРЕСТИЖА

Передовые тенденции в образовательной отрасли лучше всего видны по тектоническим сдвигам в системе MBA: рассчитанные на двухлетний период обучения, программы стремительно утрачивают популярность. Предприниматели больше не могут позволить себе учиться долго, в то время как гарвардская классика case studies с учетом нынешних темпов изменения деловой среды утратила свою актуальность. До определенного момента слушатель MBA мог применять прототипы, но кризис показал невозможность войти в одну реку дважды.

На смену старым форматам приходят короткие программы: они основаны на проектном подходе, обучающем консультировании, готовых алгоритмах и решениях в стиле «будущее уже наступило», уверен Василий Козлов. По его словам, первоочередное значение теперь имеет понимание среды бизнеса и скорости реагирования на происходящие в ней изменения.

«Где-то сейчас найдено решение, к которому понуждает вас изменившаяся среда. Если вы правильно строите свою образовательную программу, то находите лучшие практики и приглашаете людей, которые уже успешно их реализовали», — поясняет Василий Козлов.

«У нас долгие годы в Швеции была программа «Развивай свой бизнес». Мы возили наших директоров, потому что там будущее опережало нас на 10-15 лет. И предприниматели видели, как в конкурентных условиях аналогичный бизнес нашел решения. Примерно такого типа программы востребованы и будут пользоваться спросом на рынке», — считает основатель Green City.

## ТОНКОСТИ МОТИВАЦИИ

На выходе из кризиса работодатели вновь активно вкладываются в обучение персонала. Крупный бизнес сосредоточен на строительстве корпоративных университетов; небольшой, впрочем, предпочитает нанимать готовых специалистов. Устремления руководителей в образовательном компоненте зачастую ограничены задачами тимбилдинга, формирования корпоративной культуры и лояльности. Основной же запрос обучающихся за свой счет — рост и расширение компетенций. Как результат, их доля растет.

Это происходит не столько по причине понимания высокой ценности обучения, сколько в силу вынужденной готовности людей к смене сферы, объясняет тенденцию Василий Козлов. Что до интересов работодателя — он прекрасно понимает риск потерять вложения в ушедшего к конкуренту специалиста. «Человек сам должен быть мобильным, быть занятым и иметь доход, а для этого — быстро менять компетенции. И не за два года, а за короткие курсы онлайн. Какая уж тут лояльность», — поясняет он.

По наблюдениям Владимира Беляева, людей, для которых собственные и корпоративные цели находятся в балансе, все еще мало, и эту проблему понимает далеко не каждый работодатель, заказывающий тренинги. В то же время все чаще применяется софинансирование программ, где доля расходов персонала достигает 50%. При этом заказчики активно интересуются оценкой эффективности бизнес-обучения.

«Много запросов, когда результатом проведенного тренинга или воркшопа заказчик видит не просто обученных сотрудников, но и получение информации об уровне развития компетенций обучаемых. Это совмещенный формат: обучение плюс оценка», — рассказывает Владимир Беляев.

• Илья Лебедев,  
РБК-Нижний Новгород.