

Компания Profi Online Research опубликовала результаты опроса HR директоров крупнейших компаний, работающих на территории РФ. Тема опроса: Способы повышения квалификации сотрудников как оружие в конкурентной борьбе.

Исследование проводилось методом интерактивного опроса. Общая выборка составила 798 человек. В каждой компании был опрошен 1 представитель. Результаты исследования представлены в виде графиков и таблиц, где процентные показатели округлены.

Profi Online Research – российская компания, специализирующаяся на проведении online исследований. Компания была создана в 2006 году, и на данный момент ее панель насчитывает более 20 000 респондентов из России.

Большинство компаний кроме бонусов и так-называемых «процентов» чаще всего использует поощрения, связанные с производственной необходимостью. Собственно поощрения, которые можно в полном смысле этого слова считать дополнением к зарплате используются гораздо реже. Одной из популярных составляющих «соцпакета», наряду с оплатой мобильного телефона, являются обучающие программы – как внутренние, так с использованием независимых тренеров и консультантов, направленные на повышение конкретных профессиональных навыков. Спектр и формат проводимых мероприятий по обучению персонала очень широк, причем в большинстве опрошенных компаний сотрудники сами участвуют в принятии решения об обучении и даже могут выступать его инициаторами.

В результате исследования была выявлена интересная закономерность: наиболее распространены, согласно опрошенным представителям, внешние конференции и мастерклассы, а сами специалисты по персоналу признают наиболее эффективными консультации и наставничество, а также смену работ и видов деятельности. Таким образом, затраты компаний на обучение не в полной мере соответствуют представлениям и потребностям специалистов по персоналу.

Несомненно, одним из важнейших аспектов процесса обучения и повышения квалификации сотрудников является оценка проведенных мероприятий. Анализируя полученные данные, становится совершенно очевидно, что это направление развито еще недостаточно хорошо – лишь 75% компаний, проводящих обучение, оценивают и его эффективность; при этом инструменты оценки эффективности значительно разнятся

и, как правило, ограничены одни-двумя методами, основанными на субъективной оценке самих сотрудников, либо их руководителей.

Несомненной тенденцией является увеличение количества заказных тренингов, а также все большая направленность обучающих мероприятий на стратегические потребности бизнеса. Таким образом, налицо развитие и все большее распространение в России услуг не только по тренинговым программам, но и проведению консультирования компаний с использованием обучающих программ.

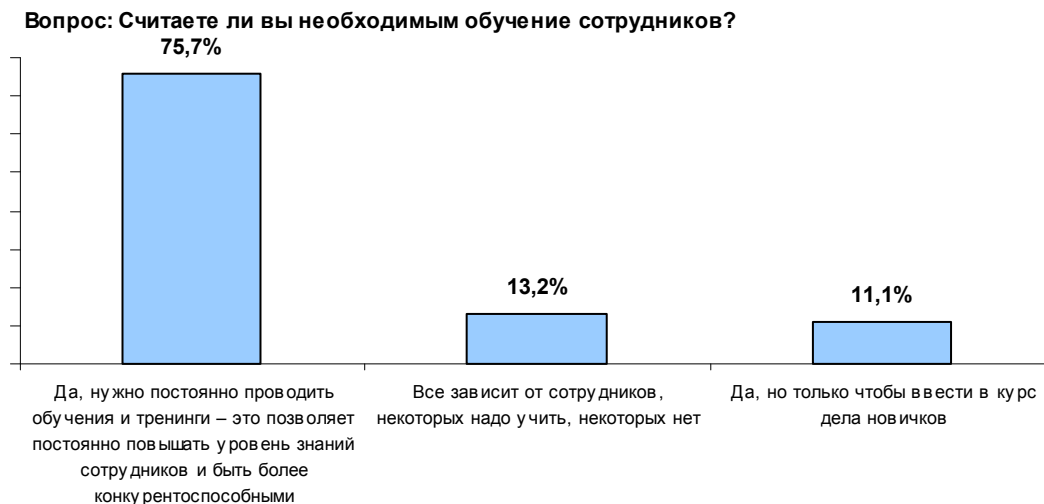
Традиционно, среди наиболее популярных способов поощрения сотрудников в компаниях массово используют бонусы. Этот способ применяется более чем в 90% компаний в России. Нужно отметить, что около 20% опрошенных компаний используют материальные поощрения в качестве единственного метода поддержания лояльности сотрудников. Также чрезвычайно популярными методами поощрения являются оплата мобильного телефона и оплата курсов по повышению квалификации. Хотя оба этих поощрения связаны, скорее, с производственной необходимостью. Далее по популярности следуют бесплатные обеды и дополнительная страховка жизни и здоровья сотрудника. Эти поощрения, чаще всего, никак не связаны с производственной необходимостью и могут расцениваться как реальное дополнение к зарплате и бонусам. В основной массе компании останавливаются на этом наборе материальных благ для своих сотрудников. См. рисунок №1.

Рисунок №1



На вопрос о необходимости в обучении сотрудников более 86% директоров по HR ответили утвердительно, однако 11% из них оговорились, что это надо только для новичков. Остальные 13% опрошенных сказали, что в каждом случае следует принимать решение индивидуально. Ни один опрошенный не сказал, что учить сотрудников не надо. См. рисунок №2.

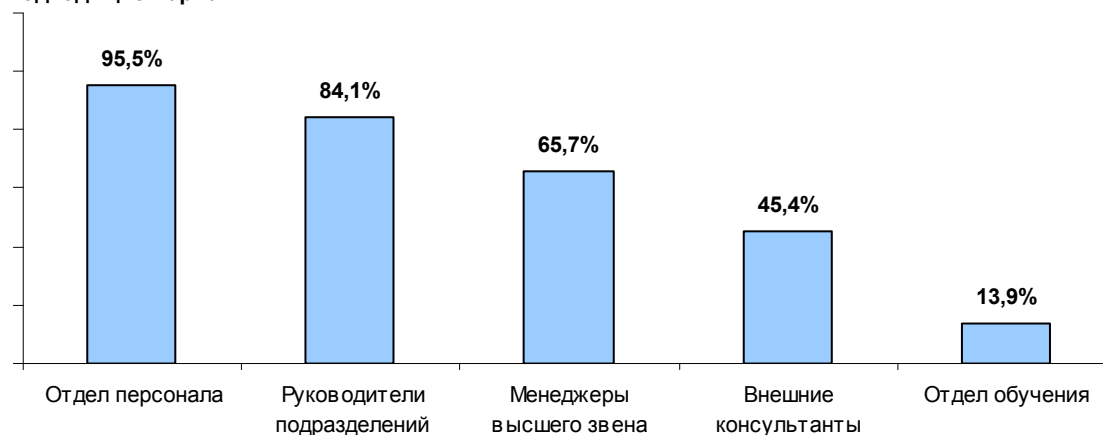
Рисунок №2



Среди всех возможных категорий сотрудников, которые есть в компании, основные заботы по организации и проведению обучения опять же традиционно ложатся на отдел персонала и руководителей разных уровней. Интересно, что почти половина опрошенных компаний предпочитает привлекать внешних консультантов, а около 14% имеет свои отделы обучения. Оставшиеся 40% компаний организуют обучение, отправляя сотрудников на конференции и семинары, а также используя внутрикорпоративный обмен опытом. См. рисунок №3.

Рисунок №3

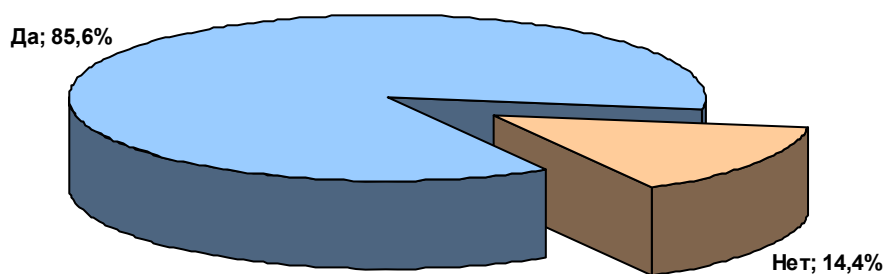
Вопрос: Какие из перечисленных категорий сотрудников вовлечены в вашей организации в процесс обучения и развития персонала? Отметьте все подходящие варианты



На вопрос участвуют ли сотрудники в принятии решения по проведению собственного обучения, более 85% ответили положительно. Однако 14% респондентов сказали, что сотрудники не принимают участие в принятии решения об обучении. Получается, что в этих компаниях сотрудника принуждают к обучению, а ведь известно, что качество образования напрямую зависит от желания человека учиться. См. рисунок №4.

Рисунок №4

Вопрос: Участвуют ли сотрудники компании в принятии решения по проведению своего обучения и/или развития?



В подавляющем большинстве компаний, которые были опрошены, сотрудники могут выступать инициаторами повышения своего образовательного уровня. Однако ряд опрошенных компаний придерживается директивного способа обучения. См. рисунок №5.

Рисунок №5

Вопрос: Могут ли сотрудники вашей компании сами попросить отправить их на тренинг, если чувствуют в нем необходимость?

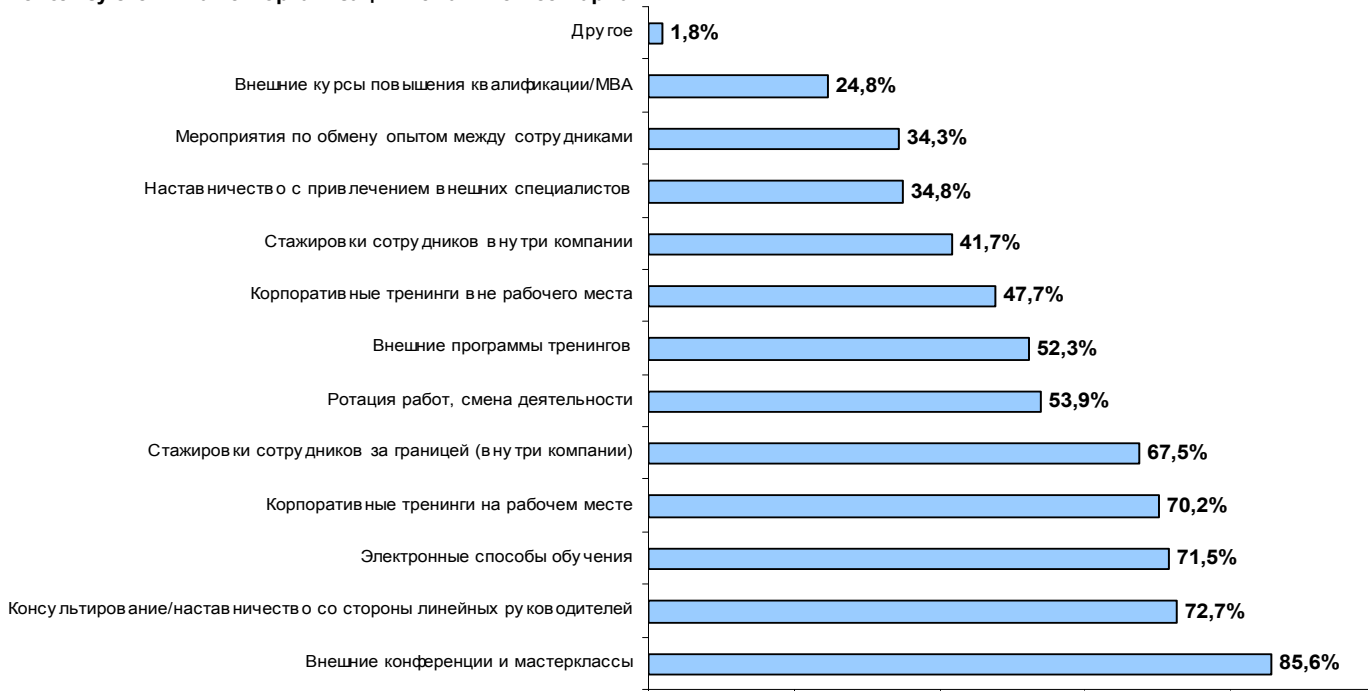


Самый популярный способ повышения квалификации сотрудников в компаниях, работающих в РФ, – это семинары и конференции. Следующие по популярности способы - это наставничество со стороны руководителя, электронные способы образования и корпоративные тренинги. Последним по популярности в «пятерке» способов образования сотрудников стали

зарубежные стажировки в рамках своей компании, чаще всего в головных офисах. См. рисунок №6.

Рисунок №6

Вопрос: Какие из перечисленных способов обучения и развития персонала регулярно используются в вашей организации? Укажите все варианты.



Когда мы попросили HR-директоров расположить по эффективности методы обучения, более 80% респондентов расположили их в том порядке, который обозначен в таблице №1. Интересно, что в первое место по эффективности, с точки зрения наших респондентов, заняла смена видов деятельности, однако всего 53% в предыдущем вопросе отметили этот метод среди используемых. То же можно наблюдать относительно мероприятий по обмену опытом и стажировок. Получается, что HR-руководители знают об эффективности методов, но не используют их.

Таблица №1

Расположите предложенные методы обучения внутри компании по степени эффективности, с вашей точки зрения.	
Ротация работ, смена вида деятельности	1
Консультирование/наставничество со стороны линейных руководителей	2
Мероприятия по обмену опытом между сотрудниками	3
Стажировки сотрудников внутри компании	4
Корпоративные тренинги на рабочем месте	5
Корпоративные тренинги вне рабочего места	6
Электронные способы обучения	7

Рейтинг эффективности методов внешнего обучения представлен в таблице №2. Среди российских кадровиков наименьшей популярностью из всех способов внешнего образования

пользуется степень MBA, в большой степени на низкую оценку эффективности MBA оказывает влияние невысокий уровень российских программ.

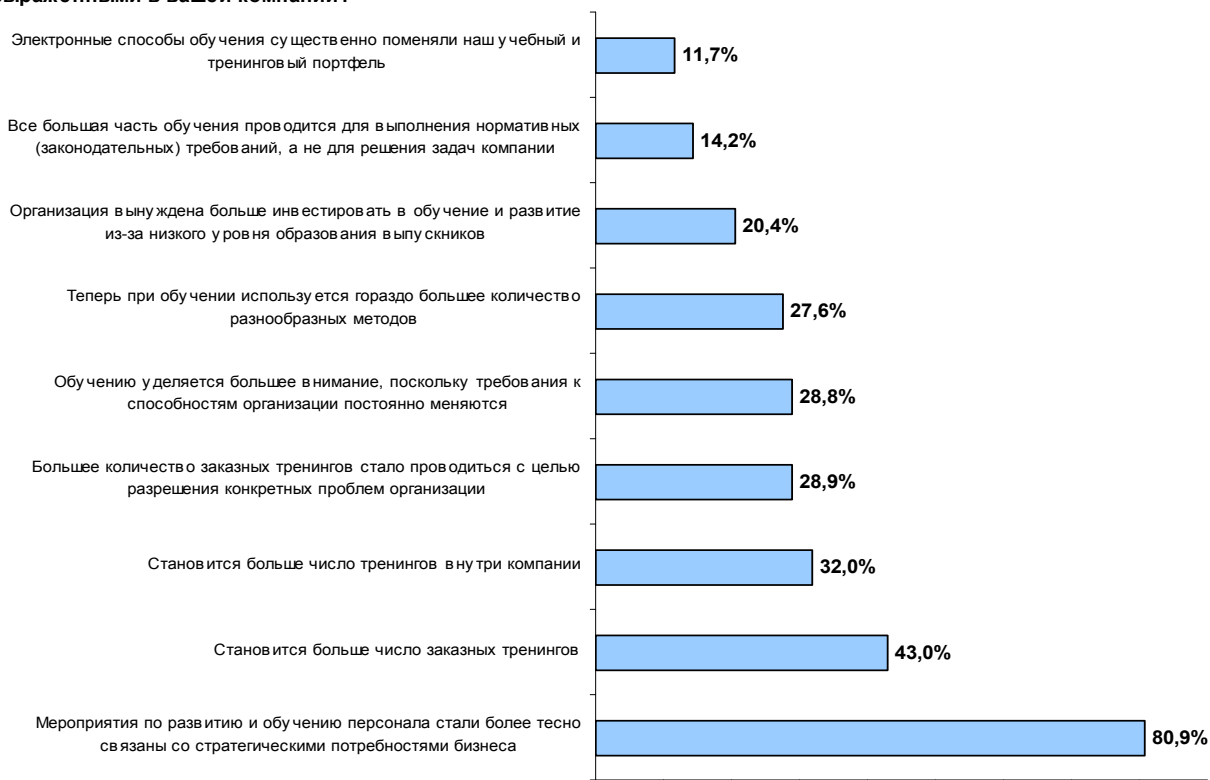
Таблица №2

Расположите предложенные методы обучения вне компании по степени эффективности, с вашей точки зрения.	
Консультирование/наставничество со стороны внешних консультантов	1
Стажировки сотрудников вне компании за границей	2
Внешние программы тренингов	3
Внешние курсы повышения квалификации	4
MBA	5

Наиболее ярко в российских компаниях проявляется тенденция увеличения внимания к образованию – как внутрикорпоративному, так и внешнему. Количество тренингов, конференций, стажировок и курсов, которые посещают сотрудники, все время растет. Большинство респондентов отметило, что мероприятия по обучению все более тесно связываются со стратегическими планами компании и с постоянным повышением уровня конкурентоспособности. См. рисунок №7

Рисунок №7

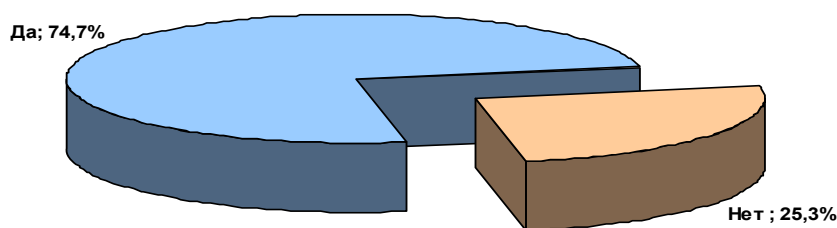
Вопрос: Какие тенденции в сфере обучения и развития являются наиболее ярко выраженными в вашей компании?



Несмотря на все повышающийся уровень и количество способов образования для сотрудников, в каждой четвертой компании не проводится оценка результатов обучения и никак не измеряется эффективность образования. Таким образом, получается, что каждая четвертая компания в России, проводящая обучение, не считает нужным оценивать результаты тех или иных способов повышения квалификации и, в конечном счете, не имеет возможности понять, насколько эффективно расходуются ее средства. См. рисунок №8.

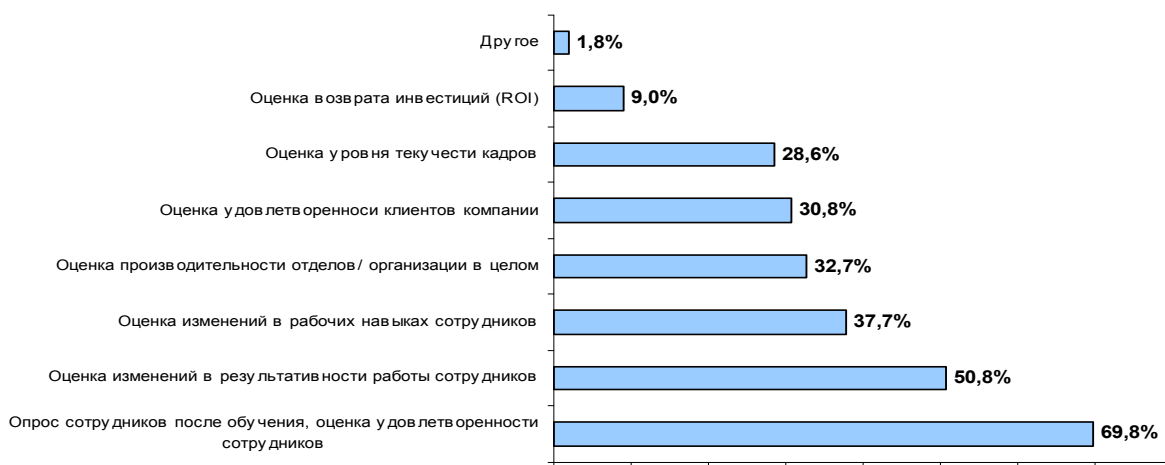
Рисунок №8

Вопрос: Проводится ли в вашей компании оценка результатов обучения?



Среди тех 75% компаний, которые все же используют какие-то методы оценки образовательных программ, наиболее популярный способ – это оценка удовлетворенности сотрудника по итогам обучения. Посмеем заметить, что 3х-дневный тренинг, проведенный для руководителей отделов где-нибудь на Кипре, вряд ли оставит сотрудников неудовлетворенными, разве что будут пожелания в следующий раз продлить его до 5-ти дней. Ну а насколько повысится эффективность работы, в большой степени зависит и от квалификации тренера, и от соответствия тренинга как потребностям компании, так и уровню квалификации обучаемых сотрудников.

Вопрос: Какие способы оценки используются в вашей компании?



*Исследование «Способы повышения квалификации сотрудников как оружие в конкурентной борьбе» проведено компанией Profi Online Research в III квартале 2007г (www.profiresearch.ru)
За более подробной информацией обращайтесь к Елене Смирновой: elena@profiresearch.ru*