

Г. А. Ключарев, А. В. Чурсина

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ: ДИСТАНЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Статья подготовлена в рамках проекта РГНФ № 16-03-00050

«Профессиональное образование в конкурентной среде»

DOI: 10.19181/snsp.2016.4.4.4763

Ключарев Григорий Артурович, доктор философских наук,
профессор, Институт социологии РАН.
117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5

E-mail: Kliucharev@mail.ru

Чурсина Анна Вадимовна, старший лаборант
с высшим образованием, Институт социологии РАН.
117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5

E-mail: anna.chiursina@gmail.com

Тел.: 8 (916) 417 28 90

Аннотация. В статье показано, как в условиях конкурентной борьбы учебные заведения профессионального образования – вузы и корпоративные университеты, а также частные поставщики услуг (провайдеры) – используют современные технологии обучения и инновационные методики для того, чтобы охватить новые категории учащихся и повысить эффективность подготовки и переподготовки кадров. При этом, провайдерами все чаще становятся обладатели IT-образовательных технологий, реализующие свою деятельность в форме бизнес проектов. Ожидается, что профессиональное образование в результате этого станет более персонифицированным, качественным, максимально удобным для учащегося. К числу таких инновационных методик относится дистанционное онлайн-образование, перспективы которого еще не оценены на должном уровне. Благодаря использованию таких методик как онлайн-образование, можно быстрее реагировать на изменяющиеся условия рынка, активнее внедрять новые методы обучения и скорее получать результаты, в том числе – возвращать вложенные в обучение средства. Исходя из того, что на сегодняшний день система профессиональных учебных заведений, в целом, не отвечает требованиям рынка труда и работодателей, в статье особое внимание уделяется корпоративному образованию, которое построено исключительно под запросы работодателя. Показано, что именно в сфере корпоративного дополнительного онлайн-образования повышается технологическая компетентность сотрудников, развивается корпоративная этика. Делается прогноз, что именно дистанционные технологии могут улучшить качество образования и в целом изменить сложившуюся ситуацию в профессиональном образовании.

Ключевые слова: онлайн-образование, e-learning, профессиональное образование, корпоративное образование, фрилансинг в образовании.

Введение

В настоящей статье¹ рассматривается деятельность трёх основных групп провайдеров профессионального образования. *Первая группа* — это вузы и университеты. *Вторая группа* — корпоративные университеты, учебные центры, курсы подготовки кадров и повышения квалификации, учреждаемые конкретными предприятиями и компаниями, исходя из задач производственной деятельности. *Третья группа* — негосударственные (частные) бизнес-школы, команды коучей (тренеров), которые организуют краткосрочные неспециализированные (в смысле конкретной профессиональной деятельности) курсы, как правило по менеджменту, психологической совместимости, инноватике, развитию корпоративной культуры и этики.

Важно, что провайдеры первой и третьей групп ориентированы на получение материальных выгод от своей деятельности, в то время как во второй группе первичным результатом обучения является повышение потенциала работников, по сути — инвестирование в человеческий капитал, и лишь потом, в процессе повышения эффективности деятельности предприятия, ожидается рост консолидированной прибыли. Это обстоятельство экономического характера, как мы увидим далее, во многом определяет стратегию и тактику деятельности провайдеров профессионального образования, дальнейшие пути его развития в стране и перспективные направления как государственных, так и частных инвестиций в него.

Вузы и университеты. Обострение конкуренции

Обострение конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг хорошо заметно на протяжении последнего десятилетия, когда численность выпускников средней школы и, соответственно, числа абитуриентов системы профессионального образования неуклонно снижалась². Так, в середине 2000-х годов наблюдался устойчивый рост мелких (от 500 до 1000 студентов) частных негосударственных университетов, общее число которых в итоге почти сравнялось с числом госу-

¹ При подготовке статьи использованы результаты неформальных глубинных интервью с экспертами: Т. А. Юрьева (Страховое акционерное общество «Россия»); О. Митрофанова (Компания «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания»); Е. А. Аксенова (Компания «РусГидро»); Н. В. Разумовская («Объединенная металлургическая компания»); М. Г. Землянухина («Сталепромышленная Компания»); Н. А. Колобова (Компания «Северсталь»); М. П. Деревлева (Компания «Мобильные телесистемы» (МТС)); Л. А. Соколов (Компания «Мегафон-Москва»), С. Пятенко (КБ «Юниаструм Банк»).

² Справочно: 2006 г. — 607 государственных вузов (3,7 млн студентов), 358 — частных (1 млн студентов); в государственных вузах работали 265 тыс. преподавателей) а в частных 42 тыс. 2015 г. — 530 государственных вузов (4,1 млн студентов), 366 — частных (700 тыс. студентов), в государственных вузах работали 256 тыс. преподавателей, а в частных — 24 тыс. За последние 7–8 лет число выпускников средней школы сократилось почти в два раза (с 1,3 млн до 700 тыс. человек).

дарственных и муниципальных учебных заведений. Данный процесс представлял собою, по сути, децентрализацию образования (как, впрочем, это происходило и в других социально значимых сферах — здравоохранении и т. д.), смысл которой состоял в стремлении федеральных властей переложить бремя и финансовую ответственность на плечи других провайдеров услуг — муниципалитетов и частных учредителей.

Однако в условиях, когда государственные вузы стали испытывать критическую нехватку абитуриентов и между ними началась нешуточная конкуренция за будущих студентов, федеральная власть была вынуждена пойти на крайние меры и под предлогом ликвидации учреждений, не обеспечивающих качественный образовательный процесс, стала резко сокращать число негосударственных заведений, используя механизм лишения аккредитации и усложнения процедуры лицензирования. Действительно, чтобы выиграть набор студентов частные (коммерческие) вузы должны понижать стоимость учёбы, а для этого надо понижать и себестоимость процесса. Иногда это делается за счет качества.

Однако лицензирование и аккредитация де-факто стали инструментом скрининга учебных заведений и, в значительно меньшей степени, показателем качества услуг. Так, по справедливому мнению экспертов, основные индикаторы, по которым принималось решение о выдаче лицензии, лишь незначительно влияют на результат обучения [Константиновский и др., 2006: 216]. Это прежде всего индикаторы финансовой и материальной обеспеченности учебного процесса. Справедливости ради стоит отметить, что размеры аудиторных площадей и уровень освещенности в них, количество книг в университетской библиотеке в пересчёте на учащихся, наличие медпункта и столовой, строгость исполнения пропускного режима лишь косвенно могут отражать уровень и качество обучения, но вовсе не гарантировать его.

Также качество образования можно оценивать с помощью методики «больших данных» (Big Data). Эта методика позволяет анализировать учебное поведение учащихся, уровень знаний по той или иной дисциплине, степень освоения тех или иных дисциплин, а значит, и качество образования конкретного вуза в целом.

Хорошо известно, что один из основных индикаторов качества профессионального образования — это успешное трудоустройство после окончания учёбы, предполагающее работу по полученной специальности и соответствующий уровень заработной платы. Однако с этим в большинстве вузов дела обстоят далеко не лучшим образом. Вместо того, чтобы приближать качество обучения по основной специальности к требованиям рынка труда, администрации учебных заведений стали широко практиковать систему второго образования.

По меткому выражению одного из экспертов, в период падения спроса на основные (базовые) специальности, второе (дополнительное) образование в вузах стало выполнять роль «дойной коровы». В такие факультеты второго образования почти ничего не инвестируется, а в результате в большинстве отраслевых и технических вузов появляются экономические, управленческие, юридические специальности, которые «берут на себя» от трети до половины приёма, а по сути работают как базовые. К сожалению, вопрос их эффективности и трудоустройства по ним остаётся без широкого обсуждения.

На самом деле проблема заключается в том, что существующая система профессионального образования (включая все её уровни и формы) — дисфункциональна [Шереги, 2010: 207–218], поскольку она принципиально не соответствует имеющейся на сегодняшний день социальной (квалификационной, классовой и др.) структуре российского общества. Тем самым система образования не обеспечивает воспроизводство социальной структуры и не содействует желаемым трансформациям (например, в сторону формирования среднего класса или предпринимательского сословия — стартаперов мелких и средних бизнес- и инновационных проектов), но, напротив, порождает межпоколенческое напряжение с двумя возможными путями его развития: эмиграция наиболее талантливой молодёжи за рубеж либо широкое распространение асоциального поведения как на индивидуальном, так и на коллективном уровне.

Такова общая непростая ситуация, в которой наиболее креативные администраторы обращаются к опыту ведущих высокорейтинговых университетов, которые уже нашли или находят выход из похожего положения — они самым активным образом осваивают новые образовательные технологии, которые снижают себестоимость учебного процесса, расширяют его вариативность, увеличивают рекрутинговую базу учащихся. Представим себе, что нужно обучить чему-то миллион человек, дать им набор новых компетенций. В принципе, размер такой задачи соответствует федеральному уровню управления образованием. Если идти традиционным путём, через вузы, то затраты будут колоссальными. Надо построить, условно, двадцать МГУ, в которых будут обучаться по 50 тыс. человек. Если же использовать онлайн и дистанционные методики, то решение задачи сильно упрощается¹.

¹ Дистанционное образование — это форма обучения, при которой учителя /преподаватели и обучающиеся взаимодействуют между собой на расстоянии и которая отражает все присущие учебному процессу компоненты (цели, методы, средства обучения), реализуемые специфичными средствами интернет-технологий и другими средствами, предусматривающими активность обучаемого. Документы ЮНЕСКО по дистанционному образованию и электронному образованию (e-learning как «обучение с помощью Интернета и мультимедиа») размещены на официальном сайте ИИТО ЮНЕСКО (URL: <http://iite.unesco.org/files/conference2010/Kalas%20Monday.pdf>) (дата обращения: 31.08.2016); Электронное образование, оно же e-learning, появилось как система поддержки дистанционного образования, так как Интернет был единственным средством коммуникации между вузом и студентами. Существенно, что основным отличием онлайн-обучения от заочного является освоение материала не автономно, а в постоянном контакте с преподавателем.

Один из наиболее интересных примеров дистанционного образования – Московский университет имени С. Ю. Витте, который входит в число лучших негосударственных вузов России. Все программы в этом вузе направлены на сотрудничество с государственными и коммерческими предприятиями. Здесь действует специальный Центр практики, трудоустройства и карьеры, который помогает выпускникам трудоустроиться по специальности. Кроме того, совместно с Польской высшей школой финансов разработана программа «Два диплома», гарантирующая получение бизнес-образования, которое признаётся во многих зарубежных странах. Большинство программ здесь дистанционные – 14 из 22. Университет имеет всего один небольшой учебно-административный корпус, что позволяет минимизировать накладные расходы и понижать себестоимость учебного процесса.

Однако, в целом, наши вузы пока не очень понимают перспективы методики онлайн-образования. При этом есть опасность, что в таких условиях на наш рынок быстро проникнут западные вузы и полностью его займут. Это будет означать, во-первых, что деньги, которые могли бы остаться у нас в стране, уйдут за рубеж. Во-вторых, не самые конкурентоспособные университеты, особенно в регионах, потеряют огромную часть студентов, что поставит вопрос о необходимости существования этих учебных заведений. Поэтому администрациям вузов надо перестать сопротивляться этому процессу, ограничивая свои курсы традиционными программами. Сильные региональные университеты за счёт онлайн-методик получают шанс существенно повысить уровень образования своих студентов.

Характерно, что сами студенты с большим интересом относятся к дистанционному онлайн-обучению. Почти каждый (95%) знает о его существовании, а треть (35,6%) респондентов уже сегодня используют онлайн-курсы в образовательных целях. В студенческой среде принято «коллекционировать» дипломы о прохождении онлайн-курсов, это считается хорошим тоном, поскольку повышает вероятность качественного трудоустройства [Обрывалина, Ардельянова, 2016].

Эксперты отмечают, что российский рынок онлайн-образования является наиболее быстрорастущим во всём мире¹. Хотя бы один раз проходили онлайн-обучение 7,2 млн россиян, что сопоставимо с общим числом учащихся в нынешней системе ДПО по официальной статистике. Однако чтобы реализовать наметившийся тренд, необходимо принять соответствующую законодательную базу [Игнатов, 2012; Медведева, Крошилин, 2011]. Приводится пример США, когда

¹ Исследования международной консалтинговой компании «J'son & Partners Consulting».

студенты традиционных вузов могут изучать до 30% курсов в режиме онлайн. При этом форма образования приравнивается к очной. Также существенным препятствием является использование IT-платформ, которые находятся в собственности у разработчиков или сторонних, часто иностранных, провайдеров.

Отличительная черта российского рынка онлайн-образования от западного состоит в том, что в России изначально доминировали платные онлайн-курсы, в то время как на западном рынке изначально появились бесплатные проекты. Из-за того, что платные проекты не ориентированы на большую аудиторию, практически нет широко известных российских проектов. Российский рынок онлайн-образования активно начал развиваться лишь последние 2–3 года, прежде всего за счёт корпоративного сегмента, о котором пойдёт речь в следующем разделе.

Корпоративное образование

Государственная система профессиональных учебных заведений не в состоянии ответить всем потребностям рынка, поэтому на помощь приходит корпоративное (дополнительное – как это принято в официальной терминологии) профессиональное образование¹. Выпускники не обладают всеми компетенциями, которые требуют работодатели, а корпоративное образование не только помогает «дотянуть» нового сотрудника до нужного компании уровня, но и приобщить его к корпоративной культуре.

Есть ещё одна причина, по которой корпоративное образование будет развиваться вне зависимости от качества подготовки выпускников высших учебных заведений. Причина эта заключается в острой конкурентной борьбе между предприятиями и постоянной необходимостью развития и оптимизации учебного процесса. Поскольку корпоративное образование – это, по сути, бизнес, то приходится соотносить выгоды и издержки, связанные с его развитием. Так, по экспертным оценкам американских компаний, увеличение расходов на обучение персонала на 10% даёт прирост производительности труда на 8,5%, в то время как такое же увеличение капиталовложений в менеджмент, основные фонды, улучшение условий труда повышает производительность труда только на 3,8% [Arvanitis, Loukis, 2015].

Корпоративное образование можно считать наиболее эффективным методом повышения квалификации персонала². Именно с его помощью сотрудник получает необходимые навыки адаптации к непрерывно меняющимся условиям

¹ Стоит обратить внимание, что дополнительное профессиональное образование (ДПО) включает в себя все виды профессионального образования помимо основного (высшего, среднего). Таким образом, и корпоративное, и дистанционное, имеют правовой статус ДПО.

² Существует журнал «Корпоративные университеты», который помогает бизнесу организовывать обучение сотрудников (URL: <http://www.corporate-universities.ru/> (дата обращения: 31.08.2016)).

и потребностям работы на предприятии. Выделяются два этапа корпоративного образования сотрудников: первичное обучение вновь пришедших сотрудников и целевое периодическое обучение постоянных кадров. Первый этап подразумевает обучение деловой этике, знакомство с основами корпоративной культуры. Проводятся психологические тренинги, направленные на развитие навыков нестандартного решения производственных задач, умений взаимодействовать в коллективе и разрешать конфликты и спорные ситуации. Второй этап является уже узкоспециализированным. Сюда включаются бизнес-тренинги, тематические семинары, повышение квалификации [Бадарч и др., 2014; Шаров, 2009]. Здесь обучаются наиболее мотивированные и активные люди.

Именно на втором этапе внутреннее образование постепенно уступает дорогу внешнему, и чем выше уровень учеников, тем выше потребность в аутсорсинге.

«Обучение внутри компании даёт эффект, когда надо «натаскать» персонал. Если речь идёт о сотрудниках, имеющих высокую квалификацию, целесообразнее прибегать к услугам внешних провайдеров: во-первых, держать преподавателей на все случаи жизни просто нереально, а во-вторых, такие преподаватели варятся в собственном соку и, следовательно, неизбежно теряют квалификацию» (Сергей П., Юниаструм Банк).

Система корпоративного образования позволяет более быстро реагировать на меняющиеся условия рынка, быстрее внедрять инновационные проекты и быстрее получать результаты, чем традиционная система высшего образования. Так, авторитетное международное консалтинговое агентство McKinsey & Company в своих ежегодных отчетах указывает, что 40% компаний, которые входят в список «Форбс», имеют свои корпоративные университеты. При этом на повышение квалификации каждого сотрудника ежегодно, в среднем, уделяется две недели.

В России сегмент корпоративного образования практически не регулируется государством и отдан в ведение самих компаний. Поскольку государственное лицензирование и аккредитация не предусмотрены действующим законодательством, работодатель сам определяет содержание, интенсивность и периодичность обучения своих сотрудников исходя из особенностей производственного процесса и имеющихся средств.

Так, корпоративный институт ПАО «Газпром» является, на сегодняшний день, ведущим образовательным учреждением в нефтегазовой отрасли, где сотрудники повышают компетентность с целью эффективной реализации стратегий и целевых проектов корпорации

[Печенкин, 2010]. Задача данного института непрерывного образования заключается в создании системы развития и подготовки, повышении квалификации и переподготовки управленческих кадров, а также обеспечении новейшими разработками в области менеджмента, права, экономики и финансов, бухгалтерского учёта, компьютерных систем, иностранных языков, промышленной безопасности. Также корпоративный институт занимается адаптацией новых сотрудников. У «Газпрома» есть как очные формы повышения квалификации, так и дистанционные, в том числе в виде массовых онлайн-курсов. Поскольку охватить данным видом очного обучения всех новичков, принятых на работу, в рамках периода их адаптации невозможно, то принято решение о развитии дистанционного онлайн-образования. Пример – курс, включающий материалы, раскрывающие деятельность «Газпрома» и его значение для российской и мировой экономики. Курс начинается с раздела «Основы газового дела», в котором слушатели знакомятся с понятием «газ», его физическими и химическими характеристиками, формами залегания горных пород. Приводятся данные по крупнейшим месторождениям, описываются методы их поиска и разведки. В курсе представлен весь технологический процесс добычи, транспортировки, хранения, переработки и реализации газа и других углеводородов (например, в одном из разделов мы видим весь путь газа от скважины к конечному потребителю, с подробными комментариями на каждом этапе). Имеется необходимая информация по сжиженному природному газу, кратко рассмотрены и другие источники мировой энергетики – нефть, уголь, атомная энергия и т. д.

Важно, что корпоративное образование сегодня реализуется в двух основных формах: базовое, которое даётся новым сотрудникам, и периодические мероприятия по повышению квалификации сотрудников компании (непрерывное образование). Корпоративное образование позволяет компаниям инвестировать средства в своих же сотрудников, так как повышение квалификации своих, проверенных уже сотрудников является более надёжным и более выгодным вложением, чем наём новых специалистов.

Компания «СИБУР Холдинг», одна из наиболее успешных финансовых компаний в стране, также имеет свой корпоративный университет, где новые сотрудники сразу включаются в процесс адаптации и знакомства с корпоративной культурой компании [СИБУР Холдинг, 2016]. Среди направлений непрерывного образования холдинга «СИБУР» можно выделить: управление и лидерство, маркетинг и продажи, производственную эффективность, промышленную безопасность, корпоративные сервисы и производственные направления. Однако университет не предусматривает тотальное повышение квалификации сотрудников: чтобы попасть на обучение, необходимо проявлять себя, демонстрировать высокую компетентность в своём деле и показывать своё стремление развиваться дальше.

Производит положительное впечатление деятельность корпоративного университета ОАО «Российские железные дороги». Здесь существует методика, которая основана на лучших практиках образования мировых бизнес-организаций.

Программы этого университета постоянно совершенствуются и отвечают требованиям современного рынка и направлены как на совершенствование управленческой деятельности, так и на создание условий для непрерывной технической учёбы персонала. Современные российские железные дороги являются высокотехнологическим производством — развитие скоростного движения (поезда «Сапсан», «Ласточка», «Стриж» и связанная с ними инфраструктура: содержание путей, системы сигнализации, централизации и блокировки, информационные системы бронирования и онлайн-продаж проездных документов) требует постоянного обучения персонала. В наших интервью респонденты из случайной выборки сообщили, что персонал среднего звена (путевые мастера, машинисты локомотивов, инженеры служб тяги, «контактники» и др.) обучается около четырёх недель в году.

Дополнительное профессиональное образование в ОАО «РЖД» проводится в очной, очно-заочной и заочной формах с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Предусматривается адаптация программ под индивидуального учащегося. Путём доступа в личный кабинет на корпоративном сайте можно выстроить индивидуальный план курса и пройти видеокурсы; также имеется доступ к внутренней библиотеке.

Особый интерес представляет ЗАО «Сбербанк», который не просто сумел создать развитую многоуровневую систему корпоративного образования для своих 260 тыс. сотрудников, но и активно применяет инновационные формы обучения. Так, на первом этапе в 2012 г. был создан корпоративный университет «Сбербанк», который являлся дочерней компанией. В 2014 г. он получил государственную лицензию на право ведения дополнительной профессиональной образовательной деятельности¹. Сегодня в системе профессионального образования «Сбербанка» более 100 разработанных программ для руководителей фронт- и бэк-офисов разного уровня с использованием передовых образовательных технологий. Предусмотрено 16 уровней обязательной программы (75% обучения проходит именно на их базе), 24 программы развития корпоративных компетенций, 20 программ развития

¹ Хотя и отмечалось, что лицензирование и государственная аккредитация программ ДПО, к которому, по сути, относится корпоративное образование, не являются обязательными, некоторые учебные заведения специально проходят предусмотренные процедуры, чтобы облегчить финансовые отношения между поставщиками и потребителями данной образовательной услуги внутри отдельных субъектов компании. Однако самая главная причина получения лицензии — возможность обучать сотрудников других компаний и по окончании курсов выдавать им сертификаты. При этом возникает правовой казус — учащийся профильного вуза или техникума может по своей инициативе пройти обучение на таких курсах и получить знания сегодняшнего дня, которые в его учебном заведении, как правило, недоступны.

профессиональных компетенций, 43 специализированные программы. Формат работы может быть очным (предполагается присутствие слушателя в аудитории и тесное взаимодействие с преподавателем), и электронным (предполагается самостоятельное изучение слушателями электронных курсов, доступ к которым можно получить на портале дистанционного обучения) и смешанным (сочетание очной, дистанционной и самостоятельной работы). Широко распространены такие виды дистанционных занятий, как вебинар и онлайн-конференции, дистанционные консультации преподавателей, дистанционное тестирование, экзамены и зачёты. С 2011 г. также введена программа «Сбербанк-500» для руководителей среднего звена. По этой программе уже прошло обучение около 1300 человек. Цель программы – дать слушателям тот набор управленческих знаний и навыков, который нужен для выполнения обязанностей в соответствии со стратегией и корпоративной моделью, а также для продвижения их на более высокий уровень менеджмента. Университет активно взаимодействует с одним из крупнейших глобальных образовательных онлайн-ресурсов Khan Academy с целью русифицировать имеющийся мировой образовательный видеоконтент.

Важным шагом стало создание образовательного портала, доступного сотрудникам «Сбербанка» в любое время суток, который позволяет действовать в режиме реального времени. Этот инновационный проект был признан лучшим внедрением обучающей IT-платформы, и уже в 2014 г. все 35 тыс. руководителей «Сбербанка» подключились к этой виртуальной школе. На сайт школы можно попасть из любого места, где есть Интернет, также существует функция индивидуального планирования обучения на основе корпоративных компетенций.

Другие, не столь «мощные» корпорации и компании финансового сектора стараются использовать иностранный опыт. Как правило, сотрудник переходит из одного подразделения в другое, накапливает приёмы работы и знания о разных направлениях работы банка. Через год он становится специалистом широкого профиля и теоретически может закрывать любые смежные участки работы.

В иностранных организациях, в большей степени в американских банках и транснациональных аудиторских компаниях, упор делается на развитие лояльности, уважение к корпоративной символике и укрепление командного духа внутри коллектива. В данном случае предполагается, что базовое образование по специальности человек уже имеет.

Формируя собственные учебные программы, российские банки пытались «подружить» два этих подхода. Причём необходимо отметить, что банки, располагающие только первоначальными ознакомительными курсами, также заявляли, что обучение в банке ведётся. И лишь последующие расспросы показывали, что под обучением понимается инструктаж новичков, а не семинары и тренинги по повышению квалификации.

Ещё одно наблюдение: каждая компания, каждый провайдер дистанционного образования решает, какую IT-платформу им использовать, приобретать ли на неё права или договариваться с владельцем. При этом разработка программ-

ного обеспечения онлайн-образования развивается очень высокими темпами. Пример – платформа Eduson, которая наиболее часто используется в корпоративном образовании. Так, «Газпром-Нефть» с её помощью обучал своих региональных сотрудников, «Лукойл» разместил на ней курсы по тайм-менеджменту, управлению качеством обучения, ведению переписки. «Coca-Cola Hellenic» использовала курсы и платформу Eduson для развития личностного потенциала сотрудников. «Ростелеком» также обращался за помощью к Eduson, так как это позволило сотрудникам обучаться в удобное для них время.

На данный момент на платформе Eduson представлено 798 интерактивных онлайн-курсов. Есть бесплатные курсы, есть короткие видеоролики стоимостью до 1000 руб., а также есть платные программы стоимостью от 3 до 20 тыс. руб. За последние три года прошло обучение 87 тыс. человек, выдано 220 тыс. дипломов. Сферы, которые охватывает платформа, самые разнообразные: HR, бизнес-английский, лидерство, личное развитие, маркетинг, менеджмент отрасли, презентации, продажи, производство, стартап, управление проектами и финансы. На этом ресурсе все курсы на русском языке, однако часть из них уже подаётся на английском, китайском, португальском.

Из числа других IT-платформ, широко используемых сегодня в корпоративном онлайн-образовании, российские Uniweb, Нетология и известные зарубежные лидеры Coursera, edX, Udacity, Академия Хана.

Наконец, ещё одно замечание, связанное с особенностями корпоративного образования. Затраты компании на обучение легко могут обернуться убытками, если сотрудник, на которого потрачены серьёзные деньги (например, компания оплатила обучение по программе MBA, а это тысячи, а то и десятки тысяч долларов, если это европейская школа), перейдёт в другую компанию. Или другой сотрудник, изучивший за счёт работодателя иностранный язык, захочет применить его в конкурирующей фирме, где больше платят. В связи с этим респонденты-эксперты предлагают заключать с сотрудниками, обучающимися за счёт компании, договор, в соответствии с которым те обязуются вернуть часть затраченных на их обучение средств, если они покинут компанию раньше оговорённого срока. Данное предложение, видимо, разумно, и в отличие от кредитов на высшее целевое образование, в случае которых достаточно высок процент невозврата (около половины), здесь работодатель может просто удерживать требуемую сумму из заработка.

Наконец, следует просто создавать условия, при которых набравшийся знаний за счёт компании сотрудник не захотел бы покинуть данное место деятельности.

Негосударственные (частные) провайдеры

В условиях рыночной экономики вполне естественно выглядит появление компаний и коммерческих проектов, которые специализируются на дистанционном онлайн-образовании. При этом мы наблюдаем три группы таких провайдеров. Первая – отечественные стартапы, которые «начинают с нуля» и регистрируются в России (Лекториум, Универсариум и др.); вторая – тоже отечественные, но имеющие регистрацию за рубежом (TutorOnline и др.), как правило в штате Калифорния, США (в Кремниевой долине); наконец, признанные зарубежные лидеры (Coursera, edX, Udacity и ряд других), которые часть своих англоязычных курсов постепенно переориентируют на русскоязычную аудиторию. О перспективах русскоязычного сектора онлайн-образования и бизнес-интересах различных групп провайдеров недавно состоялась дискуссия, на которой были представлены различные точки зрения [US – Russia..., 2016].

Как подтвердилось, крупные поставщики продолжают «прощупывать» возможности предложений своих услуг, причём делают они это за символические деньги, а иногда и бесплатно. Располагая значительными ресурсами, они проводят своеобразный маркетинг российского рынка. Тем более что к ним проявляют обоснованный интерес ряд крупных российских университетов, таких как НИУ ВШЭ, НИЯУ «МИФИ», Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР) и ряд других. Эти учебные заведения понимают, что выгоднее использовать уже освоенные онлайн-технологии, чем зарабатывать собственные. Проще размещать на уже созданных площадках требуемый контент собственной разработки.

Вторая группа провайдеров не имеет постоянной аудитории, но, понимая российскую специфику интересов потенциальных учащихся, предлагает различные курсы как профессионального, так и познавательно-любительского характера в виде МООК¹. При этом создатели таких проектов предпочитают гарантии защиты прав и интеллектуальной собственности, поэтому регистрируются за рубежом, там, где это уже действует не первый год.

Третья группа – это, как правило, проекты, которые делаются *ad-hoc*, под какую-то конкретную цель – формирование определённой компетенции среди специализированной (не обязательно малочисленной) аудитории. Это либо мини-проекты от малоресурсного провайдера (например, фриланс-, ресурсные и обучающие порталы), либо серьёзные проекты закрытого характера, подобно тому, как когда-то начинался Интернет.

¹ МООК (Массовый открытый онлайн-курс) – электронные курсы (учебно-методические комплексы), включающие в себя видеолекции с субтитрами, текстовые конспекты лекций, домашние задания, тесты и итоговые экзамены. Такие курсы носят глобальный характер. Считается, что слушатели, которые посещали МООК, являются наиболее самостоятельными и более мотивированы в приобретении тех навыков, которые им необходимы в профессиональной деятельности.

Все три группы провайдеров имеют хорошие перспективы в своих нишах. Потенциал роста капитализации таких компаний практически неограниченный. При этом по стоимости своего бизнеса провайдеры онлайн-образования могут приблизиться к Google или Facebook. По крайней мере, это относится к компаниям первой группы. Можно ожидать, что компании второй группы догонят «Яндекс» или другую значимую по объёмам капитализации компанию. Что касается третьей группы, то здесь большое значение имеет поддержка государства, которое является основным заказчиком и потребителем производимого продукта.

Тем не менее во всём мире программами онлайн-образования занимается именно частный бизнес. Предприниматель поддерживает, как правило, несколько проектов и, таким образом, развивает рынок образовательных услуг. Причём провайдеры могут хорошо зарабатывать: они берут плату как с учащихся, так и с работодателей, по заказам которых нужно готовить кадры. Фактически эти предприятия работают по принципу биржи труда – «продают» лучших слушателей работодателю.

Если негосударственные (частные) проекты разовьются, станут крупным бизнесом, а у них есть такой потенциал, конкуренция в этом секторе обеспечит качество образования, а в стране может радикально измениться в лучшую сторону ситуация с профессиональным образованием.

Следует ожидать в скором времени прихода в сектор интернет-проектов венчурного финансирования. Кроме того, есть огромное количество проектов, которым нужны не деньги, а административная поддержка, понимание того, как преодолевать определённые административные барьеры. Появятся программы, ориентированные не на денежную поддержку, а на коучинг, консалтинг и снятие административных барьеров. Такая поддержка для авторов проектов, с учётом российской специфики, значительно важнее прямого финансирования.

В заключение, чтобы сохранить социологический жанр настоящей статьи, приведём несколько высказываний наших респондентов, которые имеют опыт онлайн-образования и ответили на вопрос «*Что Вам дало дистанционное обучение? Ваши впечатления от него?*»:

«С очкой сравнивать нельзя, конечно. Разница огромная, при любом формате обучения те, кто пришёл получать знания, их получают. А так очень удобно: вся литература, все методички всегда в доступе, да и с преподавателями можно сконтактировать» (Екатерина П., менеджер).

«Дистант даёт все ресурсы для того, чтобы получить знания, образование, это практично и эффективно. Материалы все качественные, всё понятно и доступно, и цена радует — на порядок дешевле получается, чем учиться на очке» (Алла К., домохозяйка).

«Я поступила на очное отделение, а потом пришлось перевестись на дистанционку, её и закончила в итоге. Могу сказать, что очка была куда тяжелее, но, знаете, если всё сдавать вовремя и не откладывать — дистанционка вещь отличная. Я считаю, для тех, кому нужна вышка, но нет шансов оторваться от дома, — лучший вариант, однозначно. А хорошее образование — это хорошая зарплата, проверено на себе» (Марина Т., специалист по рекрутингу).

«Я поступал на дистанционное, получается, уже очень давно: в 2007 г. Почти первопроходец (улыбается). Отучился, работаю, уже давно понял, что я не ошибся тогда ни с вузом, ни со специальностью, ни с формой обучения. Дистанционное образование — это очень, очень удобно» (Евгений А., финансовый аналитик).

«Меня очень выручил диплом менеджера, когда я претендовал на нынешнюю должность руководителя отдела. А сейчас я думаю о втором высшем, уже по другой специальности: уже не ради «корочки» — ради знаний, по большей части. Думаю, опять на дистанционное подать, уже всё тут понятно, знакомо и ясно, что и как» (Сергей П., госслужащий).

«Я училась дистанционно, совмещая с работой, время выбирала сама для обучения, для контрольных. Тьюторы очень помогли! Мне очень нравилось учиться именно так, и я смогла, наконец, получить высшее образование. А иначе было бы странно сидеть на парту с ребятами почти вдвое младше меня!» (Елена Л., офис-менеджер).

Выводы

Материал, изложенный в настоящей статье, позволяет сделать вывод о том, что дистанционное онлайн-образование становится весьма эффективной и перспективной образовательной практикой. *Во-первых*, оно имеет самые низкие издержки и себестоимость по сравнению с другими видами учебной деятельности. Достигается это за счёт охвата больших аудиторий, которые недоступны при очном образовании. *Во-вторых*, отличается большей универсальностью и гибкостью, возможностями максимального учёта интересов и способностей учащегося. *В-третьих*, онлайн-образование позволяет применять методику «больших данных» (Big Data) к учащимся, предельно персонифицируя их учебное поведение (learning behavior) с целью дальнейшего совершенствования качества образования.

Лучше всего это понимают, как и следовало ожидать, бизнес-структуры, вне зависимости от того, имеют они отношение к оказанию образовательных услуг или нет. В то же время организации, которые непосредственно заинтересованы в расширении современных образовательных ИТ-технологий, — вузы и университеты — не слишком торопятся это делать, по старинке отдавая предпочтение очной аудиторной форме занятий. Только обострившаяся в последние годы конкуренция в борьбе за новых абитуриентов стимулирует расширение онлайн-услуг в сфере высшего и среднего профессионального образования, благодаря кото-

рой, к примеру, студент, обучающийся в Алтайском университете, берёт онлайн-курс по управлению проектами у преподавателя из Академии народного хозяйства. На основании результатов обучения на этом онлайн-курсе он получает зачёт, необходимый для диплома Алтайского университета.

При этом стоит вспомнить, что для развития онлайн-обучения крупнейшие и наиболее успешные высокорейтинговые западные вузы постоянно разрабатывают новые специализированные курсы, осваивают новые формы обеспечения занятий, такие как: открытый виртуальный университет, виртуальный колледж, облачный кампус, смарт-образование. При этом обучающиеся не только получают какие-либо теоретические знания, но и выполняют практические задания, лабораторные работы, взаимодействуют с другими студентами по всему миру.

Гораздо лучше обстоит дело в сфере корпоративного образования. Работодатель видит экономические преимущества данной формы непрерывного образования своих сотрудников и с большей охотой, чем руководство вузов, инвестирует средства в учебный процесс. Причём если раньше широко практиковалась выездная учёба, то сейчас такие занятия проводят исключительно для персонала, принимающего решения, – в случае, когда назревает кризис в отношениях. В остальных случаях дистанционной онлайн-учёбе отдаётся абсолютный приоритет.

Если выделить основные тренды современного корпоративного образования, то они сводятся к следующему: разработка программ инструментального менеджмента, которые в краткосрочном периоде могут быть внедрены в практику; поощрение того, чтобы в процессе обучения сотрудники расширили профессиональные возможности и смогли быть более универсальными, смогли сочетать «несколько трудовых постов». Особое значение приобретают консультационная помощь, выявление потребностей в обучении; повышается интерес к дополнительным опциям (скидки, бесплатное посещение мастер-классов, бесплатное проведение мероприятий на базе партнёра и т.д.). Возрастает интерес к партнёрским проектам, всё больше компаний хотят заключить стратегическое соглашение о сотрудничестве, снизить риски постоянного подбора провайдеров. Происходит повышение интереса к Executive-программам¹ для собственников и топ-менеджеров в открытом и корпоративном формате, а также к фриланс-образовательным проектам. Особое распространение получает проблемно-ориентированное обучение (узконаправленное

¹ Программы, которые направлены на формирование определённых компетенций (функциональной грамотности), необходимых для выполнения служебных обязанностей.

или связанное с работой над проблемами компании) в виде Case-laboratory, бизнес-симуляции, программы по оптимизации и кроссфункциональным проблемам. При этом компании требуют уже другого типа сотрудников, которые равны по статусу и могут работать в режиме «летучих команд», которые будут образовываться в зависимости от задач проекта.

Появляются компании, в которых непрерывное образование становится важной корпоративной ценностью. В таких «обучающихся организациях» (термин – learning organization уже лет 15 используется в мировой литературе) девиз «Изменяем компанию – обучаясь!!!» встречается повсеместно.

С учётом этого можно прогнозировать дальнейшее расширение рынка образовательных услуг не только для занятого, но всего остального населения. При этом важно понимать, что ключевыми игроками становятся не университет, школа, работодатель или дирекция библиотеки. Ключевым игроком становится носитель IT-технологий, которые в нашем случае используются с образовательными или просветительскими целями.

Однако многое зависит и от позиции государства, в первую очередь в сфере профессионального (как высшего, так и дополнительного) образования. В его абсолютной компетенции остаётся признание результатов и легитимности онлайн-образования. И здесь мы вновь возвращаемся в область дискуссии о том, какое образование нужно различным категориям населения, какое образование следует считать качественным, а какое – доступным. Ну и наконец, как распорядиться свободным временем и дополнительной степенью свободы, которые появляются в процессе дистанционного образования.

Список литературы

Бадарч Д., Токарева Н. Г., Цветкова М. С. MOOK: реконструкция высшего образования // Высшее образование в России. – 2014. – № 10. – С. 135–146.

Игнатов И. И. Инновационные тенденции в развитии системы американского корпоративного образования // Наука. Инновации. Образование. – 2012. – № 11. – С. 172–187.

Константиновский Д. Л., Вахштайн В. С., Куракин Д. Ю., Рощина Я. М. Доступность качественного общего образования: возможности и ограничения. – М.: Университетская книга, 2006. – 208 с.

Корпоративный университет РЖД [Электронный ресурс]: Официальный сайт Корпоративного университета РЖД. URL: <http://curzd.ru:8090/web/guest/about> (дата обращения: 31.08.2016).

Медведева Е. И., Крошилин С. В. Электронное образование и развитие инновационной экономики России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2011. – № 4. – С. 58–72.

Международная консалтинговая компания McKinsey [Электронный ресурс]: Официальный сайт McKinsey. URL: <http://www.mckinsey.com/global-locations/europe-and-middleeast/russia/ru> (дата обращения: 31.08.2016).

Обрывалина О. А., Ардельянова Я. А. Использование форм электронного обучения российскими студентами (результаты пилотажного исследования) // Материалы XXIII международной молодёжной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов». 11–15 апреля 2016 г. [Электронный ресурс]: Официальный сайт международного молодёжного научного фонда «Ломоносов». URL: https://lomonosov-su.ru/archive/Lomonosov_2016/data/8529/uid21639_report.pdf (дата обращения: 31.08.2016).

Печенкин А. Развитие системы дистанционного обучения в вертикально-интегрированной компании. Август 2010. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Hyper method. URL: <http://old.learnware.ru/static.php?id=105020> (дата обращения: 31.08.2016).

«СИБУР Холдинг» — крупнейший нефтехимический холдинг России. [Электронный ресурс]: Официальный сайт СИБУР Холдинг URL: <http://career.sibur.ru/karera-v-sibure/kultura-sibur.php#> (дата обращения: 31.08.2016).

Шаров В. С. Дистанционное обучение: форма, технология, средство // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2009. № 94. – С. 236–240.

Шереги Ф. Э. Факторы, противодействующие модернизации российского профессионального образования // Модернизация российского образования: проблемы и перспективы / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: ЦСПиМ, 2010. – С. 207–218.

J'son & Partners Consulting, Management Consultancy [Электронный ресурс]: Официальный сайт J'son & Partners Consulting. URL: <http://www.json.ru/> (дата обращения: 31.08.2016).

US – Russia Educational Forum, 9–10 April, 2016, Washington. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Russia Beyond The Headlines. URL: http://rbth.com/culture_calendar/2016/04/05/us-russia-educational-forum_582157 (дата обращения: 31.08.2016).

Arvanitis S., Loukis E. Employee education, information and communication technologies, workplace organization and trade // Industrial and Corporate Change. – 2015. – № 24 (6). – P. 1417–1442.

Дата поступления в редакцию: 04.09.2016

DOI: 10.19181/snsp.2016.4.4.4763

Professional Education in a Competitive Environment: Distance Learning Technology

The publication was prepared within the framework of a research project №16-03-00050 "Vocational education and training in a competitive environment" supported by the Russian Humanitarian Scientific Foundation

Kliucharev Grigoriy Arturovich

Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. Krzhizhanovskogo str., 24/35, build 5, 117218, Moscow, Russia. E-mail: Kliucharev@mail.ru



Chursina Anna Vadimovna

Senior Laboratory Assistant with Higher Education, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. Krzhizhanovskogo str., 24/35, build 5, 117218, Moscow, Russia.
E-mail: anna.chiursina@gmail.com

Abstract. The article shows how in a competitive race among educational institutions of professional education – universities and corporate universities, as well as private service providers – modern technology training and innovative methods to reach new categories of students and increase efficiency of training and retraining – are used. At the same time, providers are increasingly becoming the owners of IT-learning technologies and implementing its activities in the form of business projects. It is expected that professional education as a result of this will become more personalized, more convenient for the student. There is distance online education among these innovative techniques. Through the use of techniques such as online education, one could respond more quickly to changing market situation, actively introduce new methods of teaching, including short-time returns of funds invested into training. Based on the fact that current system of vocational education institutions, as a whole, does not meet the requirements of the labor market and employers, the article focuses on corporate education, which was built exclusively for the employer's request. It has been shown that it increases the technological competence of employees, developing corporate ethics through online education. It makes a prediction that the remote learning technology can improve the quality of education and, in general, change the situation in vocational education.

Keywords: online education, e-learning, vocational training, corporate education, freelancing in education.

REFERENCES

Badarch D., Tokareva N. G., Cvetkova M. S. MOOK: реконструкция высшего образования. [*Reconstruction of higher education*]. *J. Vysshee obrazovanie v Rossii*. – 2014. – № 10. – S. 135–146. (In Russ.).

Ignatov I. I. Innovacionnye tendencii v razvitii sistemy amerikanskogo korporativnogo obrazovanija. [*Innovative trends in the development of American corporate education*]. *J. Nauka. Innovacii. Obrazovanie*. – 2012. – № 11. – S. 172–187. (In Russ.).

Konstantinovskij D. L., Vahstajin V. S., Kurakin D. Ju., Roshhina Ja. M. Dostupnost' kachestvennogo obshhego obrazovanija: vozmozhnosti i ogranichenija. [*Accessibility of quality General education: possibilities and limitations*]. – M.: Universitetskaja kniga, 2006. – 208 s. (In Russ.).

Korporativnyj universitet RZhD. [*Corporate University of Russian Railways*]. [Elektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt Korporativnogo universiteta RZhD. URL: <http://curzd.ru:8090/web/guest/about> (data obrashhenija: 31.08.2016). (In Russ.).

Medvedeva E. I., Kroshilin S. V. Elektronnoe obrazovanie i razvitie innovacionnoj ekonomiki Rossii. [*Electronic education and innovative economy development of Russia*]. *J. Ekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz*. – 2011. – № 4. – S. 58–72. (In Russ.).

Mezhdunarodnaja konsaltingovaja kompanija McKinsey. [*International consulting company McKinsey*]. [Elektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt McKinsey. URL: <http://www.mckinsey.com/global-locations/europe-and-middleeast/russia/ru> (data obrashhenija: 31.08.2016). (In Russ.).

Obrjvalina O. A., Ardel'janova Ja. A. Ispol'zovanie form elektronnoho obuchenija rossijskimi studentami (rezul'taty pilotazhnogo issledovanija). [*The use of electronic forms of training of the Russian students (the results of the pilot study)*]. *J. Materialy XXIII mezhdunarodnoj molodjozhnoj nauchnoj konferencii studentov, aspirantov i molodyh uchjonyh «Lomonosov»*. 11–15 aprelja 2016 g. [Elektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt mezhdunarodnogo molodjozhnogo nauchnogo fonda «Lomonosov». URL: https://lomonosov-su.ru/archive/Lomonosov_2016/data/8529/uid21639_report.pdf (data obrashhenija: 31.08.2016). (In Russ.).

Pechenkin A. Razvitie sistemy distancionnogo obuchenija v vertikal'no-integrirovannoj kompanii. [*The development of distance learning system in a vertically integrated company*]. Avgust 2010. [Elektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt Hyper method. URL: <http://old.learnware.ru/static.php?id=105020> (data obrashhenija: 31.08.2016). (In Russ.).

«SIBUR Holding» – krupnejshij neftehimicheskij holding Rossii. [*“SIBUR holding” – the largest petrochemical holding of Russia*]. [Elektronnyj resurs]: Oficial'nyj sajt SIBUR Holding URL: <http://career.sibur.ru/karera-v-sibure/kultura-sibur.php#> (data obrashhenija: 31.08.2016). (In Russ.).

Sharov V. S. Distancionnoe obuchenie: forma, tehnologija, sredstvo. [*Distance learning: form, technology, tool*]. *J. Izvestija RGPU im. A. I. Gercena.* – 2009. № 94. – S. 236–240. (In Russ.).

Sheregi F. E. Faktory, protivodejstvujushhie modernizacii rossijskogo professional'nogo obrazovanija. [*Factors opposing the modernization of the Russian professional education*]. *J. Modernizacija rossijskogo obrazovanija: problemy i perspektivy / Pod. red. M. K. Gorshkova, F. E. Sheregi.* – M.: CSPiM, 2010. – S. 207–218. (In Russ.).

J'son & Partners Consulting, Management Consultancy [Electronic resource]: J'son & Partners Consulting [web-site]. URL: <http://www.json.ru/> (date of access: 31.08.2016).

US – Russia Educational Forum, 9–10 April, 2016, Washington. [Electronic resource]: Russia Beyond The Headlines [web-site]. URL: http://rbth.com/culture/calendar/2016/04/05/us-russia-educational-forum_582157 (date of access: 31.08.2016).

Arvanitis S., Loukis E. Employee education, information and communication technologies, workplace organization and trade. *J. Industrial and Corporate Change.* – 2015. – № 24 (6). – P. 1417–1442.

