

РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Тренинг – процесс набора и освоения техник, направленных на построение эффективной профессиональной деятельности. В связи с развитием малого и крупного предпринимательства российские фирмы пришли к осознанию необходимости обучения собственного персонала. Тенденцией 2000 г. можно считать актуализацию спроса на тренинговые услуги. Тренинги стали не только необходимой частью кадровой политики фирмы, они стали модными. Теперь все большее число российских компаний заказывают те или иные тренинговые программы. Однако спрос на тренинговые услуги не был сопровождается информированием широкой общественности о пользе и реальных возможностях тренингов, что привело к ряду существенных проблем.

Задачей тренинга является овладение бизнес-технологиями, необходимые для конкурентной борьбы на рынке.

Существует два типа тренингов:

1. Открытые тренинги, когда заранее объявляется тема и менеджеры из различных компаний собираются на общее обучение.
2. Корпоративные тренинги, обеспечиваемые штатными или приглашенными специалистами, которые проводят комплексное обучение руководителей различного уровня.

Спрос на тренинговые услуги формируется, среди сбытовых структур различных организаций, которые стремятся обучить персонал техникам продаж, а также с помощью тренинга повысить эффективность работы менеджеров. В России на данный момент существует огромное количество тренингов, большинство из которых основано на узком количестве методик. Большинство имеющихся на рынке программ представляют собой адаптированные к российским условиям американские технологии менеджмента. Несмотря на культурные различия, западные компании являются ведущими в области проектирования и отработки тренингов. Некоторые российские компании предпринимают попытки по созданию центров обучения тренинг-менеджеров, однако, аналога западным исследовательским компаниям на данный момент в России не существует.

Можно выделить следующие проблемы на рынке тренинговых услуг:

- недостаток информации о целях и задачах тренинга приводит к непониманию того, зачем нужен тренинг и что он может дать;
- однотипность программ, связанная с неразвитой научной базой;
- большое количество переводных программ, не адаптированных к российскому менталитету;
- для малого и среднего предпринимательства тренинги все еще являются дорогостоящей услугой.

Прогнозы развития рынка тренинговых услуг заключается в том, что постепенно будут создаваться стабильные тренинговые компании, которые станут гарантией качественной и профессиональной работы. Компании-провайдеры будут обеспечивать их постоянными клиентами, избавив от необходимости самостоятельного продвижения тренинговых услуг. Таким образом, появится время для совершенствования и повышения квалификации тренинг-менеджеров, нормализуются цены на тренинговые услуги, а также появятся гарантии качества услуг, обеспеченные тренинговой компанией.