

* ispring academy

iSpring.Исследователь

Исследование по корпоративному онлайн-обучению 2023



Друзья,

Перед вами исследование по корпоративному онлайн-обучению от команды Академии iSpring. Цель нашего исследования – узнать больше о том, как компании выстраивают обучение персонала и как им в этом помогает онлайн-обучение. Мы опросили более 200 компаний из 17 отраслей. Среди них есть как представители малого бизнеса, так и крупные компании с численностью сотрудников в несколько тысяч человек. Также мы брали в расчёт, сколько лет существует бизнес на рынке. Это позволило нам посмотреть, как те или иные компании, в зависимости от своих параметров, обучают сотрудников онлайн: как мотивируют сотрудников учиться, проводят ли замеры эффективности обучения, какие бюджеты готовы потратить на развитие сотрудников и какой контент для онлайн-обучения считают самым эффективным и вовлекающим.

Приглашаем вас ознакомиться с результатами нашего исследования. И конечно, мы будем рады обсудить его с вами в телеграм-чате Мастерской iSpring: https://t.me/ispring_master

Присоединяйтесь к нашему сообществу eLearning-профессионалов!



Татьяна Галкина,
директор Академии iSpring

СОДЕРЖАНИЕ



- 01** Портрет участников исследования
- 02** Расходы на обучение
- 03** Разработка контента
- 04** Эффективность обучения
- 05** Мотивация и вовлечение
- 06** Хайлайты

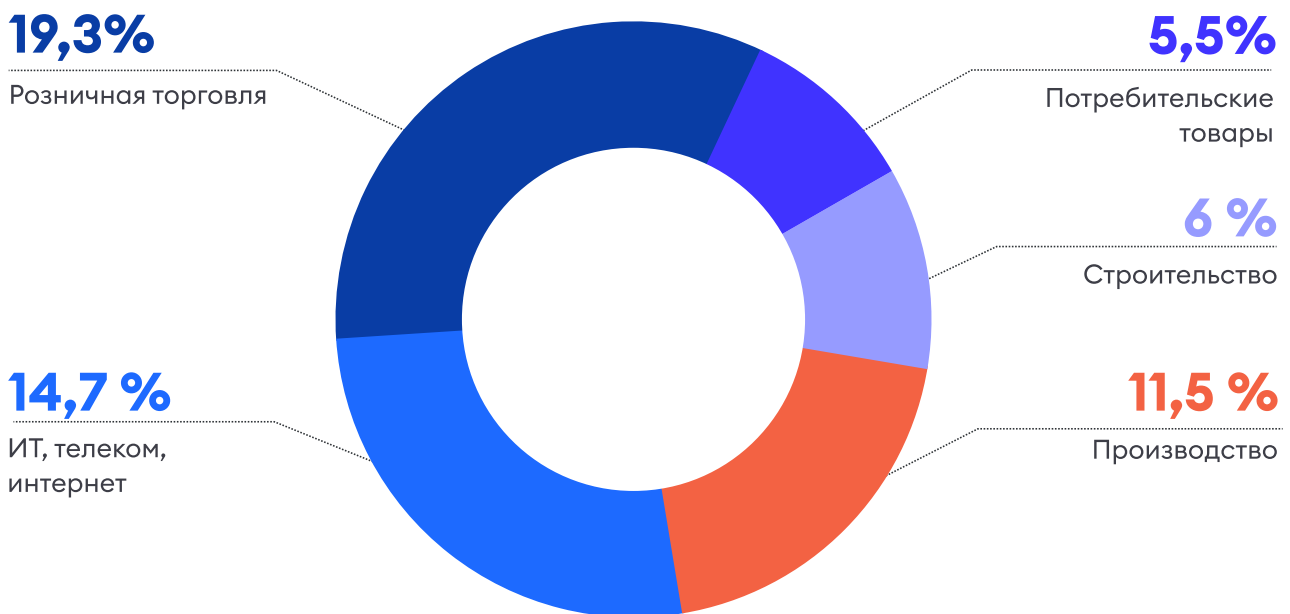
ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании приняло участие 218 компаний. Чтобы описать портрет участников, мы выделили три параметра – отрасль, размер компании и возраст.

01

ОТРАСЛИ

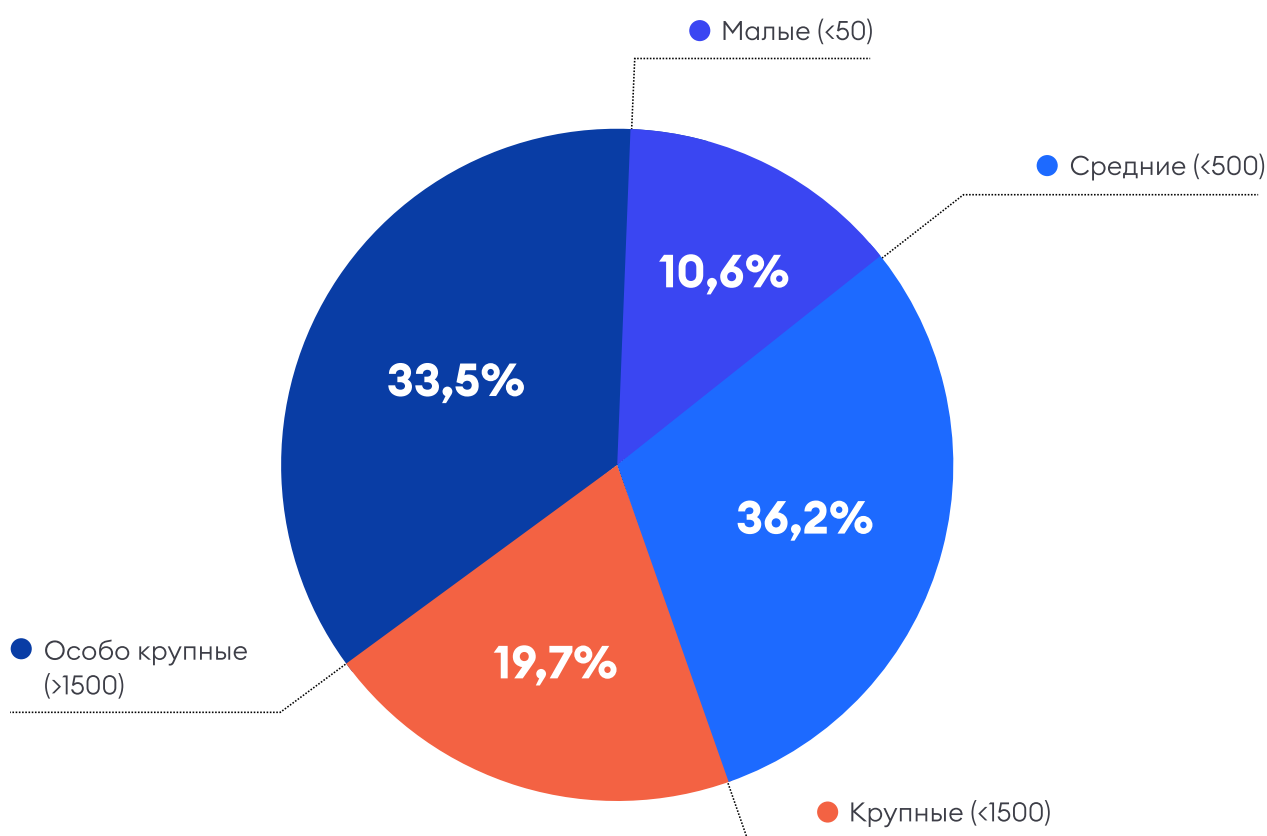
Всего опрос прошли представители из 17 отраслей. Наибольшую долю опрошенных составили представители розничной торговли – 19,3%. Далее в пятёрке лидеров по отраслям следуют: ИТ/телеком/интернет, производство, строительство и потребительские товары.



Кроме представителей этих отраслей в исследовании приняли участие компании из сферы банковских и финансовых услуг, гостиничного бизнеса, логистических и транспортных услуг, фармбизнеса, медицинских услуг, страхования, добывающей промышленности, нефтехимии, агропромышленного сектора, а также автомобильного сектора, авиации и госпредприятия.

РАЗМЕР КОМПАНИИ

Размеры компаний, принявших участие в опросе, варьировались от малых (менее 50 сотрудников в штате) до особо крупных (более 1 500 сотрудников).

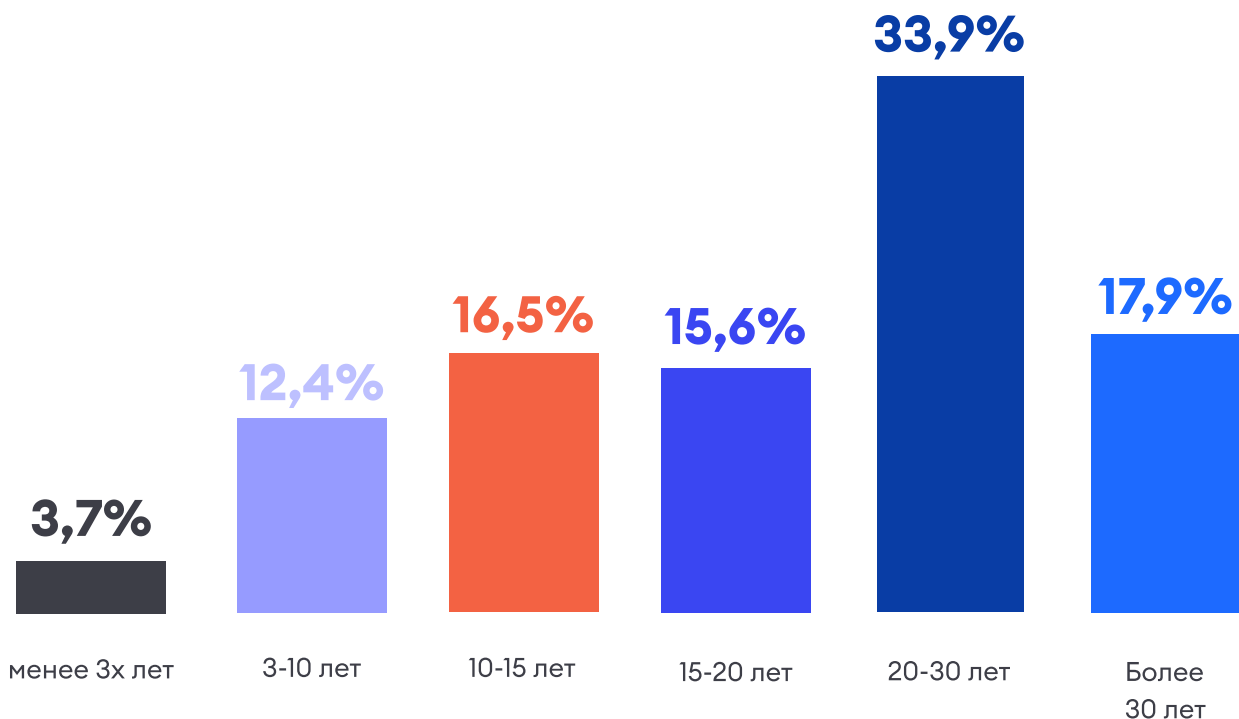


Наибольшее количество представлено средними компаниями, размером от 50 до 500 сотрудников, на которых пришлось 36,2% опрошенных. Доля особо крупных предприятий суммарно составила 33,5%, из которых 17% – компании размером от 3 до 10 тыс. сотрудников; 11% – от 1,5 до 3 тыс. сотрудников, и 5,5% – 10 тыс. и более.

ВОЗРАСТ КОМПАНИИ

Возрастная категория опрошенных компаний также варьировалась от молодых компаний, работающих на рынке менее 3 лет, до взрослых компаний с более 30-летним опытом работы.

Распределение компаний-респондентов по возрасту



Более 30% опрошенных компаний существуют на рынке более 20 лет, 18% – компании с более чем 30-летним стажем работы. 17 и 16% выборки составили компании старше 10 и 15 лет соответственно. Молодые компании, существующие от 3 до 10 лет, – 13%, компании менее 3 лет – 4%.

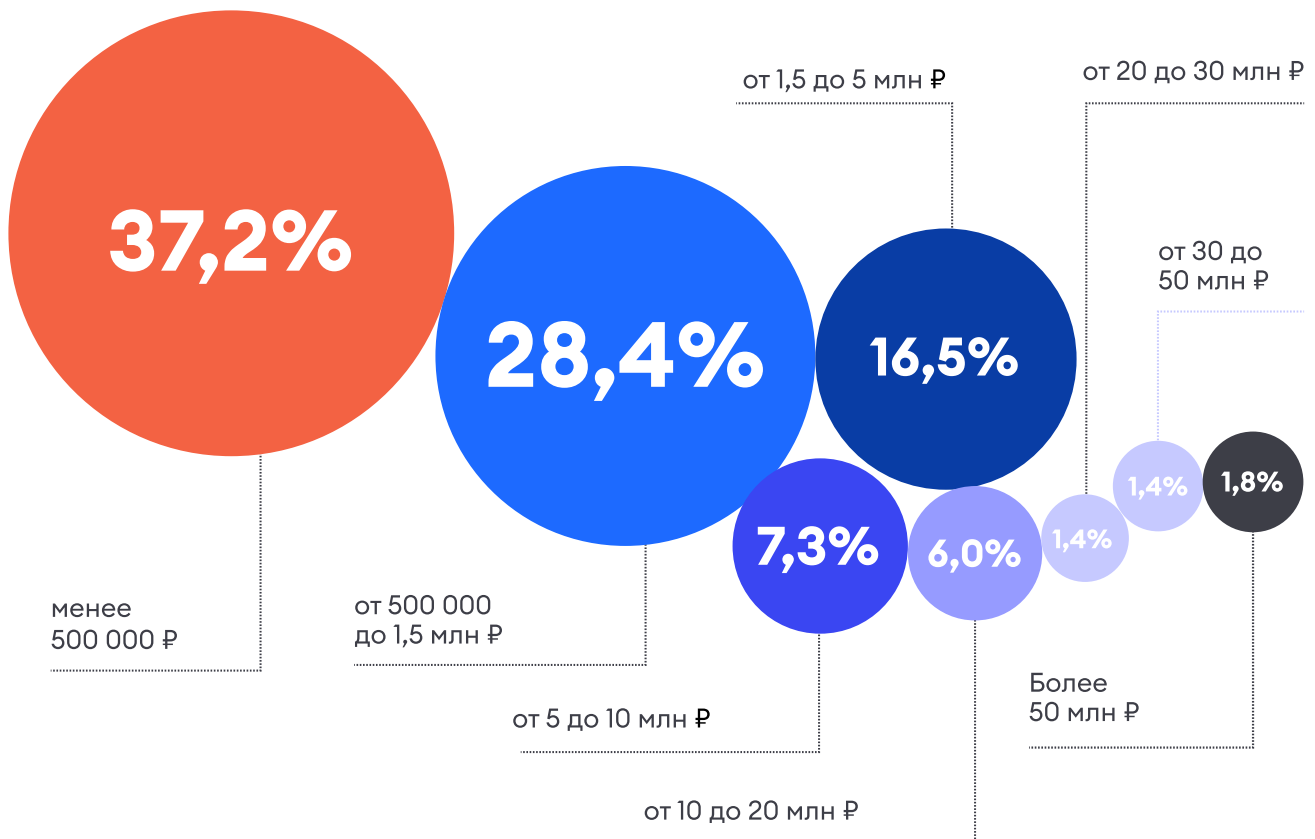
РАСХОДЫ НА ОБУЧЕНИЕ

В этом разделе рассмотрим, как расходы на обучение сотрудников коррелируются с численностью штата и как итоги 2022 года отразились на планировании бюджета на обучение в текущем году.

02

Сколько компании потратили на обучение в 2022 году?

В целом компании в большей мере склонны удерживать бюджет на обучение сотрудников в пределах 500 тыс. рублей – 37% опрошенных указали, что в 2022 году потратили меньше 500 тыс. рублей. Заложить бюджет до 1,5 млн рублей в 2022 смогли 28% компаний. С повышением суммы затрат свыше 1,5 млн рублей наблюдалось одновременное сокращение числа предприятий, выделявших большие средства на обучение персонала.

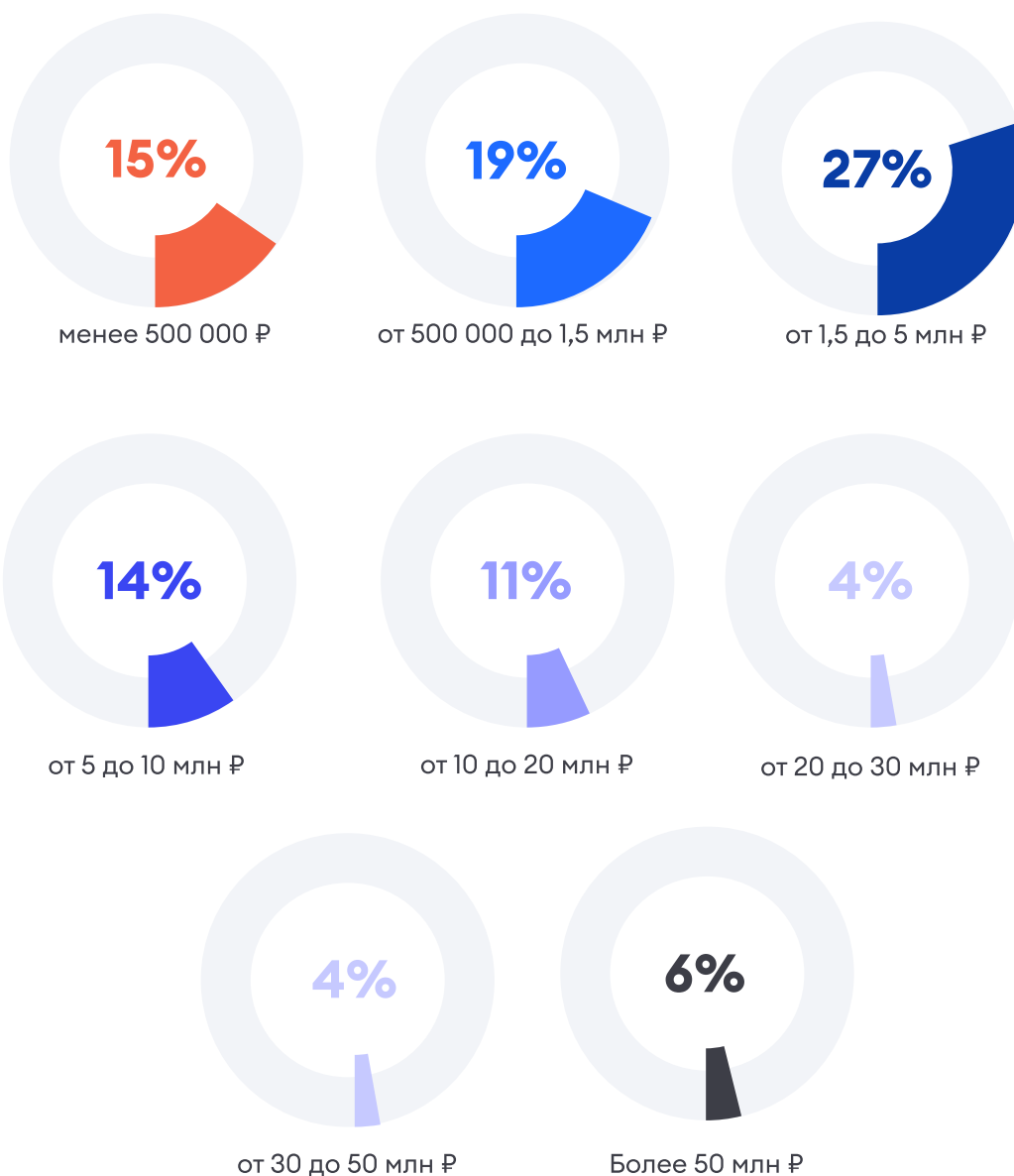


При этом 35% опрошенных из 5 крупных отраслей (розничная торговля, ИТ/телеком/интернет, производство, строительство, сектор потребительских товаров) потратили менее 500 тыс. рублей на обучение сотрудников; 31% вложил от 500 тыс. до 1,5 млн рублей.

Посмотрим, как соотносится количество сотрудников в компании с затратами на обучение.

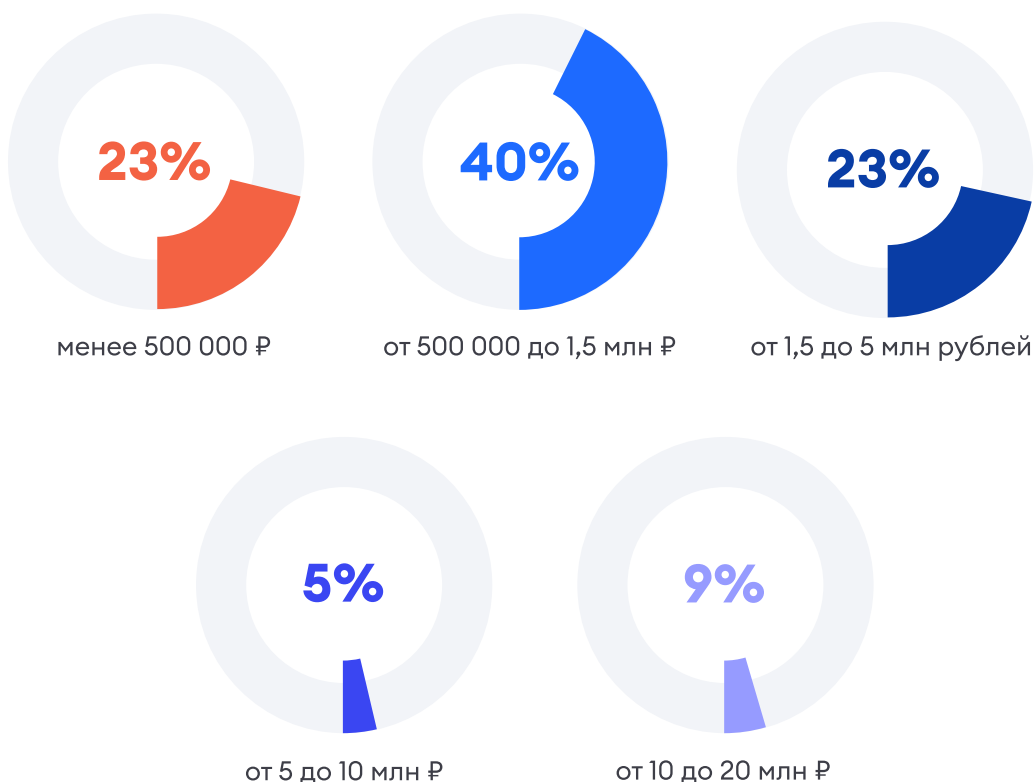
Расходы на обучение компаний с численностью штата более 1 500 сотрудников

27% опрошенных организаций с количеством сотрудников больше 1 500 человек в 2022 году потратили на обучение сотрудников от 1,5 до 5 млн рублей. Больше 5 млн рублей на обучение выделили только 5% организаций.



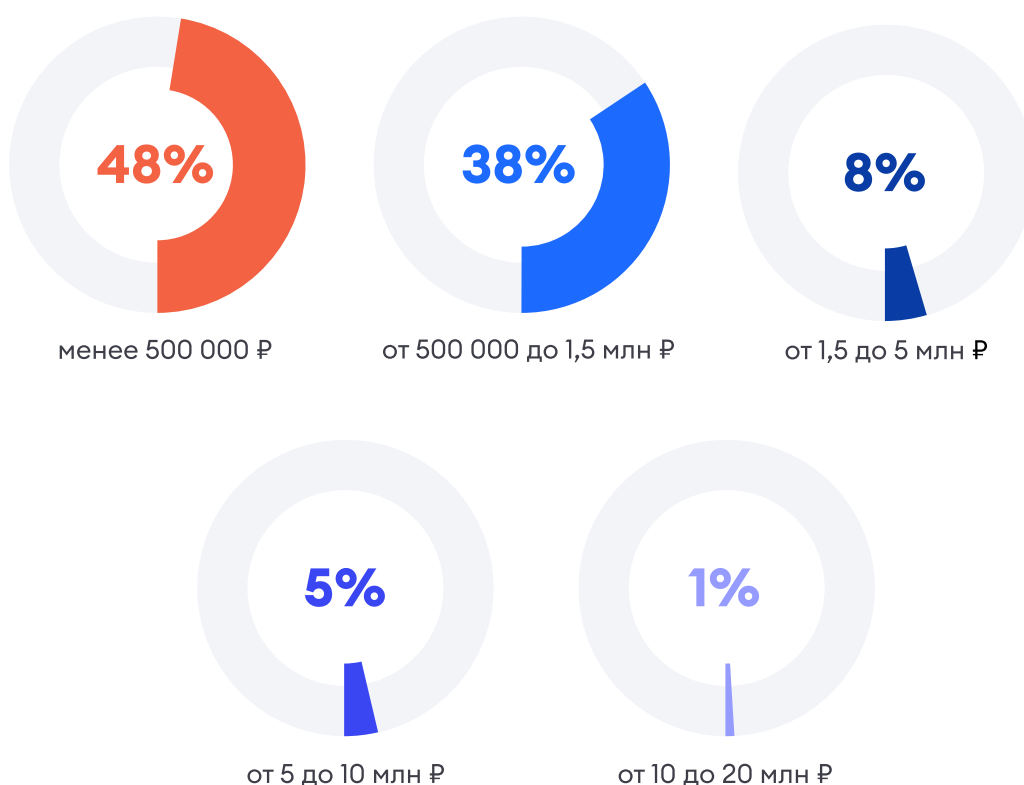
Расходы на обучение компаний с численностью штата до 1 500 сотрудников

40% крупных предприятий с количеством сотрудников от 500 до 1 500 указали, что в 2022 потратили на обучение от 500 тыс. до 1,5 млн рублей. Кроме того, одинаковые доли (по 23%) этой категории компаний вложили в обучение менее 500 тыс. и свыше 1,5 млн рублей. Больше 5 млн рублей на обучение выделили только 5% организаций.



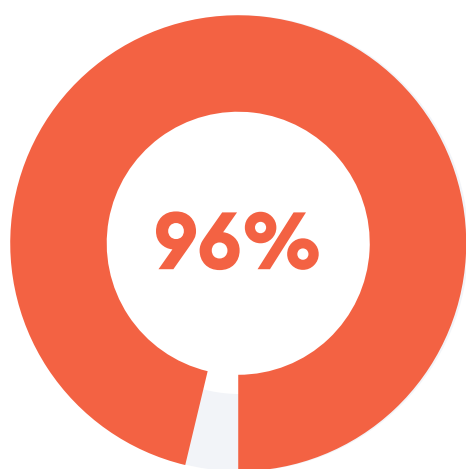
Расходы на обучение компаний с численностью штата до 500 сотрудников

Почти половина (48%) опрошенных предприятий среднего размера потратила менее 500 тыс. рублей на обучение сотрудников в 2022 году. 38% вложили до 1,5 млн рублей. Свыше этих сумм были готовы вложить менее 15% организаций.

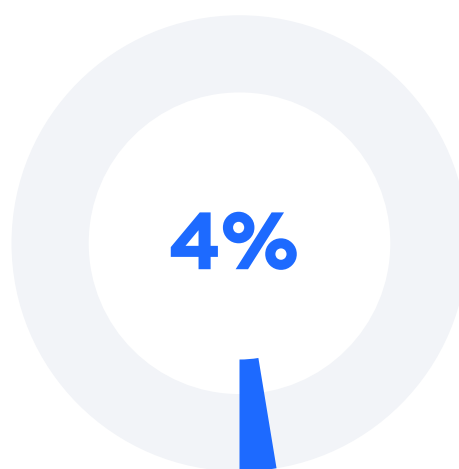


Расходы на обучение компаний с численностью штата до 50 сотрудников

Малые предприятия, с количеством сотрудников менее 50 человек, ожидаемо затрачивали на обучение меньше остальных респондентов: 96% потратили менее 500 тыс. рублей, и только 4% увеличили предел затрат до 1,5 млн рублей.

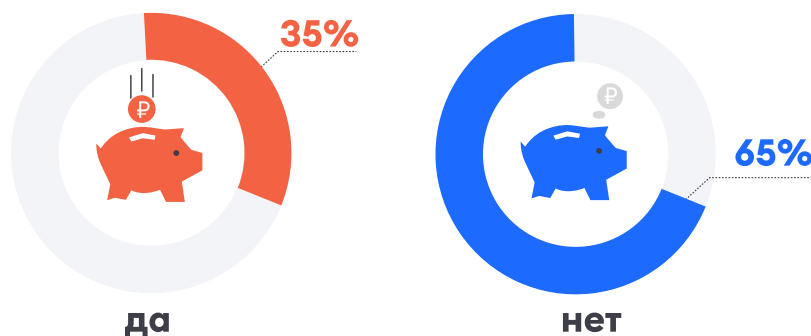


менее 500 000 ₹

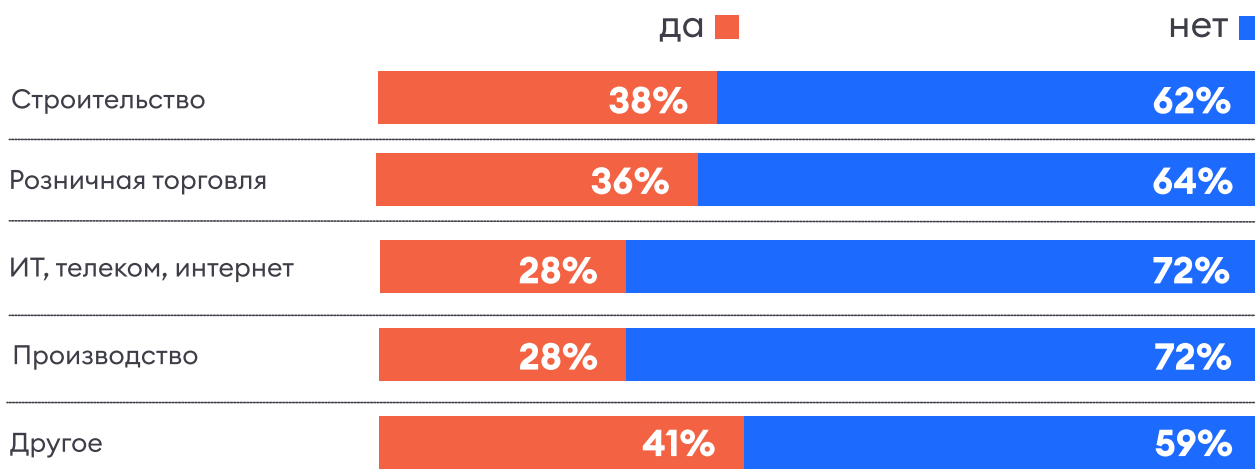


от 500 000 до 1,5 млн ₹

Планируете ли увеличить бюджет на обучение сотрудников в 2023 году?



Это топ-5 отраслей по активности ответов на вопрос планирования бюджета



Более половины компаний каждой из отраслей не планирует увеличивать расходы в предстоящем году. В среднем от 28 до 41% компаний, напротив, выразили готовность увеличить бюджет на обучение сотрудников.

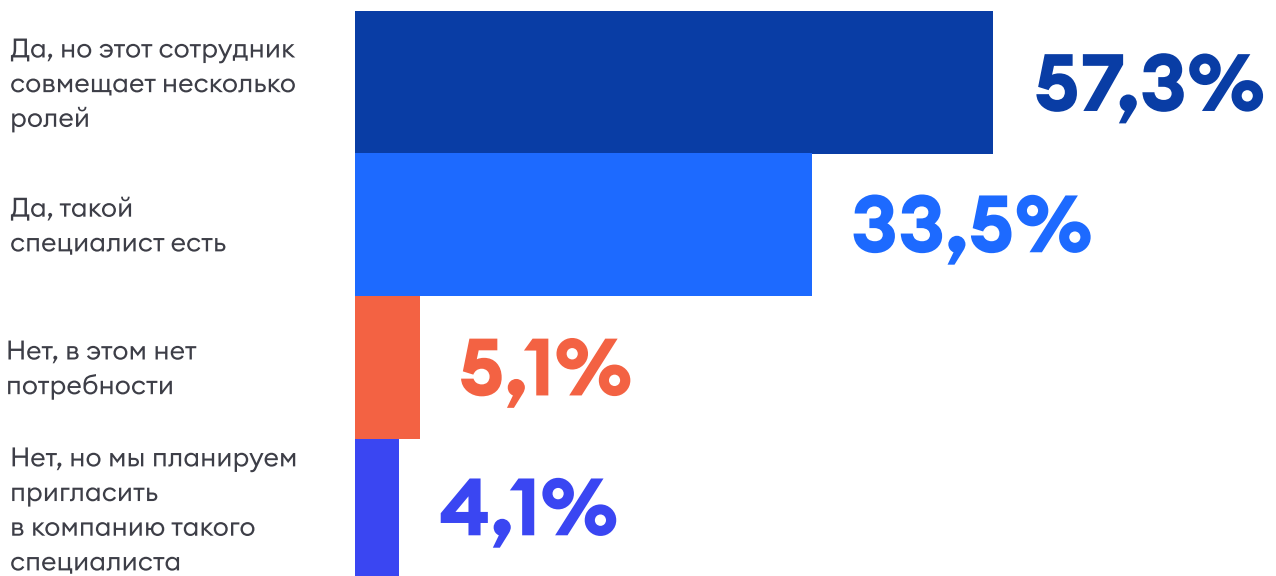
РАЗРАБОТКА КОНТЕНТА

В этом разделе узнаем, как компании разрабатывают контент для онлайн-обучения и какие форматы являются наиболее популярными.

03

Есть ли в вашей компании выделенный специалист, ответственный за разработку контента для онлайн-обучения?

Абсолютное большинство опрошенных – 90,8% – отметило, что имеют специалиста, ответственного за разработку контента для онлайн-обучения, из них 57,3% указали на то, что такой специалист совмещает несколько ролей.



Вы разрабатываете материалы для онлайн-обучения сотрудников ресурсами собственной команды?

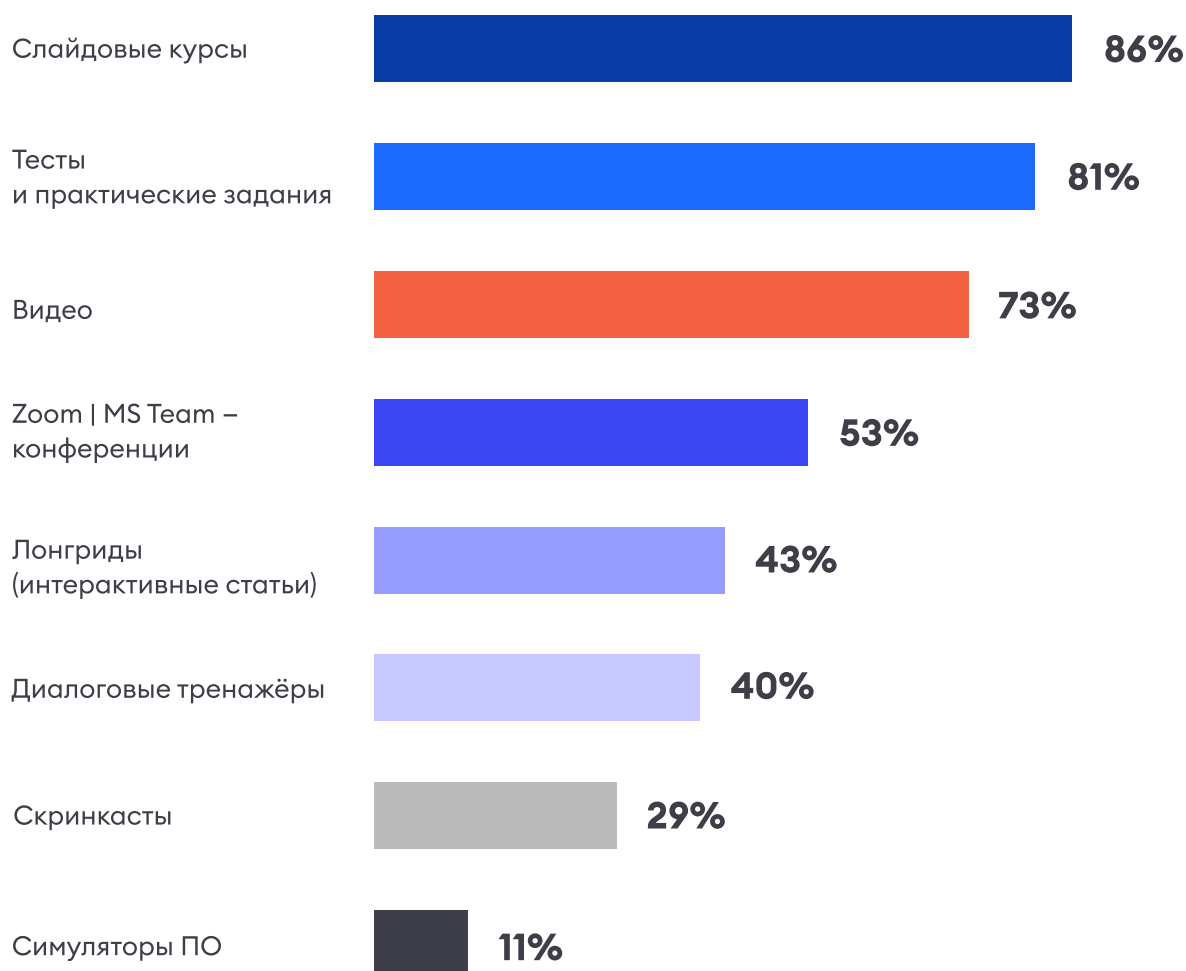
Абсолютное большинство респондентов (84%) ответило, что весь контент для онлайн-обучения они разрабатывают ресурсами собственной команды, из них 69% действительно не прибегали ни к каким иным ресурсам; 11% пользовались контентом партнёров; остальные также пользовались аутсорсом и закупаали готовый контент наряду с самостоятельной разработкой.



* Вопрос с множественным выбором

Какие форматы вы наиболее часто используете для обучения сотрудников онлайн?*

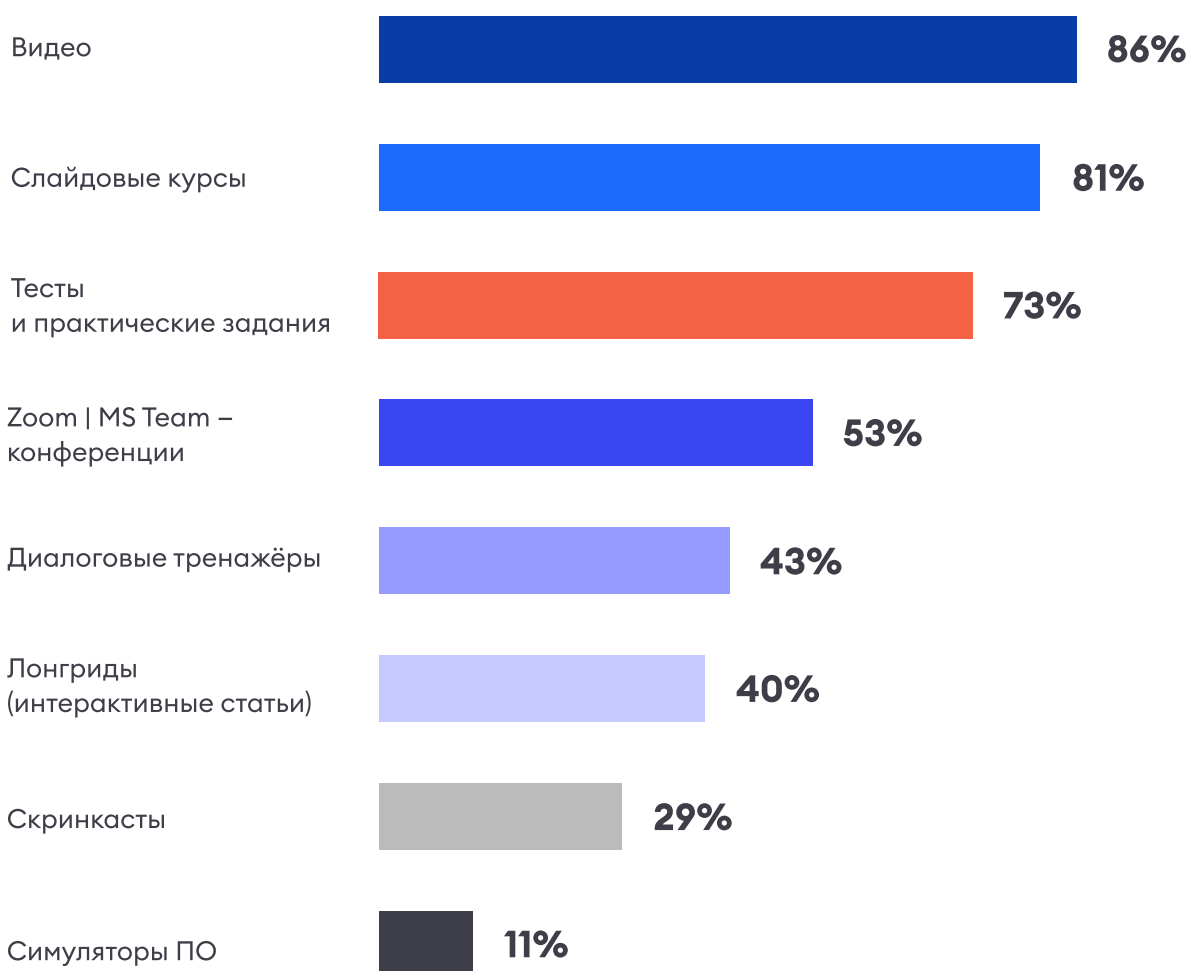
Наиболее используемый формат обучения сотрудников: слайдовые курсы (86% всех ответов), тесты и практические задания (81%) и видео (73%).



* Вопрос с множественным выбором

Укажите самый популярный и наиболее вовлекающий ваших сотрудников формат контента для онлайн-обучения*

Наиболее вовлекающие форматы совпали с часто используемыми, но перегруппировались следующим образом: видео (86% всех ответов), слайдовые курсы (81%), тесты и практические задания (73%).



* Вопрос с множественным выбором

Каким стандартом для разработки курсов вы пользуетесь?

Очевидно, что SCORM остаётся самым популярным стандартом (99%), TinCan (xAPI) пользуется лишь 1% опрошенных.



SCORM **99%**

Tim Can (xAPI) **1%**



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ

В этом разделе ознакомимся с показателями того, как компании оценивают эффективность обучения и на какие показатели ориентируются прежде всего.



04

Проводите ли вы оценку эффективности обучения?

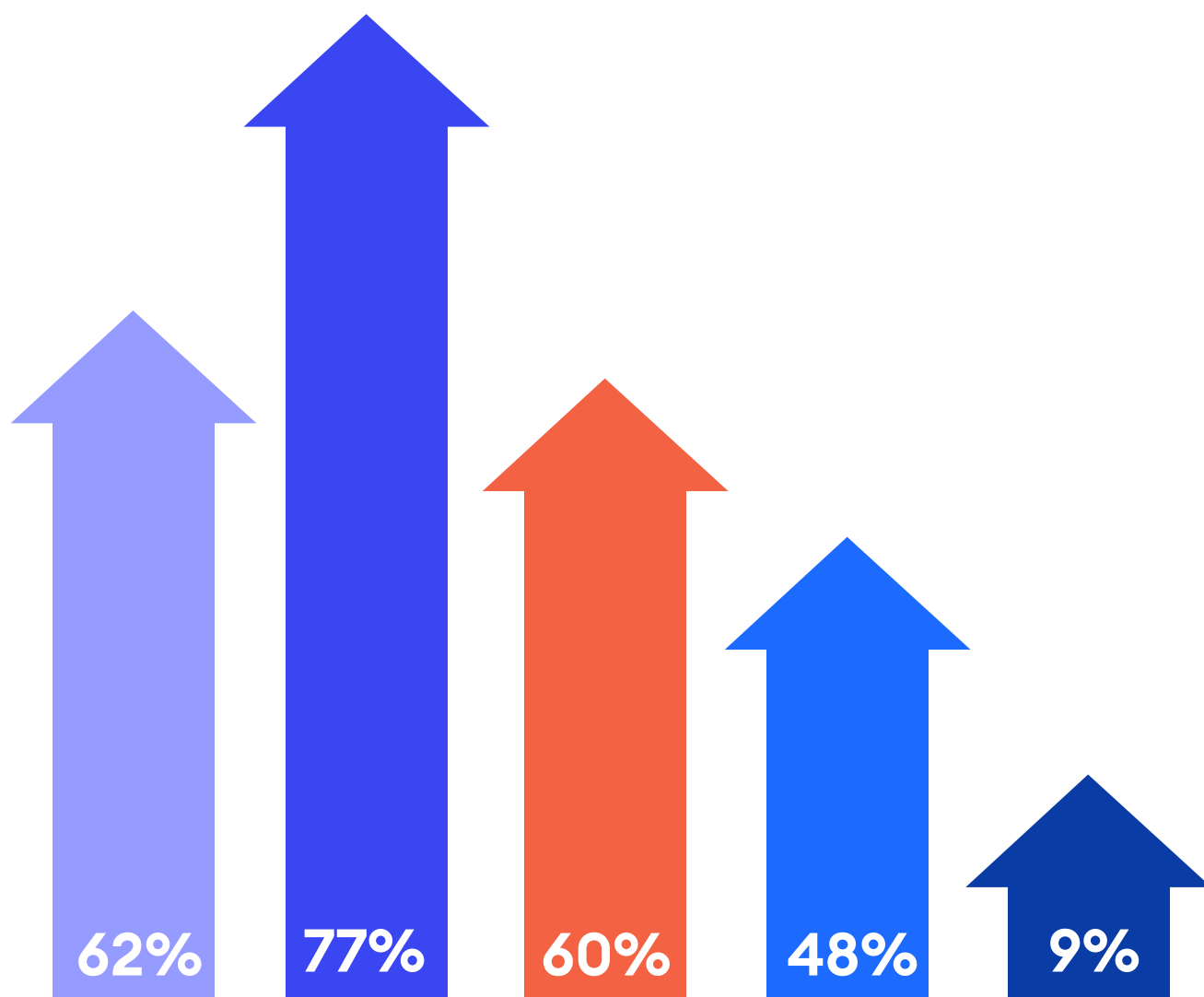
Более 70% опрошенных компаний ответили, что проводят оценку эффективности обучения, из них 39% делают это на регулярной основе. Лишь 5% опрошенных не видят в такой оценке необходимости.



Выберите уровни в модели Киркпатрика-Филлипса, которые вы учитываете при оценке эффективности онлайн-обучения

Вопрос выявил интересную корреляцию с возрастом компаний-респондентов:

- ★ Компании в категориях от 3 до 30 лет и более: свыше 70% опрошенных каждой группы выделяли важность 2-го уровня модели – «Обучение» (насколько сотрудники усвоили знания и навыки в завершении обучения).
- ★ По количеству упоминаний компании возрастом 3–10 лет, а также функционирующие более 30 лет, на второе место ставили 3-й уровень модели – «Поведение» (как сотрудники применяют в работе то, что они узнали во время обучения).
- ★ Для компаний от 10 до 30 лет вторым по популярности ответом стал 1-й уровень – «Реакция» (как сотрудники реагируют на обучение).
- ★ Молодые компании (менее 3 лет) в равной степени ориентировались на первые три уровня модели Киркпатрика-Филлипса.
- ★ 5 уровень модели – ROI (как изменился возврат на инвестиции в обучение) – имел наименьшую частоту упоминаний во всех категориях компаний в оценке эффективности обучения.



Уровень 1 «Реакция».

Как сотрудники реагируют на обучение



Уровень 2 «Обучение».

Насколько сотрудники усвоили знания и навыки в завершении обучения



Уровень 3 «Поведение».

Как сотрудники применяют в работе то, что они узнали во время обучения



Уровень 4 «Результаты».

В какой степени, по итогам обучения, достигнуты намеченные результаты



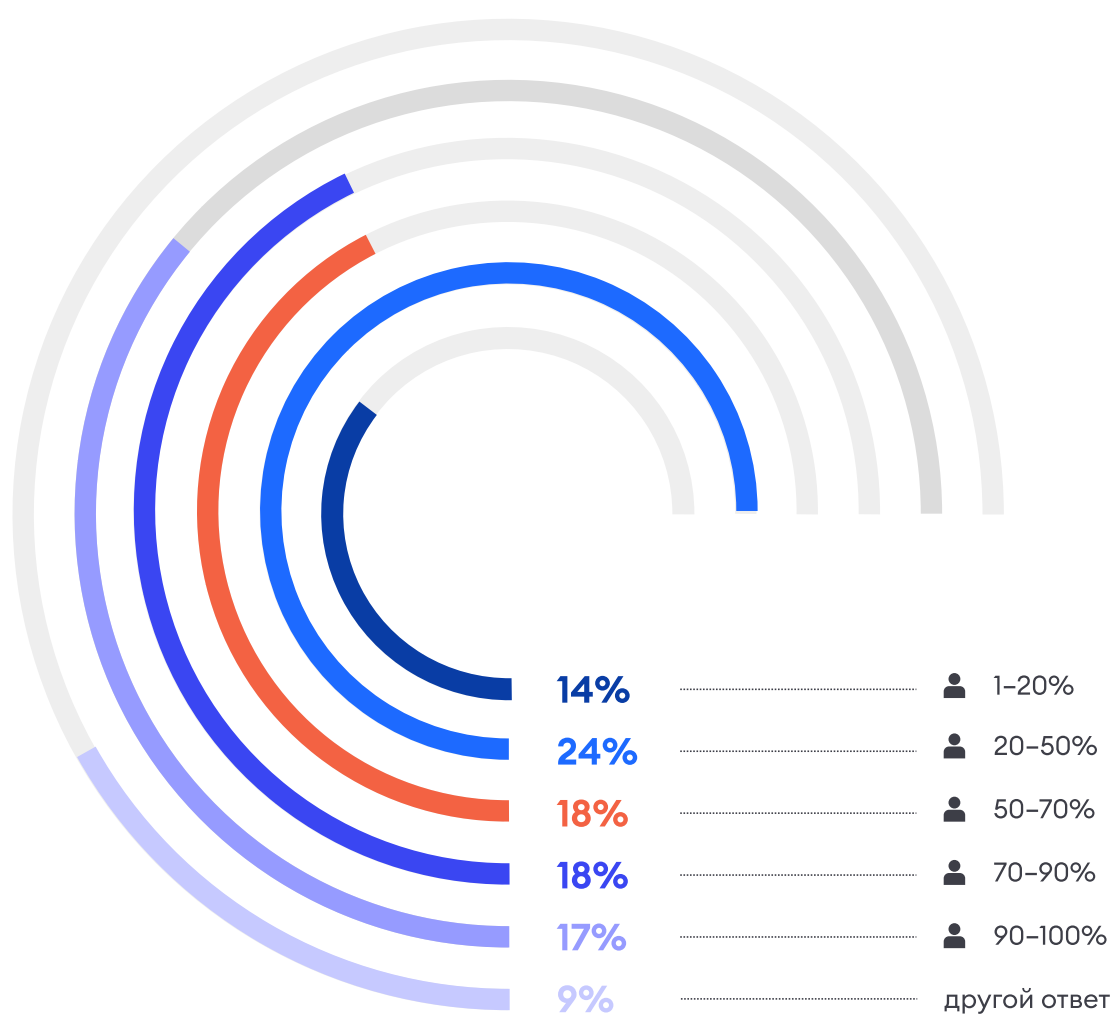
Уровень 5 ROI.

Как изменился коэффициент ROI – возврат на инвестиции в обучение

** Вопрос с множественным выбором*

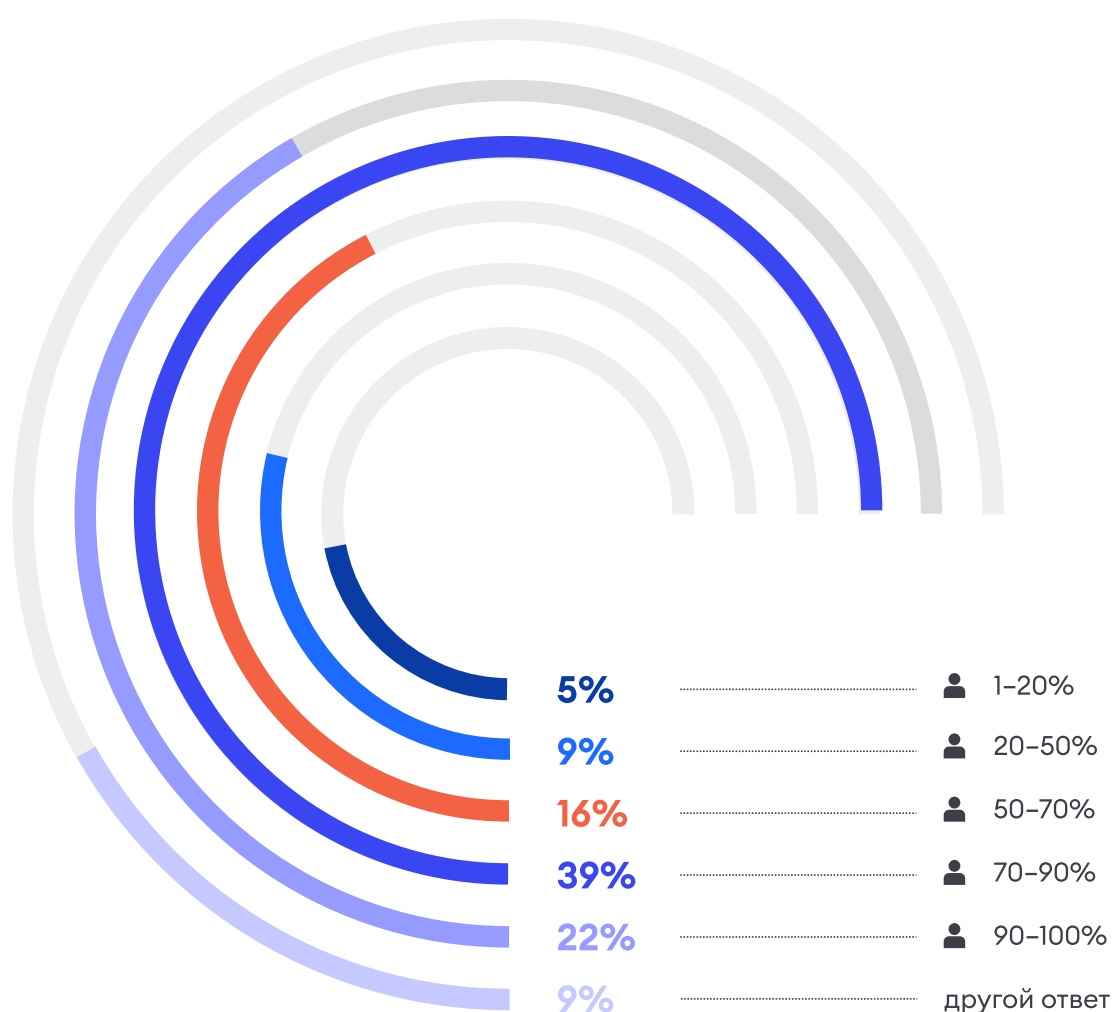
Укажите фактический процент сотрудников, вовлечённых в онлайн-обучение (охват)

17% респондентов отметили, что охват онлайн-обучения составил от 90 до 100%. Наибольшая доля респондентов пришлась на охват сотрудников в 20–50% и составила 24% от общего количества опрошенных.



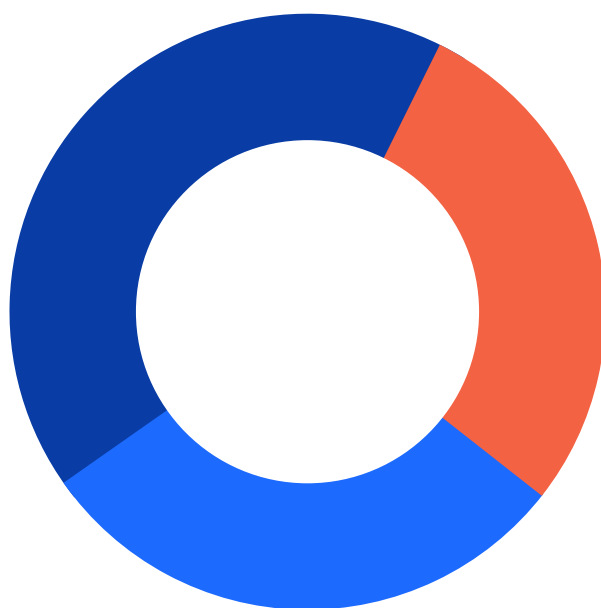
Укажите средний фактический процент проходимости онлайн-курсов до конца (COR – Completion rate)

39% опрошенных компаний оценили показатель средней завершенности онлайн-курса (процент прохождения онлайн-курсов до конца) от 70 до 90%. И только 5% оценили COR в менее 20%.



Укажите фактический индекс eNPS онлайн-обучения

22% опрошенных компаний оценили индекс eNPS онлайн-обучения в процентах. Средний показатель индекса eNPS составил 73%.
16% измеряют eNPS онлайн-обучения в баллах от 1 до 10, причём средний показатель индекса eNPS составил 7,5 балла.
Оставшиеся 24% респондентов дали альтернативные ответы.



39%

Альтернативные
ответы

35%

Оценивают eNPS
в процентах

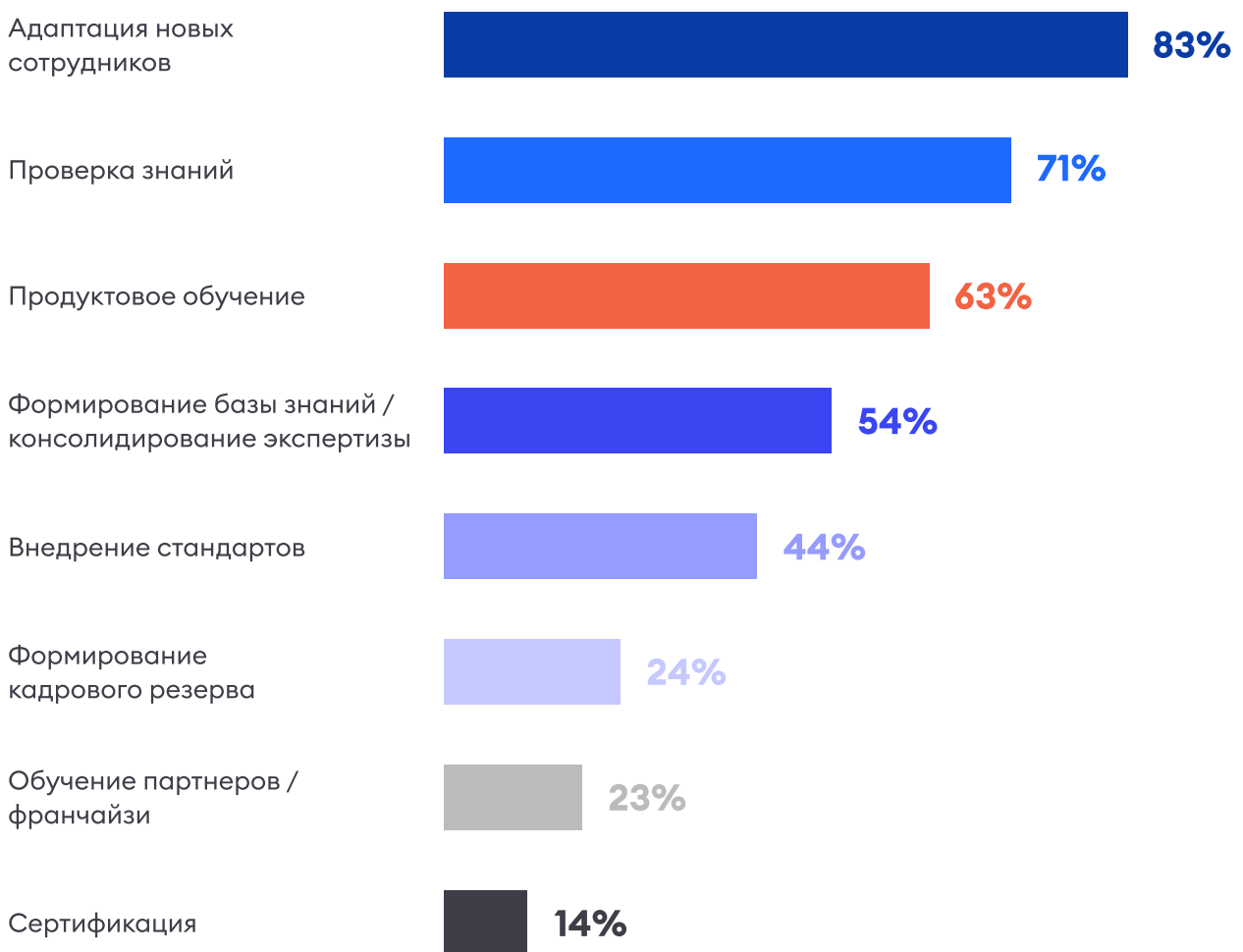
26 %

Оценивают eNPS
в баллах

* Процент из числа ответивших на вопрос про индекс

Выберите до 3 основных задач, которые вы решаете с помощью онлайн-обучения*

83% компаний использовали онлайн-обучение как средство адаптации новых сотрудников. 71% – в качестве инструмента проверки знаний. Сертификация имела наименьшее количество упоминаний – только 14% от общего числа ответов.



* Вопрос с множественным выбором

МОТИВАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЕ

В этом разделе респонденты ответили на несколько открытых вопросов и поделились своим опытом по тому, как привить сотрудникам интерес к обучению.

05

На старте внедрения онлайн-обучения проводили ли вы PR-кампанию по вовлечению сотрудников в новый формат обучения?

36% компаний провели специальные мероприятия для ознакомления сотрудников с платформой для онлайн-обучения. 19% не провели, но с учётом прошлого опыта советуют сделать это на старте. Для 27% компаний оказалось достаточным уведомить сотрудников с помощью корпоративной рассылки.

Провели специальные мероприятия для ознакомления сотрудников с платформой для онлайн-обучения

36,2%

Ограничились корпоративной рассылкой, и это оказалось достаточным

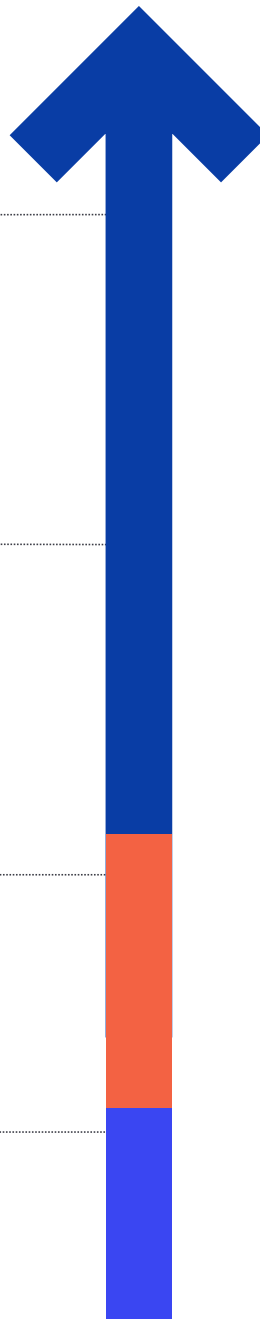
27,1%

Не провели, но с учётом прошлого опыта советуем на старте проводить PR-кампанию

19,3%

Затрудняюсь ответить

17,4%



Есть ли в компании наставники или менторы, которые помогают новичкам быстрее вникнуть в работу?

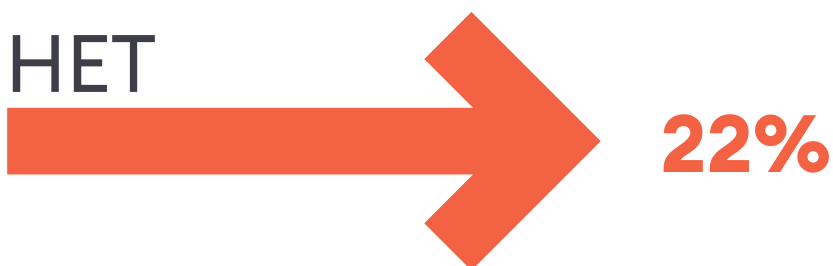
78% опрошенных подтвердили наличие в компании наставников или менторов, которые помогают новичкам быстрее вникнуть в работу.

ДА



Наличие помощи со стороны наставника или ментора в среднем отмечали более 90% компаний размером от 3 до 10 тыс. и больше человек, из которых свыше 70% – компании старше 15 лет, а также более 80% малых компаний со штатом менее 50 человек всех возрастов и 70% компаний любого возраста со штатом от 50 до 500 человек.




НЕТ

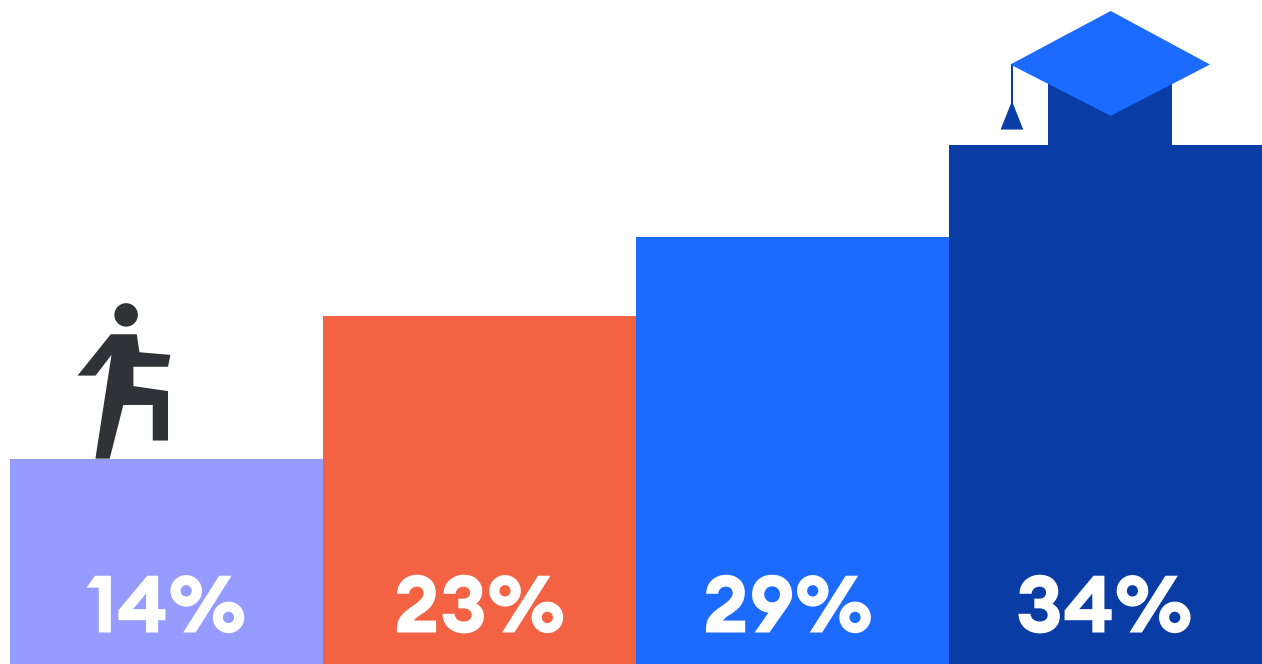


Отсутствие наставника или ментора уверенно подтвердили малые компании возрастом 10–15 лет – 60% ответов этой категории респондентов.

Поощряет ли компания сотрудников за прохождение онлайн-обучения?

34% компаний не используют дополнительные стимулы для мотивации сотрудников к обучению, 28% планируют внедрить элементы мотивации, 23% нерегулярно проводят мероприятия, которые помогают повысить интерес к обучению, и 14% отмечают, что внедрили систему мотивации в обучении.

-  Да, мы внедрили систему мотивации
-  Да, мы периодически проводим мероприятия, чтобы стимулировать сотрудников учиться
-  Нет, обучение является строго обязательным, сотрудников не надо дополнительно мотивировать
-  Нет, но мы планируем это изменить

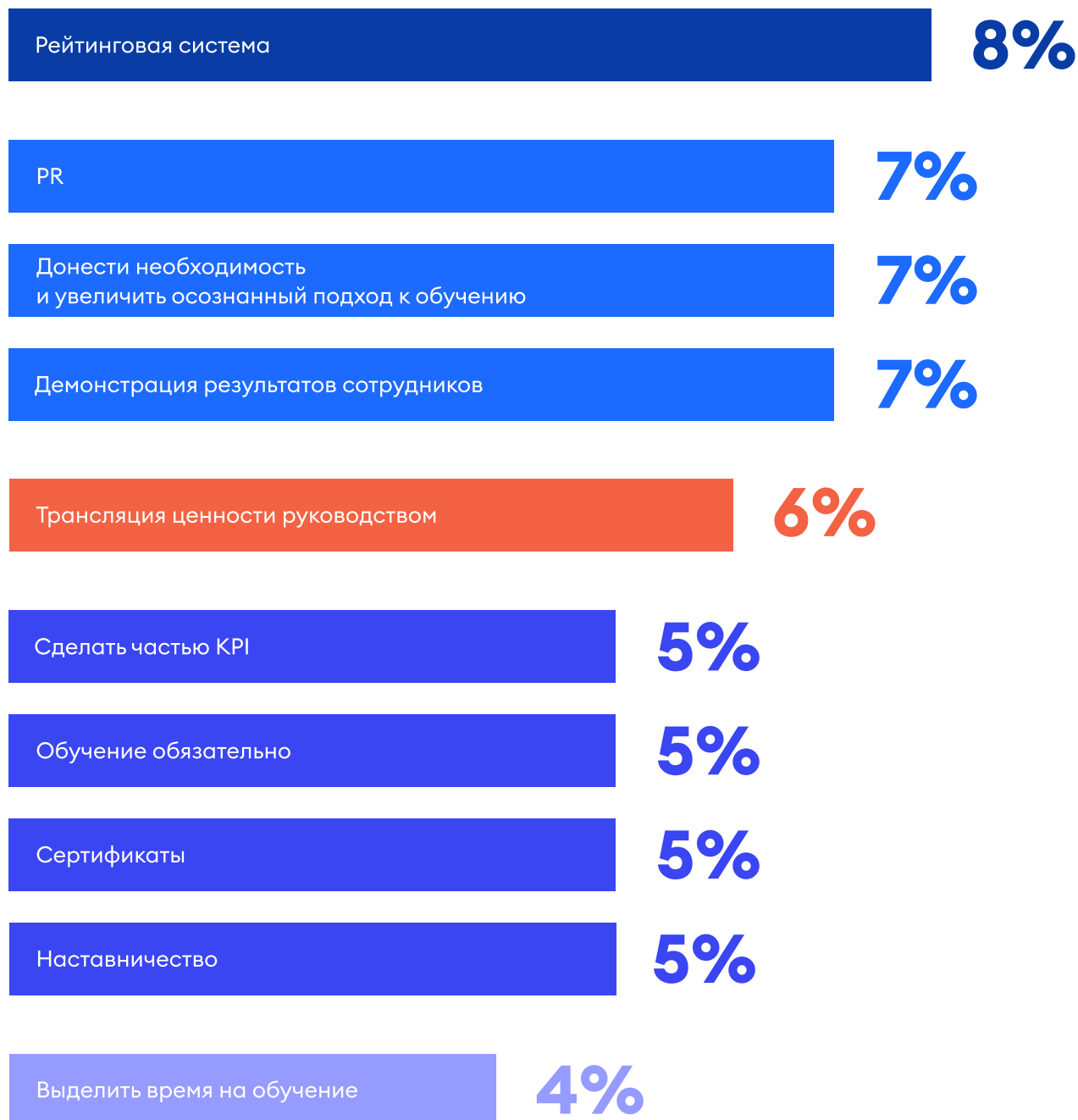


Какие методы, по вашему мнению, наиболее эффективны в мотивации сотрудников к обучению?

Это открытый вопрос, на который респонденты написали свои варианты ответов. Так распределились по популярности наиболее упоминаемые методы:



Популярные методы мотивации в категории "Другое" были отмечены:

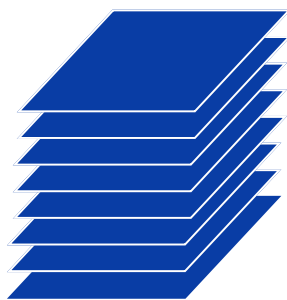


ХАЙЛАЙТЫ

Делимся яркими фактами исследования

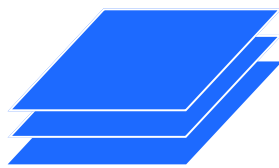
06

35% компаний запланировали увеличить расходы на обучение сотрудников в 2023 году, несмотря на турбулентность на рынке.



84,7%

разрабатывают весь обучающий контент самостоятельно.



16,3%

отдают часть разработки контента на аутсорс.



15,8%

используют контент партнёров.



2,8%

закупают готовый контент у подрядчиков.

** Вопрос с множественным выбором*



39%

39% компаний регулярно проводят оценку эффективности обучения.



35%

35% делают это по запросу и необходимости.



21%

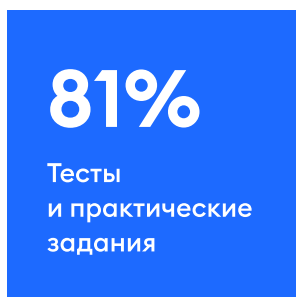
21% не проводят оценку, но планируют это делать.



5%

5% не видят в этом необходимости.

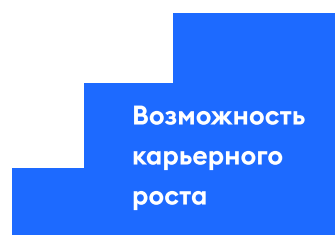
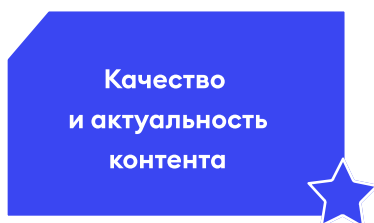
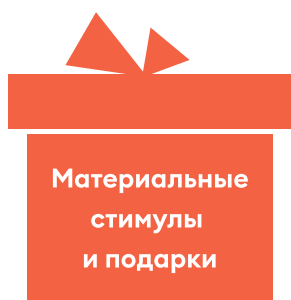
Наиболее популярные форматы контента:



* Вопрос с множественным выбором

78% опрошенных подтвердили наличие в компании наставников или менторов, которые помогают новичкам быстрее вникнуть в работу.

Среди самых популярных методов мотивации респонденты отметили:



Спасибо, что ознакомились с результатами нашего исследования! Нам очень важно ваше мнение – насколько полезными для вас оказались эти данные по корпоративному онлайн-обучению.

Будем признательны, если оставите обратную связь и поделитесь своим мнением :)

Для этого пройдите по ссылке:

<https://forms.gle/ushLyaUusGKueNaH7>



 ispring academy

Присоединяйся к комьюнити Мастерская iSpring.
Здесь всё про eLearning, разработку электронных курсов
и запуск проектов по онлайн-обучению. Мы делимся
опытом и полезными материалами, просим советов
у коллег и обсуждаем интенсивы Академии iSpring.

