

МЕТОДИКА И ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

УДК 378.962.001.1

Я.Ф. Молнар

ОБУЧЕНИЕ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ПО ЗАКАЗАМ ПРОИЗВОДСТВА (УРОКИ БИЗНЕСА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ)

За последние 2-3 года Институт экономики, финансов и бизнеса АГТУ приобрел значительный и разнообразный опыт в области бизнес-образования. Одним из направлений является повышение квалификации и переподготовка кадров по заказам предприятий.

Прежде чем перейти к освещению приобретенного нами опыта, следует разобраться в понятийном аппарате бизнес-образования. Это необходимо для достижения адекватного восприятия публикуемого материала читателем.

Под бизнес-образованием здесь понимается обучение взрослых людей, в основном уже работающих, направленное на развитие бизнеса, повышение эффективности работы персонала и всего предприятия. Бизнес-образование предполагает приобретение руководителями, специалистами и другими категориями работников предприятий новых знаний, необходимых им для повышения квалификации в занимаемой должности, продвижения в должности, переквалификации и т. д.

Повышение квалификации работником следует рассматривать как приобретение новых знаний для продолжения работы в прежней должности. При этом сроки обучения, как правило, непродолжительны, объем не превышает 100 часов; в итоге слушатели получают не дипломы, а удостоверения установленного образца.

Нередко у занятых на производстве работников возникает потребность в приобретении дополнительной квалификации, желание заняться новым видом профессиональной деятельности. По современным понятиям это уже не просто повышение квалификации, а *переподготовка* работника как самостоятельный вид дополнительного образования. Переподготовка кадров требует значительно больше времени, чем повышение квалификации. Лицам, прошедшим переподготовку, выдается диплом установленного Министерством образования РФ образца. От цели переподготовки зависит срок обучения. Так, для того чтобы работник после переподготовки мог заняться новым видом профессиональной деятельности, программа обучения должна составлять не менее 500 часов аудиторных занятий, а при получении допол-

нительной квалификации – более 1000 часов. В настоящее время предприятия проявляют большой интерес именно к переподготовке кадров.

Переподготовка кадров как составная часть дополнительного образования включает в себя все виды повышения квалификации, участие в семинарах, школах бизнеса и т. д., иными словами, все необходимое для начала трудовой деятельности в новом качестве.

Понятие дополнительного образования значительно шире, чем переподготовка или повышение квалификации кадров. По этой причине в стране чаще создаются образовательные учреждения именно *дополнительного профессионального образования*, причем их создание должно исходить из надежной информации о спросе, с одной стороны, и реальном учете имеющихся возможностей и готовности к оказанию таких услуг – с другой.

Основой для создания и функционирования образовательных учреждений подобного типа служит постановление Правительства Российской Федерации № 610 от 26 июня 1995 г. «Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении дополнительного профессионального образования специалистов», в которое 10 марта 2000 г. внесены изменения.

Прежде чем перейти непосредственно к освещению нашего опыта, остановимся на общих подходах к ведению бизнес-образования.

Для образовательного учреждения, каким является ИЭФиБ, работа по заказам предприятий выступает как самостоятельный вид бизнеса в образовательной сфере. Следовательно, на него распространяются все законы рыночной экономики. Без учета и соблюдения общепринятых правил бизнеса в работе по повышению квалификации и переподготовке кадров ничего хорошего не получится. Старые подходы могут здесь серьезно повредить.

Приступая к реализации бизнес-идеи по повышению квалификации и переподготовке кадров, следует хорошо усвоить золотое правило, состоящее всего из пяти слов: «Найди потребность и удовлетвори ее». Из него следует, что сначала надо найти потенциального покупателя образовательных услуг – своего клиента. Клиент для нас – Бог, служить ему надо верой и правдой. Он дает нам работу, он наш партнер, которого надо уважать. Чтобы найти его, необходимо приложить немало усилий, умения, такта. Допустим, клиента мы нашли; появляется тандем: продавец и покупатель образовательных услуг. Наш опыт позволяет сформулировать следующие уроки их взаимодействия.

Урок 1. Продать образовательную услугу означает умело провести ее презентацию и максимально приспособить к реальным потребностям покупателя.

Эти потребности надо внимательно изучить (лучше непосредственно на производстве), выяснить, в каких новых знаниях особенно нуждается покупатель. Здесь уместны собеседование с заинтересованными лицами со стороны заказчика, анкетирование или предварительная аттестация будущих слушателей на предмет оценки уровня их профессиональной компетентности.

Затем наступает важный этап – разработка программы обучения с участием представителя образовательного учреждения – руководителя будущей программы. Разработанная программа согласовывается с заказчиком и утверждается руководителем предприятия. Оговаривается возможность некоторой корректировки утвержденной программы перед началом обучения с участием самих слушателей (обучаемых).

Далее возникает серьезная проблема: кто будет выполнять программу? Урок формулируется так.

Урок 2. Право на реализацию программы обучения имеют ведущие преподаватели учебного заведения и специалисты со стороны, обладающие *новыми*, уникальными знаниями и умениями.

Чтобы заказчик поверил в их состоятельность, рекомендуется представить ему специальное досье на исполнителей программы (в хорошем понимании слова); например, указать, в каких странах и по каким программам бизнес-образования повышал квалификацию сам исполнитель программы обучения, в какой сфере деятельности он занят, каковы его достижения в профессиональной сфере и т. д.

Можно констатировать, что на рынке образовательных услуг имеет место весьма серьезная конкуренция. Так, с наиболее крупными предприятиями Архангельска и области уже давно сотрудничают вузы Москвы, С.-Петербурга, зарубежных стран. Они захватили наиболее выгодные сектора рынка образовательных услуг. Возникает вопрос, как быть образовательным учреждениям Архангельска, желающим приобщиться к оказанию образовательных услуг предприятиям.

В образовательной сфере всегда можно найти поле деятельности, особенно если иметь в виду, что все взрослое население страны нуждается в обучении. Наш опыт позволяет сформулировать следующий урок.

Урок 3. Незанятую нишу, сектор рынка образовательных услуг надо стараться занять, пока этого не сделали другие. Если Ваша ниша уже занята, но Вы тем не менее хотели бы оказывать такие же услуги, как и конкуренты, предложите своим предполагаемым клиентам более выгодные условия (по содержанию, форме подачи; может быть, по стоимости).

Получатели услуг в последнее время стали очень придирчивы к образовательным учреждениям, ищут выгоду во всем, становятся капризными. Например, выдвигают условие проведения учебы персонала на территории предприятия, указывают, как должен вести себя исполнитель программы обучения и т. п. Надо ли идти на удовлетворение таких требований? Если Вы откажете заказчику в удовольствии проводить учебу на его территории, то весьма вероятно, что дело не дойдет до заключения договора. Как быть? Идти на уступку? Наш ответ – да! Но не забудьте об известном правиле бизнеса, которое можно представить как очередной урок по торгам между продавцом и покупателем образовательных услуг.

Урок 4. Любая уступка с любой стороны стоит денег. Это значит, что можно требовать необходимую компенсацию за сделанную уступку. Имеется в виду денежная компенсация не только за проезд туда и обратно и

другие командировочные расходы, но и за все неудобства, связанные с пребыванием в командировке.

Мы, таким образом, приходим к выводу, что обязательно надо овладеть искусством ведения деловых переговоров с тем, чтобы со знанием дела отстаивать интересы своей фирмы.

Успех или неуспех реализации программы обучения во многом определяется тем, какие методы и приемы обучения будут использованы в работе со слушателями. Все зависит от категории слушателей. ИЭФиБ занимается обучением и консультированием руководителей и специалистов среднего звена на предприятиях – это и есть наш сектор рынка образовательных услуг.

В работе с этой категорией персонала мы применяем ряд интенсивных методов обучения:

- деловые игры с разбором конкретных производственных ситуаций из практической деятельности предприятия;
- мозговые штурмы при выработке важных управленческих решений;
- дискуссии по проблемам повышения эффективности производства;
- видеозаписи выступлений с последующим просмотром по телевизору и анализом услышанного и увиденного на предмет профессиональной компетентности слушателей и т. д.

Такой подход к обучению обусловлен большой занятостью слушателей на своих должностях. Мы стараемся не рекомендовать для проработки учебники и другую литературу большого объема.

В качестве практической помощи следует снабдить слушателей содержательным и хорошо оформленным раздаточным материалом, включающим основные положения изучаемых вопросов, графики, диаграммы и т. п. с тем, чтобы слушатели пользовались ими не только во время учебы, но и после нее в своей работе. Отсюда следует вывод в виде очередного урока.

Урок 5. Учебный процесс должен быть организован так, чтобы практически весь объем новых знаний слушатель получил непосредственно на занятиях.

Обучение любой категории персонала осуществляется с одной целью – овладение новыми знаниями в полном объеме. В этом кровно заинтересовано и руководство предприятия, и сами слушатели. Автор этих строк был свидетелем обращения в Управление персоналом ОАО «Котласский ЦБК», когда работник просил, чтобы его допустили к обучению не по своему профилю и без гарантий предоставления работы. Это говорит о том, что люди искренне желают получить новые знания, рассчитывая на служебный рост в перспективе.

По нашим наблюдениям, прошли те времена, когда на курсы повышения квалификации работники оформлялись для того, чтобы отдохнуть от работы. О серьезной проверке полученных слушателями знаний тогда мало кто думал.

Наш девиз – тотальный контроль как исходного (до начала обучения) профессионального уровня, так и всесторонняя оценка усвоения знаний после завершения обучения. Достигается это методом тестирования по полной программе. Мы делаем это из самых благородных побуждений, желания помочь нашему клиенту. Во время тестирования выявляются проблемные вопросы. Каждый слушатель получает полную информацию о том, какими знаниями он овладел полностью, частично или не овладел вообще. Такой жесткий подход к оценке уровня профессиональных знаний слушателей на предприятиях находит полное понимание. Урок из этого можно извлечь следующий.

Урок 6. Контроль знаний слушателей – не проформа: он помогает установить, что мы делаем не так, как надо, и служит основанием для принятия мер по устранению выявленных негативных отклонений.

За подведением итогов обучения следует аналитическая часть программы. Работа по реализации программы сопровождается исследованием всех ее вопросов, консультированием самого заказчика и слушателей при разработке ими различных направлений повышения эффективности работы производственных участков, цехов, отделов, других подразделений.

По завершении программы обучения ее руководитель составляет научный отчет, в котором приводятся выводы и рекомендации. Отчет в том виде, как мы его представляем, полностью соответствует требованиям научно-исследовательского сектора университета, хотя такую точку зрения разделяют далеко не все в руководстве университета. Между тем, по мнению зарубежных экспертов, оказание образовательных услуг по заказам предприятий, организаций и частных лиц считается по европейским стандартам одним из видов консалтинга. Так, в широко известном Бизнес-колледже Niels Brock в Копенгагене (Дания), где обучаются тысячи слушателей, доля этих услуг достигает 80 % в общем объеме доходов от консалтинга.

Заказчик по завершении программы обучения и консультирования также хочет иметь отчет, в котором было бы отражено:

- Как протекал процесс обучения и консультирования?
- Какие проблемы возникали при этом и какие способы существуют для их разрешения?
- Насколько и в чем возрос уровень профессиональной компетентности слушателей?
- Кто из слушателей заслуживает продвижения по служебной лестнице?
- Какие уроки извлекли слушатели из реализованной программы?
- Какие существуют варианты решения поставленных ими проблем повышения эффективности производства?
- Научно обоснованные выводы и рекомендации.

Наш научный отчет в полной мере отвечает этим требованиям заказчика, что позволяет нам сформулировать заключительный урок бизнес-образования.

Урок 7. Составление научного отчета с подробным анализом выполнения программы обучения и консультирования является обязательным.

В связи с необходимостью составления научного отчета возникает вопрос о научном руководителе программы. Здесь могут быть варианты. В программе, как правило, участвуют несколько исполнителей. Научным руководителем может быть один из них, либо кто-то из представителей учебного подразделения, не обязательно участник программы. Если программу берется выполнить один исполнитель (это тоже распространено), желательно, чтобы он стал и научным руководителем.

Научный руководитель должен использовать все перечисленные выше уроки бизнес-образования. Хорошим дополнением к сказанному будут: высокая профессиональная компетентность, безупречная репутация, в том числе и в деловых отношениях с заказчиком, признаваемый заказчиком авторитет.

Проводимая нами по заказам предприятий переподготовка руководителей и специалистов и их консультирование по изложенной схеме получили широкое признание. Институт экономики, финансов и бизнеса АГТУ дорожит приобретенным за последние годы опытом ведения бизнес-образования, намерен и впредь использовать и развивать его.

Архангельский государственный
технический университет

Поступила 28.11.01

Ya.F. Molnar

**Providing Training and Consultancy according to Orders of
Enterprises (Business Lessons in Education)**
