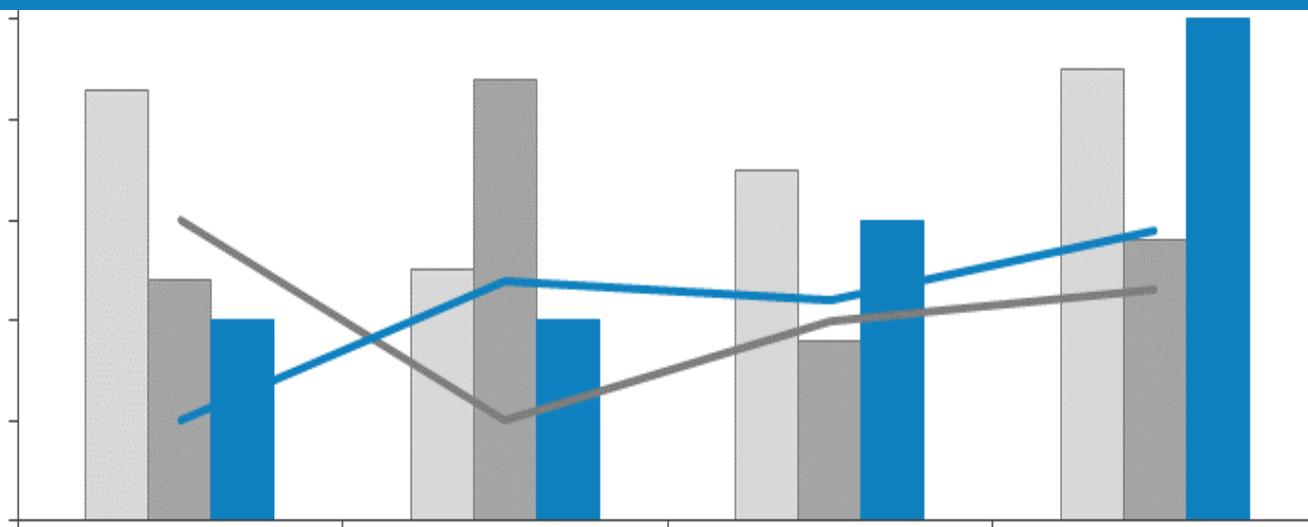




## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

### Анализ рынка бизнес-тренингов в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

### Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

#### 1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

#### 2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

#### 3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

#### 4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

#### 5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

## Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

### РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

## ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

---

## ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

**Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!**

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

**DISCOVERY Research Group** не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

### **ВАЖНО!**

**Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

## Содержание

Список таблиц и диаграмм .....	11
Таблицы: .....	11
Диаграммы .....	11
Резюме .....	13
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	14
Цель исследования .....	14
Задачи исследования.....	14
Объект исследования .....	14
Метод сбора и анализа данных .....	14
Источники получения информации .....	14
Объем и структура выборки.....	15
Глава 2. Основные понятия, формы и виды бизнес-образования.....	16
Глава 3. Объем и темпы роста рынка бизнес-образования в России.....	17
Дополнительное профессиональное образование .....	17
<i>Объем рынка.....</i>	<i>17</i>
<i>Структура ДПО .....</i>	<i>17</i>
<i>Стоимость ДПО .....</i>	<i>18</i>
<i>Ключевые поставщики услуг ДПО .....</i>	<i>18</i>
<i>Аудитория ДПО.....</i>	<i>19</i>
Корпоративное обучение .....	19
<i>Объем рынка.....</i>	<i>19</i>
<i>Структура корпоративного обучения .....</i>	<i>20</i>
<i>Динамика затрат .....</i>	<i>21</i>
<i>Лидеры корпоративного образования .....</i>	<i>21</i>
Онлайн-образование .....	22
<i>Объем рынка.....</i>	<i>22</i>
<i>Расходы на онлайн-образование.....</i>	<i>22</i>
<i>Аудитория онлайн-образования.....</i>	<i>23</i>
Глава 4. Формы бизнес-образования .....	24
Глава 5. Классификация и виды бизнес-тренингов .....	25
<i>Направления бизнес-тренингов .....</i>	<i>25</i>
<i>Личностный рост и личная эффективность.....</i>	<i>25</i>
<i>Деловая игра.....</i>	<i>25</i>

---

<i>Бизнес-симулятор</i> .....	26
<i>Игропрактика</i> .....	26
<i>Другие методы обучения</i> .....	26
<b>Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бизнес-тренингов в России</b> .....	<b>27</b>
<i>Корпоративных учебных центров становится больше</i> .....	27
<i>Снижение среднего чека за уникальные решения</i> .....	27
<i>Игровая подача любого образовательного материала</i> .....	27
<i>Изучение чужого опыта для использования в своей работе</i> .....	27
<i>Мультизадачность обучения</i> .....	27
<i>Проектный подход к обучению</i> .....	27
<i>Самоподдерживающиеся системы обучения и развития</i> .....	27
<i>Уход бизнес-тренингов в сторону практичности</i> .....	27
<b>Глава 7. Факторы роста и торможения рынка услуг бизнес-образования</b> .....	<b>28</b>
<i>Причины, препятствующие получению услуг бизнес-образования</i> .....	28
<i>Влияние кризиса на бизнес-образование</i> .....	28
<i>Недостаток квалифицированных тренеров</i> .....	28
<i>В результате кризиса на рынке остаются только профессионалы</i> .....	28
<i>Важность возможности обучения для сотрудников</i> .....	28
<b>Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке бизнес-тренингов в России</b> .....	<b>29</b>
<i>Основные потребители бизнес-тренингов</i> .....	29
<i>Цели проведения бизнес-тренингов</i> .....	29
<i>Специфика потребностей корпоративных клиентов</i> .....	29
<i>Особенности обучения взрослых людей</i> .....	29
<b>Глава 9. Развитие рынка краткосрочного бизнес-образования: региональный аспект</b> .....	<b>30</b>
<b>Приложения</b> .....	<b>31</b>
Москва.....	31
Санкт-Петербург .....	31
Уральский федеральный округ.....	31
<i>Екатеринбург</i> .....	31
<i>Челябинск</i> .....	31
Приволжский федеральный округ .....	31

<i>Нижний Новгород</i> .....	31
Сибирский федеральный округ .....	31
<i>Новосибирск</i> .....	31
<i>Красноярск</i> .....	31
Южный федеральный округ.....	31
<i>Ростов-на-Дону</i> .....	31

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 13 таблиц и 13 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. ТОП-15 компаний-лидеров корпоративного образования в России, млрд. руб.

Таблица 2. Характеристики основных форм организаций краткосрочного бизнес-образования

Таблица 3. Рейтинг "Motton Pik" лучших бизнес-тренингов России

Таблица 4. Расходы на образование и фонд оплаты труда крупнейших российских компаний

Таблица 5. Статистика бизнес-тренингов по Москве по portalу vsetreningi.ru

Таблица 6. Статистика бизнес-тренингов по Санкт-Петербургу по portalу vsetreningi.ru

Таблица 7. Статистика бизнес-тренингов по Екатеринбургy по portalу vsetreningi.ru

Таблица 8. Статистика бизнес-тренингов по Челябинску по portalу vsetreningi.ru

Таблица 9. Статистика бизнес-тренингов по Нижнем Новгороде по portalу vsetreningi.ru

Таблица 10. Статистика бизнес-тренингов по Новосибирску по portalу vsetreningi.ru

Таблица 11. Статистика бизнес-тренингов по Красноярску по portalу vsetreningi.ru

Таблица 12. Статистика бизнес-тренингов по Ростове-на-Дону по portalу vsetreningi.ru

Таблица 13. Статистика Яндекс-запросов «бизнес-тренинги»

### Диаграммы

Диаграмма 1. Объем рынка дополнительного профессионального образования в России и прогноз, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 2. Структура рынка дополнительного профессионального образования в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 3. Структура рынка дополнительного профессионального образования в России по затратам, % от стоимостного объема

Диаграмма 4. Структура расходов государства на услуги ДПО в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 5. Структура расходов частной компании на услуги ДПО в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 6. Структура расходов сотрудника на услуги ДПО в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 7. Объем рынка корпоративного обучения в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 8. Структура рынка корпоративного образования в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 9. Динамика изменения долей предприятий, оплачивающих обучение сотрудников, в разрезе по отраслям в России, %

Диаграмма 10. Объем рынка онлайн-образования (в составе ДПО) в России и прогноз, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 11. Структура рынка онлайн-образования в России по затратам, % от стоимостного объема

Диаграмма 12. Структура рынка онлайн-образования в России по организациям, % от стоимостного объема

Диаграмма 13. Причины, препятствующие получению услуг бизнес-образования в России, %

## Резюме

В декабре 2017 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка бизнес-тренингов в России.

Оценить объем рынка бизнес-тренингов берутся не все эксперты: компании неохотно предоставляют информацию о своих оборотах, к тому же на рынке работает много фрилансеров.

Курсы повышения квалификации, корпоративное обучение, программы повышения квалификации в российских и зарубежных университетах (онлайн и офлайн), массовые онлайн-курсы (Coursera, edX и т. д.), семинары, тренинги и стажировки включаются в состав ДПО – дополнительного профессионального образования.

Оценки объема сегмента «корпоративное обучение» в рамках ДПО разнятся. По оценкам аналитиков DISCOVERY Research Group, к данному сегменту можно отнести коммерческие курсы (семинары, тренинги и др.) и курсы повышения квалификации сотрудников на предприятиях, что в сумме дает 39% от объема рынка ДПО или 40,9 млрд. руб. в 2016 году. В 2013 году рынок корпоративного обучения составлял 47,6 млрд. руб., то есть данный рынок сократился с 2013 по 2016 гг. на 14%.

По состоянию на конец 2016 г. доля проникновения онлайн-обучения в сегменте ДПО оценивается примерно в 10% от общей аудитории сегмента и приблизительно в 7% от объема рынка.

На развитие рынка бизнес-тренингов в России влияют множество факторов и трендов, в том числе: рост количества корпоративных учебных центров, снижение среднего чека за уникальные решения, игровая подача любого образовательного материала, изучение чужого опыта для использования в своей работ, мультизадачность обучения, проектный подход к обучению, использование самоподдерживающихся систем обучения и развития, а также уход бизнес-тренингов в сторону практичности.

## Глава 1. Технологические характеристики исследования

### Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка бизнес-тренингов в России.

### Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития российского рынка бизнес-тренингов в России.
2. Основные сегменты рынка бизнес-тренингов в России.
3. Структура потребления бизнес-тренингов в России.
4. Тенденции и перспективы развития рынка бизнес-тренингов в России в ближайшие несколько лет.
5. Факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка бизнес-тренингов в России.
6. Факторы, препятствующие росту рынка бизнес-тренингов в России.
7. Потребительские свойства различных товарных групп бизнес-тренингов.
8. Мониторинг цен и определить уровень цен на рынке бизнес-тренингов в России.

### Объект исследования

Рынок бизнес-тренингов в России.

### Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке бизнес-тренингов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

### Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.

7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

### Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

---

## Глава 2. Основные понятия, формы и виды бизнес-образования

История развития рынка бизнес-образования в России началась приблизительно в 80-х годах XX века. Основными этапами развития рынка бизнес-образования можно считать следующие периоды:

...

...

....

...

## Глава 3. Объем и темпы роста рынка бизнес-образования в России

### Дополнительное профессиональное образование

#### Объем рынка

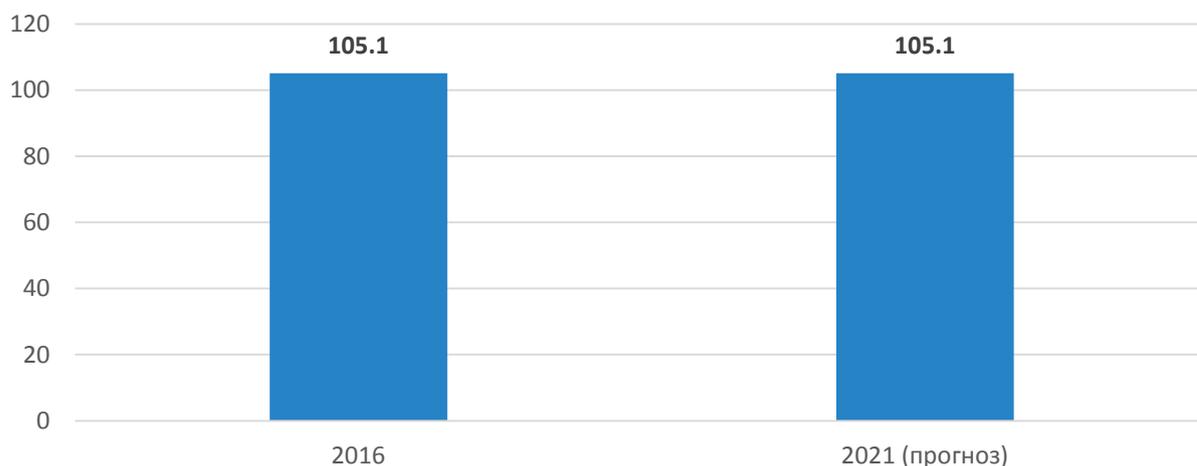
В сегмент дополнительного профессионального образования (ДПО) входят услуги непрерывного образования для взрослых, преимущественно в возрасте от 25 до 64 лет. В расчет рынка включались следующие услуги:

- ...
- ...
- ..
- ...

По расчетам экспертов рынка, рынок дополнительного профессионального образования на конец 2016 г. оценивается в ... млрд руб.

Численность взрослой аудитории дополнительных услуг в образовании будет уменьшаться ввиду ...

**Диаграмма 1. Объем рынка дополнительного профессионального образования в России в 2016 г. и прогноз на 2021 г., млрд. руб. и % прироста**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

#### Структура ДПО

По данным ...

...

...

**Диаграмма 2. Структура рынка дополнительного профессионального образования в России в 2016 г., % от стоимостного объема**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным РАНХиГС

### Стоимость ДПО

...

...

...

### Ключевые поставщики услуг ДПО

Если в качестве работодателя ...

...

...

..

### **Аудитория ДПО**

...

...

...

Наиболее активная аудитория ДПО — руководители и профессионалы (50% и более): за последние пять лет ...

...

...

### **Корпоративное обучение**

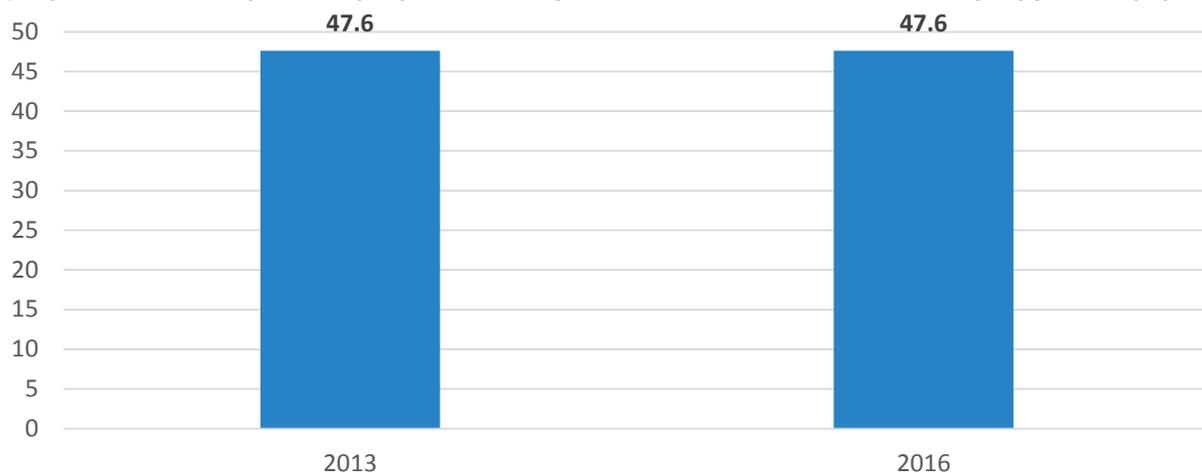
Корпоративное обучение – один из сегментов ДПО.

### **Объем рынка**

Оценки объема сегмента «корпоративное обучение» в рамках ДПО разнятся. По оценкам аналитиков DISCOVERY Research Group, к данному сегменту можно отнести коммерческие курсы (семинары, тренинги и др.) и курсы повышения квалификации сотрудников на предприятиях, что в сумме дает 39% от объема рынка ДПО или 40,9 млрд. руб. в 2016 году.

В 2013 году рынок корпоративного обучения составлял 47,6 млрд. руб., то есть данный рынок сократился с 2013 по 2016 гг. на 14%.

Диаграмма 3. Объем рынка корпоративного обучения в России в 2013 и 2016 гг. млрд. руб. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

### Структура корпоративного обучения

В целях экономии многие компании организовали дополнительное профессиональное обучение, ...

...

Диаграмма 4. Структура рынка корпоративного образования в России в 2016 г., % от стоимостного объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным НИУ ВШЭ

...

...

..

### *Динамика затрат*

...

...

...

### *Лидеры корпоративного образования*

Положение компании в рейтинге, ...

...

**Таблица 1. ТОП-15 компаний-лидеров корпоративного образования в России в 2015 г., млрд. руб.**

№	Компания	Отрасль	Форма собственности	Расходы на образование	Фонд оплаты труда
1	Сбербанк				
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14	Мечел				
15	Рольф				

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

## Онлайн-образование

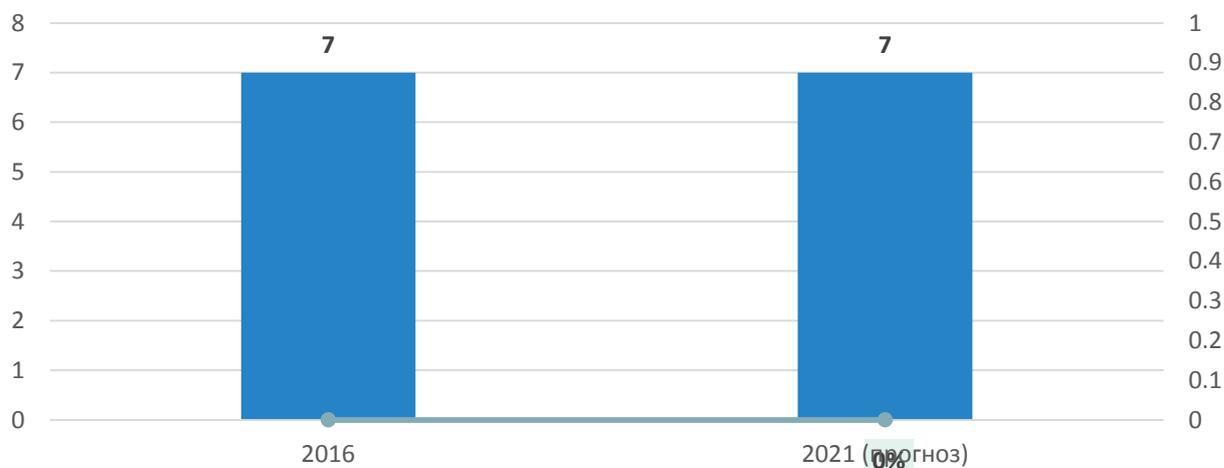
Онлайн-образование в данном отчете тоже рассматривается как один из сегментов ДПО.

*Примечание: в целом рынок онлайн-образования гораздо шире, поскольку услугами онлайн-обучения пользуются также школьники, студенты и люди без работы. Тем не менее, в данном отчете рассматривается объем рынка онлайн-образования именно в составе рынка ДПО.*

### Объем рынка

По состоянию на конец 2016 г. доля проникновения онлайн-обучения в сегменте ДПО оценивается примерно в 10% от общей аудитории сегмента и приблизительно в 7% от объема рынка.

**Диаграмма 5. Объем рынка онлайн-образования (в составе ДПО) в России в 2016 г. и прогноз на 2021 г., млрд. руб. и % прироста**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

...  
...  
...

### Расходы на онлайн-образование

...

...

...

### *Аудитория онлайн-образования*

...

...

...

Пиковый возраст аудитории онлайн-обучения попадает в диапазон 36-45 лет — несколько выше среднего возраста получающих ДПО в целом. ...

...

...

## Глава 4. Формы бизнес-образования

В зависимости от длительности обучения принято выделять долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное бизнес-образование. К долгосрочному бизнес-образованию относят программы длительностью, ...

...

...

В таблице ...

...

Таблица 2. Характеристики основных форм организаций краткосрочного бизнес-образования

Форма	Знания и форма подачи материала	Описание группы	Прод-ть	Задачи
Лекция				
Бизнес-симулятор				

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Лекция часто является самой дешевой формой обучения, основная задача которой дать слушателям представление о понятиях, ввести в курс какой-либо проблемы, познакомить с новым явлением на теоретическом уровне.

...

...

...

...

---

## Глава 5. Классификация и виды бизнес-тренингов

Психологический словарь дает следующее определение тренингу: «это интенсивный курс обучения, сочетающий краткие теоретические семинары и практическую обработку навыков за короткий срок». Тренинг отличается от других краткосрочных курсов, а тем более от многодневных обучающих программ.

...

...

...

...

### *Направления бизнес-тренингов*

На многих сайтах компаний, предоставляющих услуги по проведению различных бизнес-тренингов, можно увидеть разделение тренингов по темам (или направлениям) и отраслям.

Так, например, список предложений Moscow Business School<sup>1</sup> Leadership Energy по направлениям выглядит так:

- Антикризисное управление
  - Высший менеджмент, Организационно-производственное антикризисное управление, Экономико-финансовое антикризисное управление
- ...
- ...
- ...

### *Личностный рост и личная эффективность*

### *Деловая игра*

---

<sup>1</sup> Бизнес школа

*Бизнес-симулятор*

*Игропрактика*

*Другие методы обучения*

## Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка бизнес-тренингов в России

*Корпоративных учебных центров становится больше*

*Снижение среднего чека за уникальные решения*

*Игровая подача любого образовательного материала*

*Изучение чужого опыта для использования в своей работе*

*Мультизадачность обучения*

*Проектный подход к обучению*

*Самоподдерживающиеся системы обучения и развития*

*Уход бизнес-тренингов в сторону практичности*

## Глава 7. Факторы роста и торможения рынка услуг бизнес-образования

*Причины, препятствующие получению услуг бизнес-образования*

*Влияние кризиса на бизнес-образование*

*Недостаток квалифицированных тренеров*

*В результате кризиса на рынке остаются только профессионалы*

*Важность возможности обучения для сотрудников*

---

## Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке бизнес-тренингов в России

### *Основные потребители бизнес-тренингов*

В качестве «покупателя» на рынке бизнес-тренингов выступают организации или частные лица (если речь идет об открытых тренингах).

...

...

...

### *Цели проведения бизнес-тренингов*

### *Специфика потребностей корпоративных клиентов*

### *Особенности обучения взрослых людей*

---

## Глава 9. Развитие рынка краткосрочного бизнес-образования: региональный аспект

Представленный рейтинг ...

...

...

## Приложения

Москва

Санкт-Петербург

Уральский федеральный округ

*Екатеринбург*

*Челябинск*

Приволжский федеральный округ

*Нижний Новгород*

Сибирский федеральный округ

*Новосибирск*

*Красноярск*

Южный федеральный округ

*Ростов-на-Дону*

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: [research@drgroup.ru](mailto:research@drgroup.ru)

[www.drgroup.ru](http://www.drgroup.ru)

### Схема проезда

