

 ПОМОЩЬ ДЛЯ HR, HRD,
L&D, РУКОВОДИТЕЛЕЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ
ОТ ЭКСПЕРТОВ РЫНКА

Исследование рынка

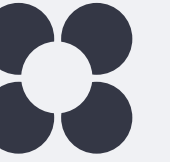
корпоративного обучения в 2025

ТРЕНДЫ

МЕТРИКИ

ИНСАЙДЫ

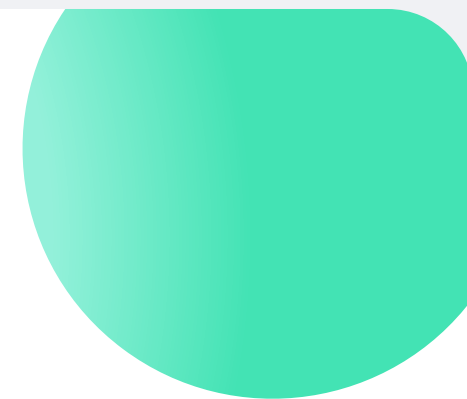
Для кого будут полезны результаты опроса



HR, HRD,
HRBP, L&D



Руководителей



Участников
рынка EdTech



Более 520 HR-руководителей и специалистов по обучению из российских компаний рассказали, как они **выстраивают развитие сотрудников**: какие форматы используют, какие метрики отслеживают и сколько тратят.

Исследование охватывает малые, средние и крупные компании из всех ключевых отраслей — от промышленности и ритейла до ИТ и финансов.



Корпоративное обучение в 2025 году: три главных тренда

1

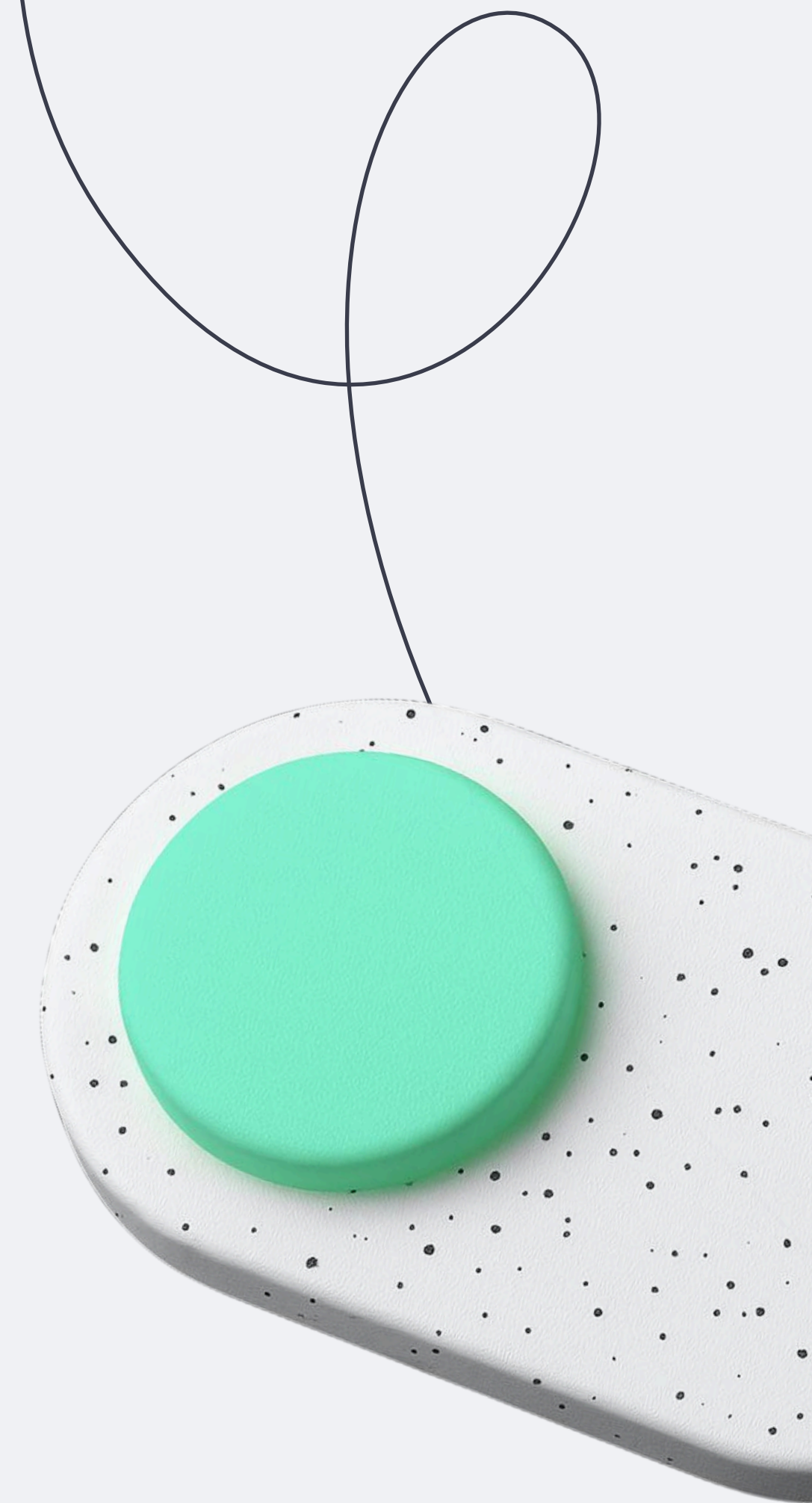
Большинство компаний организуют обучение сотрудников в **офлайн-формате внутри компании**. Чаще всего компании покупают отдельные онлайн-курсы за свой счёт. 50% компаний имеет собственную LMS, а у 34 % есть даже корпоративный университет.

2

Особняком стоят программы **подготовки руководителей**: только 18 % от опрошенных покупают их. Потребность в обучении руководителей есть у 75% компаний, но лишь половина из них уже реализует такие программы.

3

Основные цели покупки обучения: развитие компетенций, освоение конкретных и новых цифровых навыков. Обучение soft skills постепенно теряет приоритет.



Что ищет клиент?



Компании хотят развивать у сотрудников навыки, которые напрямую влияют на **продуктивность и устойчивость бизнеса**, но при этом балансируют между базовыми темами и трендами: ИИ, инновации, психологическая устойчивость.



Михаил Абгарян

Руководитель B2B-
направления Нетологии

Цели, форматы и темы обучения

- > **Компании выбирают обучение исходя из бизнес-задач.**
Зрелые компании ждут системного подхода, менее зрелые — быстрых и прикладных решений под конкретные боли. Задачи в большинстве типовые: адаптация новых сотрудников, развитие среднего звена, рост продаж, удержание специалистов.
- > **Форматы обучения становятся полем конкуренции.**
Чистый онлайн воспринимается как недостаточный: ценится гибрид (онлайн + офлайн) и интерактивные методы. Самые эффективные форматы: тренинги, кейсы, деловые игры, мастер-классы, симуляции.
- > **Темы обучения массовые и повторяющиеся.**
В приоритете: личная эффективность, коммуникации, командная работа, управление проектами, продажи и клиентский сервис. Искусственный интеллект и инновации появляются как новый тренд, но пока не ядро запроса.

Содержание



1 | Портрет ЦА

2 | Обучение в компании

3 | Обучение по подписке

4 | Отдельные онлайн-курсы
у внешних подрядчиков

5 | Кастомизированные программы
под задачи компании

6 | Готовые курсы в записи
у внешнего подрядчика

7 | Управленческие
программы

8 | Микрообучение

9 | Обучение темам, связанным
с образом жизни

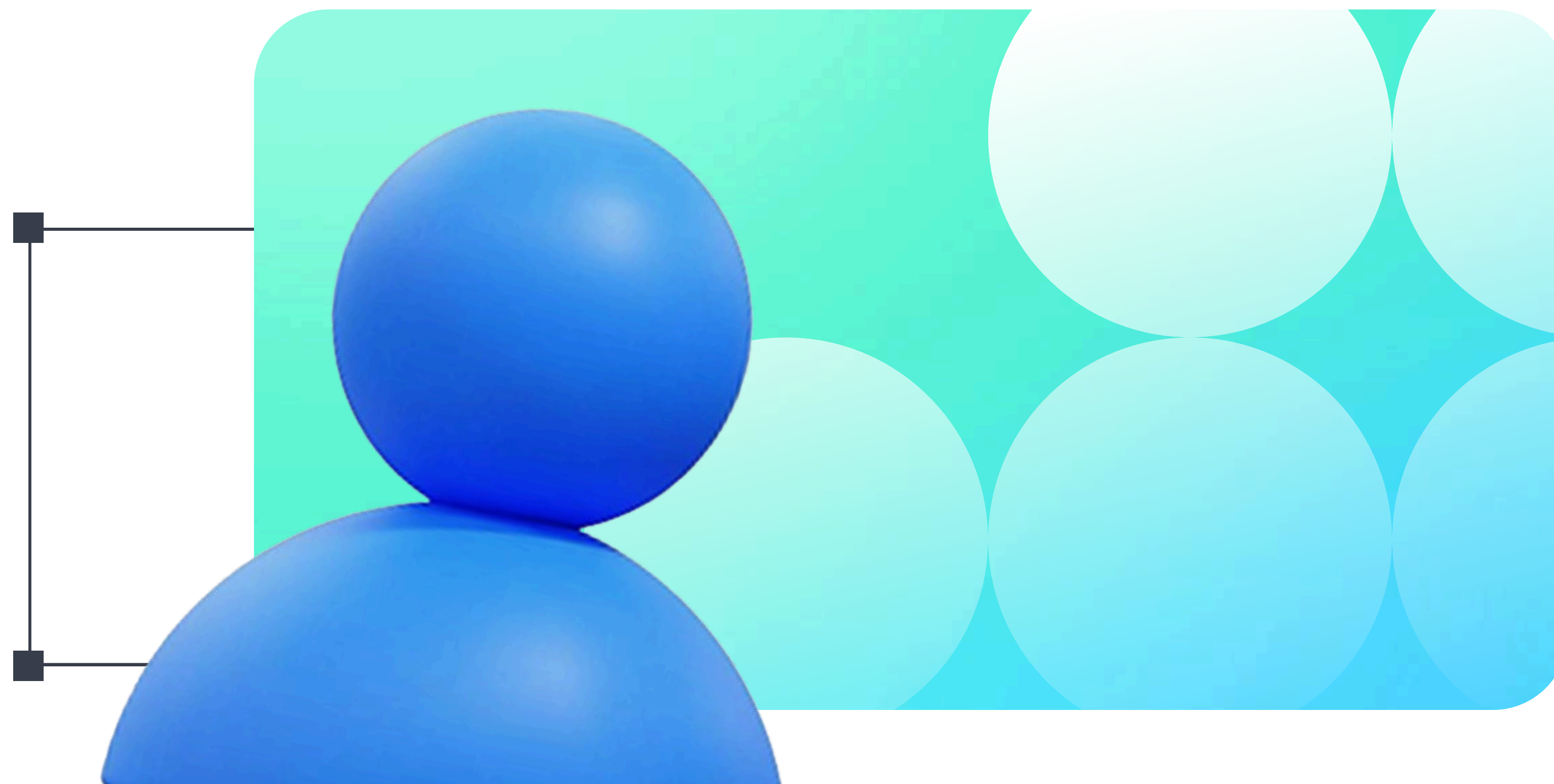
10 | Выводы

11 | Команда Нетологии

кнопки кликабельны



Портрет целевой аудитории



Должность и зоны ответственности



Должность

HR-директор - 2,5%



HR, спец. по работе с персоналом - 22,1%



Рук. отдела обучения и развития (L&D/T&D) - 11,7%



Спец. отдела обучения и развития (L&D/T&D) - 21,5%



Руководитель бизнес-подразделения - 23,5%



Ген. директор / собственник бизнеса - 12,3%



Ведущие специалисты - 6,3%

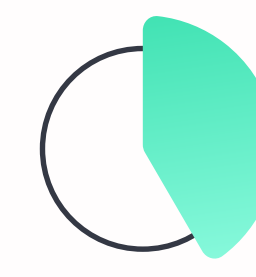


Зона ответственности



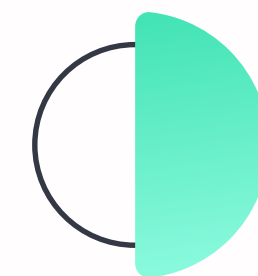
57%

Администрирование
процесса обучения



41%

Принятие решений
о закупке обр. продуктов



50%

Оценка результатов
обучения



37%

Формирование
бюджета на обучение



42%

Подбор провайдеров,
платформ для обучения



36%

Разработка программ
обучения и развития



Все опрошенные связаны со сферой обучения
сотрудников в своих компаниях

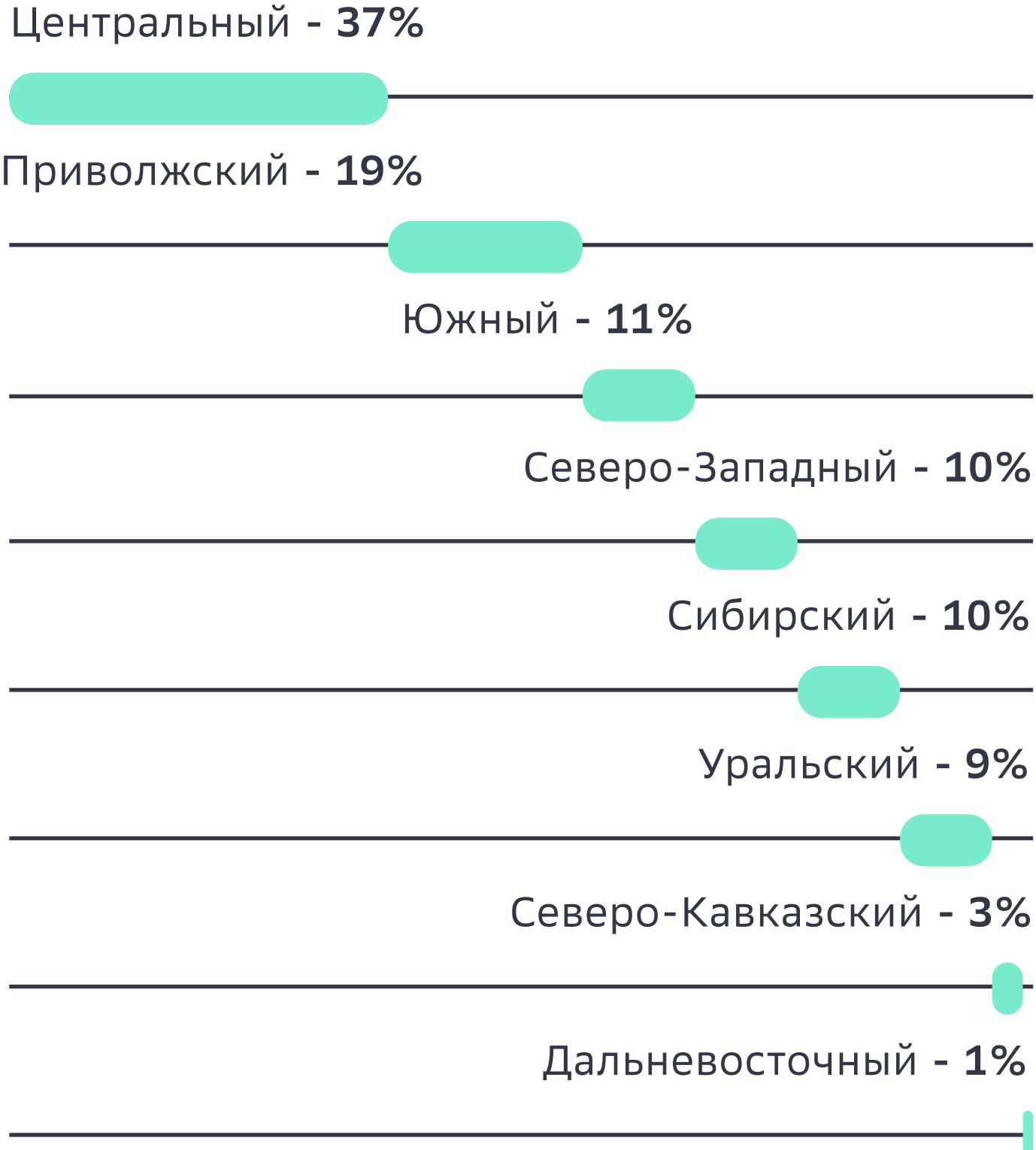
Отрасли компании и география



Отрасли



Федеральный округ



Размер компаний участников



Мы не опрашивали микрокомпании, в которых менее 10 сотрудников

Малый бизнес, 10-49 

19%

Малый бизнес, 50-100 

23%

Средний бизнес, 100-250 

25%

Крупный бизнес, 250-500 

14%

Крупный бизнес, более 500 

19%

размер
компаний

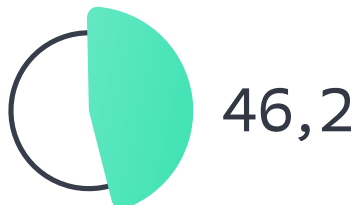
число
ответивших

% от всех

Малый бизнес

 10-100

240



46,2

Средний бизнес

 100-250

120

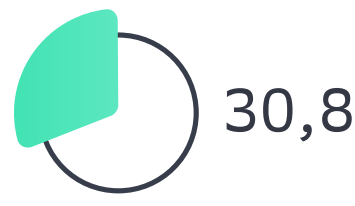


23,1

Крупный бизнес

 > 250

160



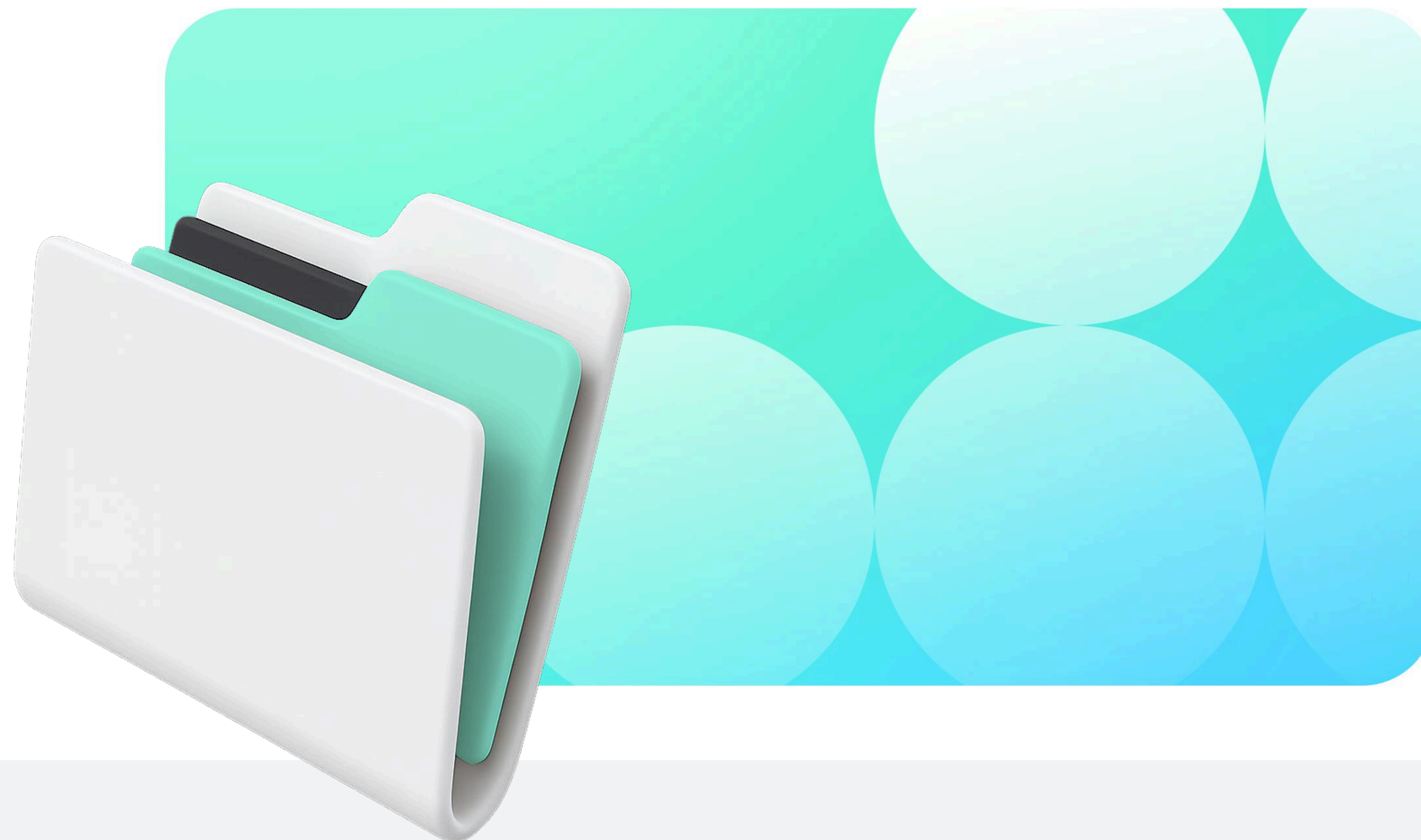
30,8

Всего
ответивших

520



Обучение в компании



Форматы обучения



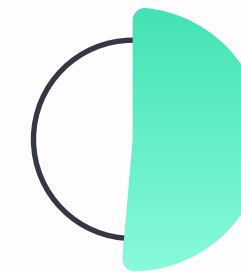
- Чуть более половины компаний проводят офлайн-обучение внутри компании **своими силами**. Особенно крупные компании (53 %).
- Половина покупает своим сотрудникам отдельные **онлайн-курсы** или просто их оплачивает, выбор может делать сам сотрудник.
- 28% заказывают **кастомизированные** программы.
- 29% оплачивают **подписку** на библиотеку курсов.
- 20% покупают **готовые курсы** и загружают в свою LMS.
- 25% оплачивают обучение сотрудникам на **МООС-платформах**.
- 18% закупают **управленческие** программы.

Используемые форматы



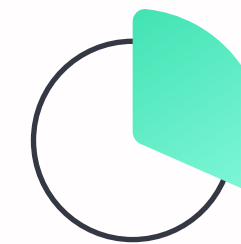
53,3%

Офлайн-обучение от коллег внутри компании



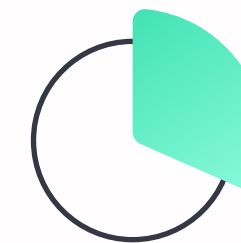
50,8%

Покупка отдельных онлайн-курсов у внешних подрядчиков



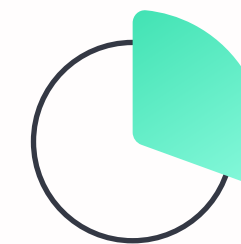
29,2%

Подписка на библиотеки курсов от внешних подрядчиков



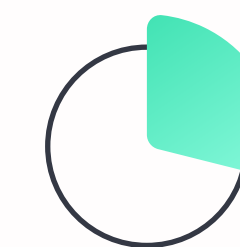
29,2%

Офлайн-обучение от внешних подрядчиков



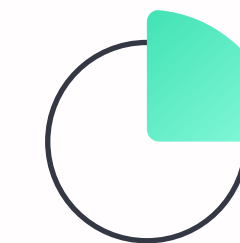
28,5%

Самостоятельная разработка онлайн-курсов в своей LMS



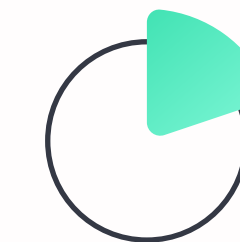
27,7%

Заказ у внешнего подрядчика кастомизированных программ под задачи компании



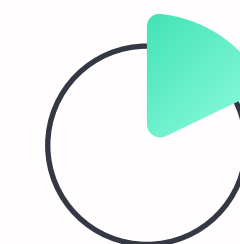
25%

Оплата обучения сотрудников на МООС-платформах



20%

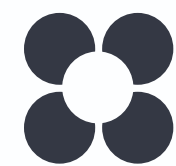
Покупка курсов в записи у внешнего подрядчика для загрузки в свою LMS



18,3%

Управленческие программы, MBA, mini-MBA, программы развития лидеров

Форматы обучения



Сумма превышает 100%, потому что каждый респондент мог выбрать несколько ответов

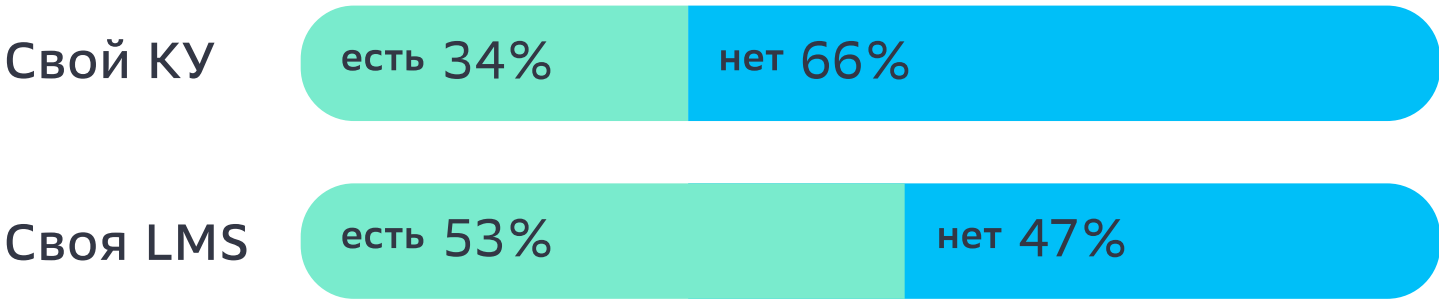
КУ, LMS, доля внутреннего и внешнего обучения



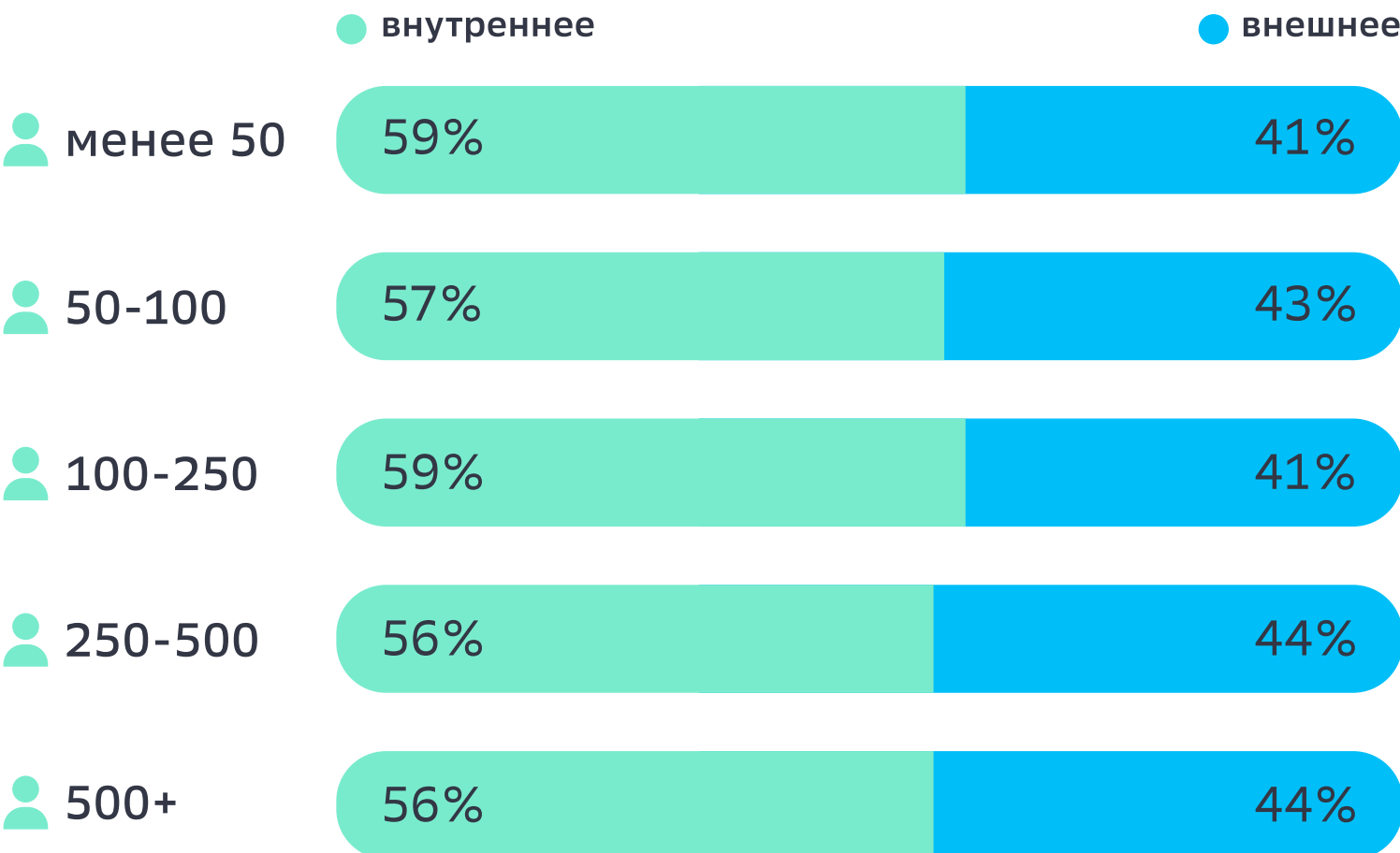
- У половины компаний есть **своя LMS**, но только у трети есть свой **корпоративный университет**.
- Чем больше размер компании, тем больше доля имеющих и свой КУ, и свою LMS.
- Компании, не имеющие своего КУ, в подавляющем большинстве случаев используют **внешнее обучение**.
- В целом внешним обучением закрывается в среднем 43 % задач на обучение и развитие сотрудников, внутренним — в среднем 51 %.
- Чем больше компания, тем больше задач она стремится решать внутренним обучением (т. к. есть свой КУ).



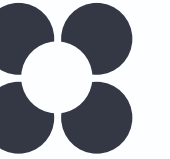
Наличие КУ и LMS



Внутреннее / внешнее



По размерам компаний





Обучение по подписке

71% ответов от всей выборки



Обучение по подписке



Формат подписки в обучении — это не просто доступ к курсам. Это **экосистема непрерывного развития**, которая помогает бизнесу и сотрудникам оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся мире.

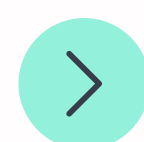
Благодаря **постоянному обновлению** контента подписка позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в технологиях, не тратя месяцы на запуск отдельных программ.



Диана Числаш

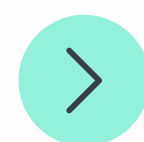
Старший менеджер проектов
B2B-направления Нетологии

Как инструмент развития



Подписка формирует культуру самообучения и межпрофильного мышления

А это ключевой навык современного сотрудника. Сегодня недостаточно разбираться только в своей зоне ответственности: важно понимать, **как работают смежные функции** — маркетинг, продажи, финансы, IT. Это расширяет кругозор, улучшает коммуникацию и усиливает командное взаимодействие.



Формат подписки идеально интегрируется в индивидуальные планы развития (ИПР)

Подборки курсов можно связать с **конкретными бизнес-целями**: повышением квалификации, переходом на новую роль или решением задачи внутри проекта. Так обучение становится не абстрактным, а осмысленным и прикладным инструментом развития.

Опыт использования



У компаний мы спрашивали, **знают ли они про формат** подписки и использовали ли его ранее. 67 % компаний про формат подписки на библиотеку курсов знают. Но только 39 % использовали такую подписку ранее.

? Знакомы ли с форматом «подписка» или «библиотека курсов»

● да ● нет

67%

33%

? Использовали ли ранее подписку на библиотеку курсов?

● раньше, сейчас нет ● никогда не использовали

39%

61%

Использование формата

Малый бизнес - 23,9%



Средний бизнес - 28,6%



Крупный бизнес - 47,5%



Рекомендации по внедрению



Малый бизнес



Подписка — это возможность развивать команду без необходимости создавать собственный отдел обучения.

На одной платформе собраны сотни практических курсов по продажам, коммуникации, управлению и цифровым навыкам.

Экономичное, гибкое и масштабируемое решение, которое обеспечивает быстрый рост компетенций.

Средний бизнес



Подписка становится инструментом удержания и развития сотрудников.

Компания может формировать персональные подборки, назначать обучение, отслеживать прогресс и результаты.

Это помогает выстраивать **системное развитие компетенций**, повышать вовлечённость и создавать культуру роста.

Крупный бизнес



Подписка дополняет внутренние корпоративные программы, усиливая культуру саморазвития.

Сотрудники получают возможность учиться «по запросу», осваивать смежные навыки и быстро адаптироваться к новым задачам.

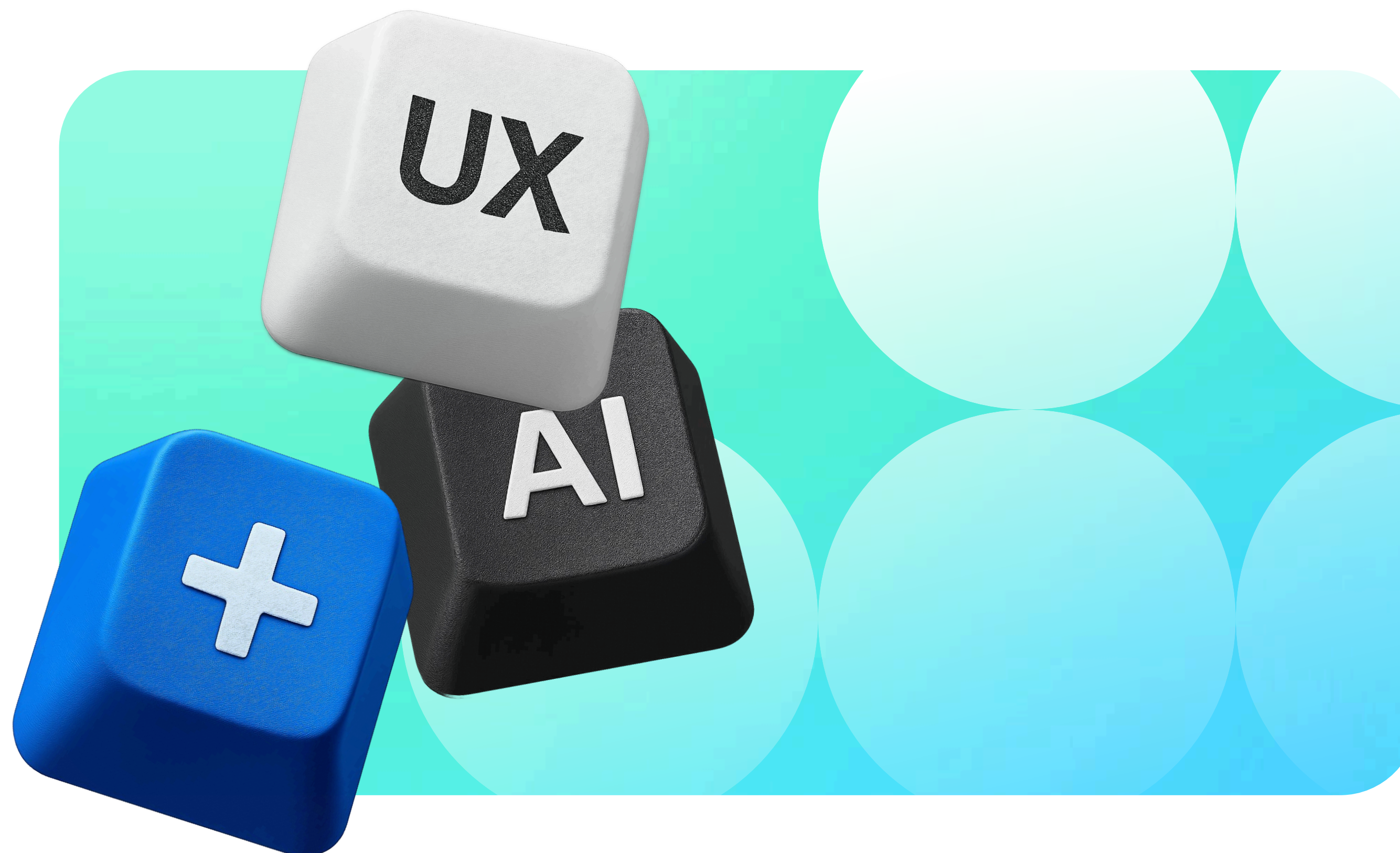
Это способствует формированию **гибкой и обучающейся** организации, где развитие становится частью повседневной практики.



Отдельные онлайн-курсы

у внешних подрядчиков
или на MOOC-платформах

60% ответов от всей выборки





Покупка отдельных курсов (а также в многопрофильных школах или на MOOC-платформах) заняла **лидирующую позицию** среди популярных форматов обучения в компаниях.

Около 60 % опрошенных представителей бизнеса отметили такую форму как наиболее предпочтительную.

Артем Иванченко

Руководитель отдела продаж
B2B-направления Нетологии



Особенности

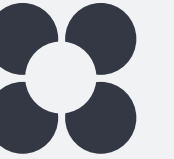
Причины популярности покупки отдельных курсов:

- развитие компетенций конкретного сотрудника, точность обучения;
- быстрая реакция на изменения и необходимость обучения новым профессиональным навыкам;
- формат часто используют в качестве поощрения и повышения лояльности конкретного специалиста.

Недостатки и ограничения формата:

- трудности масштабирования для большого числа сотрудников;
- отсутствие системного подхода к развитию сотрудников, который необходим для долгосрочного успеха компании.

Цели использования



В целом 60 % компаний покупают своим сотрудникам отдельные онлайн-курсы (в многопрофильных школах или на MOOC-платформах).

Основные цели покупки:

- развитие компетенций сотрудников
- обучение конкретным навыкам и инструментам
- обучение новым цифровым навыкам

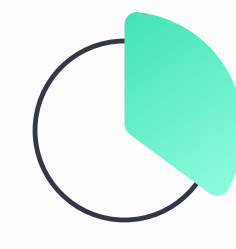


Какие задачи вы решаете с помощью покупки отдельных онлайн-курсов сотрудникам



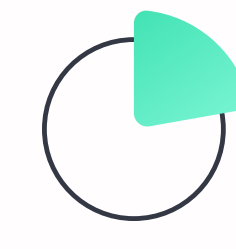
59,9%

Развитие компетенций сотрудников



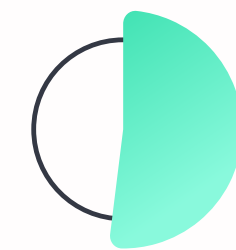
36,3%

Повышение эффективности командной работы



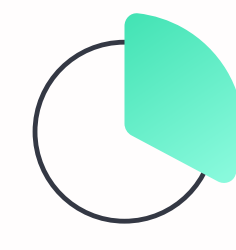
21,7%

Личностное развитие и развитие soft skills



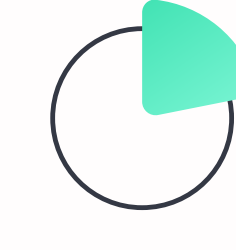
51,9%

Обучение конкретным навыкам и инструментам



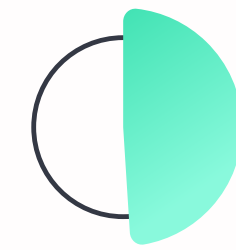
33,1%

Переподготовка / смена профессии



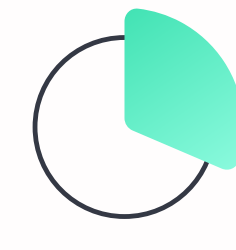
21,7%

Мотивация и удержание сотрудников



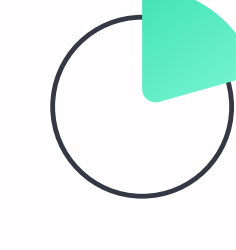
49%

Обучение новым цифровым навыкам



31,8%

Обучение специфике отрасли / продукта



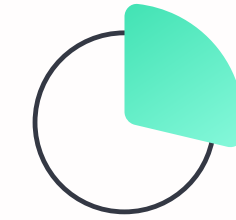
20,7%

Формирование управленческих навыков



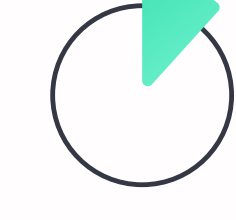
36,6%

Адаптация новых сотрудников



29,3%

Сертификация сотрудников



11,5%

Оптимизация бюджета на обучение

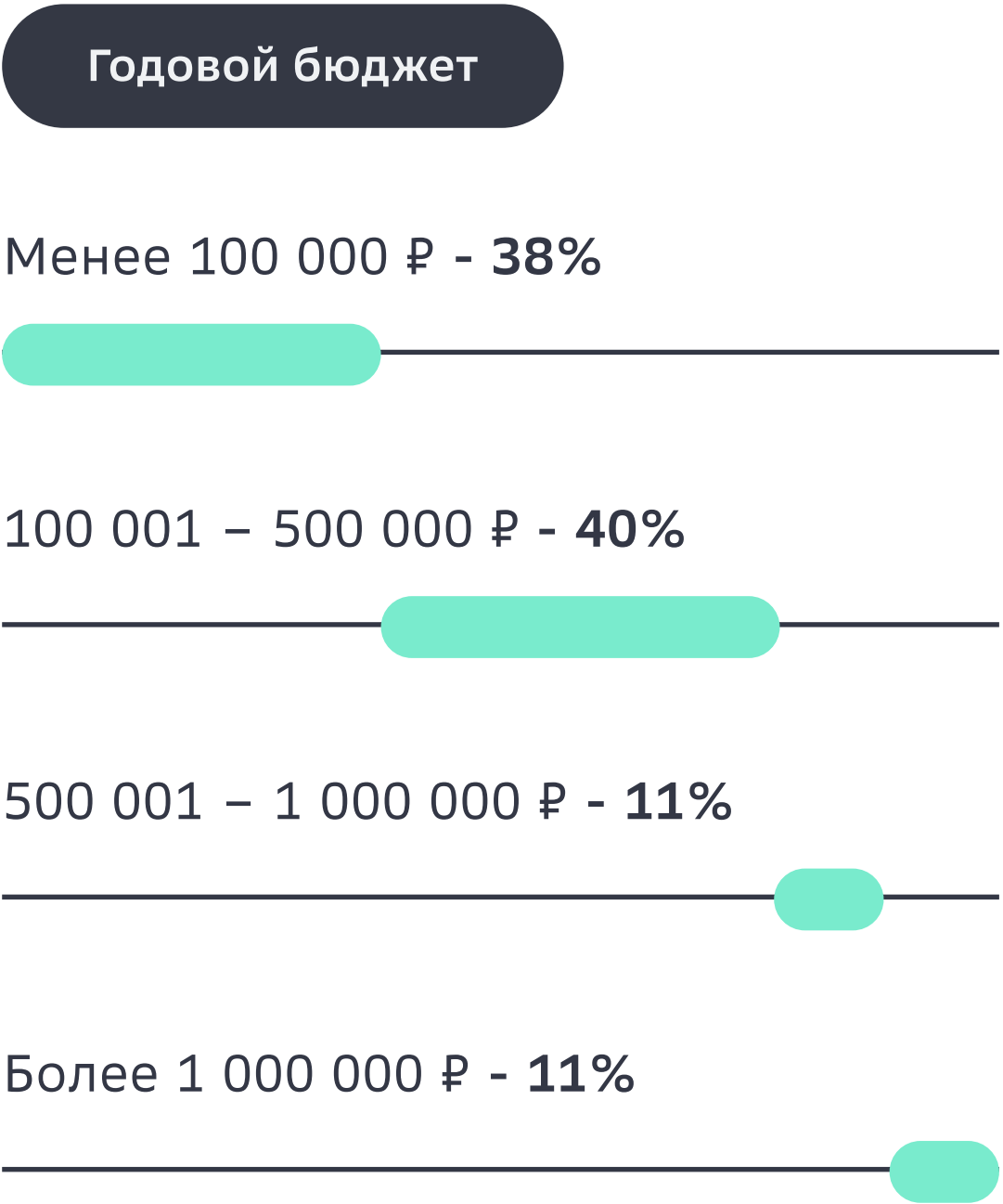


Сумма превышает 100%, т.к. каждый респондент мог выбрать несколько ответов

Бюджет на покупку



Годовой бюджет напрямую зависит от размера компании. В крупных предприятиях он может достигать до 20 млн рублей, но в среднем – 2 млн рублей в год. В малых предприятиях – в среднем 260 тыс. руб., максимум – 1,2 млн руб. в год.

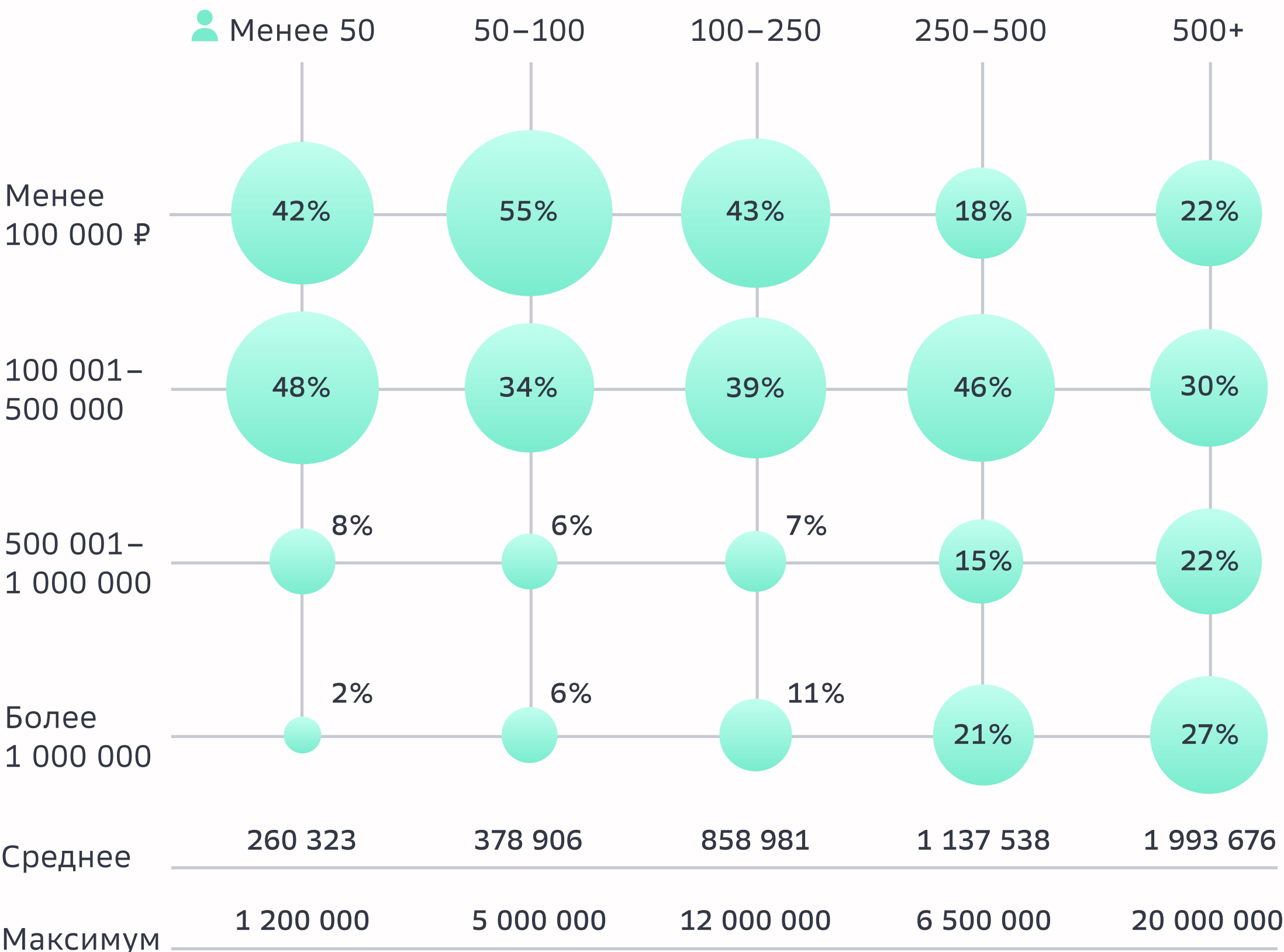


819 335
Среднее

4000
Минимум

20 000 000
Максимум

* Годовой бюджет компании на покупку в зависимости от размера компании



Рекомендации по внедрению



Малый бизнес

- Определите приоритетные направления развития сотрудников, исходя из текущих потребностей бизнеса, и сформируйте план по обучению необходимым навыкам.
- Организуйте периодический обмен результатами обучения внутри команды для взаимного обогащения знаниями.

Средний бизнес

- Выбирайте специализированные курсы, соответствующие вашим отраслевым требованиям и специфическим задачам бизнеса.
- Установите внутренние правила сертификации и признания достижений сотрудников после завершения курсов.
- Включайте пройденные курсы в общие планы обучения и развития сотрудников.

Крупный бизнес

- Разработайте чётко структурированную систему закупок курсов и внедрите механизмы мониторинга и оценки их эффективности.
- Рассмотрите создание собственной библиотеки курсов, основанной на приобретаемых курсах, дополненной внутренними материалами и инструкциями.



Кастомизированные программы

разрабатываемые под задачи компании

28% ответов от всей выборки



Кастомизированные программы



28 % опрошенных компаний выбирают обучение, созданное **специально под их задачи**.

Такой формат позволяет адаптировать содержание под реальные задачи бизнеса и отраслевые особенности.



Мадина Ахмедова

Ведущий менеджер проектов
B2B-направления Нетологии

Почему это работает

- > **Релевантно:** программы строятся на реальных кейсах компании — это повышает вовлечённость и ускоряет применение знаний.
- > **Гибко:** можно адаптировать формат, длительность, уровень сложности и даже стиль подачи — от корпоративного тона до игровых механик.
- > **Эффективно:** обучение напрямую связано с бизнес-метриками — сокращение onboarding, рост продаж, снижение ошибок. ROI проще измерить, так как цели согласовываются заранее.

Цели обучения и бюджеты



Кастомизированные программы, разрабатываемые под нужды компании, заказывают 28 % компаний на рынке.

Основные цели таких программ: развитие компетенций сотрудников, обучение конкретным профессиональным навыкам и инструментам, обучение новым цифровым навыкам.

Годовой бюджет

Менее 100 000 ₽ - 48%



100 001 – 500 000 ₽ - 34%



500 001 – 1 000 000 ₽ - 13%



Более 1 000 000 ₽ - 5%



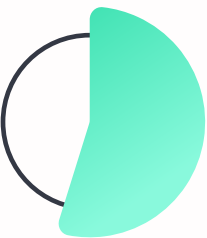
350 555
Среднее

1000
Минимум

3 000 000
Максимум



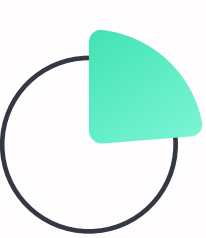
Какие задачи вы решаете с помощью заказа кастомизированных программ



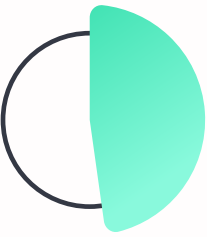
55%
Развитие компетенций сотрудников



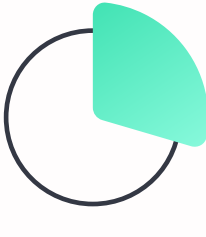
35%
Обучение специфике отрасли



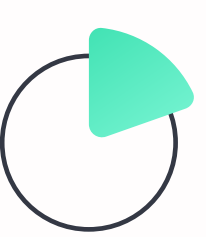
24%
Переподготовка / смена профессии



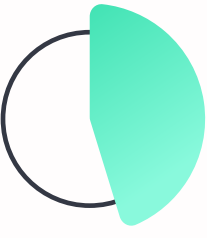
48%
Обучение конкретным навыкам и инструментам



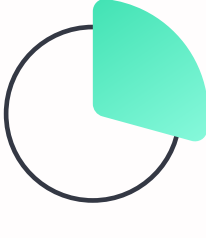
30%
Мотивация и удержание



19%
Решение прикладной задачи



45%
Обучение новым цифровым навыкам



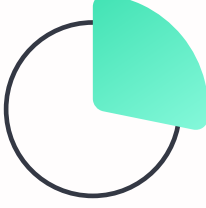
29%
Сертификация сотрудников



13%
Оптимизация бюджета на обучение



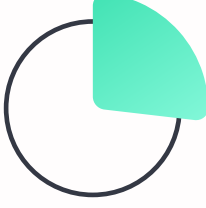
39%
Адаптация новых сотрудников



27%
Личностное развитие и развитие soft skills



38%
Повышение эффективности командной работы



25%
Формирование управленческих навыков



Сумма превышает 100%, т.к. каждый респондент мог выбрать несколько ответов

Рекомендации по внедрению



Малый бизнес

- Начните с мини-кастомов (2–3 модуля), сочетайте с готовыми курсами.
- Фокусируйтесь на темах с прямым ROI: продажи, onboarding, клиентский сервис.

Средний бизнес

- Стройте обучение вокруг стратегических приоритетов (цифровизация, масштабирование).
- Интегрируйте в ИПР, внедряйте простые метрики эффективности (применение навыков через 30/60/90 дней).

Крупный бизнес

- Масштабируйте через корпоративный университет, создавайте библиотеку внутренних кейсов.
- Комбинируйте с микрообучением и on-the-job-практиками для закрепления результата.



Готовые курсы в записи

у внешнего подрядчика для загрузки
в собственную LMS

20% ответов от всей выборки





SCORM — это идеальный формат для среднего и крупного бизнеса, у которого **есть собственная LMS или корпоративный университет**.

SCORM-курсы подходят для обучения ключевым навыкам XXI века: от работы с Excel до промт-инжиниринга, от развития эмоционального интеллекта до навыков деловой переписки.

Наталья Никитюк

Старший менеджер проектов
B2B-направления Нетология



Преимущества для бизнеса

- 1 Стандартизация форматов обучения.** Курсы легко интегрируются в любые LMS и подходят для 90 % систем — удобно для унификации обучения.
- 2 Масштабируемость.** Обучающий контент может использоваться многократно для разных групп работников, сокращая затраты на разработку и внедрение учебных материалов.
- 3 Анализ эффективности обучения.** Встроены механизмы отслеживания прогресса и результатов для оптимизации образовательных процессов.
- 4 Удобство и доступность.** Онлайн-курсы позволяют сотрудникам проходить обучение в любом месте и в любое время.
- 5 Экономия ресурсов.** Использование SCORM-формата снижает расходы на организацию очных тренингов, командировки и аренду помещений для проведения занятий.

Цели обучения и бюджеты

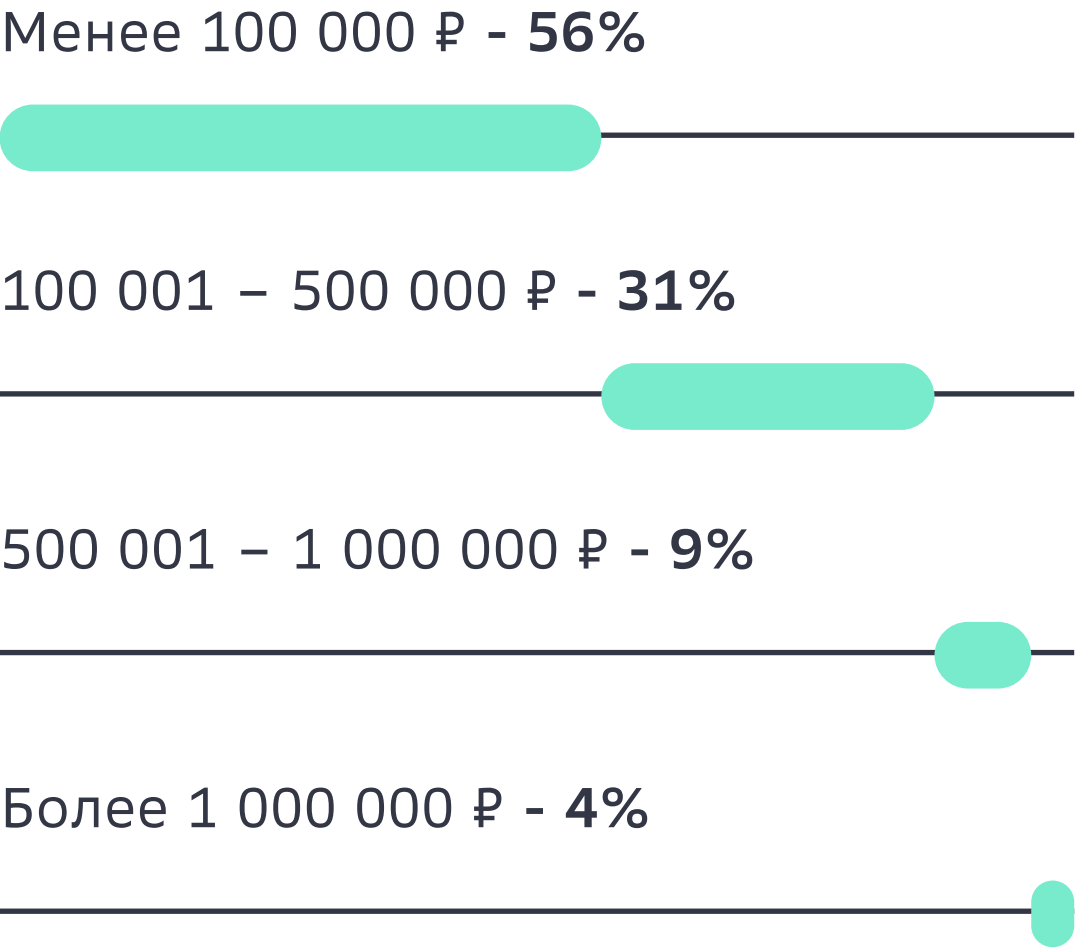


Готовые курсы в записи для загрузки в собственную LMS покупают **только 20%** b2b-рынка.

Основные цели: обучение конкретным профессиональным навыкам и инструментам, обучение новым цифровым навыкам.

Средние годовые затраты варьируются в огромном диапазоне — от 4 тыс. руб. до 2,5 млн рублей.

Годовой бюджет



282 394
Среднее

4000
Минимум

2 500 000
Максимум



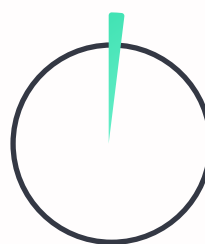
Какие задачи вы решаете с помощью покупки готовых курсов в записи для загрузки в собственную LMS



14,7%
Обучение конкретным навыкам и инструментам



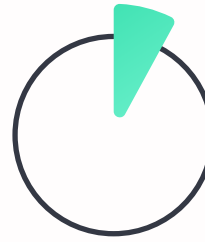
8,8%
Мотивация и удержание



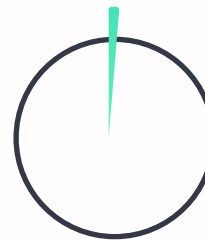
2%
Решение прикладной задачи



14,7%
Обучение новым цифровым навыкам



7,8%
Обучение специфике отрасли



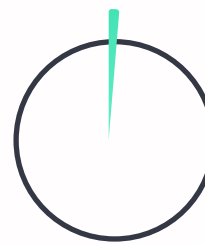
1%
Переподготовка / смена профессии



12,7%
Развитие компетенций сотрудников



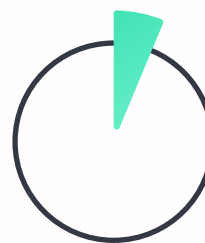
7,8%
Повышение эффективности командной работы



1%
Оптимизация бюджета на обучение



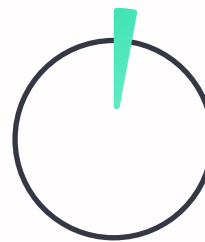
11,8%
Адаптация новых сотрудников



5,9%
Сертификация сотрудников



8,8%
Формирование управленческих навыков



2,9%
Личностное развитие и развитие soft skills

Рекомендации по внедрению



Малый бизнес

- Минимальные вложения: SCORM-курсы — готовое решение, позволяющее экономить на разработке собственных программ.

Средний бизнес

- Высокая скорость внедрения. SCORM облегчает интеграцию обновлённых курсов в существующую систему обучения.
- Оптимальный баланс стоимости и скорости: стандартные SCORM-курсы позволяют запустить обучение быстрее и дешевле, сохранив качество.
- Универсальный формат: курсы совместимы с любыми LMS, что упрощает их перенос и поддержку на разных платформах.

Крупный бизнес

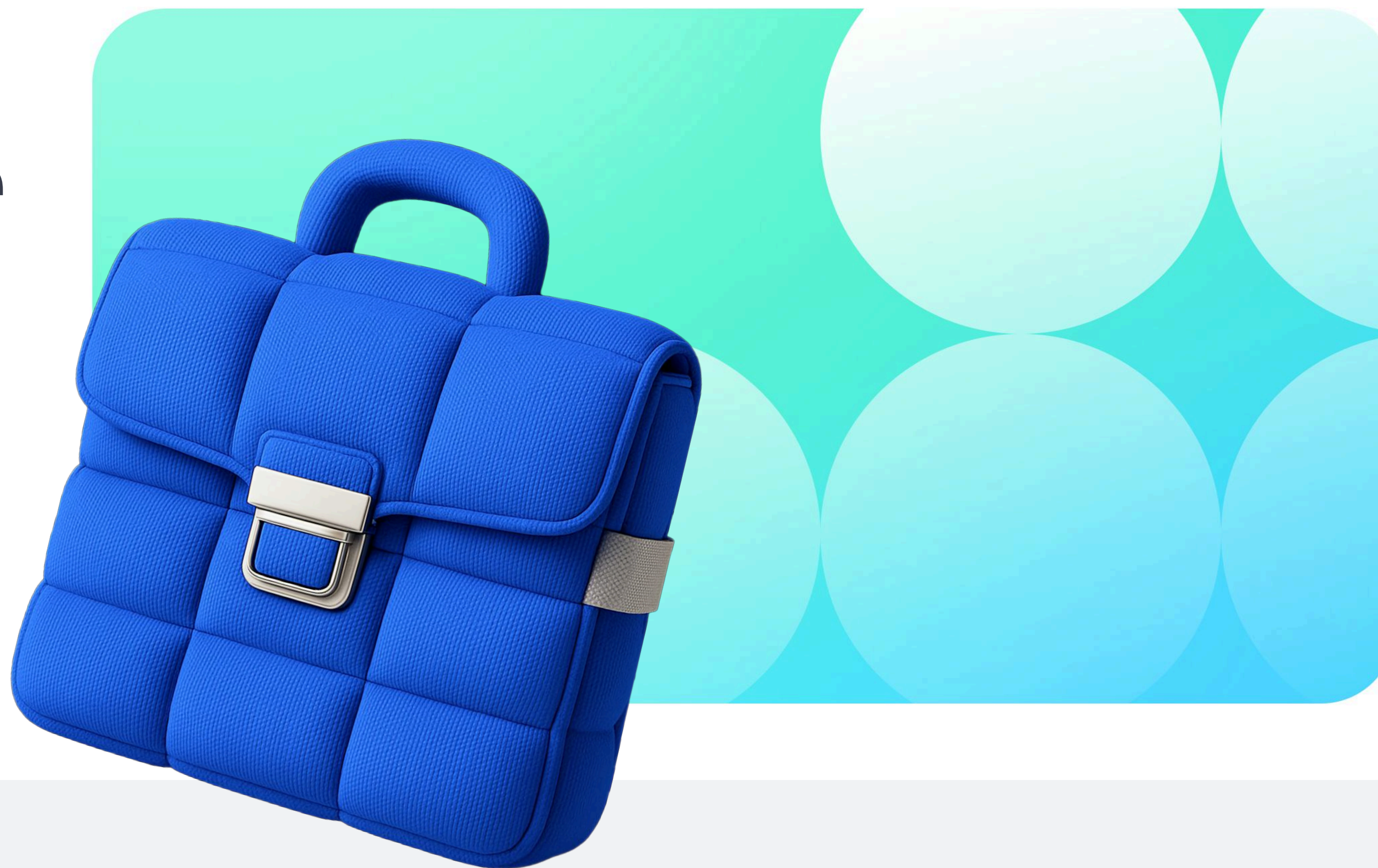
- Масштабируемость. SCORM позволяет охватывать большие аудитории одновременно и равномерно.
- Единый стандарт обучения для всех филиалов: одинаковое качество, согласованные методы, общие принципы.
- Интеграция с HR-аналитикой. Доступны инструменты сбора статистики и оценки успеваемости.



Управленческие программы

МВА, mini-МВА, программы развития лидеров

18,3% ответов от всей выборки



Руководители – двигатели компании



Рынок обучения руководителей в 2025 году вступает в фазу осознанного роста.

Только 18% опрошенных компаний инвестируют в управленческие программы, но 3 из 4 признают необходимость развивать своих лидеров.

В условиях постоянных изменений компании борются не только за эффективность команды, но и за управленческое мышление.



Наталья Никитюк

Старший менеджер проектов
B2B-направления Нетология

Задачи наших клиентов

- 1 Сотрудник вырастает до руководителя, но не умеет делегировать и работать с эффективностью команды. Потери от неподготовленного лидера измеряются не только снижением результатов подразделений, но и текучестью кадров.
- 2 Сотрудник не понимает, как его решения могут влиять на результаты всей компании и на конкурентное преимущество.
- 3 Опытные руководители, много лет работающие в одной компании, теряют насмотренность и способность генерировать новые идеи.
- 4 Компании нужны перемены, но руководители не умеют или боятся быть драйверами этих изменений.

Цели использования



В целом 18 % компаний на рынке b2b используют различные управленческие программы для своих сотрудников.

Основные цели закупки лидерских программ:

- повышение эффективности командной работы (54 %)
- развитие управленческих компетенций у текущих руководителей (50 %)
- подготовка сотрудников к переходу на руководящие позиции (47 %)



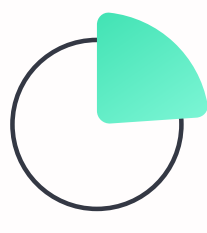
Какие задачи вы решаете с помощью покупки управленческим программам



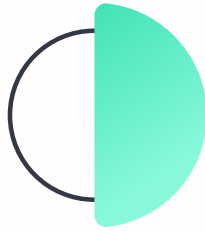
53,7%
Повышение эффективности командной работы



40%
Формирование кадрового резерва



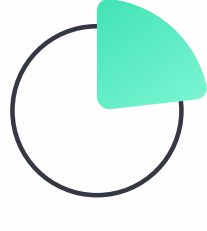
24,2%
Выстраивание единого управленческого подхода и культуры



49,5%
Развитие управленческих компетенций у текущих руководителей



37,9%
Повышение стратегического мышления и понимания бизнеса



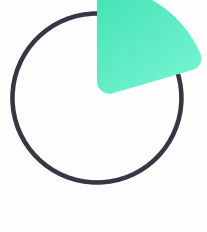
23,2%
Повышение вовлечённости руководителей



47,4%
Подготовка сотрудников к переходу на руководящие позиции



33,7%
Решение прикладной задачи/кейса конкретного подразделения



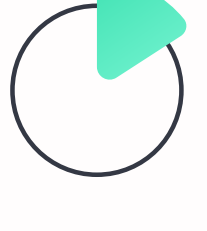
20%
Поддержка изменений и трансформаций в компании



44,2%
Личностное развитие и развитие soft skills



33,7%
Укрепление лидерства и инициативности



15,8%
Признание/мотивация ключевых сотрудников через участие в программах



Сумма превышает 100%, т.к. каждый респондент мог выбрать несколько ответов

Форматы и бюджеты



Годовые бюджеты очень разные и сильно зависят от размера компании. Но чуть более трети не закладывают больше 100 тыс. руб. в год; ещё 40 % закладывают от 100 до 500 тыс. руб.

Только офлайн-формат для обучения лидеров используют 8 % компаний. Остальные либо применяют только онлайн-формат (37 %), либо используют оба варианта при обучении (55 %).

Годовой бюджет

Менее 100 000 ₽ — 35%



100 001-500 000 ₽ — 40%



500 001-1 000 000 ₽ — 13%



Более 1 000 000 ₽ — 12%



645 191 ₽

Среднее

10 000 ₽

Минимум

5 000 000 ₽

Максимум



Выбираете такое обучение в онлайн или офлайн формате

37%

Только
онлайн

8%

Только
офлайн

55%

Используем
оба формата

Потребность и востребованные темы



Потребность в обучении руководителей есть у 75% компаний, но только половина из них уже проводит обучение, внешнее или внутреннее.

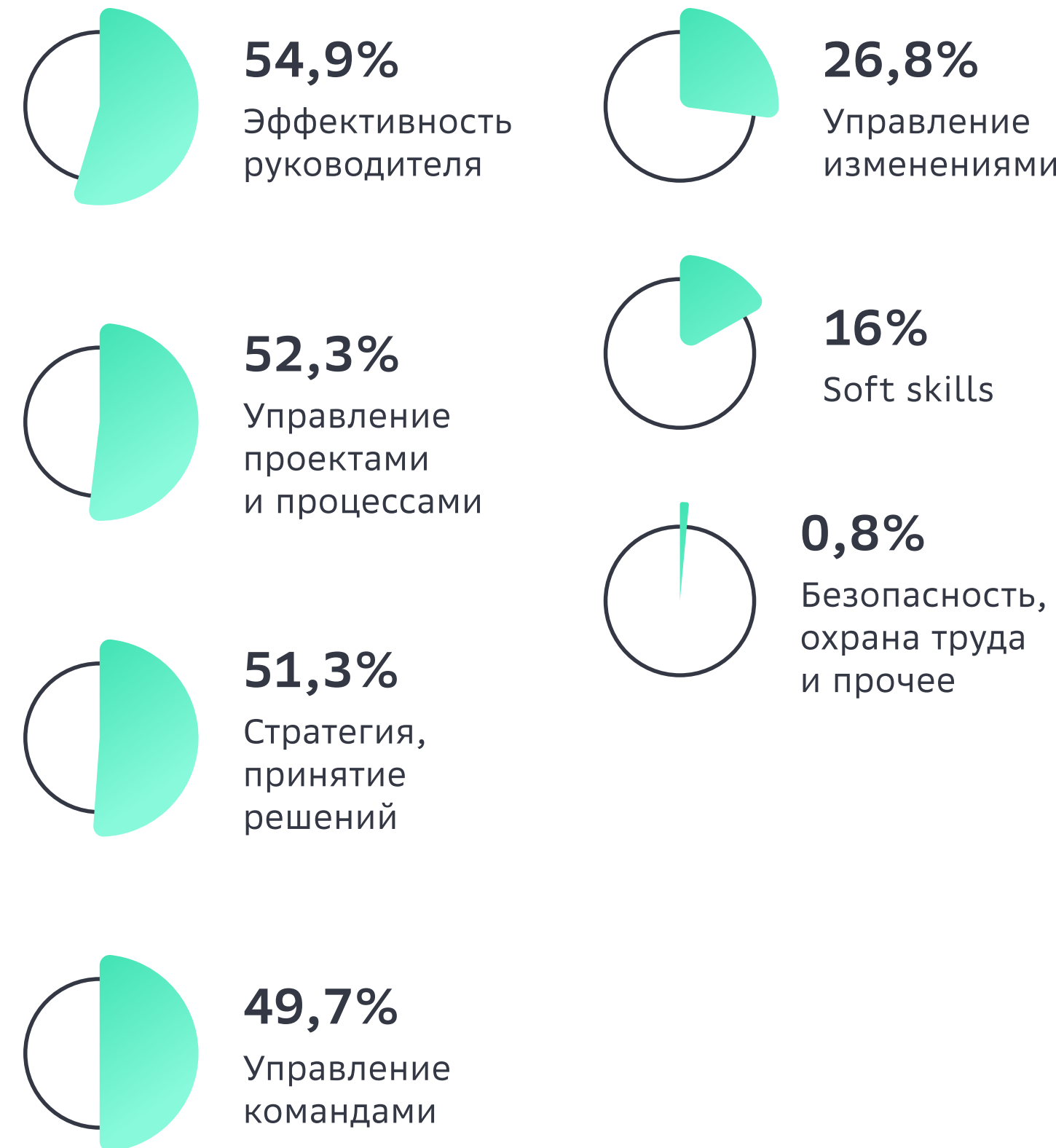
Основные потребности в обучении руководителей: эффективность, управления проектами и процессами, развития стратегического видения и навыков принятия решений.

? Есть ли потребность в обучении руководителей

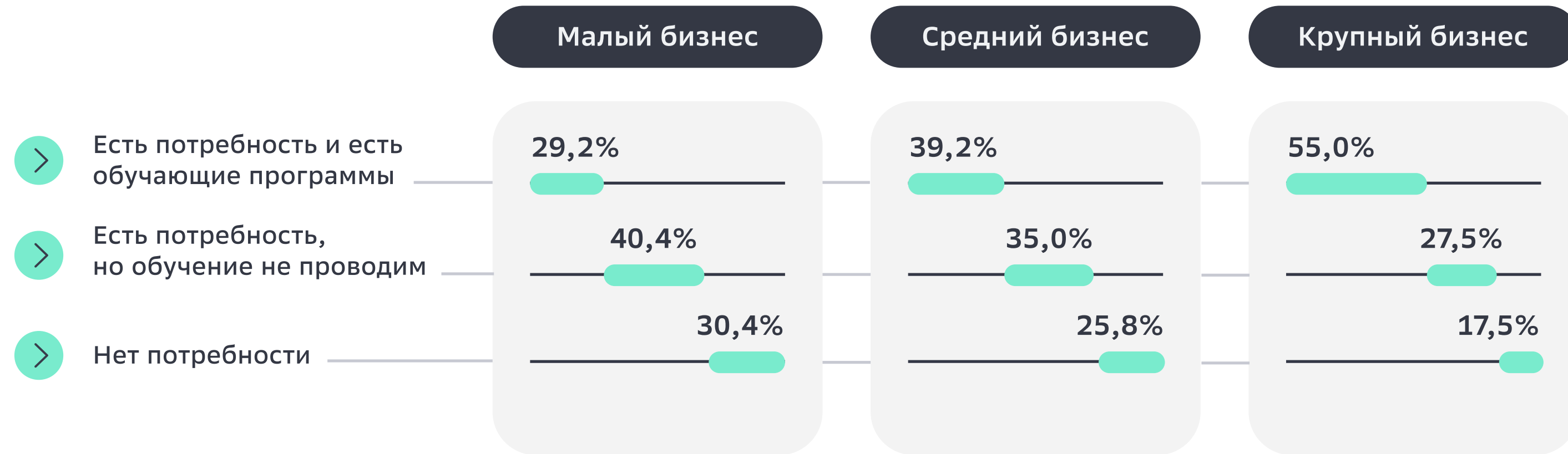
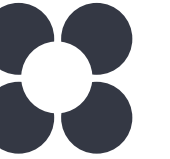
Есть потребность и есть обучающие программы, внешние или внутренние



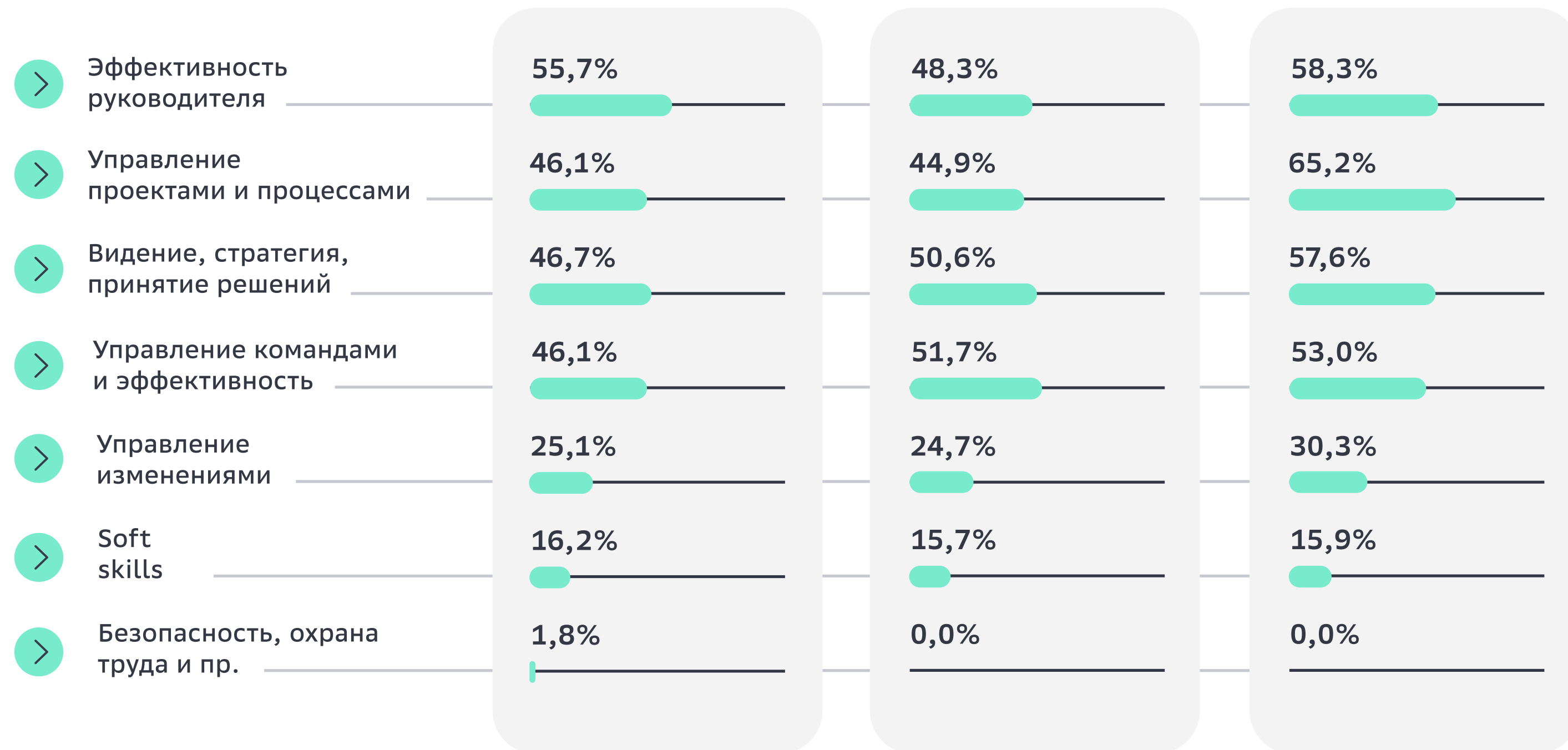
? Чему необходимо обучать руководителей



* Сумма превышает 100%, т.к. каждый респондент мог выбрать несколько ответов



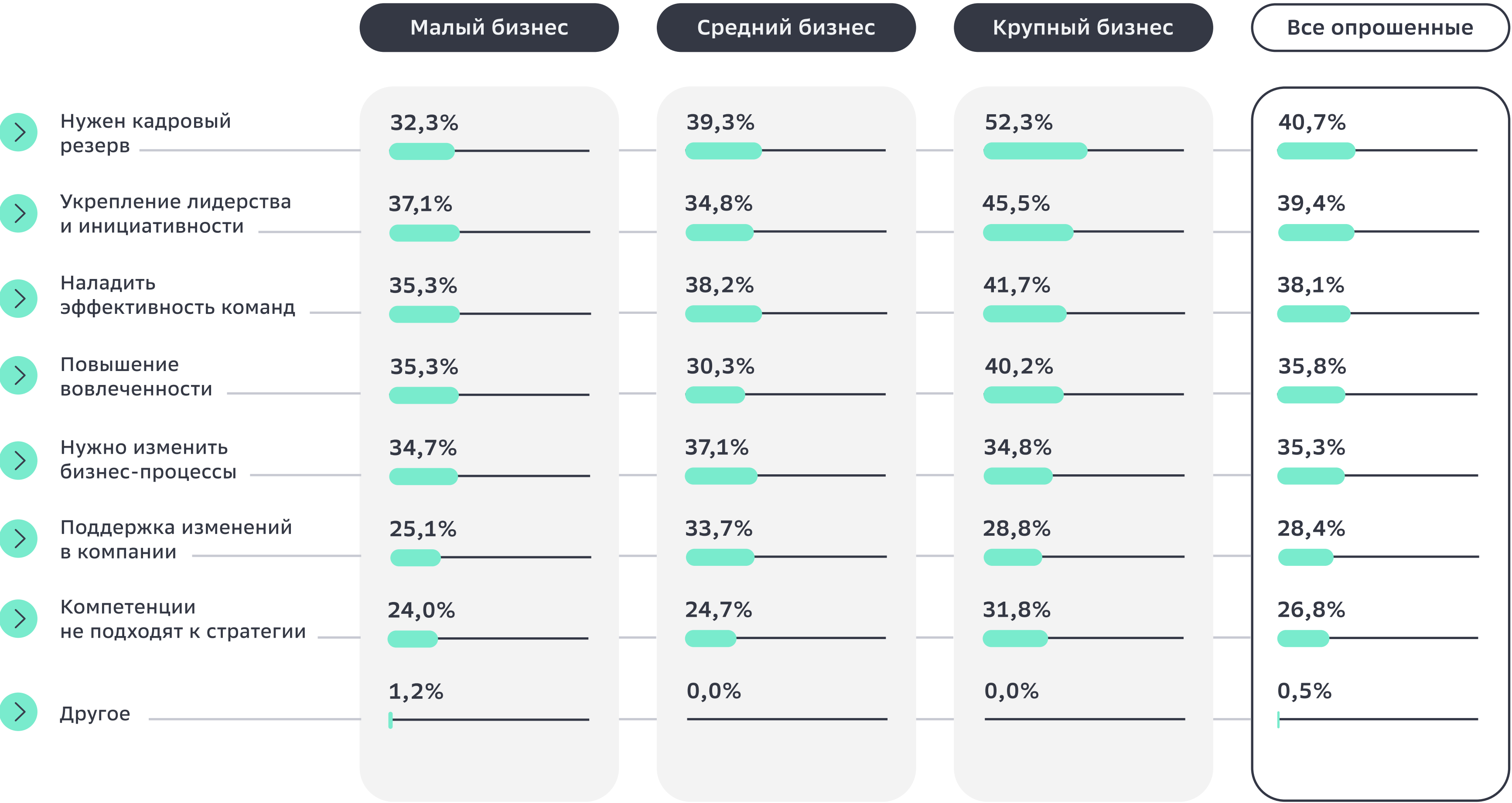
? Есть ли в компании потребность в обучении руководителей



? Чему необходимо обучать руководителей



Цели обучения



✱ Обучение руководителей действительно актуально, поскольку цели такого обучения многогранны, и выделить однозначных лидеров в этой сфере сложно.

Рекомендации по внедрению



- 1 Создавайте среду для развития.** Не ограничивайтесь тренингами, сочетайте: обучение, обмен опытом, лидерские клубы, тимбилдинги, диалог с топ-менеджментом, честную обратную связь.
- 2 Добавляйте насмотренности** через внешние мероприятия, нетворкинг и участие в профессиональных сообществах.
- 3 Стройте индивидуальные маршруты развития.** Обучение должно быть частью карьерного пути — от специалиста до лидера. Это стоит обсуждать на старте и подстраивать задачи под траекторию роста.
- 4 Комбинируйте форматы.** Используйте онлайн-обучение и офлайн-нетворкинг для обмена опытом. Микст форматов позволяет закреплять навыки и развивать мышление.
- 5 Формируйте цели и измеряйте эффект.** Перед каждым обучением или действием нужно понимать, что должно измениться в поведении сотрудника. Измерить это можно через: обратную связь, метрики вовлечённости, показатели команд.





Микро- обучение



Практико-ориентированное обучение



Диана Числаш

Старший менеджер проектов
B2B-направления Нетологии



Каждый модуль — это маленький шаг к измеримому результату: освоению навыка, решению задачи, изменению поведения.

Такой формат снижает когнитивную нагрузку и помогает сразу применять знания в работе.

Главная ценность микрообучения — в его практичности.

Оно соответствует современному поведению сотрудников: коротким циклам внимания, ориентации на результат и обучению под конкретную задачу, а не «на будущее».



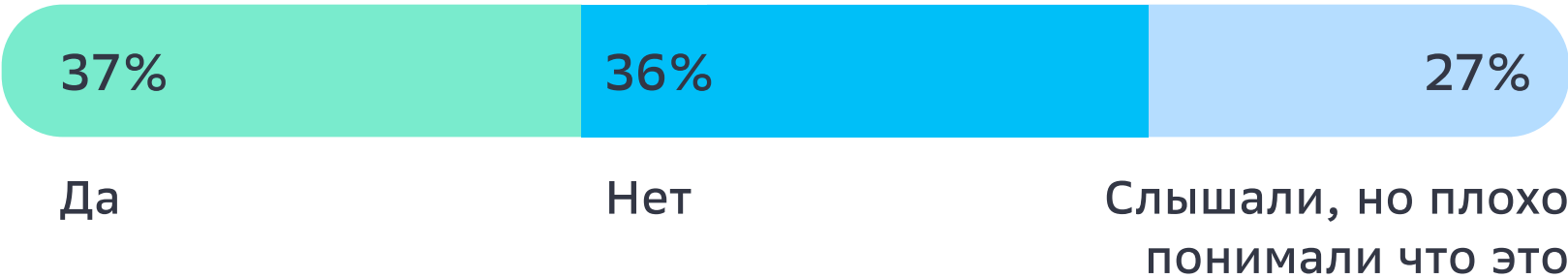
Микрообучение — это подход к развитию сотрудников, в котором обучение **встроено в рабочий контекст** и направлено на конкретное действие.

Компании, которые системно внедряют микроформаты, быстрее адаптируются к изменениям и развивают культуру непрерывного обучения.

Информированность и использование



? До прочтения описания, были ли знакомы с понятием «микрообучение» или «микрокурсы»



? Используете ли микрообучение в обучении сотрудников

Да, активно используем — 11,5%



Да, пробовали, но нерегулярно — 21,7%



Нет, но планируем внедрять — 39,8%



Нет, и не планируем использовать — 16,9%



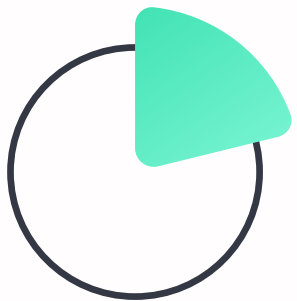
Затрудняюсь ответить — 10%



? В каких форматах используете или планируете использовать микрообучение



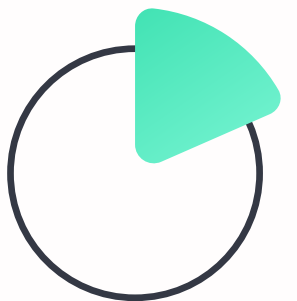
43,7%
Мини-видео
(1–5 минут)



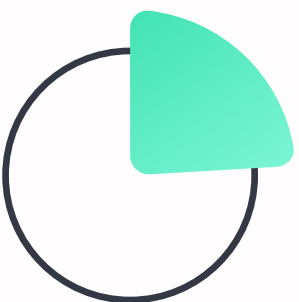
21%
Подкасты /
аудиофрагменты



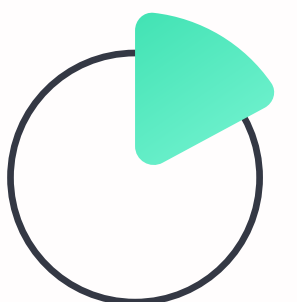
38,8%
Микротесты /
чек-листы



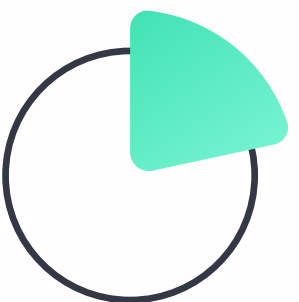
17,3%
Карточки
(flashcards),
квизы



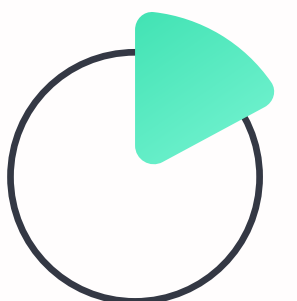
24,2%
Интерактивные
сценарии,
чат-боты



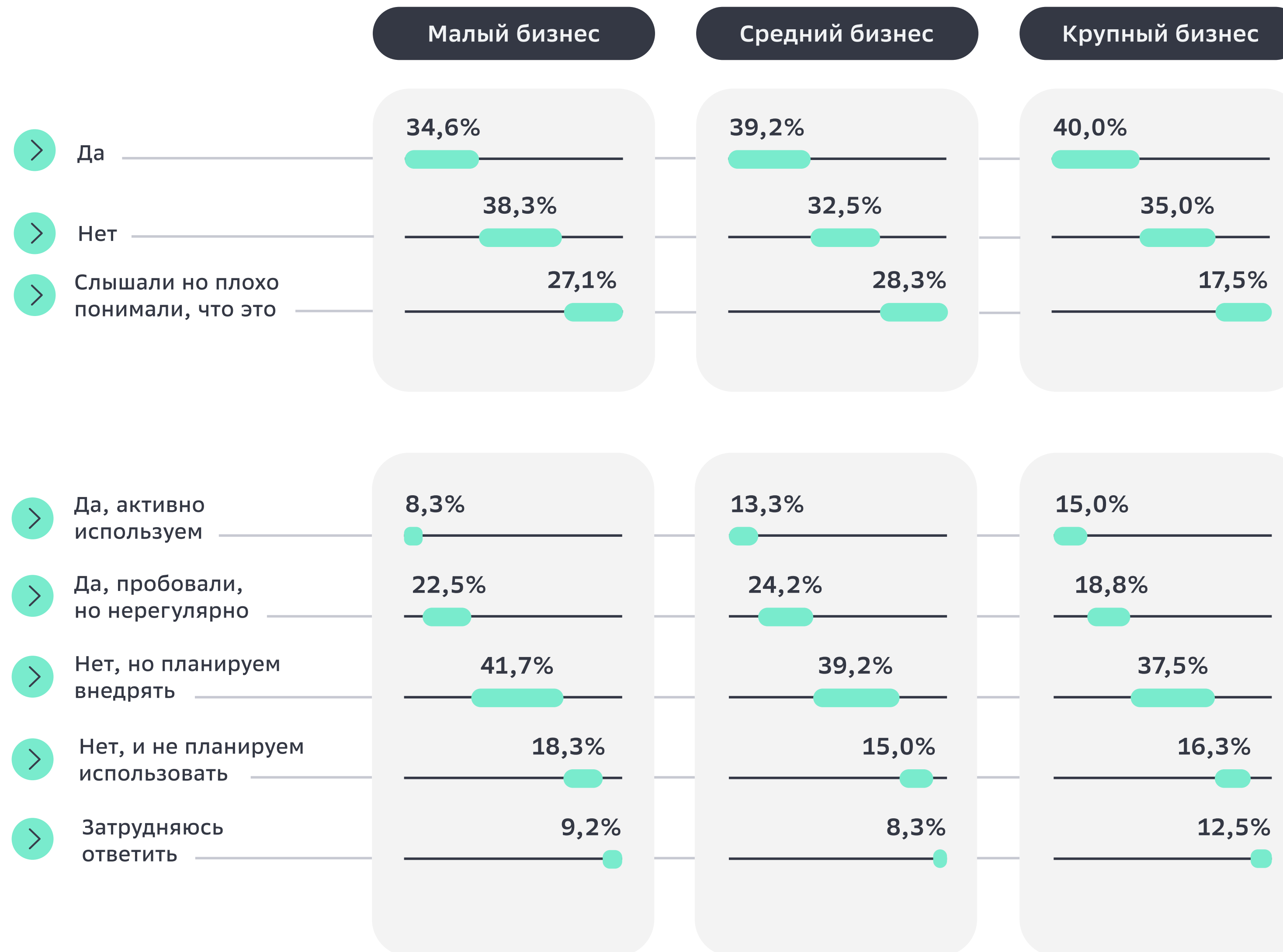
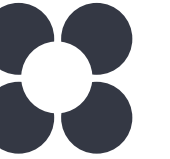
16%
Микроигры
(serious games)



23,5%
Инфографика,
схемы, диаграммы



16,5%
Не используем
и не планируем



? До прочтения описания, были ли знакомы с понятием «микрообучение» или «микрокурсы»

? Используете ли вы микрообучение в обучении сотрудников

Рекомендации по внедрению



Малый бизнес

- Может интегрировать микрообучение прямо в операционные процессы.
- Короткие кейсы в Telegram, видео до трёх минут, инструкции и шаблоны для внедрения инструментов.
- Такой подход помогает быстро масштабировать стандарты и практики без отрыва сотрудников от работы.

Средний бизнес

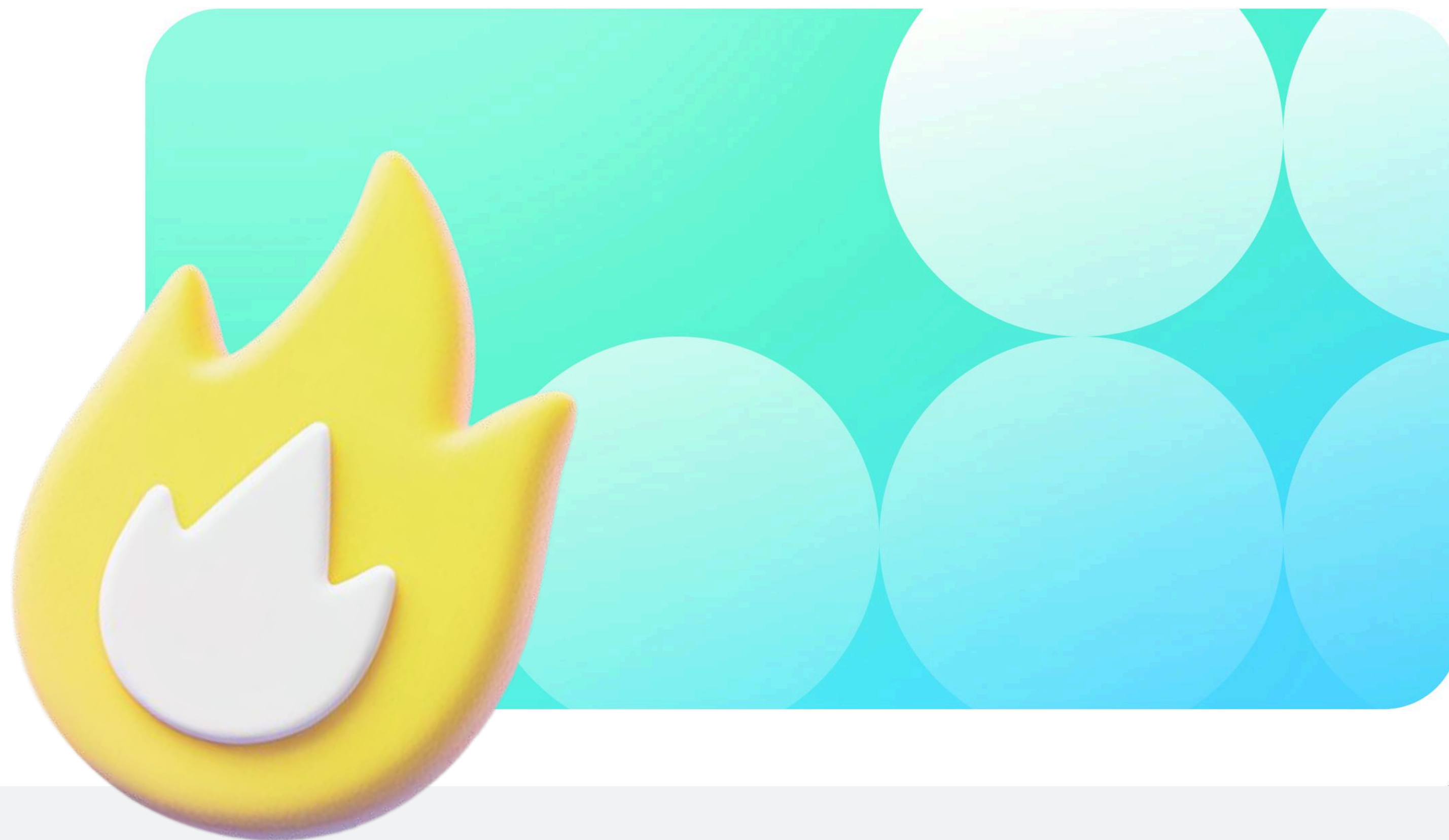
- Может использовать микроформаты для формирования устойчивой привычки к обучению.
- Серии вроде «1 день – 1 инструмент продаж» или «5 дней – 5 идей для переговоров» создают ритм, поддерживают вовлечённость и формируют культуру развития через действие.

Крупный бизнес

- Может рассматривать микрообучение как часть экосистемы корпоративного развития.
- Короткие видео, тесты, квизы и интерактивы можно встроить в LMS или управленческие программы.
- Такой формат повышает усвояемость знаний и снижает затраты на переобучение.



Обучение, связанное с образом жизни



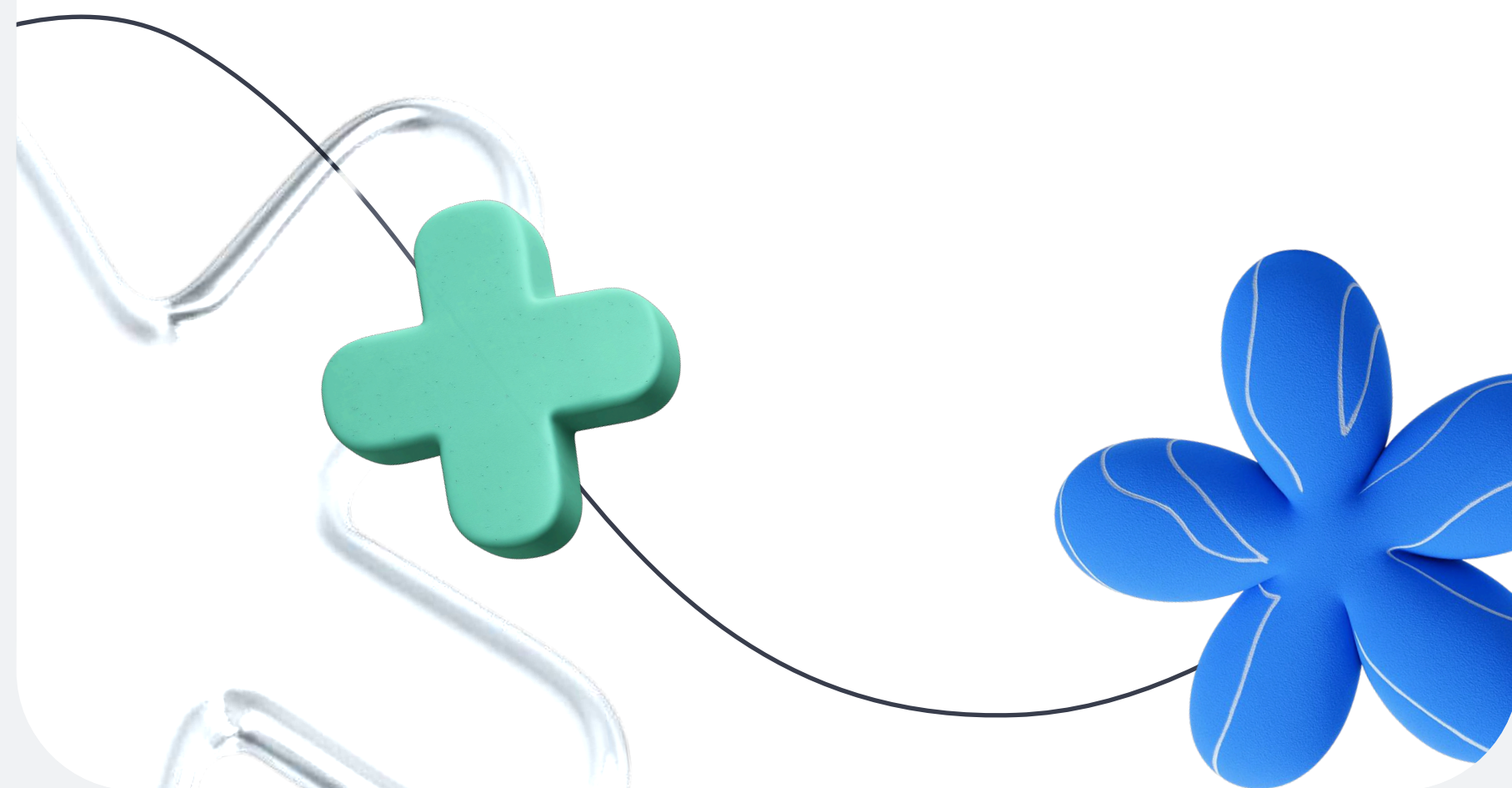
Потребность и востребованные темы



Чуть более половины (57 %) компаний признают, что у них **есть потребность** в обучении сотрудников темам, связанным с образом жизни (например: ЗОЖ, управление стрессом, психология и т. д.).

При этом только 23 % уже проводят такое обучение — как внешнее, так и внутреннее.

43 % рынка B2B такой потребности не испытывают.



? Есть ли потребность в обучении сотрудников темам, связанным с образом жизни, например: ЗОЖ, управление стрессом.

Есть потребность и есть обучающие программы, внешние или внутренние

23%

Есть потребность, но обучение не проводим

34%

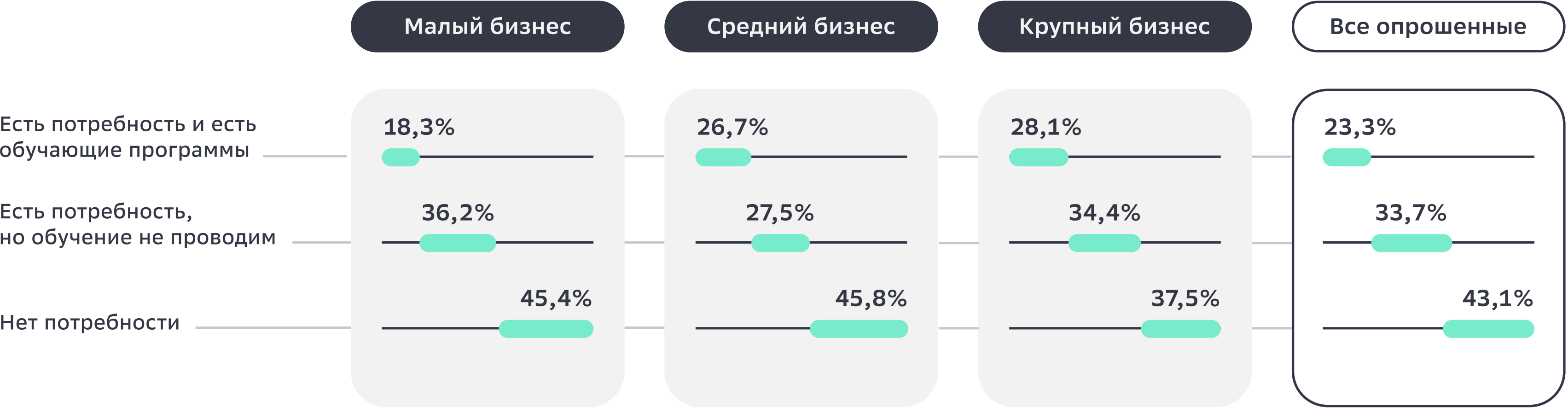
Нет потребности

43%

Культура заботы



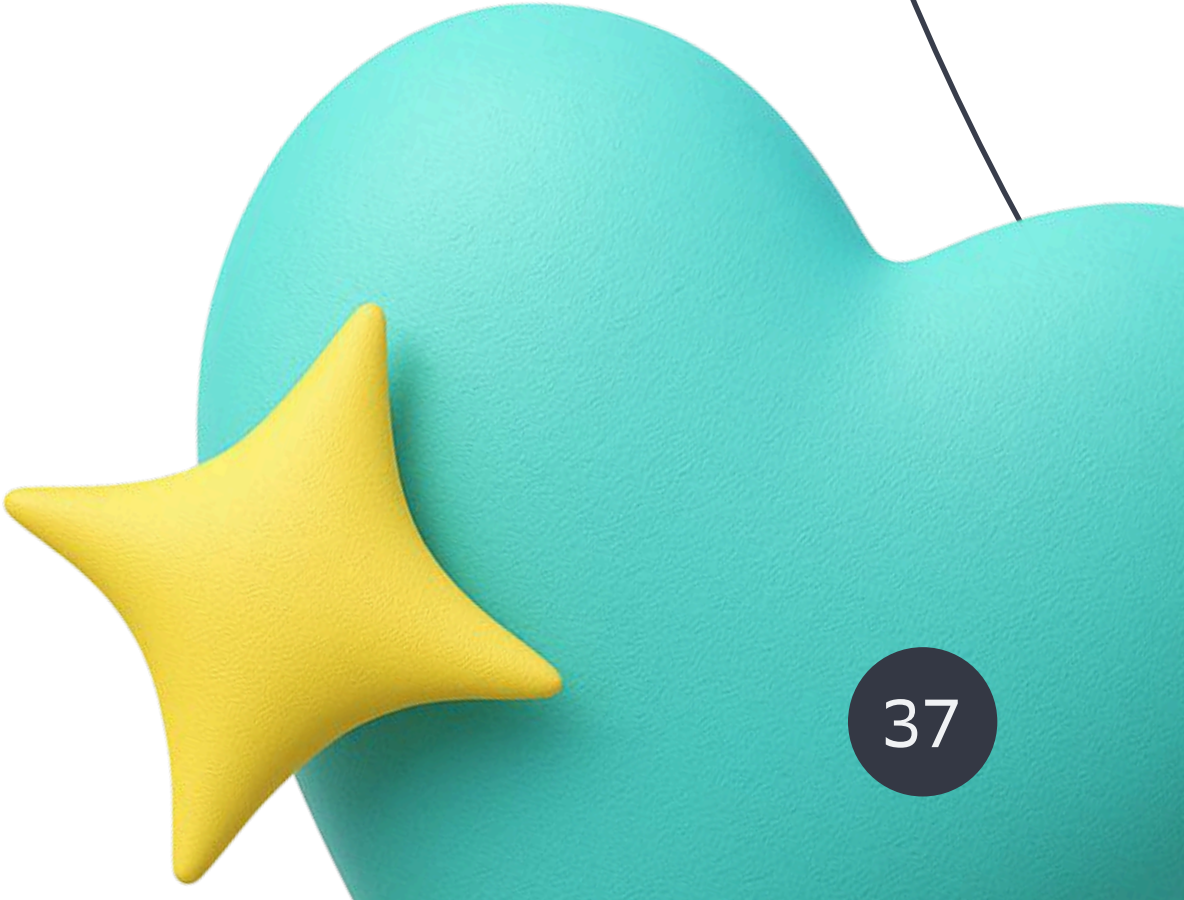
? Есть ли у вашей компании потребность в обучении сотрудников темам, связанным с образом жизни, например: ЗОЖ, управление стрессом, психология и т.д.?



В условиях растущей неопределённости и накопленного стресса работодатели крупного бизнеса всё чаще ищут способ поддержать сотрудников и сохранить ценные кадры.

В «Нетологии» в **2025 году вырос спрос** на такие курсы, как «Психология: узнать себя и понять других», «Управление эмоциями в сложных ситуациях», «Work-life Balance» и «Основы здорового образа жизни». Компании осознают, что инвестиция в благополучие сотрудников – это не только выгодный вклад в профилактику выгорания и текучести кадров, но и **способ укрепить HR-бренд** через культуру заботы.

Не все компании могут позволить себе ДМС для всех сотрудников, зато обучить команду принципам здорового образа жизни и саморегуляции доступно каждому.





Выводы

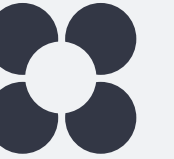


Выводы



	Доля пользователей	Цели использования	Средние годовые затраты
● Покупка отдельных онлайн-курсов у внешних подрядчиков или на MOOC-платформах	60% 	• Развитие компетенций сотрудников (60%) • Обучение конкретным навыкам и инструментам (52%) • Обучение новым цифровым навыкам (49%)	819 тыс. руб. мин: 4 тыс. руб. макс: 20 млн. руб.
● Подписка на библиотеку курсов	29% 	• Развитие компетенций сотрудников (65%) • Обучение конкретным навыкам и инструментам (62%) • Повышение мотивации сотрудников (55%)	264 тыс. руб. мин: 4 тыс. руб. макс: 3,5 млн. руб.
● Кастомизированные программы под задачи компании	28% 	• Развитие компетенций сотрудников (55%) • Обучение конкретным навыкам и инструментам (48%) • Обучение новым цифровым навыкам (45%)	350 тыс. руб. мин: 4 тыс. руб. макс: 3 млн. руб.
● Готовые курсы в записи для загрузки в свою LMS	20% 	• Обучение конкретным навыкам и инструментам (15%) • Обучение новым цифровым навыкам (15%) • Развитие компетенций сотрудников (13%)	282 тыс. руб. мин: 4 тыс. руб. макс: 2,5 млн руб.
● Управленческие программы, MBA, mini-MBA, программы развития лидеров	18% 	• Повышение эффективности командной работы (54%) • Развитие действующих руководителей (50%) • Подготовка будущих руководителей (47%)	645 тыс. руб. мин: 10 тыс. руб. макс: 5 млн руб.

Что будет с рынком корпоративного обучения?



B2B-обучение входит в фазу умеренного роста и жёсткой конкуренции, где выигрывают провайдеры с понятным ROI, технологией и каналами выхода к клиенту.

Рынок обучения в 2025–2027 годах формируют экономическая сжатость и структурные сдвиги.



Михаил Абгарян

Руководитель B2B-
направления Нетологии

Структурные сдвиги

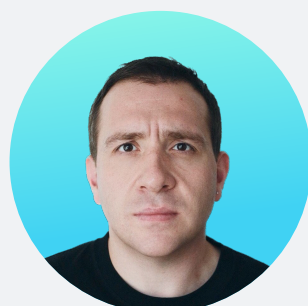
- 1 Компании платят за премиальные программы для ТОПов и одновременно ищут дешёвые массовые решения для линейных сотрудников.
- 2 Госпрограммы и субсидии становятся стабилизатором.
- 3 Demography + AI + омоложение менеджмента формируют спрос на «короткие, цифровые и ROI-ориентированные» форматы.



Команда Нетологии



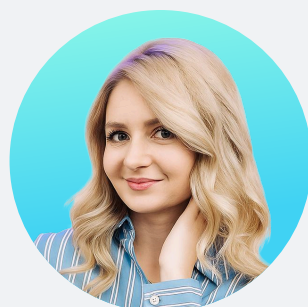
Команда Нетологии



Михаил Абгарян

Руководитель B2B-направления Нетологии

✉ m.abgarian@netology.ru



Диана Числаш

Старший менеджер проектов B2B-направления Нетологии

✉ d.chislash@netology.ru

продукты

- > Библиотека роста (подписка)
- > AI-агенты для бизнеса (КРН)



Артем Иванченко

Руководитель продаж B2B-направления Нетологии

✉ a.ivanchenko@netology.ru



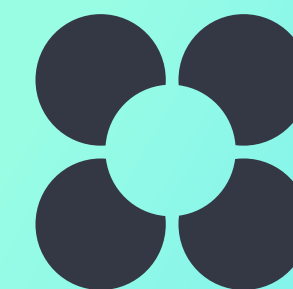
Наталья Никитюк

Старший менеджер проектов B2B-направления Нетология

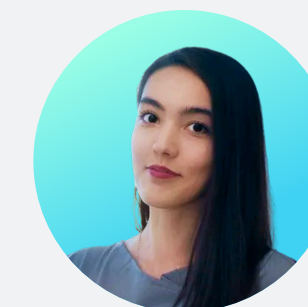
✉ n.nikityuk@netology.ru

продукты

- > SCORM
- > Обучение руководителей
- > Программа "Лидер 360"



- 🌐 Сайт Нетологии
- ✉ b2b@netology.ru
- ☎ +7 (495) 085-96-81



Мадина Ахмедова

Ведущий менеджер проектов B2B-направления Нетологии

✉ m.ahmedova@netology.ru

продукты

- > Кастомизированные программы
- > Конструктор курсов