



Исследование Talent Rocks

КАК ОБУЧАЮТ МОБИЛЬНЫЙ ПЕРСОНАЛ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Как и чему обучают сотрудников, у которых нет доступа к компьютерам: производственный персонал, линейный персонал в ритейле и сервисных компаниях. Актуальные российские данные и аналитика.

[/ talentrocks.ru](https://talentrocks.ru)

Методика исследования

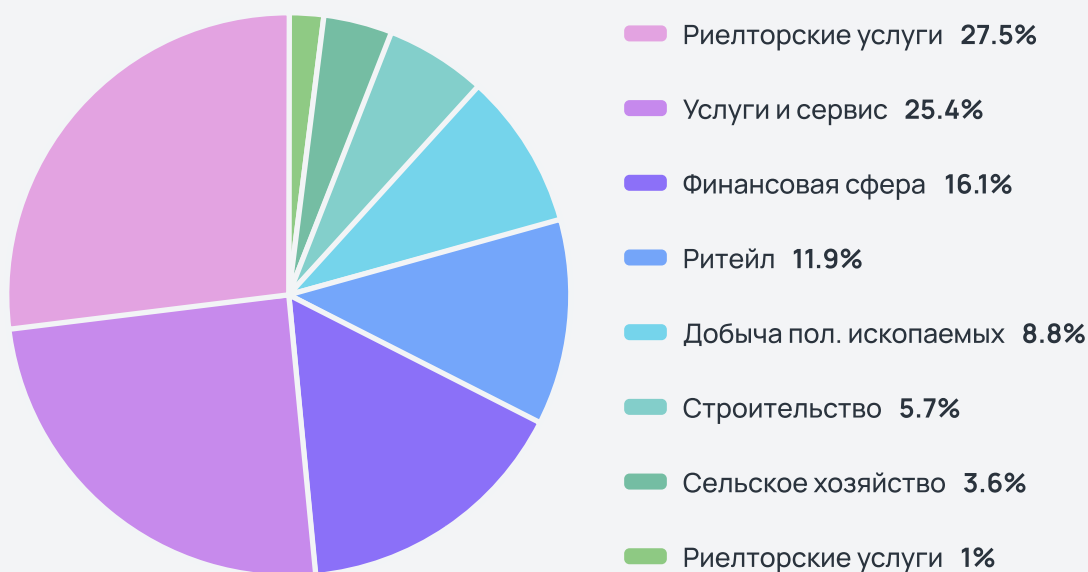
Цель исследования: выяснить, как отечественные компании обучают мобильный персонал и какие инструменты для этого используют.

Данные для исследования собирались на тематических мероприятиях для HR с **января 2024 по февраль 2025**.

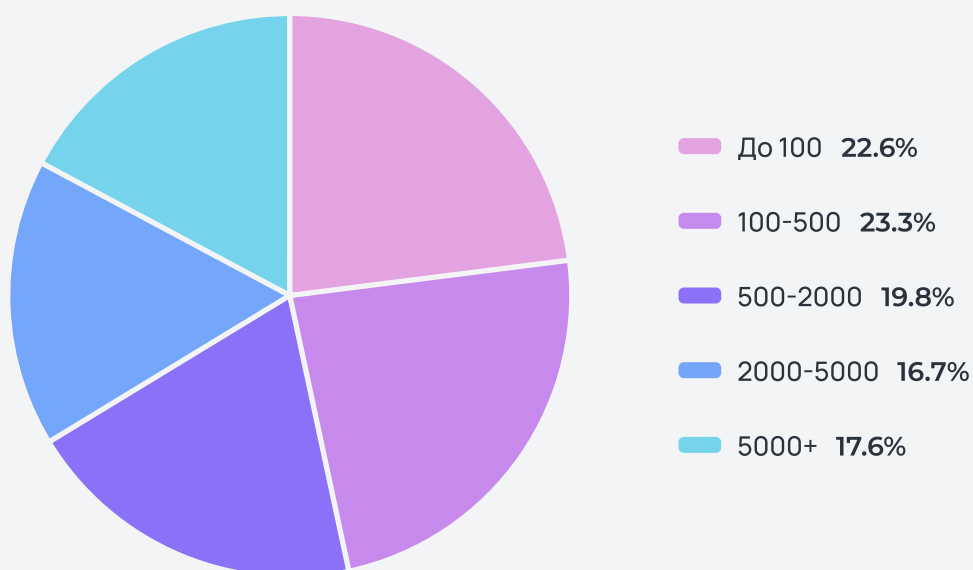
В исследовании приняли участие представители **265 компаний** из различных отраслей (производство, ритейл, HoReCa, компании финансового и страхового сектора и другие). Респонденты — HR, HRD, а также сотрудники корпоративных университетов и учебных центров.

Мобильным персоналом в исследовании называются сотрудники без фиксированного компьютеризированного рабочего места: рабочие на производствах и складах, водители, продавцы и кассиры, страховые агенты и риэлторы, официанты и другие.

Выборка компаний по отраслям, размеру и типу мобильного персонала:

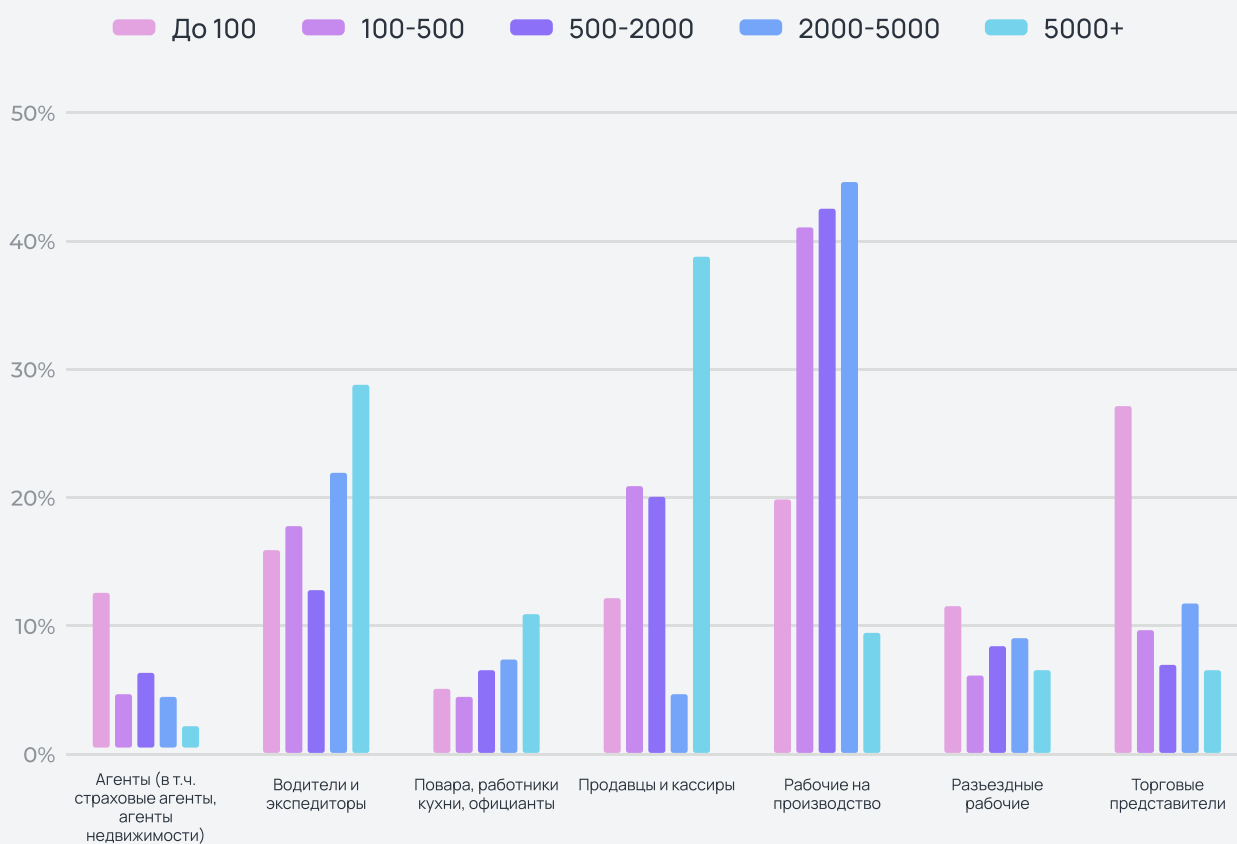


Распределение по размеру компаний:



Распределение по типу персонала

Можно было выбрать несколько вариантов ответа



Чему обучают мобильный персонал



Промежуточные выводы

Производственным и добывающим компаниям важнее всего обучение регламентам и правилам, в первую очередь — технике безопасности.

На втором месте у них — Hard Skills, необходимые для работы с оборудованием и станками, специализированным программным обеспечением.

А вот Soft Skills и иностранные языки наименее актуальны. При этом в добывающих компаниях очень популярен well being. Это можно связать со спецификой отрасли. Работа по добыче полезных ископаемых наносит вред здоровью, поэтому компании активно используют свои ресурсы для проведения Дней здоровья и санаторного отдыха.

Сотрудникам ритейла одинаково важны Soft Skills и знание бизнес-процессов. При этом именно в ритейле самый большой процент компаний, которые обучают иностранным языкам.

Для финансовой сферы важнее всего Soft Skills, в первую очередь навыки продаж и переговоров, умение рассказать простым языком о сложном продукте.

Для сервисных компаний в приоритете регламенты и бизнес-процессы, а потом Soft Skills. При этом на третьем месте — «твердые навыки», что можно связать с подготовкой отдельных групп специалистов, например поваров. Так, если в ресторанной сети появляется новое заведение со своей кухней, поваров необходимо отправлять на дополнительную подготовку.

В ходе исследования был выявлен феномен — в строительной отрасли распространено обучение иностранным языкам. Однако его можно объяснить необходимостью чтения иностранной документации и общения с работниками из ближнего зарубежья.

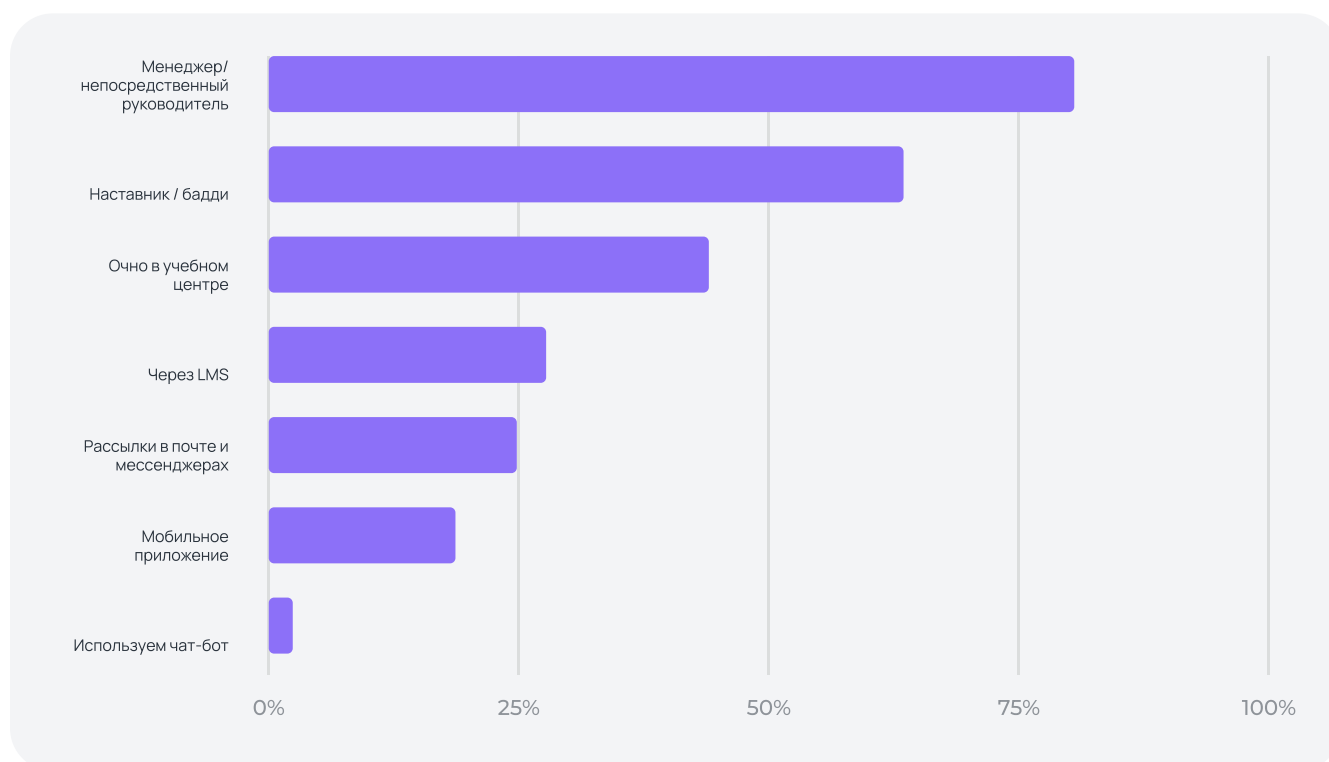


Приложение для сотрудников и гостей санатория СИБУР-Юг

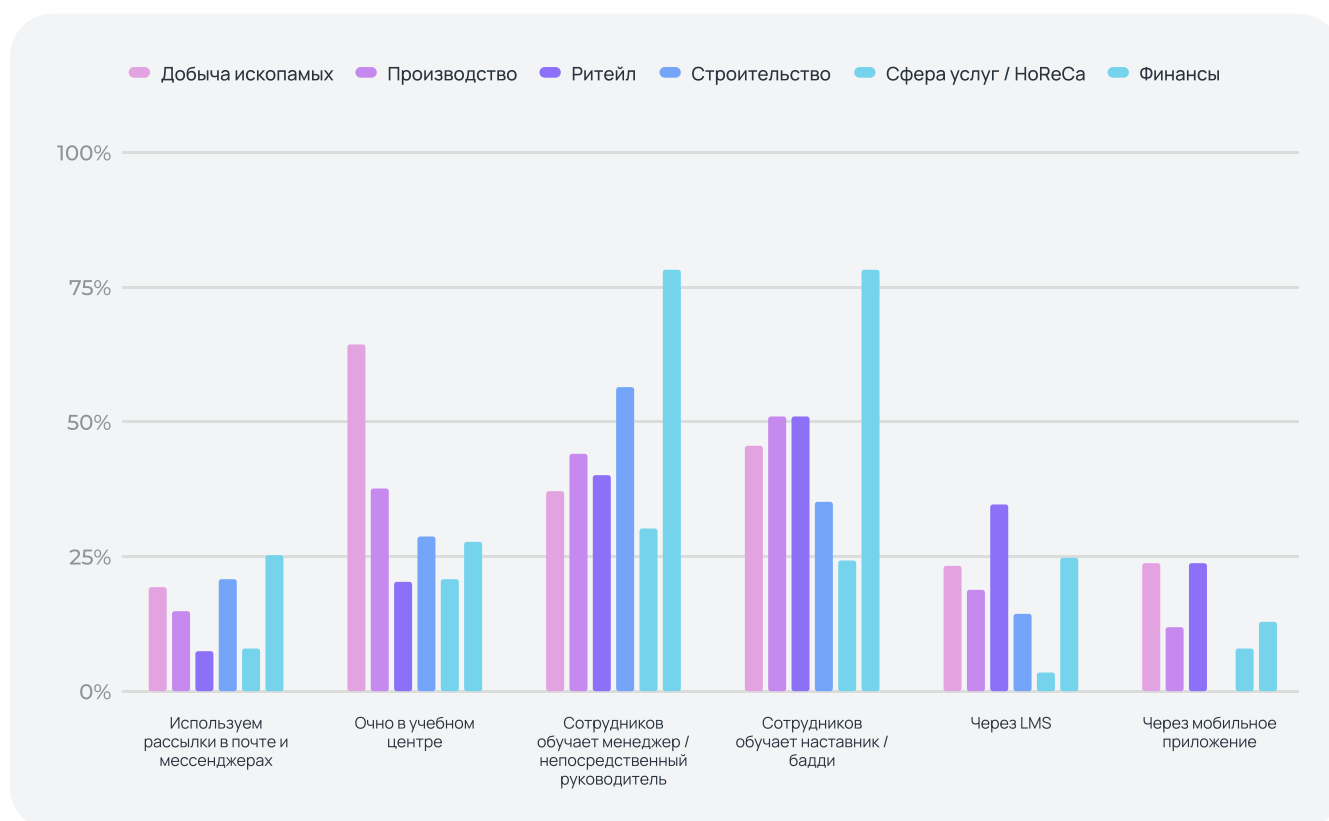
Когда у 80% персонала нет рабочих мест с компьютером, но все сотрудники должны быть в курсе новостей, мобильное приложение — лучший выход.

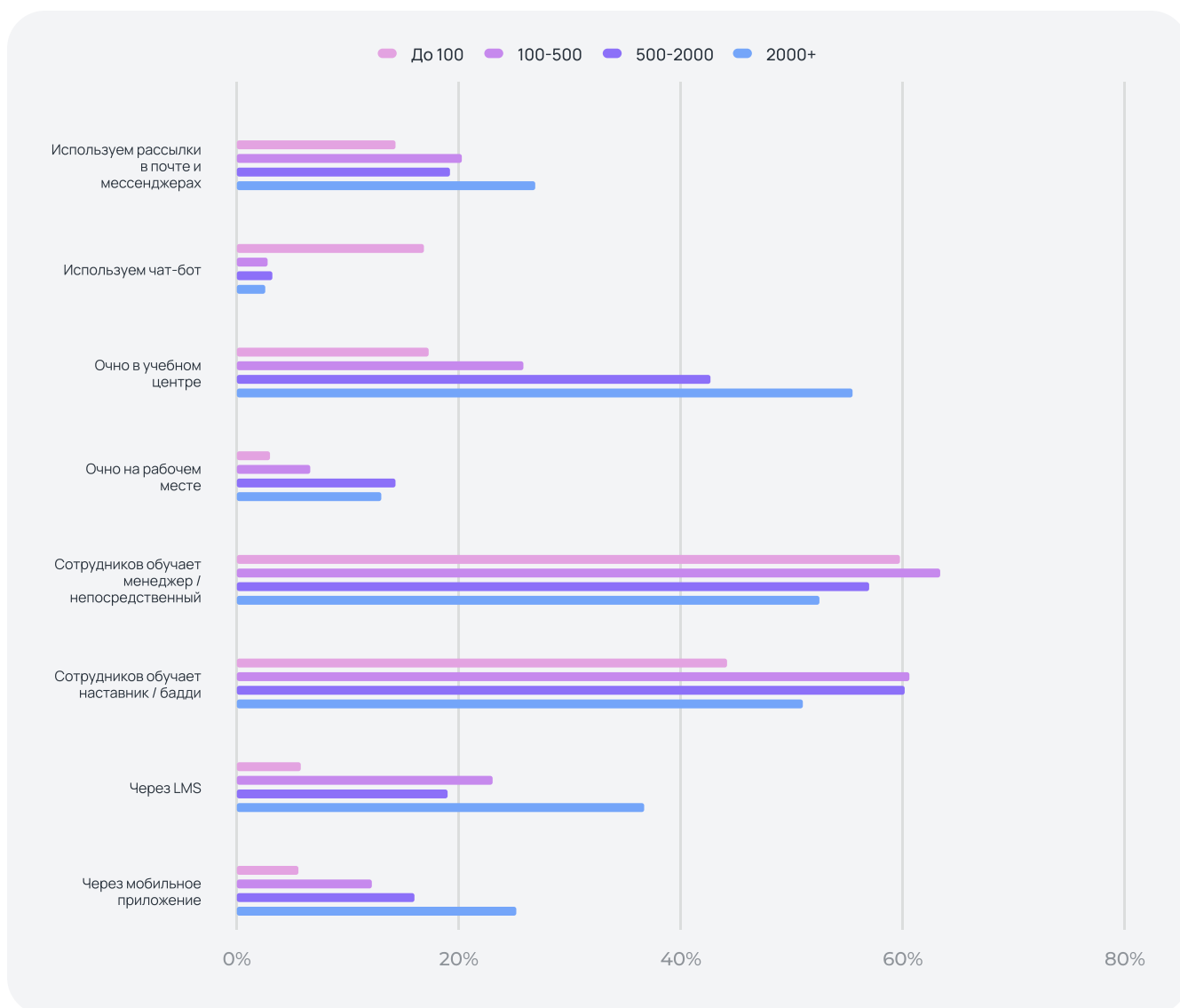
[Читать кейс](#)

Как организован процесс обучения мобильных сотрудников



Как обучают мобильный персонал





Промежуточные выводы

Чат-боты — наименее популярный и востребованный способ обучения. Что может быть связано с их низким удобством в использовании непростой системой загрузки контента.

Обучение непосредственным руководителем на рабочем месте — самый популярный формат обучения мобильного персонала среди всех опрошенных. Его используют 84% компаний, а в HoReCa — 100%. Обучение параллельно с работой и во время работы — обычная практика в отрасли гостеприимства и ритейле.

Выявлена четкая зависимость — чем меньше компания, тем больше руководитель занимается обучением. Но с ростом компании у неё появляются возможности выделить обучение в отдельную функцию: нанять специалиста, завести портал или LMS. А это в свою очередь позволяет использовать новые форматы, например самостоятельное обучение.

При этом нужно заметить, что обучение руководителем занимает непропорционально большую долю и в компаниях, где работает от 500 человек и выше. Это создает дополнительную нагрузку на руководителя, поскольку ему нужно выполнять и свои рабочие задачи. Больше всего такая нагрузка падает на средний менеджмент, например, управляющих или директоров магазина. А это в свою очередь приводит к тому, что менеджеры быстро выгорают.

Ещё один недостаток обучения руководителем — несистемность и непрозрачность. Сроки такого обучения могут не регламентироваться, сложно понять, чему именно учит руководитель. Решить эту проблему могла бы централизация учебных программ через LMS или мобильное приложение, однако цифровые инструменты для обучения популярны далеко не во всех отраслях.

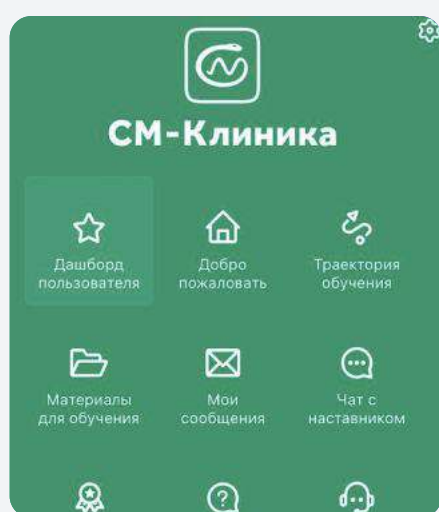
Производственный персонал и персонал в добывающей промышленности чаще всего обучают очно в специализированных учебных центрах. Такие компании часто используют дорогостоящие тренажеры, в том числе VR. Это необходимая инвестиция, поскольку ошибка, которую совершит учащийся на оборудовании реальном, может обойтись компании в миллионные убытки.

Системы наставничества наиболее популярны в сфере услуг. Это связано с тем, что надо передавать Soft Skills, а они лучше всего осваиваются именно с наставником. Характерно, что чем больше компания, тем менее популярно наставничество. Обучение всё больше уходит в учебные центры или электронные сервисы.

Для обучения мобильного персонала LMS использует только 28% опрошенных. Этому есть два объяснения.

1. Большая часть мобильных сотрудников не имеют компьютеризированных рабочих мест, а большая часть LMS рассчитана именно на десктопы. Их мобильная версия неудобна и плохо адаптирована под экраны смартфонов, лишена отдельных функций. А если и есть мобильное приложение, то это не отдельный продукт, а просто оболочка для веб-версии.
2. Часть сотрудников вообще не имеют доступа к LMS, поскольку для них даже не заводят электронную почту. Пример таких сотрудников — рабочие на производстве или складе, водители.

Мобильные приложения для обучения персонала без компьютеризированных рабочих мест используют только 19% российских компаний. Лидером стал ритейл, где мобильное приложение используют 30% опрошенных. Дистанционные форматы экономят время руководителя и команды, а с ним и деньги компании. Такой подход позволяет учиться и работать одновременно, быстрее выходит на результативные показатели.

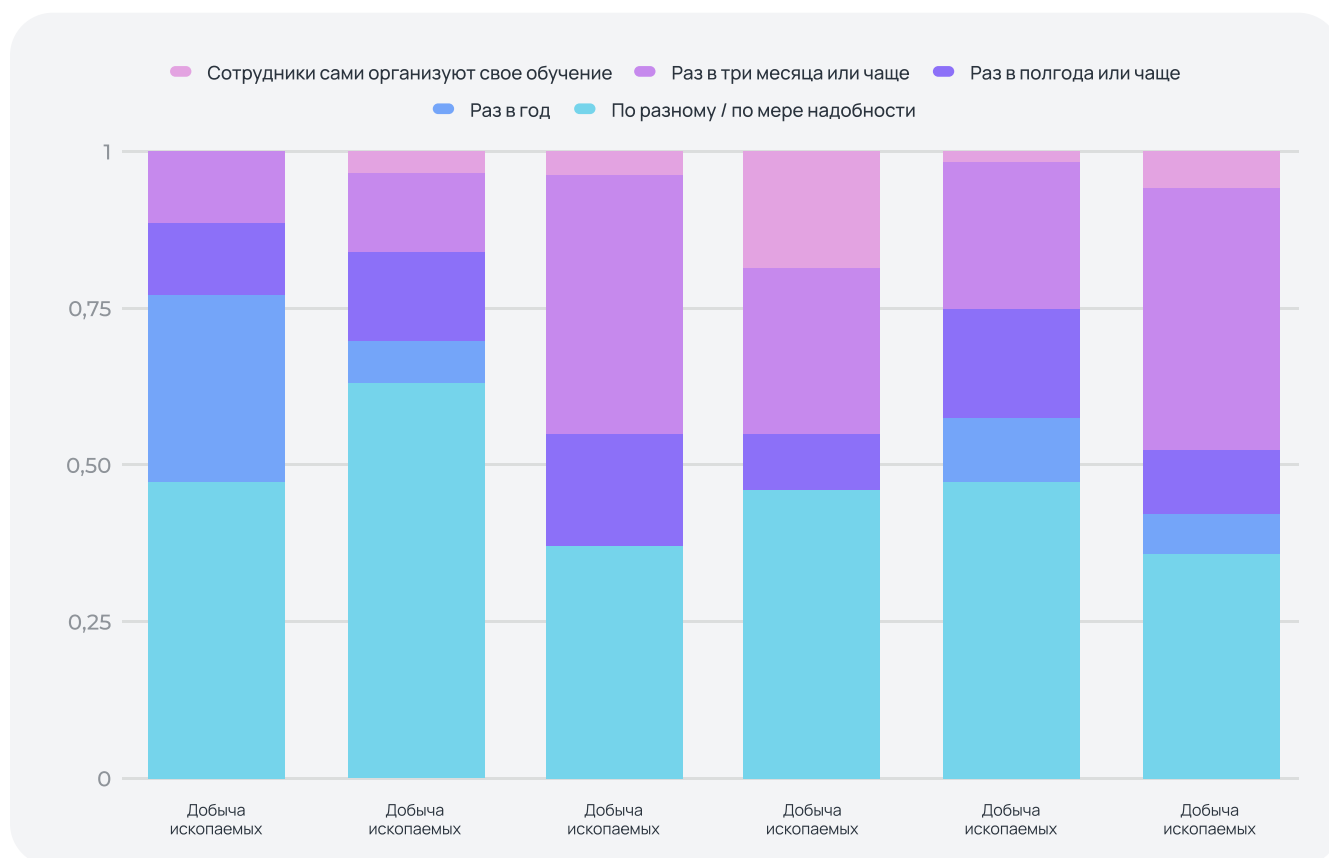


Нескучная адаптация для федеральной сети медицинских клиник «СМ-Клиника»

Провести адаптацию новых сотрудников с хирургической точностью и с полным контролем всех аспектов помогают современные HR-tech решения и Клуб наставников.

[Читать кейс](#)

Как часто проходит обучение



Промежуточные выводы

Самая высокая частота прохождения обучения, повышения квалификации в ритейле. В этой отрасли раз в три месяца и чаще обучают 41% компаний, что можно связать с постоянными обновлениями продуктовых линеек.

42% финансовых организаций также проводят обучение раз в квартал. Здесь постоянно появляются новые предложения, в том числе сезонные, а также необходимо актуализировать и поддерживать Soft Skills.

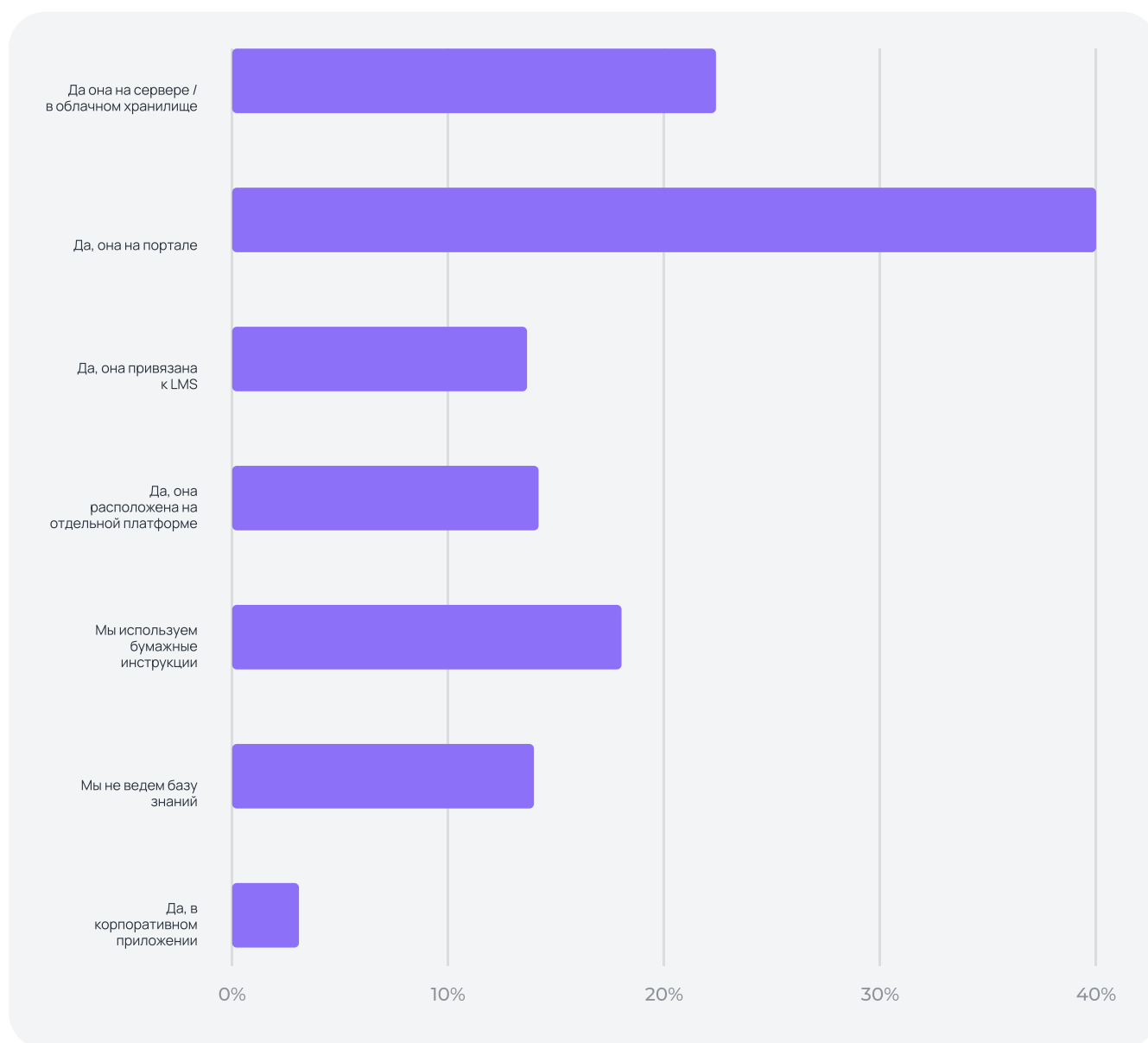
В производственных компаниях обучение по необходимости проводит 45% компаний. В отрасли нет интенсивных изменений, а само обучение может фокусироваться на работе с новым оборудованием или запуском продукции и касаться отдельных подразделений, а не предприятия в целом.

Аналогичная ситуация в добывающей отрасли, где обучения по необходимости проводят 47% компаний. А 30% проводят обязательные годовые обучения, многие из которых могут быть посвящены технике безопасности.

В HoReCa практикуют постоянные образовательные активности всего 23% опрошенных.

А в строительной отрасли, чаще, чем в других, сотрудники сами организуют себе обучение — 18% опрошенных выбрали этот вариант.

Базы знаний для сотрудников





Промежуточные выводы

В том или ином виде базы знаний ведут 83% российских компаний. Причем в компаниях, где работает до 100 сотрудников, наибольший процент тех, кто вообще этим не занимается — 28%.

Многие компании оцифровали базы знаний. Чаще всего (47% опрошенных) их хранят на портале, например «Битрикс24» или других подобных платформах. Бумажные инструкции для обучения мобильного персонала используют только 21% компаний.

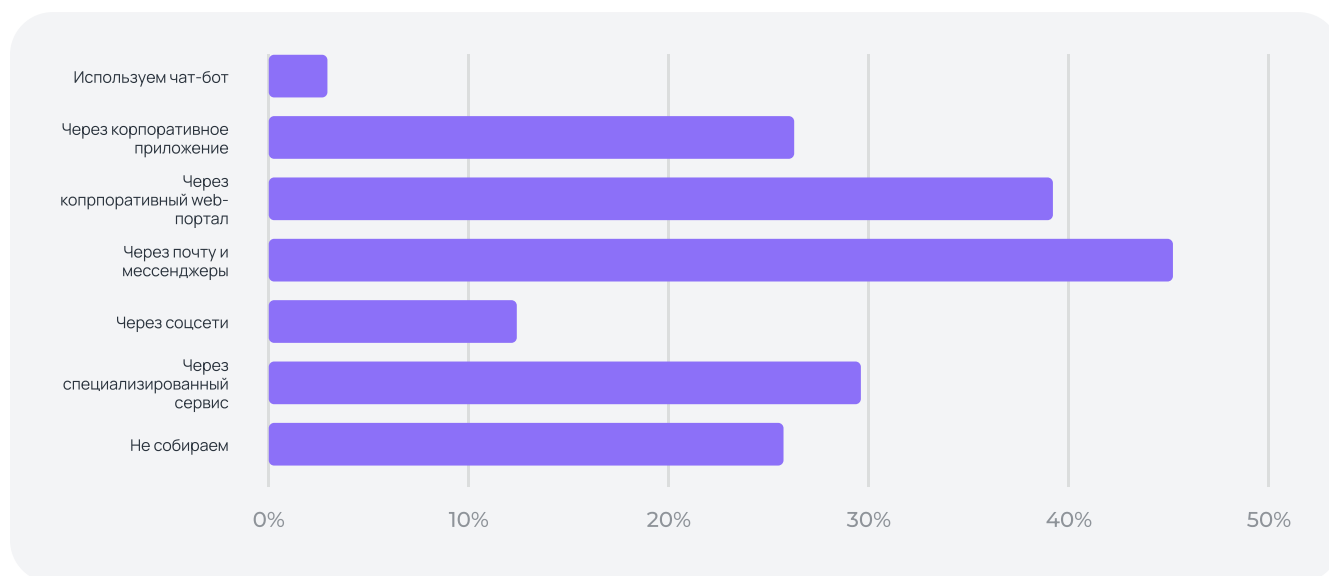
С ростом компании у неё появляется LMS, и базы знаний уже перемещаются в неё, но из портала они тоже не уходят. Такое разделение можно объяснить тем, что в LMS хранятся обучающие материалы, а на портале административные инструкции, например по оформлению отпуска.

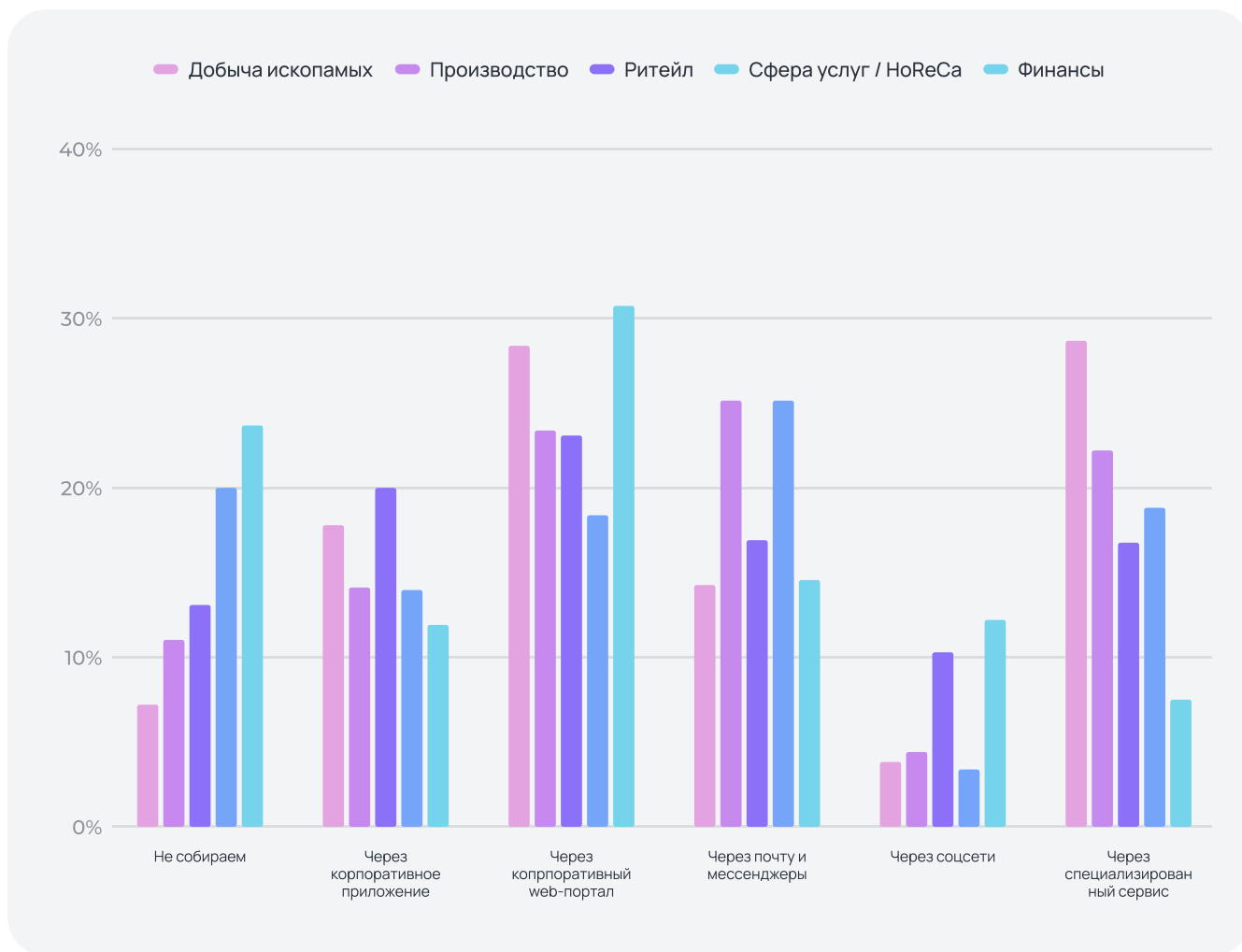
Однако у многих рабочих на производстве или продавцов нет доступа к portalу или LMS, так что эти базы им становятся фактически недоступны. В таком случае становятся популярны бумажные носители или же своеобразной базой знаний становятся более опытные сотрудники.

Чаще всего бумажные базы знаний используют в производстве и ритейле — 44% против 9% в сервисных и финансовых организациях, где проще оцифровать опыт.

Таким образом в производстве и ритейле теряется большая часть накопленного опыта и уникальных практик и они окончательно исчезают с уходом опытного сотрудника из компании. Решить эту проблему могли бы мобильные приложения с возможностью поделиться опытом или отправить заявку в банк идей.

Как компании собирают обратную связь





Промежуточные выводы

74% опрошенных компаний регулярно проводят сбор обратной связи.

Чат-боты, как и в случае обучения не пользуются популярностью. Для сбора ОС их использует всего 3% опрошенных. Причины этому несколько. Чат-бот в мессенджере легко теряется в потоке сообщений и развлекательных каналов. К тому же необходимо время для его настройки.

Наиболее популярный способ собирать обратную связь — почта и мессенджеры. Его используют 45% компаний. Это простой способ с точки зрения организации, однако потом могут возникнуть сложности с обработкой данных.

Второй по популярности способ — корпоративный портал (39%), третий — специализированные сервисы, например Яндекс.Формы, которые используют 30% опрошенных.

20% компаний в отрасли ритейла используют для сбора ОС корпоративные приложения. Это самый высокий показатель среди всех отраслей. При этом по популярности приложение уступает только сбору ОС через портал, который используют 23% опрошенных.

Однако нужно отметить, что у некоторых категорий сотрудников, например производственных рабочих, нет доступа к portalу, может не быть аккаунтов в социальных сетях или мессенджерах. Так что они остаются в слепой зоне для HR, и приходится искать альтернативные каналы сбора обратной связи, если такая работа вообще проводится. Или же тратить ресурсы на проведение опросов сразу на нескольких площадках и дальнейшей обработке данных.

При отсутствии удобного инструмента для сбора ОС и её аналитики, проведение опросов становится трудозатратным процессом, который не хочется часто проводить.

Выводы по результатам исследования



68 Шаблонов пульс-опросов для новых сотрудников

Вопросы на каждый этап адаптации

[Перейти](#)

Чаще всего обучают сотрудников следующей триаде: регламенты, Hard и Soft Skills. В организациях, где работает до 500 сотрудников важнее «твердых» навыков знание товаров и услуг компании. Это связано с тем, что подобные компании больше ориентированы на продажи и сервис, где Hard Skills и знание сложного ПО не особо востребованы.

Наиболее популярный формат обучения — наставничество и работа напрямую с руководителем. Такой подход позволяет новичку сразу погрузиться в процессы и получать эмоциональную поддержку от наставника. До 20% компаний используют офлайн-обучение.

Что касается повышения квалификации сотрудников, то чаще всего это процесс спорадический — обучение назначают по необходимости, хотя присутствуют и ежеквартальные обучения.

Компании, где работает до 100 человек, в четверти случаев не ведут никаких баз знаний. В остальных случаях они хранятся на портале, в отдельном облаке или сервере. При этом большой популярностью до сих пор пользуются бумажные носители.

Сбор обратной связи компании доверяют чаще всего сторонним платформам: специальным сервисам для опросов или мессенджерам. Но с ростом компании большее значение приобретает портал.

В целом по итогам исследования можно говорить, что при наличии большого количества цифровых инструментов, они используются недостаточно для работы с мобильным персоналом. А у части из них вообще нет доступа к корпоративным сервисам.

Один из вариантов — создавать парк решений, нацеленных на разные категории сотрудников. Однако назвать такой подход продуктивным сложно, поскольку HR приходится тратить много ресурсов на работу с разными решениями и подобную работу не всегда можно автоматизировать.

Одно из решений — создание единого цифрового окна на базе приложения для смартфонов, которое будет доступно как офисным, так и мобильным сотрудникам.



ПРОВЕРЬТЕ TALENT ROCKS В ДЕЛЕ

30 дней бесплатный триал-период
для тестирования в реальных условиях

Попробовать бесплатно



TALENTROCKS.RU



+7 (499) 444-28-26



SALES@TALENTROCKS.RU

