

КОРПОРАТИВНІ УНІВЕРСИТЕТИ ЯК ОДНА З СУЧАСНИХ ФОРМ ВНУТРІШНЬОФІРМОВОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ

Проаналізовано роль і місце корпоративного університету як однієї з сучасних форм внутрішньофірмової підготовки персоналу. Виявлено необхідність системного підходу та створення єдиної моделі корпоративного університету, прикладом якої може бути Міжнародна Асоціація Корпоративної Освіти (МАКО). Одне з найважливіших завдань корпоративної освіти – формування банку інформаційних ресурсів і механізму його ефективного використання в цілях обміну інформацією, знаннями та кращими світовими практиками. Доведено, що ефективність та результативність корпоративного навчання буде забезпечена при дотриманні умов застосування моделі потрійної спіралі: бізнес, університет, влада.

Ключові слова: корпоративний університет, внутрішньофірмова підготовка, персонал.

Ефективна організація внутрішньофірмової підготовки персоналу сьогодні є не просто модною тенденцією, а питанням виживання компанії в складних економічних умовах. Для підвищення конкурентоспроможності компанії (фірми, організації), налаштованої на динамічний розвиток, необхідний корпоративний навчальний заклад. Погоджуємося з думкою О. Леонтьєвої, що це має бути заклад не традиційної форми, а інноваційний, здатний постійно розвиватися, де, з одного боку, є об'єднана єдиною концепцією і методологією система внутрішньофірмового навчання, розроблена для керівників усіх рівнів і спеціалістів у межах ідеології й стратегії розвитку компанії, з іншого боку, де системно і комплексно впроваджується більшість з відомих у педагогіці типів інновацій [5].

Проблеми формування та розвитку корпоративного навчання досліджували О. Голищенко, О. Грішнова, О. Леонтьєва, В. Каганов, В. Савченко, О. Свєргун, І. Юрова (система корпоративного навчання і розвитку персоналу), Т. Базаров, Б. Ерьомін, Д. Кузнецов, М. Магура, М. Курбатова, Е. Моргунов, І. Рибкін, (корпоративні програми), Н. Самоукіна, Ю. Арсенєв, А. Брасс, С. Вершловський (мотивація персоналу до навчання). Натомість, цей напрям розвивається настільки стрімко, що постійно з'являються нові аспекти, які потребують дослідження.

Мета статті – проаналізувати роль і місце корпоративного університету як однієї з сучасних форм внутрішньофірмової підготовки персоналу.

Передусім зазначимо, що витоки внутрішньофірмової підготовки персоналу знаходимо в минулому ст.і. То були корпоративні університети відомих сьогодні на світовому ринку потужних компаній General Motors (де вперше з'явився «Інститут General Motors» для навчання своїх співробітників) та Mcdonald's (у 1961 р. в компанії було організовано Hamburger University, створений виключно для того, щоб навчати розкиданих по всьому світу співробітників ресторанів Mcdonald's). В Україну та ближнє зарубіжжя в постперебудовний період корпоративні університети, як нова форма внутрішньофірмової підготовки, були привнесені західними компаніями, що прийшли на цей ринок.

Нині корпоративний університет є широко визнаною і усталеною практикою в багатьох великих американських та європейських компаніях (IBM, GE, Mcdonald's, Disney University, Coca-Cola, Motorola, Procter&Gamble, General Electric та ін.), а також стає все більш помітним явищем на пострадянському просторі. Основною причиною їхньої появи є загострення конкуренції в умовах глобалізації економіки. В практиці нашої дійсності корпоративний університет прийшов не так давно. Поява перших корпоративних університетів на пострадянському просторі відноситься до 1999-2001 рр. У числі компаній, які сьогодні мають корпоративні університети, можемо перераховувати як великі («ВТБ», «Приватбанк», «Сандора», «Євросеть», «Альфастрахування», «Северсталь», «Вимпелком», «Ростелеком», «Северсталь», «Арселор-Мітал») так і середні, наприклад, SoftServe University, Академія Deloitte, Академія бізнесу Ernst & Young, Академія ДТЕК та ін.

Термін «університет», як відомо, має академічне значення і позначає навчальний заклад, що реалізує освітні програми вищої і післявузівської професійної освіти за широким спектром напрямів підготовки (спеціальностей); здійснює підготовку, перепідготовку та (або) підвищення кваліфікації працівників вищої кваліфікації, наукових і науково-педагогічних працівників; виконує фундаментальні та прикладні наукові дослідження з різних галузей наук; є провідним науковим і методичним центром у сфері своєї діяльності [1].

У науковій літературі зустрічаємо чимало варіантів визначення поняття «корпоративний університет», однак скрізь воно пов'язано з формуванням політичної, економічної, культурної та освітньої стратегією компанії. Ініціатива у використанні цього терміну для назви департаменту, що виконує перераховані вище функції, належить компаніям США. Деякі корпоративні університети називаються по імені місцевості, в якій вони розташовані, як наприклад, Four Acres компанії Unilever або за назвою однієї з структур компанії (Siemens Learning Management, а пізніше Siemens Learning Campus).

Зауважимо, що в західному розумінні, «корпоративний університет» зазвичай визначається як «відділ або департамент, який завдяки взаємодії з постачальниками і проведення досліджень широкого діапазону, забезпечує навчання персоналу і відіграє ключову роль у створенні команди керівників вищої ланки, при цьому він стратегічно орієнтований на розвиток окремих особистостей для ефективної роботи підрозділів, а в результаті, організації» (Wheeler, 1998).

Варто акцентувати увагу на тому, що в Європі термін «університет» використовують стримано, тільки

стосовно вищої освіти. Європейські компанії, що займаються внутрішньофірмовою підготовкою, використовуючи цей термін, пояснюють його по-своєму. Наприклад, Daimler Chrysler (Німеччина), має на увазі під корпоративним університетом «місце для обміну знаннями та компетенціями»; Heineken (Нідерланди) описує корпоративний університет як «сполучна ланка між передачею знань і їх створенням». Згідно з дослідженнями О. Леонтьєвої серед досліджених нею європейських закладів, які займаються внутрішньофірмовою підготовкою персоналу, тільки 14 носять назву «університет», 5 має назву «центр», 4 використовують назву «інститут», 3 – «академія» (наприклад, E.ON Academy GmbH) і одна називається «школою бізнесу» [5].

На пострадянському просторі широко використовуються терміни «корпоративний університет» або «корпоративний інститут» для позначення центру знань компанії. Однак, часто під однією й тією ж назвою часто маєтись на увазі різне значення. Це залежить від лідерів корпоративних університетів, стратегії фірми, а також їх організаційно-правових форм: іноді це проект усередині компанії (наприклад, Вімм-Білль-Данн-Україна), або окремий департамент (Група Ілім, РУСАЛ, ТНК-ВР, СУЕК). Деякі корпоративні «об'єднання» – це самостійні юридичні особи: Корпоративний Енергетичний Університет РАО «ЄЕС Росії», Корпоративний університет «Норнікель», Корпоративний інститут «Газпром», Корпоративний університет «Северсталь», Корпоративний університет Eni, Академія E.ON, Learning Campus Siemens, Enel University.

За О. Голищенкою, корпоративний університет – це структурний підрозділ компанії з чотирма базовими функціями, а саме: навчання співробітників усіх рівнів; управління знаннями: системна консолідація досвіду співробітників та його поширення; єдиного центру корпоративної культури, «сховища» цінностей компанії; центру інновацій [1]. О. Леонтьєва підкреслює, що «корпоративний університет» – це система концептуальних програм по навчанню, яка впливає на стратегію компанії, тобто, створюючись на її основі, сприяє її реалізації і дає поштовх до її подальшого розвитку, поширює корпоративні цінності та культуру.

Слід наголосити, що корпоративні університети переважно мають бізнес-орієнтований характер, оскільки вони покликані вирішувати низку важливих завдань, серед яких доречно відзначити задоволення довгострокової потреби організації в кваліфікованих кадрах, підвищення мотивації у найбільш перспективних співробітників і систематизацію процесу їхнього розвитку.

Як засвідчує практика, прототипом корпоративних університетів і на Заході, і на пострадянському просторі були експериментальні лабораторії, дослідницькі центри, центри розвитку та ін., які мали на меті конкретні завдання і результати. Ці центри були своєрідними центрами культури, досліджень, генерації, передачі і збереження знань. У них поєднувалися ноу-хау і самі головні конкурентні переваги корпорацій. Деякі компанії досі зберігають вірність цій традиції. Інші ж, слідуючи моді або виходячи з потреб бізнесу, створюють в своїх компаніях різні види навчальних структур, називаючи їх по-різному.

На нашу думку, неважливо, як саме називається ця структура – коледж, університет, академія, навчальний центр. Якщо вони мають бренд, прив'язку до стратегії компанії і є транслятором корпоративних цінностей та культури через свої програми, їх можна назвати корпоративним університетом. Переваги корпоративного формату навчання заключаються саме в тому, що освітній процес там організований з урахуванням всіх особливостей організації і готує співробітників, максимально сумісних з підприємством і його цілями. Додаткова перевага – потужний командуєтворючий ефект, здатний мати іноді вирішальний вплив на поліпшення роботи.

За твердженням багатьох науковців, стає все більш очевидним, що в сучасних умовах потрібен системний підхід до такого корпоративного утворення, необхідна конкурентноспроможна освітня система, здатна задовольнити адекватною пропозицією зростаючий попит на освітні та консалтингові послуги. У зв'язку з цим спостерігаємо виникнення різних об'єднань корпоративних університетів та інших структур корпоративного навчання, покликаних вирішувати завдання, пов'язані з регулюванням ринку освітніх послуг, що постачаються під замовлення корпорацій, консолідацією знань, закумуляованих у корпоративних університетах, інститутах і академіях. Спроби створення «майданчиків контактів», неформальних і формальних спілок з метою обміну кращими практиками, інноваціями й найбільш ефективними рішеннями в середовищі інститутів корпоративної освіти вже неодноразово робилися в США і Європі (наприклад, Corporate University Exchange (CUX, USA), Global Community of Corporate Universities (Global CCU, France)). Однак, ці об'єднання мають швидше віртуально-інформаційний характер і займають експертну позицію стосовно проблем корпоративних університетів.

Ідея створення єдиної моделі корпоративного університету була озвучена на Першій Міжнародній конференції «Корпоративна освіта 2007», яка проходила 25-26 липня 2007 р. у стінах Корпоративного Енергетичного Університету РАО «ЄЕС Росії» і була заявлена як один з проектів Міжнародної Асоціації Корпоративної Освіти (МАКО) [1]. МАКО, створена в Москві, як міжнародна асоціація з глобальним охопленням, об'єднує всі структури корпоративного навчання не тільки Росії, але ближнього зарубіжжя, Європи, США. Вона відрізняється активним і, більше того, проактивним підходом до вирішення цілком конкретних завдань, актуальних для всього співтовариства в сфері корпоративної освіти, що є унікальною практикою на світовому рівні.

МАКО є інтегратором і консолідатором міжнародного досвіду, створюючи умови для розвитку корпоративної освіти в усьому світі. Тому одна з функцій МАКО – відстеження й накопичення світових тенденцій у сфері корпоративної освіти. Об'єднання в Асоціації також сприяє розподілу унікальних напрацювань і створення середовища для їх адаптації. Компанії діляться методиками, технологіями, знаннями, досвідом і своїми міжнародними контактами [6].

Часто Корпоративні університети, як і багато департаменти управління персоналом, працюють у тісному зв'язку з провайдером освітніх послуг. Як правило, це школи бізнесу, інститути менеджменту і

технологій, консалтингові та тренінгові компанії, навчальні заклади. Інвестуючи в навчання з допомогою провайдерів, компанії стикаються з необхідністю оцінки його ефективності. Нині відсутні єдині критерії й технології оцінювання/рейтингу програм, бізнес-шкіл, викладачів, тренерів, постачальників освітніх послуг, а також загально визнані порівняльні показники для порівняння (бенчмаркінг). Тому створення банку інформаційних ресурсів і механізму його ефективного використання в цілях обміну інформацією, знаннями та кращими світовими практиками – одне з завдань Міжнародної Асоціації Корпоративної Освіти.

Як стверджує Г. Іцковіц, ефективність та результативність корпоративного навчання буде забезпечена при дотриманні умови застосування моделі потрібної спіралі (англ. Triple Helix): бізнес, університет, влада. Автор пропонує модель інноваційного розвитку, яка включає в себе три основних елементи. Перший – у суспільстві, заснованому на науковому знанні, характерно посилення ролі університетів у взаємодії з промисловістю та урядом. Другий – влада, науково-освітні та бізнес-спільноти прагнуть до співпраці, при цьому інноваційна складова відбувається на основі цієї взаємодії, а не з ініціативи держави. І третій – у доповнення до традиційних функцій, кожен з трьох елементів «частково бере на себе роль іншого» [2].

Якщо ми будемо розглядати принципи побудови системи корпоративного навчання, то побачимо, що модель потрібної спіралі, запропонована Г. Іцковіцем частково вже реалізується в корпоративному навчанні: бізнес зацікавлений у високопрофесійних, інноваційно мислячих фахівцях, яких готують в університетах, переважно корпоративних, які в свою чергу є консорціумом підприємства та університету, що не лише здійснює підготовку таких фахівців, а й пропонує інноваційні розробки для подальшого розвитку підприємства. Крім того, у зв'язку з численними реформами в галузі економіки й освіти помітно посилилася увага з боку держави до корпоративного утворення.

Попередній аналіз дає нам підстави для висновку про те, що система корпоративного навчання в деяких компаніях переходить на наступний щабель розвитку корпоративних університетів – створюються shared services (сервіс колективного користування, розділений сервіс). Це частково пов'язано з тим, що внутрішньофірмове навчання все частіше прив'язують до стратегії фірми. Оцінка потреб у навчанні зміщується з оцінки персональних побажань співробітників в бік побажань бізнесу з метою більш тісної прив'язки навчання до стратегії бізнесу фірми. Сьогодні для багатьох компаній одним з пріоритетних завдань є розробка навчальних тренажерів і заміна застарілих. У цьому контексті рішенням проблеми могло б стати створення «технічної школи». Поняття «технічна школа» існує вже давно і для багатьох компаній не новинка. Така школа не є в прямому сенсі корпоративним університетом, а являє собою комплекс будівель з навчальними класами, лабораторіями і навіть цехами. Прикладом «технічної школи» з широко розвиненою інфраструктурою може бути найбільша французька сервісна компанія Schlumberger. Нещодавно подібна школа була створена компанією Schneider Electric. Ця школа є чудово оснащеним технічним центром навчання з навчальними лабораторіями, стендами з перетворювальної техніки і призначена для навчання, як клієнтів, так і студентів [7].

Слід зауважити, що згідно з дослідженнями О. Голишенкової, лише 5 з 30 європейських університетів відкривають свої двері зовнішнім клієнтам [1]. Переважно це закриті навчальні структури, що оберігають свої конкурентні переваги від зовнішнього середовища і орієнтовані на потреби корпорації та формування корпоративної культури всередині компанії (наприклад, корпоративні університети General Electric, Siemens, Enel та ін.). Так, єдина корпоративна програма компанії Siemens розробляється в так званому Learning Campus відповідно до вимог менеджменту. Там же розробляються корпоративні стандарти і методи навчання, які поширюються на всі департаменти компанії Siemens у всьому світі.

Проте, останнім часом намічається тенденція готовності деяких корпоративних університетів поширювати освітні послуги за їх межами. Наприклад, ректор НОУ Корпоративного університету «Норильський нікель» Веніамін Каганов зазначив, що їхній університет в перспективі «планує надавати освітні послуги зовнішнім замовникам і ставить перед собою завдання увійти в число провідних компаній на ринку СНД у сфері корпоративної освіти». На сьогоднішній день в «Норильському нікелі» діє близько 6 тисяч освітніх програм і ведеться підготовка за 300 основними спеціальностями. У минулому році в різних програмах і формах навчання взяли участь понад 30 тисяч співробітників компанії [3].

Також сьогодні помітна тенденція згуртування з питань розвитку освіти. Особливо це стає актуальним для провідних галузей промисловості, що вносять внесок в економіку та сприяють виходу на світовий ринок. Тепер компанії представляють цілі галузі – це, наприклад, ВАТ «Об'єднана металургійна компанія», ВАТ «Об'єднана авіабудівна корпорація», ВАТ «Об'єднані машинобудівні заводи». У цих компаніях зосереджені унікальні знання з побудови систем навчання в галузі. Прикладом так званого «галузевого» корпоративного університету є Корпоративний Енергетичний Університет ВАТ РАО «ЄЕС Росії», мета якого задоволення потреб в навчанні персоналу енергокомпаній. Володіючи новітніми методиками навчання, Корпоративний Енергетичний Університет ВАТ РАО «ЄЕС Росії» пропонує взаємний обмін інформацією як процес є фундаментальним засобом безперервного розвитку [4].

Сьогодні важливо, щоб корпоративні університети висловили одностайну думку з питань навчання персоналу. Таке співробітництво створює умови для вільного неконкурентного обміну досвідом, дозволяє удосконалювати систему підготовки персоналу в компаніях, вирішувати загальні системні питання. Досягнення цього можливе лише при взаємодії корпоративних університетів різних галузей один з одним. Тому що нагальне завдання оперативного донесення знань до нових поколінь потребує загальносуспільного масштабу в умовах незперервної освіти.

Підводячи підсумок, зазначимо, що сьогодні спостерігається глобальний рух і інтерес європейських та американських корпоративних університетів один до одного, а також помічається їх живий інтерес до

нашого ринку й участі в ньому. Стає очевидною необхідність створення єдиної платформи для взаємного обміну досвідом та інформаційного збагачення з метою розвитку корпоративної освіти загалом. На переконання О. Голищенкої саме такою платформою для спілкування та перебування системного підходу до вирішення задач, загальних для всіх КУ і створили їх корпорації, в даний момент є Міжнародна Асоціація Корпоративної Освіти (МАКО), яка вже зараз, на ранніх етапах свого створення, дозволяє прив'язати корпоративну освіту до реальних потреб бізнесу та створити тісну взаємовигідну співпрацю між трьома основними учасниками даного ринку: бізнес-організаціями, освітніми установами та державою.

Оскільки завдань у сфері внутрішньофірмової підготовки персоналу залишається чимало, перспективою подальших досліджень вбачаємо дослідження та висвітлення результатів конкретної діяльності корпоративних університетів відомих компаній.

Література

1. Голышенкова О. Мировые тенденции развития корпоративного образования / О. Голышенкова [Електронний ресурс]. – URL: mako_archive.prostoy.biz/.../mirovye-tendencii-razvitiya-korporativnog.
2. Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты-предприятия-государство. Инновации в действии / Г. Ицковиц. – Томск: Изд-во Томск, гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. – 238 с.
3. Корпоративный университет «Норильский никель» [Електронний ресурс]. – URL: <http://university.nornik.ru/>
4. Корпоративный Энергетический Университет БАТ ПАО «ЕЭС России» [Електронний ресурс]. – URL: http://www.rao-ees.ru/ru/info/about/kadr_pol/show.cgi?aten.htm
5. Леонтьева Е.Г. Тенденции современного корпоративного обучения / Е.Г. Леонтьева [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/pedagogy-psychology-and-sociology-212/interactive-learning-technologies-and-innovations-in-education-212/12972-212-165>
6. МАКО [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.makonews.ru/>
7. Обучение Schneider Electric [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.schneider-electric.ua/sites/ukraine/ua/products-services/training/training.page>.

Banit Olga – Candidate of Pedagogical Sciences, Senior Researcher of the Andragogy Department, Institute of Pedagogical and Adult Education of the NAPS of Ukraine.

E-mail: olgabanit@ukr.net

CORPORATE UNIVERSITY AS ONE OF THE MODERN FORMS OF INTRA-FIRM STAFF TRAINING

Summary. *The role and place of the corporate university as one of the modern forms of intra-firm staff training was analyzed. The need for a systematic approach and creation of unified corporate university model, an example of which may be the International Association for Corporate Education (IACS) was revealed. One of the major tasks of corporate education is the formation of bank of information resources and mechanism for its effective use in order to exchange information, knowledge and best practices. It is proved that the efficiency and effectiveness of corporate training will be provided by using triple spiral model: business, university, government.*

Key words: *corporate university, intra-firm training, staff.*

Bibliografia

1. Golyshenkova O. World trends in corporate education / O. Golyshenkova [Electronic resource]. – URL: http://mako_archive.prostoy.biz/.../mirovye-tendencii-razvitiya-korporativnog. (In Russian).
2. Ickovic G. Triple Helix. Universities, State Enterprise. Innovation in Action / G. Ickovic. – Tomsk: Izd-vo Tomsk, gos. un-ta sistem upr. i radiojelektroniki, 2010. – 238 s. (in Russian).
3. Corporate University «Norilsk Nickel» [Electronic resource]. – URL: <http://university.nornik.ru/> oficijnij sajt. (In Russian).
4. Corporate Energy University BAT RAO «UES of Russia» [Electronic resource]. – URL: http://www.rao-ees.ru/ru/info/about/kadr_pol/show.cgi?aten.htm oficijnij sajt RAO «EJeS Rossii» URL: <http://www.rao-ees.ru/ru/>. (In Russian).
5. Leont'eva E.G. Tendencies of Modern Corporate Training / E.G. Leont'eva [Electronic resource]. – URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/pedagogy-psychology-and-sociology-212/interactive-learning-technologies-and-innovations-in-education-212/12972-212-165>. (In Russian).
6. МАКО [Electronic resource]. – URL: <http://www.makonews.ru/> oficijnij sajt. (In Russian).
7. Training Schneider Electric [Electronic resource]. – URL: <http://www.schneider-electric.ua/sites/ukraine/ua/products-services/training/training.page>. (In Russian).