

УДК 37:347.191.11(73)

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ЯК НАЙБІЛЬШ ПРОГРЕСИВНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ ОСВІТИ У США

Литовченко І. М.

У статті визначено функціональні особливості корпоративного університету у США, виявлено низку його переваг над іншими формами корпоративної освіти та традиційними університетами, які насамперед полягають в узгодженні навчання з поточними та стратегічними потребами компанії, а також в інтеграції й координації всіх видів навчальної діяльності в організації.

Ключові слова: корпоративна освіта, корпоративний університет, корпоративний навчальний центр, традиційний університет, США.

В статье определены функциональные особенности корпоративного университета в США, выявлены его преимущества перед другими формами корпоративного образования и традиционными университетами, которые прежде всего заключаются в согласовании обучения с текущими и стратегическими потребностями компаний, а также в интеграции и координации всех видов учебной деятельности в организации.

Ключевые слова: корпоративное образование, корпоративный университет, корпоративный учебный центр, традиционный университет, США.

Globalization and rapid technological development determine ways of doing business and needs of organizations in highly qualified personnel, able to adjust and adapt to new conditions and realities. In modern corporate world, staff training is perceived not only as expenditures but also as investment, through which companies can attract and retain the most efficient employees. In economically developed countries, corporate education is rapidly growing and acquiring new organizational forms, optimal for training qualified workers. In the United States, a country with highly developed corporate education, its most progressive form is the corporate university, which emerged to unify and centralize all kinds of educational activities in organizations. Its aim is not only training and development of staff competencies, but also improvement of their performance to achieve the company's strategic goals and ensure its competitiveness. Corporate universities have a number of advantages over other forms of corporate education and over traditional universities, which consist in aligning training with both current and strategic needs of the company, as well as in integrating and coordinating all learning activities in the organization, and thus are rapidly developing and growing in number not only in the United States, but also in many other economically advanced countries worldwide.

Key words: corporate education, corporate university, corporate training center, traditional university, the USA.

Глобалізація та стрімкий розвиток технологій вирішальною мірою визначають способи ведення бізнесу та потреби організацій у висококваліфікованих кадрах, здатних пристосовуватися та адаптовуватися до нових умов і реалій. У корпоративному світі приходить усвідомлення того, що навчання працівників – це не витрати, а капіталовкладення, завдяки яким компанії можуть приваблювати й утримувати найкращі кадри. Корпоративна освіта в економічно розвинених країнах не лише розвивається прискореними темпами, а й набуває нових організаційних форм, оптимальних для навчання компетентних працівників. З огляду на це актуальним для України є вивчення передового досвіду Сполучених Штатів Америки, де корпоративне навчання має тривалу історію й багаті традиції.

Різним аспектам розвитку корпоративної освіти у різних країнах присвячено праці низки вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема М. Аллена (M. Allen), К. Аргіріса (C. Argyris), В. Каганова, Є. Малахова, Д. Марча (J. March), Д. Мейстер (J. Meister), І. Ноаки (I. Nonaka), Н. Пазюри, Т. Радаєва, П. Сенджка (P. Senge), Р. Сіерта (R. Cyert) та ін. Проте проблема корпоративного університету та особливостей його функціонування у Сполучених Штатах Америки потребує подальшого

розгляду, що зумовило вибір теми нашого дослідження, мета якого – визначити функціональні особливості корпоративного університету як найбільш прогресивної форми організації корпоративної освіти у США.

Прагнення до об'єднання та централізації всіх видів освітньої та навчальної діяльності спонукає організації створювати корпоративні університети, які разом з навчанням персоналу на робочому місці та корпоративними навчальними центрами є інституційною формою корпоративного навчання. На відміну від навчання на робочому місці, яке спрямоване на розвиток певних навичок і відбувається в реальних виробничих умовах, та корпоративних навчальних центрів, які є внутрішніми навчальними підрозділами і виконують вузькоспеціалізовані функції розвитку професійних навичок окремих груп працівників та в цілому орієнтуються на виконання лише тактичних завдань компанії, корпоративні університети є окремою стратегічною бізнесовою одиницею у корпорації, яка забезпечує освіту й навчання персоналу, починаючи від програм початкового рівня й закінчуючи програмами, які відповідають рівню традиційних закладів вищої освіти. Їх завдання – не лише підвищення кваліфікації та розвиток компетентностей працівників, а й підвищення ефективності їх роботи для досягнення стратегічної мети компанії, забезпечення її конкурентоспроможності. Саме корпоративний університет сприяє процесу неперервного вдосконалення системи управління корпорацією і її розвитку в цілому. Як стверджує Едді Бласс (Eddie Blass), "корпоративний університет розвинувся для того, щоб заповнити порожнечу, яка утворилася між корпораціями й університетами, оскільки попит, що виник у корпораціях, та навчання, яке пропонують традиційні університети, постійно змінюються, і ці інституції все більше віддаляються одна від одної" [2]. Як стверджує Марк Аллен (Mark Allen), "за останні два десятиліття ми побачили еволюцію корпоративних університетів від навчальних центрів до повноцінних освітніх партнерів і далі, до складних структурних одиниць, які займаються розвитком персоналу та організацій з використанням численних інноваційних методів" [1, с. 52].

За визначенням Джин Мейстер (Jeanne Meister), корпоративний університет – це "централізований внутрішньофірмовий освітній заклад, що виник у відповідь на скорочення "терміну придатності" знань і спрямований на впорядкування та узгодження навчання й розвитку персоналу зі стратегією підприємства" [5, с. 1]. У сучасному бізнесовому середовищі корпоративний університет стає символом, який показує важливість для компанії забезпечувати навчання й розвиток свого персоналу, слугує стимулом до постійного професійного вдосконалення кожного працівника, забезпечує тісний зв'язок між навчанням і виробництвом в умовах, коли традиційні освітні заклади надають більш загальну професійну освіту й підготовку і не можуть врахувати у своїх програмах потреби кожної окремої корпорації.

Б. Фрейзі (B. Frazee) виокремлює низку основних відмінностей між корпоративними університетами й навчальними центрами (див. табл. 1).

Таблиця 1
Відмінності між корпоративними університетами
й навчальними центрами [4]

Навчальний центр	Корпоративний університет
Обирають курси на основі популярності та попиту.	Узгоджують навчання з ініціативами компанії.
Використовують електронне навчання як засіб економії коштів.	Стратегічно використовують технології з метою підтримки та закріплення знань і вмінь.
Віддають навчальну діяльність на аутсорсинг заради скорочення часу присутності людей на підприємстві.	Започатковують зовнішнє партнерство заради досягнення мети організації.
Адміністрація розглядає навчання як статтю видатків, які слід зводити до мінімуму.	Вище керівництво активно залучене до процесу навчання і вважає відданість навчанню перевагою, що забезпечує конкурентоспроможність.

Джин Мейстер (Jeanne Meister) [5, с. 23] характеризує відмінності між корпоративними університетами й навчальними центрами за низкою інших параметрів (див. табл. 2).

Таблиця 2

Порівняння навчальних центрів і корпоративних університетів

Навчальний центр	→	Корпоративний університет
Реагує на поточні виклики	Спрямування	Працює на випередження подій
Розосереджений та децентралізований	Організація	Взаємопов'язаний та централізований
Тактичні	Вид завдань	Стратегічні
Незначна / відсутня повністю	Особиста зацікавленість у навчанні	З боку управлінців та працівників
Здійснюється інструктором	Навчальна діяльність	Здійснюється з використанням різноманітних технологій
Директор з питань підготовки кадрів	Підпорядкування	Менеджери філіалу компанії
Широка аудиторія / недостатня фундаментальність програм	Аудиторія та програми	Курикулуми, розроблені на замовлення для груп споріднених професій
Відкрите для всіх	Зарахування на навчання	Відбувається лише тоді, коли виникає потреба в навчанні
Розвиток професійних навичок	Результат	Підвищення ефективності праці
Існує як функція центрального апарату підприємства	Функціонування	Функціонує як структурний підрозділ організації або дочірня компанія
Здійснює підготовку кадрів	Репутація	"Університет" – це бренд, який символізує престижність навчання
Здійснюється тренерами	Маркетинг навчальних послуг	Здійснюється консультантами, які допомагають у визначенні навчальних потреб потенційних учнів

До переваг корпоративного університету як форми корпоративного навчання над традиційним навчальним центром відносять те, що він:

- є потужною моделлю стимулювання людей до навчання. У цьому сенсі корпоративний університет подібний до школи чи університету, де люди отримують натхнення до навчання й особистісного розвитку протягом усього життя;
- є брендом, який має потужні маркетингові можливості, назву, логотип, друковані видання, Web-сайти, пропонує вчені ступені й сертифікати та охоплює стратегічних партнерів, членів виробничо-збудового ланцюга, аутсорсингові освітні компанії, програми місцевих коледжів та університетів;
- запучає до процесу топ-менеджерів компанії, більшість із яких вірять, що ми живемо в епоху знань, і прагнуть отримати вигоду від навчальних ініціатив. Топ-менеджери повинні визначати, в чому мусить полягати вплив навчання на компанію, в чому полягають основні проблеми компанії, які знання, вміння й навички необхідні працівникам для створення стратегічної конкурентної переваги компанії;
- зменшенння плінності кадрів. Працівники більш імовірно залишаються працювати на роботодавців, які надають пріоритетне значення їхньому навчанню. Корпоративний університет забезпечує індивідуальні траєкторії розвитку працівників, програми сертифікації, створює можливості для кар'єрного зростання [4].

Корпоративні університети пропонують ширший спектр навчальних програм, ніж інші форми організації корпоративного навчання. Ця модель передбачає централізацію навчання, забезпечуючи розповсюдження найкращих видів навчальної діяльності, а також їх узгодження та координацію в межах усієї компанії, тим самим сприяючи заощадженню коштів організації. К. Елліс (K. Ellis) [3] наводить приклад

компанії, яка, завдяки заснуванню корпоративного університету, скоротила витрати на навчання й розвиток персоналу на третину та зменшила кількість навчальних програм на 43 %.

Переваги моделі корпоративного університету над іншими формами корпоративного навчання узагальнено на рис. 1 [7, с. 82].



Рис. 1. Переваги моделі корпоративного університету над іншими формами корпоративного навчання

Переваги корпоративного університету не викликають сумнівів, проте існують також певні можливі недоліки корпоративного університету як форми навчання в організації. Так, деякі університети насправді не відповідають статусу університету, залишаючись не більше, ніж навчальними центрами. Відсутність належного планування такого закладу лише шкодить організації, оскільки викликає певний цинізм з боку працівників у ставленні до навчання та знижує його важливість. Корпоративні університети, як і традиційні, часто критикують за відірваність від реальних умов виробництва. Створення університету, який би повністю відповідав сучасним потребам бізнесу, вимагає значних зусиль, довготривалої та ретельної розробки навчальних матеріалів, запущення запрошеніх викладачів. Крім того, заснування й утримання такого закладу вимагає значних капіталовкладень. Так, компанії у Сполучених Штатах витрачають на це, за різними оцінками, від 2,5 до 10 % фонду заробітної плати, що як мінімум удвічі перевищує середній показник витрат на корпоративне навчання по країні [4].

Проаналізовані нами джерела свідчать про те, що корпоративний університет як форма організаційної освіти перебуває у процесі прискореного розвитку. За останні десятиліття спостерігається тенденція до стрімкого збільшення їх кількості в усьому світі, а особливо у Сполучених Штатах. Таке зростання зумовлене змінами у бізнесовому середовищі, ускладненням технологій, змінами демографічної ситуації, зростанням попиту на ринку освіти.

Якщо у 1950–1960-х рр. потужним поштовхом до подальшого розвитку корпоративних університетів послугувало заснування корпоративних університетів найбільшими американськими корпораціями, зокрема Disney University, General Electric University, Motorola University, Hamburger University та ін., то в наш час не лише майже кожна велика корпорація США має свій корпоративний університет, а й середні за розміром компанії виступили з ініціативою заснування таких освітніх закладів. Свідченням цього є той факт, що 80 % зі списку Fortune 500 (500 найбільших промислових компаній США, які щорічно визначаються журналом Fortune за критерієм розміру річного доходу) мають корпоративні університети або планують їх заснувати [6].

У 1980-х рр. налічувалося лише 400 компаній, які мали корпоративні університети. Усі вони були великими конгломератами, такими як, наприклад, компанія Boeing. Однак тепер їх мають не лише великі, а й середні за розміром компанії. "Приливна хвиля корпоративних університетів дісталася до берегів країн, що розвиваються. Сьогодні у світі налічується близько 4000 таких закладів у світі. Ця цифра збільшилася більш ніж удвічі за останнє десятиліття" [8]. Важливою тенденцією сучасності є те, що розвиток корпоративних університетів не обмежується Сполученими Штатами Америки. З кінця 1990-х рр. вони набули розповсюдження у Великій Британії, Канаді, країнах Європи, Азії та Австралії.

Результати здійсненого дослідження дають підстави зробити висновки про те, що корпоративний університет є найбільш прогресивною формою корпоративного навчання у США, яка виникла з метою об'єднання та централізації всіх видів освітньої та навчальної діяльності. Їх метою є не лише підвищення кваліфікації та розвиток компетентностей працівників, а й підвищення ефективності їх роботи для досягнення стратегічної мети компанії, забезпечення її конкурентоспроможності. Корпоративні університети мають низку переваг над іншими формами корпоративної освіти та традиційними університетами, які насамперед полягають в узгодженні навчання з потребами виробництва та інтеграції й координації всіх видів навчальної діяльності в організації. Корпоративний університет не є тимчасовим явищем чи швидкоплинним захопленням. Практика корпоративної освіти показує, що ця форма навчання в організації набуває швидкого розвитку не лише у Сполучених Штатах Америки, а й у більшості передових країн світу.

Здійснене дослідження не вичерпує зазначененої проблеми. До перспектив подальшого дослідження можна віднести вивчення особливостей функціонування корпоративних університетів у країнах Європи.

Література

1. Allen M. Corporate universities 2010: Globalization and greater sophistication / M. Allen // The Journal of International Management Studies. – 2010. – Vol. 5, No 1. – P. 48–53.
2. Blass E. The rise and rise of the corporate university / E. Blass // Journal of European Industrial Training. – 2005. – Vol. 29, No 1. – P. 58–74.
3. Ellis K. Corporate University on a Budget / K. Ellis // Training. – 2005. – April. – P. 20–25.
4. Fazee B. Corporate Universities: A Powerful Model for Learning / B. Fazee [Electronic resource]. – 2002. – Режим доступу: http://www.clomedia.com/articles/corporate_universities_a_powerful_model_for_learning. – Назва з екрана.
5. Meister J. C. Corporate Universities: Lessons in Building a World-Class Work Force / Jeanne C. Meister. – New York : McGraw-Hill, 1998. – 297 p.
6. Nixon J. C. Corporate universities vs. higher education institutions / Judy C. Nixon, Marilyn M. Helms // Industrial and Commercial Training. – 2002. – Vol. 34, No 4. – P. 144–150.
7. Noe R. A. Employee training and development / Raymond A. Noe. – New York : McGraw-Hill, 2010. – 589 p.
8. Sinha A. Corporate University: glorified training departments or more? / Anamika Sinha, Natasha Kaul // Journal of Resources Development and Management. – 2013. – Vol. 1. – P. 49–53.