



Сергій КУРБАТОВ

кандидат філософських наук, доцент,
старший науковий співробітник
Інституту вищої освіти НАПН України

Ключові слова: корпоративний університет, традиційний університет, підприємництво, інновації, бізнесове середовище, ринок праці, транснаціональні корпорації.

В статті розглядається феномен корпоративного університету в контексті взаємних впливів ринку праці та традиційних вищих освітніх інституцій. Проаналізовано процес становлення корпоративного університету та його місце і роль в сучасній системі вищої освіти. Доведено, що корпоративний університет є ефективним інструментом активізації взаємодії академічного та бізнесового середовища як на національному, так і на глобальному рівні.

УДК 378.014.53

КОРПОРАТИВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЯК ПРОДУКТ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСОВОГО ТА ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

© Курбатов С., 2014



остановка проблеми та її актуальність. Феномен підприємництва можна вважати провідним фактором, що визначає радикальні цивілізаційні зміни в ХХ та ХХІ століттях. З філософської точки зору впродовж останніх десятиліть ми можемо спостерігати не лише активне зростання виробництва товарів і послуг, а й формування нових потреб виробництва та релевантних їм споживачьких практик. Таким чином, на світоглядному рівні інститути підприємництва, в першу чергу структури великого бізнесу, виходять на поле, яке традиційно обслуговувалося освітніми інституціями взагалі та структурами університетської освіти зокрема. Одним з яскравих феноменів своєїрідної «трансструктурної мутації», що виникає в зоні активної взаємодії між бізнесом та вищою освітою, є корпоративний університет (corporate university). Це певною мірою пов'язане і з трансформацією основних форм знання, яка відбувається впродовж історичного розвитку європейської цивілізації [15]. Тож не дивно, що походження корпоративного університету, його специфіка у порівнянні з традиційними інститутами вищої освіти, а також пер-

спективи розвитку цієї «спільної дитини» університетського та бізнесового середовищ протягом останніх десятиліть активно досліджується в західному академічному дискурсі.

Досвід розбудови корпоративних університетів на етапі становлення цієї моделі університетської освіти та їх роль в високоякісному кадровому забезпеченні відповідної діяльності детально проаналізовано в книзі Джин Мейстер «Корпоративні університети: уроки формування робочої сили світового класу» [16]. Визначаючи корпоративний університет як «стратегічну парасольку» для вдосконалення та освіти співробітників, споживачів та поставщиків з метою реалізації організаційних стратегій, авторка наголошує, що саме ця модель буде найбільш затребуваною в XXI столітті. Вона детально аналізує, як працює модель корпоративного університету, специфіку запропонованих ним навчальних програм, форми взаємодії корпоративного університету з основними цільовими аудиторіями.

В контексті розвитку форм та методів університетської діяльності розглядає корпоративний університет Едді Бласс [7]. Він також провів детальне порівняння традиційного університету та корпоративного університету, матеріали якого ми будемо використовувати в подальшій статті [8]. Оптимістично оцінює перспективи розвитку корпоративних університетів та їх важливе стратегічне значення для побудови ефективної економіки знань Мартіжн Радемекерс [18]. Водночас, деякі західні дослідники, наприклад Стенлі Ароновіц [6] та Генрі Жиро [11], звертають увагу на те, що корпоративний університет загрожує фундаментальним принципам побудови університетської освіти, перетворюючи її на комплекс професійно орієнтованих тренінгів. Роль та місце нових форм університетської освіти в контексті становлення глобального освітнього простору досліджують Філіп Альтбах та його колеги [4], [5], Джаміль Салмі [20]. Взаємодія університетського та бізнесового середовищ знахо-

дить відображення в індикаторах провідних міжнародних університетських рейтингів, зокрема рейтингу Таймс [22], [23] та QS [17]. Аналіз взаємних впливів університетських рейтингів та бізнесового середовища знайшов відображення у дослідженнях Елен Хезелкорн [12], Андреуса Раухваргеса [19] та автора цієї статті [14].

Мета цієї статті – аналіз виникнення та сучасного розвитку корпоративного університету в контексті багатомірної взаємодії академічного та бізнесового середовища, а також трансформації інститутів вищої освіти під впливом активного формування глобального освітнього простору.

Взаємодія освітнього та бізнесового середовища є цікавою проблемою як з точки зору історичної ретроспективи, так і сучасного стану цивілізації, що стискається з радикальними змінами своїх фундаментальних інституцій. Яскравим втіленням подібної взаємодії є дві моделі університету, які можна розглядати в якості формалізованих викликів стану status quo, репрезентованого класичними університетськими моделями доби модерну, найбільш відомою з яких є модель, запропонована на початку XIX століття Вільгельмом фон Гумбольдтом.

По-перше, це модель підприємницького університету, сутність якої полягає в імплементації принципів існування бізнесового середовища до академічної сфери. На думку російських дослідників Г. Константинова та С. Філоновича, «це вищий навчальний заклад, який систематично прикладає зусилля для подолання обмежень у трьох сферах – генерації знань, викладанні та втіленні знань на практиці – шляхом ініціювання нових видів діяльності, трансформації внутрішнього середовища та модифікації взаємодії з зовнішнім середовищем» [2]. Нам імпонує це визначення, адже в ньому вдало висловлена властива підприємницькому університету інтенція до експансії, виходу за власні межі, поширення простору власного існування у функціональному сенсі. Таким чином, підприємницький університет кидає виклик традиційній, ретроорієнтованій університетській моде-

лі, озброюючись натомість визначальними принципами функціонування бізнесового середовища. Дещо спрощено можна сказати, що підприємницький університет – це університет, який цілеспрямовано намагається «грати на рівних» у бізнесовому середовищі.

По-друге, це модель корпоративного університету, яка, навпаки, намагається запозичити форми, принципи існування та структури побудови інституцій вищої освіти в бізнесове середовище. Тобто корпоративний університет – це університет, який створюється всередині певного бізнесового середовища задля розвитку та вдосконалення його людського капіталу та посилення конкурентоспроможності відповідних організаційних структур. Його поява свідчить про спробу (як доводить подальший розвиток – досить успішну) інтегрувати у корпоративне бізнесове середовище в якості складових елементів функції, які традиційно виконувала університетська освіта. І цей процес особливо активізувався в останні десятиріччя.

Перші спроби цілеспрямованої інституційної інтеграції освітніх структур у бізнесове середовище відбуваються майже сторіччя тому. В 1914 році провідні американські компанії Дженерал Електрикс та Дженерал Моторс започаткували для власних співробітників систему внутрішніх тренінгів, метою яких було вдосконалення професійної майстерності. В подальшому це привело до появи відповідних корпоративних шкіл з акредитованими програмами підготовки фахівців [10]. Але знадобилося більше ніж 40 років для того, щоб на основі цих структур виник перший в світі корпоративний університет. Це відбулося в 1956 році в Кротонвіллі, Нью-Йорк, – саме тоді розпочав свою роботу корпоративний університет компанії Дженерал Електрикс, який існує і зараз, відіграючи роль епіцентру відповідної корпоративної культури та щорічно приймаючи на навчання тисячі співробітників та партнерів компанії [24]. Таким чином, провідна транснаціональна компанія США до певної міри та, безперечно, з певними обмеженнями інтегрувала у влас-

ну структуру один з найстаріших соціальних інститутів європейської цивілізації з безперервною історією.

Подальший розвиток корпоративних університетів довів, що це, кентавричне на перший погляд створіння, виявилось не лише життєздатним, а й перспективним та висококоєфективним. Тільки за період з 1993 до 2001 років кількість корпоративних університетів збільшилася з 400 до 2000, а в 2010 році їх чисельність досягла 3700 [13]. «Швидке зростання кількості корпоративних університетів починаючи з 1990-х років довело, що це не лише данина моді. Корпоративні університети змогли перетворитися з простих підрозділів для проведення тренінгів на центри трансферу та обміну знаннями, а також інноваціями – як всередині компаній, так і між ними», – зазначає голландський дослідник Мартіжн Радемекерс [18, с. 130]. Тенденцію до зростання кількості корпоративних університетів та підвищення їх значення у системі освіти відзначають і російські дослідники А. Мінзов та Є. Черемисина: «На сьогодні корпоративні університети створюються та існують в багатьох випадках завдяки підтримці власників компаній. Та хоча їх чисельність значно менша, ніж загальна частина ВНЗ Росії, вони з кожним днем здійснюють все більш відчутний вплив на всю систему вищої та середньої освіти» [3, с. 69]. Причиною виникнення та поширення корпоративних університетів у наш час сучасні експерти вважають бажання систематизувати функцію проведення тренінгів, максимізувати інвестиції в освіту, ініціювати організаційні зміни, поширити спільну культуру та цінності, підвищити працездатність працівників та конкурентоспроможність на ринку праці [13].

Водночас, деякі західні дослідники, наприклад Стенлі Аронович та Генрі Жиро [6], критикують як корпоративний університет, так і взагалі корпоратизацію системи університетської освіти, яка, на їхню думку, відбувається в рамках властивого неоліберальним підходам тріумфу ринкових відносин та усунення держави від регуляторних функцій. «В корпоративній культурі соціальні аспекти жит-

тя інтерпретуються в контексті індивідуальних або економічних підходів, що девальвує демократичні імпульси або ж «розчиняє» їх у ринкових імперативах. Це загрожує як розумінню демократії в якості фундаменту наших прав і свобод, так і призводить до переосмислення значення та завдань освіти», – вважають науковці [6, с. 334].

Стосовно універсального визначення корпоративного університету в академічній літературі присутні різноманітні точки зору. На думку Едді Бласса, це пояснюється тим, що «з моменту свого виникнення корпоративний університет існував у різнома-

нітних формах та орієнтувався на різні цілі у залежності від організації, в якій він виникав, тому важко висловити його сутність в одному реченні» [7, с. 61]. В своєму дослідженні він спирається на визначення Тейлора та Філіпса (2002), які вбачають виток феномена корпоративного університету «в намаганні об'єднати освіту та роботу разом з метою оптимальної вигоди для обох» [7, с. 61]. Розглядаючи відмінності між традиційним публічним університетом та корпоративним університетом, Едді Бласс узагальнює результати власного дослідження в наступній таблиці 1 [7, с. 63]:

Таблиця 1

	Публічний університет	Корпоративний університет
Назва	Походить від академічної спільноти, що об'єдналася в корпорації під назвою Universitas	Назва відображає внутрішню навчальну культуру і спільноту
Історичне підґрунтя	Середньовічне та класичне коріння. Старий університетський сектор, що розвивався в 17-19 сторіччях, та новий університетський сектор починаючи з 20 сторіччя, якому властивий масовий характер	Походить від внутрішніх тренінгів та освітніх підрозділів; пропонує нові послуги, креативні підходи задля проведення досліджень та розвитку
Цілі	Проведення загальної та(або) спеціальної освіти на найвищому рівні	Розширення знань в рамках певної компанії, підвищення конкурентоздатності, заохочення змін
Результати	Кваліфікації (ступені, професійні кваліфікації), а також результати досліджень	Розширення горизонтів, яких можна досягнути, об'єднання етики, цінностей та історії компанії
Рівень освіти	Триступеневий	Будь-який, від елементарних функціональних тренінгів до найвищих академічних рівнів
Кількість та характеристики студентства	Студентом може стати кожний, хто відповідає вимогам до вступу	Кожен співробітник компанії
Виробництво знань	Вільне виробництво знань, які потім поширюються та продаються у формі публікацій. Окремі знання, що виникають внаслідок співробітництва з промисловістю та бізнесом, мають обмежене поширення	Результати поширюються лише в межах певної організації через внутрішні публікації та недоступні широкому загалу
Власність та контроль	Належать державі, яка забезпечує їх фінансування. Публічна відповідальність перед відповідними державними структурами. Принцип «академічної свободи» обмежує зовнішній контроль	Належить компанії, різноманітні форми контролю. Завжди вимагається певне бізнесове обґрунтування
Зв'язки з публічними університетами	Співробітництво існує у формі дослідницьких проєктів	Зв'язки на рівні викладання певних курсів та певних досліджень

У якій формі існують корпоративні університети в нашій країні? На думку Д. Ісакової та Є. Шкарпової: «В Україні «корпоративний університет» – це, скоріше, метафора, що передбачає комплекс програм навчання та тренінгів для співробітників. Вітчизняні фірми, які розви-

вають власні освітні проєкти, виходять з того, що їм вигідніше власноруч вирощувати спеціалістів у відповідності з власними стандартами, аніж переплачувати за «легіонерів». В деяких компаніях подібне навчання – обов'язкова умова прийому в штат або кар'єрного зростання. За-

няття тут проводять або власні менеджери, або ж запрошені викладачі університетів та бізнес-шкіл» [13]. В якості прикладу може бути розглянутий корпоративний університет Агрохолдингу «Мрія» – Українська аграрна школа, який включає власне агрошколу, механік-школу та бухгалтерську школу. В цій освітній установі на даний час здобули освіту 63 агрономи, 32 механіки та 29 бухгалтерів, з яких загалом 108 працевлаштовані. Підтримується співпраця з 20 вітчизняними та іноземними вищими навчальними закладами, а до викладання залучено більше 30 українських та іноземних фахівців та внутрішніх тренерів. Таким чином, здійснення функцій вищої освіти поступово інтегруються у вітчизняне бізнесове середовище. Враховуючи проголошений курс на Євроінтеграцію та необхідності переходу на європейські стандарти виробництва, мож-

на прогнозувати зростання кількості корпоративних університетів в Україні та їх вплив на систему вищої освіти вже у найближчому майбутньому.

Висновки. Корпоративний університет є відносно новою моделлю університетської діяльності, яка виникає внаслідок спроби бізнесового середовища інтегрувати у власний контекст певні функції, які традиційно виконувала університетська освіта. Враховуючи інноваційний характер сучасної цивілізації та стрімкі темпи розвитку нових технологій, можна вважати подібну модель перспективною та прогнозувати її подальше поширення як у світі, так і в Україні. У цьому зв'язку важливим є налагодження ефективної системи взаємодії та співробітництва між традиційними та корпоративними університетами з метою вдосконалення системи вищої освіти та підвищення її конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Исакова Д.** Что такое корпоративный университет по-украински / Д. Исакова, Е. Шарпова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/magazine/forbes/1350316-chto-takoe-korporativnyj-universitet-po-ukrainski>
2. **Константинов Г.** Университеты, общество знания и парадоксы образования / Г. Константинов, С. Филонович // Вопросы образования – 2005. – № 4. – С. 106-126.
3. **Минзов А.** Корпоративные университеты: проблемы создания и тенденции развития / А. Минзов, Е. Черемисина // Вестник Российской академии естественных наук – 2008. – № 1. – С. 63-69.

CITED LITERATURE

1. **Isakova D.** What is a corporate university in Ukrainian / D. Isakova, Ye. Shkarpova [Electronic resource]. – URL : <http://forbes.ua/magazine/forbes/1350316-chto-takoe-korporativnyj-universitet-po-ukrainski>
2. **Konstantinov H.** Universities, knowledge society and paradoxes of education / H. Konstantinov, S. Filonovich // Voprosy obrazovaniia – 2005. – № 4. – P. 106-126.
3. **Minzov A.** Corporate universities: problems of foundation and tendencies of development / A. Minzov, Ye. Chermisina // Vestnik Rossiiskoi akademii yestiestvennykh nauk – 2008. – № 1. – P. 63-69.
4. **Altbach P. G.** Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution / Altbach P. G., Reisberg L. and Rumbley L. E. // UNESCO. – 2009. – 254 p.
5. **Altbach P. G.** Higher Education in the New Century: Global Challenges and Innovative Ideas / P. G. Altbach, McGill Peterson P. // UNESCO. – 2007. – 198 p.
6. **Aronowitz S. & Giroux H.** The Corporate University and the Politics of Education // The Educational Forum. – 2000. - # 64(4). – P. 332-339.
7. **Blass E.** The Rise and Rise of the Corporate University / E. Blass // Journal of European Industrial Training. – 2005. – Vol. 29, # 1. – P. 58-74.
8. **Blass E.** What in a Name? A Comparative Study of the Traditional Public University and the Corporate University / E. Blass // Human Resource Development International. – 2001. - #4(2). – P. 153-172.
9. Corporate University [Electronic resource]. – URL : http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_university
10. Corporate University History [Electronic resource]. – URL : <http://www.cuenterprise.com/777about/cuhistory.php>
11. **Giroux H.** Democracy's Nemesis: The Rise of the Corporate University / Giroux H. // Critical Methodologies. – 2009. – Vol. 9, # 5. – P. 669-695.
12. **Hazelcorn E.** Ranking and the Reshaping of Higher Education: The Battle for World-Class Excellence. Palgrave Macmillan / Hazelcorn E. – 2011. – 272 p.

13. **Hearn D.** An Examination of Corporate University Model [Electronic resource]. / Hearn D. – URL : <http://www.newfoundations.com/OrgTheory/Hearn721.html>
14. **Kurbatov S.** University Rankings and the Problem of Competitiveness of National Universities of Post-Soviet Countries in Global Educational Space: the Case of Ukraine / S. Kurbatov // Evaluation in Higher Education. – 2012 – #6(2). – P. 59–75.
15. **Kurbatov S.** The Transformation of the Nature of Knowledge in Post-Industrial Society: Toward the New Paradigm of Education? / S. Kurbatov // Proceedings of International Conference on Education and New Learning Technologies. 5th -7th July, 2010, Barcelona, Spain. – P. 403-407.
16. **Meister J.** Corporate Universities: Lessons in Building a World-Class Work Force. McGraw-Hill, 1998. – 256 p.
17. QS World University Rankings [Electronic resource]. – URL : <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2012>
18. **Rademakers M.** Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation / M. Rademakers // The Journal of Workplace Learning. – 2005. – Vol. 17, # ½. – P. 130-136.
19. **Rauhvargers A.** Global university rankings and their impact. / Andrejs Rauhvargers [Electronic resource]. – URL : http://www.eua.be/pubs/Global_University_Rankings_and_Their_Impact.pdf
20. **Salmi J.** The Challenge of Establishing World-Class Universities / J. Salmi // The World Bank, 2009. – 116 p.
21. **Steck H.** Corporatization of the University: Seeking Conceptual Clarity / H. Steck // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. – 2003. – # 585. – P. 66-83.
22. Times Higher Education (THE) [Electronic resource]. – URL: <http://www.timeshighereducation.co.uk/story.asp?sectioncode=26&storycode=411907&c=1>
23. The Times Higher Education World University Rankings [Electronic resource]. – URL : <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/>.
24. University Students [Electronic resource]. – URL : <http://www.ge.com/careers/culture/university-students>