

УДК 659.11:331.108.45

А.Г. Дацик

БрГТУ, г. Брест

Научный руководитель: Г.Т. Медведева, кандидат экон. наук, доцент

КОРПОРАТИВНЫЕ УНИВЕРСИТЕТЫ

Во всем мире организации тратят много времени и денег на обучение, переподготовку и повышение квалификации своих сотрудников. Внутрифирменная подготовка и переподготовка кадров в промышленно развитых и развивающихся странах превратилась по-настоящему в мощную индустрию, по масштабам сравнимую с системой получения населением общего образования. Рост нужды внутрифирменной подготовки связан с новыми предпосылками существования, условиями конкуренции на мировом рынке, нарастанием процессов корпоративного объединения промышленных комплексов. Соответственно, в области организации такого обучения лидируют крупные многопрофильные корпорации, действующие, как правило, в отраслях с высоким уровнем наукоемкости и технологичности.

Наиболее широкое развитие система внутрифирменной подготовки кадров получила в Японии, где принят специальный Закон о профессиональном обучении кадров предприятий. Движущей силой развития экономики явилась японская система развития человеческих ресурсов, обеспечивающая эффективную подготовку и использование в промышленности таких кадров, которые гибко реагируют на изменение внешней и внутренней обстановки и отличаются высокой степенью вовлеченности в структуру производства, заинтересованности в его стабильном развитии и прибыли.

Обучение работников в Японии проводится как во время работы, так и вне рабочего времени. Причем наблюдается тенденция увеличения доли крупных предприятий (с численностью персонала более 1 тыс. человек), занимающихся этим обучением. Внутрифирменное обучение в японских компаниях ведется в самых широких масштабах исходя из традиций и особенностей кадровой политики, обеспечивающей постоянство кадрового состава.

В США, напротив, работодатели финансируют программы обучения персонала значительно хуже: совершенные инвестиции при высокой подвижности персонала могут быть потеряны и достаться конкурентам. Эта же особенность человеческого капитала позволяет США в широких масштабах использовать труд ученых, специалистов и других «носителей» человеческого капитала, сформированного в разных странах мира, не осуществляя начальных инвестиций, но проводя селективную иммиграционную политику.

В Великобритании процент сотрудников, прошедших учебно-развивающие мероприятия, увеличился за последние пять лет с 34 до 49%. Ведущие транснациональные корпорации затрачивают на профессиональное развитие от 2 до 10 % фонда заработной платы.

Предпосылки создания Корпоративных университетов

В современном мире бизнес представляет собой сложную, постоянно меняющуюся, динамичную систему. И в этих условиях только та компания, которая осознает необходимость осваивать все новые сферы деятельности и делать это быстрее конкурентов, имеет шанс на успех, на свое место на рынке на рынке. Сегодня сложно представить успешную корпорацию, в которой принятие решений, инновационность мышления, способность учиться являются прерогативой руководства.

Резко выросла широта и ответственность задач, которые необходимо решать менеджерам нижнего и среднего уровней управления. Соответственно, увеличились требования к их квалификации. Они должны уметь успешно управлять бизнес-процессами в бурно меняющемся и трудно предсказуемом окружении, обладать разносторонними навыками и способностью видеть целостную картину бизнеса.

Понятие «Корпоративный университет»

В словосочетании «корпоративный университет» уже заложено его объяснение. Слово «корпоративный» предполагает ограничение сферы деятельности рамками компании, а «университет» подразумевает не просто систему образовательных мероприятий, но и наличие научно-методической базы, ориентацию на долгосрочное развитие, адаптацию и управление знаниями.

Изначально КУ определяли просто, как структурное подразделение компании, обеспечивающее обучение ее сотрудников и являющееся одним из важных элементов разработки и реализации стратегии развития. В этом состоит главное отличие университета от обычного тренингового подразделения, которое, как правило, выполняет узкоспециализированные функции развития профессиональных навыков определенной группы сотрудников, например менеджеров по продажам. Задача университета не ограничивается просто повышением квалификации работников. Для этого дешевле и проще использовать тренинговую компанию, обеспечить обучение сотрудников в специализированном вузе или организовать центр дистанционного обучения.

Специфика корпоративного университета должна перейти от системы обучения «на всю жизнь» к системе «через всю жизнь».

Функции Корпоративных университетов

Общепризнанная модель корпоративного университета – структурное подразделение компании с четырьмя базовыми функциями.

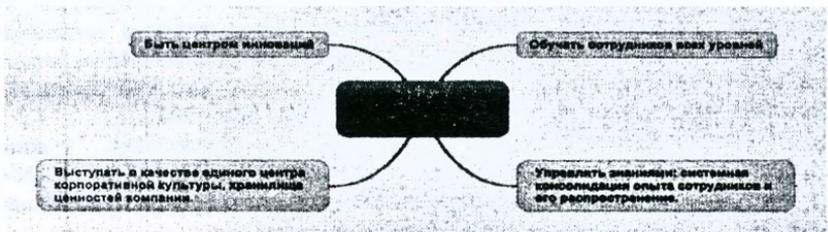


Рисунок 1 – Функции корпоративного университета

В системе корпоративного обучения разрабатываются программы, которые:

- направлены на удовлетворение потребностей бизнеса в обучении и перезапуске человеческого капитала;
- связаны между собой, имеют общую, попятную всем цель;
- проводятся с использованием внутренних и внешних ресурсов;
- включают в себя функциональное, управленческое и поведенческое обучение.

Стоит отметить, что процесс обучения взрослых людей имеет свои особенности: им необходимо точно знать, для чего они должны проходить тот или иной предмет. Наиболее эффективным обучение будет в том случае, если оно проводится с учетом реальной потребности и носит прикладной, практический характер.

Мировой опыт

Основной формой обучения вплоть до почти середины прошлого столетия являлись классические университеты. Хотя уже в 20 – 30-е годы 20 века на Западе начала формироваться новая система профессиональной подготовки – система обучения, погруженного в практику. Бизнес-школы, возникшие первоначально в США стали одними из первых ее носителей, также в это время появились различные организации, которые специализировались именно на обучении узкопрофессиональным специальностям.

Из таких бизнес-школ и организаций уже в 70-е годы 20-го века и сформировались первые корпоративные университеты, назначением которых стало не только обучение, полностью погруженное в текущую практику, но и удовлетворение потребностей перспективной практики. Корпоративные университеты стали новой учебной парадигмой, необходимой для подготовки персонала нового типа для энергичных глобальных компаний.

Первый корпоративный университет появился в 1961 году в компании McDonalds. Он так и назывался – Hamburger University. Для нее было исключительно важно подготовить новые кадры так, чтобы идеология фирмы присутствовала везде, во всех странах, где представлена эта торговая марка. Никакое другое бизнес-образование, кроме корпоративного университета, проблемы решить не могло. Постепенно корпоративные университеты проникли в такие организации, как Disney University, Coca-Cola, Motorola, Procter&Gamble, General Electric. Широкое распространение они получили значительно позднее. Основной их рост пришелся на 90-е годы прошлого века. Сегодня одним из крупнейших корпоративных университетов считается подразделение IBM Global Learning, которое имеет в своем составе более 3400 преподавателей в 55 странах мира; в арсенале университета 10 000 специализированных курсов. Яркий пример крупного и успешного корпоративного университета – Motorola University. Годовой бюджет этой организации – около 100 млн. долл., ее представляют 99 подразделений в 21 стране мира. Motorola University с постоянным штатом из 400 сотрудников является одним из крупнейших корпоративных университетов мира.