

Роль корпоративных университетов в современном мире

Синева Н.Л., к.п.н., доцент
e-mail: sineva-nl@rambler.ru

Яшкова Е.В., к.п.н., доцент
e-mail: Elenay2@yandex.ru

Рассылкин С.В., студент кафедры
«Инновационные технологии менеджмента»
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический
университет»
e-mail: RSV95@mail.ru
Россия, Н.Новгород

Аннотация. В статье проведен обзор основных факторов, влияющих на трансформацию роли корпоративных университетов в современном мире, и ключевых глобальных тенденций в корпоративном обучении на сегодняшний день. Осуществлен поиск и творческое освоение информации по факторам и тенденциям, указанным в статье; выявлены ключевые тенденции в корпоративном обучении и факторы, влияющие на их формирование; приоритизация и структурированное описание выявленных факторов и тенденций.

Ключевые слова: корпоративный университет, цифровизация, корпоративное обучение, инновации образования.

В ходе работы было проанализировано 50 российских и зарубежных источников, посвященных вопросам обучения в целом, и вопросам корпоративного обучения в частности. Каждый проанализированный источник оценивался на предмет содержания информации о факторах, которые влияют и могут повлиять на корпоративное обучение, и глобальных тенденциях в сфере корпоративного обучения. Анализ глобальных трендов в корпоративном обучении строился на основе модели, представленной на рисунке 1.

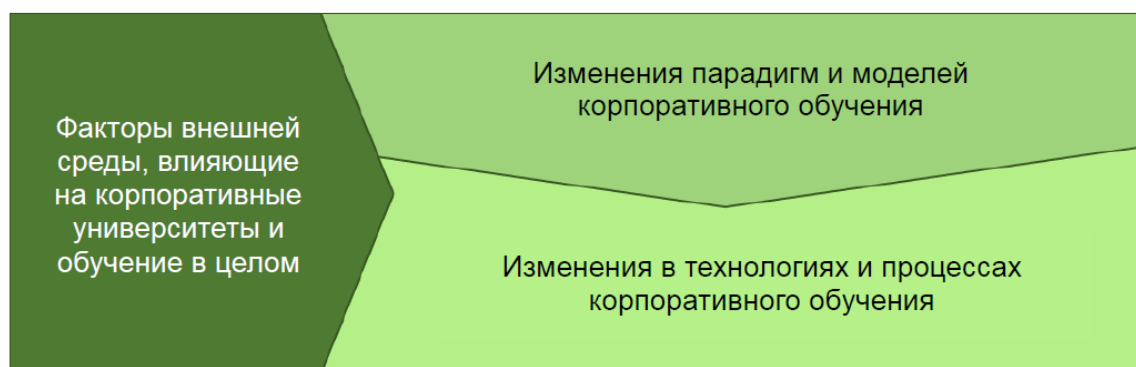


Рисунок 1 – Модель анализа глобальных трендов в корпоративном обучении

Факторы представляют собой глобальные изменения во внешней среде, влияющие как на корпоративные университеты в целом, так и на сферу корпоративного обучения, в частности. Эти изменения в отчете разделены на три группы: глобальные тренды в бизнес-среде, значимые социальные изменения и развитие технологий. В бизнес-среде наибольшее влияние оказывают: общий экономический рост, цифровая трансформация бизнеса и растущая потребность бизнеса в сотрудниках с необходимыми в цифровом мире навыками и знаниями. В социальных изменениях – смена поколений, рост информации и простота доступа к широкой аудитории, спрос на индивидуализированный контент. Факторы развития технологии – автоматизация, рост мобильности и развитие виртуальной реальности.

Основные тенденции в корпоративном обучении в свою очередь разделены на две группы:

1. Трансформация бизнес-моделей, используемых корпоративными университетами и организациями, которые занимаются корпоративным обучением. В эту группу входят тренды, связанные с изменением роли корпоративных университетов, корпоративных учебных центров и Learning and Development (функция компаний, отвечающая за обучение и развитие персонала), а также бизнес-школ в сфере корпоративного обучения.

2. Изменения в образовательном процессе, используемом в сфере корпоративного обучения. В эту группу входят тренды, которые касаются:

- расширения тематики и содержания («контента») образовательных курсов, для включения не только «традиционных» тем и предметов, относящихся непосредственно к бизнесу функции заказчика, но и новых тем, связанных с личностным развитием самих сотрудников, команд и коллектива;

- новых способов подачи обучающих материалов – новые технологии, современные методы и прочие способы «доставки» обучения до слушателей-сотрудников.

Корпоративные университеты сегодня переживают эру трансформации. Несмотря на бурный рост в последние 20 лет популяции корпоративных университетов по всему миру, в том числе в России, их глобальные и региональные ассоциации молоды и логично делают акцент на развитии форматов обмена опытом их участников и в меньшей степени — других инструментов институционализации профессионального сообщества.

С другой стороны, быстро набирающая темп новая технологическая революция (в иных терминах — «четвертая промышленная революция») требует сегодня пересмотра базовых парадигм образования и радикальной трансформации моделей и механизмов работы корпоративных университетов.

Столь интенсивная динамика нынешних изменений в корпоративном обучении отражает беспрецедентное ускорение обновления данной сферы под влиянием цифровых технологий. Очевидно, что инновации в образовании становятся в XXI веке определяющим фактором конкурентоспособности корпоративных университетов.

Для соответствия требованиям цифрового мира корпоративные университеты должны, по сути, «изобрести себя заново»: быстро перейти от привычного фокуса на управление процессом обучения (портфелем программ) к управлению образовательным опытом своей целевой аудитории, которой ныне доступны самые различные каналы получения знаний и навыков и для которой уже естественны ожидания персонализированного, адаптивного и 24/7 формата взаимодействия с ними систем корпоративного обучения. Поэтому понятие «технологии» сегодня трактуется значительно шире и включает не только инновационные методы образования, возможные благодаря развитию интернета, мобильной связи и технологий виртуальной и дополненной реальности, но и инновационные управленческие технологии повышения эффективности корпоративного обучения.

Корпоративный университет – это образовательное подразделение, призванное поддерживать стратегическое развитие компании и быть катализатором ее обновления посредством обучения руководителей и других сотрудников, а также создания, накопления и распространения передовых знаний внутри организации.

Главная цель корпоративного университета состоит в повышении конкурентоспособности материнской компании посредством формирования и усиления ее уникального человеческого капитала и ее организационной способности расти и меняться с не меньшей скоростью, чем темп изменений в бизнес-среде. Инвестиции в корпоративные университеты являются стратегическим проектом компании по созданию нематериального актива (инфраструктура корпоративного университета в этом смысле вторична), который нельзя купить на рынке и который призван стать источником ее устойчивых (крайне сложных для копирования) конкурентных преимуществ, – глубоко кастомизированной системы обучения и развития сотрудников, управления знаниями и внедрения корпоративной культуры.

Корпоративные университеты отличаются от традиционных вузов синтезом обучения и практической работы по решению бизнес-задач конкретных компаний, а от традиционных корпоративных учебных (тренинговых) центров – системным подходом к развитию талантов для решения стратегических задач компании и внутренней экспертизы в передовых концепциях и методах обучения.

Сфера распространения корпоративных университетов в современном мире не ограничивается крупными компаниями – этот формат организации корпоративного обучения используется в малых и средних компаниях, организациях некоммерческого сектора, а также в государственных органах управления федерального и регионального уровней. В случае госуправления примерами могут быть: в США – Defense Acquisitions University на федеральном уровне и Chesterfield University на уровне графства; в России – Университет управления Правительства Москвы и Корпоративный университет Ульяновской области.

Сегодня в мире насчитывается более 4000 корпоративных университетов. Первые корпоративные учебные центры как прообразы

современных корпоративных университетов возникли в США в 1950-х. Взрывной рост корпоративных университетов произошел в 1990–2000-х: в США их число увеличилось с 40 в середине 1980-х до 400 в начале 1990-х и более чем двух тысяч в 2000 году, а в Европе, где КУ стали появляться с начала 1970-х, их распространение активно началось в 1990-е, и к 2001 году их было здесь уже не менее 100. В настоящее время практически все участники рейтинга Fortune 500 имеют развитые корпоративные университеты.

В России активно действуют более 40 корпоративных университетов (более 100 российских компаний заявляли о наличии у них проекта или программы «корпоративный университет»).

Уже в 1990-е ведущие компании во всех экономически развитых регионах мира осознали ключевую роль человеческого капитала в создании устойчивых конкурентных преимуществ в развивающейся экономике знаний. Другим фактором роста популяции корпоративных университетов оказалась неспособность традиционных вузов поспевать за ускоряющимися изменениями рынков труда и требованиями компаний к практическим навыкам выпускников. Наконец, стимулом к созданию корпоративных университетов стали корпоративные стратегии глобализации и, в частности, феномен ведущих компаний стран БРИКС, сделавших своим приоритетом глобальную конкурентоспособность и создание адекватных ей систем обучения персонала (примеры: корпоративные университеты Huawei, Infosys, Banco do Brasil, Сбербанк).

Корпоративные университеты могут классифицироваться по различным признакам и параметрам.

По организационно-правовой форме корпоративные университеты могут представлять собой:

- структурные подразделения компании (как правило, в рамках функции HR или прямого подчинения CEO);
- дочерние общества (в России, как правило, в статусе АНО; примеры: корпоративные университеты Росатома, Роскосмоса, Сбербанк).

По целевой аудитории корпоративные университеты могут предоставлять обучение:

- для всех сотрудников компании;
- для управленческих кадров (как вариант — только для высшего и среднего менеджмента).

По портфелю программ корпоративные университеты могут варьироваться довольно широко: от малого семейства программ развития ключевых лидеров компании до обширного (от нескольких десятков до сотен позиций) меню программ развития «мягких», профессиональных («жестких») и цифровых навыков руководителей и сотрудников, в него могут включаться как короткие тренинги, так и длительные «уровневые» программы для перехода на следующий уровень менеджмента, в том числе дипломные программы — мини-MBA и «неакадемическая магистратура» (например, UBS Master in Wealth Management, Repsol Energy Management Master), а

также различные комбинации очных, смешанных, дистанционных и электронных программ.

По наличию современной инфраструктуры корпоративные университеты могут занимать от нескольких помещений в одном из офисов компании до территории полноценного университетского кампуса с аудиториями, конференц-залами, гостиничным и спортивными комплексами. Множество комбинаций функциональных цифровых платформ для корпоративного обучения (виртуальные школы, образовательные порталы, социальные медиа и т. п.).

1990 — книга П. Сенге (P. Senge) «Пятая дисциплина», в которой впервые была показана связь организационного обучения и стратегии компании и сформулирована концепция «обучающейся организации».

1994 — книга Дж. Мейстер (J. Meister) «Корпоративные университеты: уроки создания рабочей силы мирового класса», после которой термин «корпоративный университет» стал общепринятым.

1997 — доклад McKinsey «Война за таланты», давший импульс созданию новой системы корпоративного обучения / развития талантов в ведущих компаниях мира.

2001 — первый доклад EFMD «Вызов корпоративных университетов: корпоративная конкурентоспособность, обучение и знания».

2002 — первое российское исследование феномена корпоративных университетов:

- доклад Ассоциации менеджеров «Корпоративные университеты в российской и зарубежной практике»;

- сборник статей под редакцией М. Аллена (M. Allen) «Справочник по корпоративным университетам»;

- книга А. Рено-Кулон (A. Renaud-Coulon) «Корпоративные университеты в контексте глобализации», в которой впервые были сделаны международные сравнения корпоративных университетов.

История появления и развития корпоративных университетов

1950-60-е – ранние модели корпоративных университетов созданы американскими компаниями Motorola, General Electric (GE), Disney, Arthur D. Little и McDonalds.

1973 – создан первый европейский прообраз современного корпоративного университета: международный тренинговый центр Lufthansa.

1984 – начало перестройки Дж. Уэлчем корпоративного университета GE в Кротонвилле, ставшего «иконой» новой модели корпоративных университетов, способствующей стратегическому обновлению компании.

1990-е – созданы первые корпоративные университеты европейских (Unipart, Anglian Water, Lufthansa, Ericsson, Heineken, Daimler, Capgemini) и российских (Газпром, АВТОВАЗ, Вымпелком) компаний.

1997 – основана первая профессиональная ассоциация корпоративных университетов: Corporate University Xchange (CorpU) со штаб-квартирами в США и Великобритании.

Первый семинар по тематике корпоративных университетов проведен для своих членов Европейским фондом развития менеджмента (European Foundation for Management Development, EFMD).

2002 – EFMD учредил первую (и ныне наиболее престижную) глобальную профессиональную аккредитацию корпоративных университетов — CLIP (Corporate Learning Improvement Process).

2005 – основана первая ассоциация корпоративных университетов с глобальным охватом: Global Council of Corporate Universities (GlobalCCU). В России основана Международная ассоциация корпоративного обучения (МАКО).

2006 – начало издания российского профессионального журнала «Корпоративные университеты» («журнал в области T&D»).

2008 – первая книга об опыте создания корпоративного университета в российской компании (Норильский никель)

2009 – впервые российский корпоративный университет (Билайн Университет) получил международное признание: награду CorpU за поддержку корпоративной стратегии обучения.

2013 – возросшая в мире роль корпоративных университетов отмечена журналом Forbes в статье «Корпоративные университеты: новая угроза Традиционному бизнес-образованию».

2015 – первый российский рейтинг «15 лидеров корпоративного образования» журнала РБК.

2016 – Корпоративный университет Сбербанка впервые в истории российского бизнеса удостоен аккредитации CLIP и серебряной награды журнала CLO в глобальном конкурсе Learning Elite.

2017 – сразу два российских корпоративных университета удостоены наград профессионального конкурса GlobalCCU: «золото» в номинации «Лучший корпоративный университет по влиянию на бизнес-результаты» (Корпоративный университет Сбербанка) и «серебро» в номинации «Лучший корпоративный университет по инновациям» (Корпоративный университет МТС).

Новая парадигма корпоративных университетов в современном мире представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Изменение парадигмы корпоративных университетов для цифрового мира

Из рисунка 2 видно, как меняется роль корпоративного университета в современном мире. Под воздействием внешних факторов трансформируется сама парадигма обучения: обучение становится драйвером всех преобразований (бизнеса, операций, технологий и людей), а фокус внимания смещается с управления портфелем программ на управление образовательным опытом. Соответствующим образом меняется и миссия корпоративных университетов.

Таким образом, корпоративный университет превращается в один из ключевых драйверов цифровой трансформации бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Каганов В. Корпоративный университет «Норильский никель»: опыт лидера. М.: Вершина, 2008 г.
2. Каткало В.С., Волков Д.Л., Корпоративное обучение для цифрового мира, 2-е изд., Москва: АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2018 г.
3. Лаврентьева Л.В., Яшкова Е.В. Значение национальной «цифровой экономики» в общественной и финансовой жизни [Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования](#). 2018. № 1 (27). С. 98-103.
4. Лаврентьева Л.В., Яшкова Е.В., Лаврентьев В.А. Предпосылки перехода на цифровую педагогику в российских условиях [Проблемы современного педагогического образования](#)
5. Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Костерина Д.Д., Селещук Т.А., Сигова Е.С. Инновации сквозь призму цифровизации XXI века [Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования](#). 2019. № 1 (35). С. 261-266.
6. Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Плесовских Г.А., Шипулло М.С. Деятельность кадровой службы в условиях цифровизации российской экономики [Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования](#). 2018. № 1 (27). С. 148-153.
7. Colo, P., Strack, R., Torres, R., Bhalla, V., Corporate Universities: An Engine for Human Capital, The Boston Consulting Group, 2013 г. http://image-src.bcg.com/Images/Corporate_Universities_Jul_2013_tcm9-95435.pdf

Контактный телефон +79519067542