

КОРПОРАТИВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕГРАЦІЇ НАУКИ, ОСВІТИ ТА БІЗНЕСУ

В умовах глобалізаційних викликів та зростання нестабільності зовнішнього середовища, ефективний розвиток вітчизняних підприємницьких структур значною мірою залежить від рівня забезпеченості їх персоналом необхідного рівня знань та кваліфікації. На сьогоднішній день заклади вищої освіти України випускають понад 50 тисяч фахівців з дипломом магістра. Однак, в силу різних природних здібностей людини, далеко не всі випускники здатні швидко адаптуватися до умов роботи на конкретному підприємстві, поєднати і реалізувати свої теоретичні знання, отримані в інституті з практичними умовами роботи на конкретному підприємстві, швидко і гнучко приймати управлінські рішення в залежності від впливу зовнішніх або внутрішніх чинників на своєму рівні. Разом з тим, на сьогоднішній день рівень теоретичних знань та практичних навичок, що отримують випускники ЗВО значно відстає від конкретних потреб вітчизняного бізнесу. Це зумовлено багатьма причинами, основними з яких є:

1. Сучасний стан вищої освіти є ілюстрацією розвитку за сценарієм path dependency (залежність від попереднього шляху), в якому інституційна модель, способи думання і дії попередньої системи постійно відтворюються в сучасних практиках. А повне копіювання іноземних методик не приносить бажаного ефекту, бо не враховуються національні особливості освіти [4, с.171-178].

2. Повільне впровадження сучасних технологій навчання (особливо інтерактивних). І до сьогодні в університетах ще використовується традиційна форма навчання, коли викладач читає лекцію, а студент записує. В той час, коли на сьогоднішній день найбільш сучасною є smart-освіта, заснована на використанні smart-технологій. Smart education (smart-освіта) – це гнучке навчання в інтерактивному навчальному середовищі за допомогою контенту зі всього світу, який знаходиться у вільному доступі, тобто, освітній процес переноситься в електронне середовище [4, с.171-178].

3. Необхідність оновлення матеріально-технічної бази ЗВО, яке складно зробити внаслідок недостатнього державного фінансування вітчизняної освіти.

4. Великий розрив у фінансуванні різних потреб освітньої сфери. Так, фінансування стипендій займає близько 31%, а капітальних видатків освітньої сфери лише – 0,3%.

3. Відбувається дисбаланс у фінансуванні підготовки фахівців у різних галузях. Так, вартість підготовки одного лікаря втричі менша, ніж вартість підготовки фахівця у вишах, підпорядкованих Міністерству культури [1].

4. Недостатнє фінансування наукових розробок що призводить до зниження рівня наукових досліджень, що виконуються ЗВО. В результаті питома вага науки в доходах ЗВО складає не більше 5-10%. Як наслідок такої тенденції вітчизняний бізнес відчуває гостру потребу у висококваліфікованих фахівцях, рівень і якість підготовки яких щорічно знижується і відстає від сучасних потреб бізнесу; вітчизняні заклади вищої освіти щорічно мають недобір вступників, які обирають кращі закордонні заклади освіти та потім працевлаштовуються закордоном, а їх випускники стикаються з проблемою працевлаштування та безробіття.

Одним з пріоритетних напрямів вирішення зазначеної проблеми є створення корпоративних університетів, які є сферою передачі, освоєння і перероблення новітніх знань і соціального досвіду між ЗВО та бізнесом. Корпоративний університет є приватним закладом, створення якого вимагає від власників бізнесу волі і бажання інвестувати у розвиток. Кожен корпоративний університет є унікальним закладом вищої освіти, який створюється в структурі материнської компанії підприємницької структури. Головною метою створення корпоративного університету є набуття персоналом підприємства саме тих знань, вмінь і навичок, що потрібні підприємській структурі для підвищення ефективності її функціонування, конкурентоспроможності та забезпечення сталого інноваційного розвитку. Його цілі і завдання залежать від виду діяльності підприємницької структури, а також обраного напрямку розвитку.

Корпоративний університет може бути:

- окремим підрозділом (дочірньою компанією, тощо) з власною структурою, що входить до складу підприємницької структури (наприклад Університет гамбургера корпорації McDonald's);
- віртуальною структурою з гнучкою організаційною структурою або без центра управління (наприклад, Intel University – корпоративний університет корпорації Intel).

Управління корпоративним університетом може здійснюватися: вищим керівництвом підприємницької структури, підрозділом з управління персоналом або її дочірньою компанією.

За формою управління корпоративні університети можуть:

- перебувати у повному управлінні корпорації;
- функціонувати у формі партнерської співпраці з традиційними університетами або бізнес-школами, наприклад SunUniversity (корпорації SunMicrosystems) та Каліфорнійського університету, DaimlerChryslerUniversity з Гарвардським університетом. Близько 2/3 корпоративних університетів мають такі партнерські зв'язки;
- перебувати під керівництвом консалтингової компанії, наприклад CorporateUniversityEnterprise, CyberU;
- функціонувати у формі підрозділу традиційного університету. Наприклад, BostonUniversityCorporateEducationCentre, який зараз називається CorporateEducationGroup (CEG) і був заснований у Бостонському університеті, є провайдером корпоративного навчання і консультативних послуг з управління проектами, бізнес-аналізу, управління бізнес-процесами, лідерства та менеджменту;
- функціонувати, як консорціум кількох компаній, наприклад, TalentAlliance (об'єднання корпорацій AT&T, DuPont, GTE, Johnson&Johnson) та LearnShare (GeneralMotors, OwensCorning та 3M) [2, с.142-146].

Навчальні програми корпоративного університету розробляються на основі цілей і задач, що ставить перед собою підприємницька структура. Наприклад, компанія «ShellOilCompany» створила в своїй структурі спеціальний центр з навчання персоналу «Shell LearningCenter». Навчальні програми центру тривають від декількох днів до декількох місяців. Працівники компанії постійно відвідують семінари, де їх вчать більш ефективним методам роботи. В межах навчальних програм всесвітньовідомої мережі магазинів «Wall-Mart» персонал вивчає додаткові суміжні спеціальності [5]. Прикладом багаторічної успішної співпраці між підприємницькою структурою та ЗВО є відкритий ще у 1961 році засновником корпорації McDonald's Реєм Кроком Університет гамбургера. У найпершому класі було 14 чоловік, тепер число випускників становить близько 275 000 по всьому світу. У відділенні Іллінойсу на даний момент працює 16 штатних викладачів, здатних вести викладацьку діяльність на 26 мовах. Кампус вартістю 40 млн доларів включає 17 класів, три кухні-лабораторії, лекторій на 300 місць і вісім кімнат для інтерактивного навчання[3]. Навчанням охоплені всі компанії, що входять в структуру McDonald's. Правильність вибору та реалізації такої стратегії підтверджує той факт, що компанія McDonald's ще у 1999 р. лідирувала на світовому ринку громадського харчування і досягла загального обсягу продажів у 35 млрд. дол. США. За останні 10 років обсяги продажів компанії щорічно збільшуються на 10% [5], а Університет гамбургера є популярнішим за Оксфорд та Кембридж.

В Україні перші корпоративні університети почали створюватися на початку 2000-х років. В той

період під корпоративним університетом розуміли невеликий навчальний центр, де слухачам пропонувалися управлінські програми від бізнес-шкіл або провідних бізнес-тренерів. Сучасні корпоративні університети – це не тільки навчальні заклади, а в першу чергу, інкубатори інноваційних ідей, які в разі їх успішності в подальшому можуть бути реалізованими самою підприємницькою структурою. На сьогоднішній день вітчизняний бізнес не активно інвестує в створення корпоративних університетів, що спричинено проблемами, які переживає великий та середній бізнес в Україні, а малий бізнес не має для цього фінансових можливостей. Однак, окремі вітчизняні підприємства, як наприклад «Нова пошта», активно і успішно використовують даний напрям діяльності.

Таким чином, корпоративний університет є сучасним інструментом інтеграції науки, освіти та бізнесу, результатом трансформації закладів вищої освіти під впливом активного формування глобального освітнього простору. Враховуючи стрімкі темпи розвитку нових технологій та перехід до економіки знань, де основним ресурсом є інформація та знання, можна вважати подібну модель перспективною та прогнозувати подальший розвиток корпоративних університетів як в світі, так і в Україні. У цьому зв'язку важливим є налагодження ефективної взаємодії та співробітництва між бізнесом та закладами вищої освіти з метою вдосконалення вітчизняної системи вищої освіти та підвищення її конкурентоздатності.

Література

1. Зміни у вищій освіті мають починатися з фінансів. – Режим доступу <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2113196-zmini-u-visij-osviti-maut-pocinatisa-z-finansiv-ekspert.html>
2. Лавриш Ю.Е., Литовченко І.М. Організаційні моделі корпоративних університетів у Сполучених Штатах Америки // Ю.Е. Лавриш, І.М. Литовченко. – Збірник наукових праць «Педагогічні науки». – LXXXII. Том 1. – 2018. – с.142-146.
3. Могиліна В. Університет McDonald's є популярнішим за Оксфорд., В. Могиліна. – Режим доступу: <https://studway.com.ua/universitet-mcdonalds/>
4. Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100–108.
5. Шацька З.Я., Прима В.С. Трансформація освітніх технологій у XXI столітті//З.Я.Шацька, В.С. Прима. – Вісник КНУТД. Спецвипуск. – 2018. – 395 с. – 6 с.
6. Шацька З.Я., Чубукова О.Ю. Підвищення кваліфікації кадрів підприємства в умовах невизначеності: статті / Ольга Чубукова, Зорина Шацька. – Актуальні проблеми економіки : [науковий економічний журнал] – Київ : НАУ, 2008. – №4 (82). – С. 171–178.