

Doi:10.3969/j.issn.1672-0105.2018.03.018

火热、困局与理性：企业大学的发展与研究探析

王耀章，邱旭光

(浙江工贸职业技术学院，浙江温州 325003)

摘要：企业大学作为一种新的教育实体，是适应知识经济发展的需要而产生的，其在服务于企业发展的同时，兼及社会服务并有加强的倾向。研究其发生、发展的规律，有助于促进企业大学的良性发展。在梳理企业大学发展历程与动因的基础上，探索其研究的主要范畴，以及发展与研究中存在的问题，归结业界的共识，具有重要的理论意义和实践意义。

关键词：企业大学；研究综述；范畴；问题；共识

中图分类号：G72

文献标识码：A

文章编号：1672-0105(2018)03-0074-05

Hreated, Difficult and Reasoning: Development and Research of Enterprise University

WANG Yao-zhang, QIU Xu-guang

(Zhejiang Industry & Trade Vocational College, Wenzhou, 325003, China)

Abstract: As a new educational entity, Enterprise University comes into being to meet the needs of the development of knowledge economy, serving not only the development of enterprise but also the community, which is inclined to be strengthened. Studying the law of its occurrence and development helps to promote the benign development of Enterprise University. On the basis of reviewing the development history and the cause of the act of Enterprise University, the paper explores the main category of its research and the problems during its development and research, before suming up the consensus of the industry, which is of importantly theoretical and practical significance.

Key Words: Enterprise University; research synthesis; category; problems

企业大学是高等教育或继续教育的一种新的教育形态，马克·艾伦将它定义为一种教育实体；同时它又是企业为实现自身战略的工具。基于后者，本世纪以来企业大学得到迅猛的发展，企业大学的大量举办在客观上又促成了前者的生成。在我国，企业大学的发展和研究出现：办学的火热、发展的困局、研究的理性这样一种发展态势。因此，如何廓清事实，透视本质，促进企业大学的良性发展，有必要对企业大学的发展与研究做一系统的梳理和分析。

一、企业大学发展的历程与动因

(一) 企业大学的发展

企业大学的发展与企业大学的研究相因相演，从生成主体而言，企业大学与传统大学不同，一个

为教会或其他多重主体，一个只能是企业；从发展形态而言，都是在发展中完善，在探索中生成。

有研究者把企业大学的形成最早追溯到1927年通用汽车公司的通用汽车设计和管理学院。但更多的研究把1956年通用电气成立的克劳顿维尔管理学院作为世界上第一所企业大学，而企业大学这个名称却是迪斯尼公司先使用（1955年）。1989年成立的摩托罗拉大学被认为是现代意义上的企业大学，此后，西门子、惠普、IBM、麦当劳等相继成立企业大学。在我国，海尔集团于1999年成立海尔大学，被业界公认为我国第一所企业大学。2002年金蝶集团成立金蝶大学，尔后联想、吉利、保诚、光明、康佳、春兰、海信、航天科技等国内一大批著名企业竞相成立企业大学。

收稿日期：2018-07-22

作者简介：王耀章，男，浙江温州人，硕士，浙江工贸职业技术学院助理研究员，主要研究方向：企业管理、知识产权；邱旭光，男，江西修水人，硕士，浙江工贸职业技术学院研究员，主要研究方向：教育管理、企业管理。

据不完全统计,在美国,企业大学发展极为迅速,1988年有400多所,1998年达到1000多所,两年后的2000年超过了1800所;世界发达国家的知名企业竞相建立自己的企业大学,世界500强企业有80%成立企业大学,至2006年发达国家的企业大学数已达到4200余所。^[1]按吴峰的调查结果,截止2015年针对美国140家企业的问卷调查显示:84%的企业已经设立或打算设立企业大学,且这些准备设立企业大学的企业中,有66%的企业其员工人数超过5000人^[2]。

国内企业大学发展同样迅速,《中国企业大学建设与运营深度调研分析报告》调查数据显示,到2013年我国企业大学数达到2000余所^[3],而2004年的有关调查结果显示,以中国企业500强中排名靠前的部分企业为样本,发现90%的企业仍然依赖企业的人力资源管理部门的培训部来进行企业员工教育,只有少数企业建立了企业大学^[4]。

企业大学的迅猛发展引发学术界的热切关注,沃尔顿(Walton)研究了企业大学的发展历程,认为第一代企业大学是培训中心的“升级版”;第二代企业大学是教育与人力资源开发的交合,并与传统大学开展合作,培训对象向企业外扩展;第三代企业大学发展成为组织的战略中心,并使组织发展为学习型组织。迪布特小组将企业大学的发展过程归结为:培训中心—学习中心—团队学习中心—团队企业学院—企业大学等五个阶段^[5]。袁锐镔则将企业大学的发展历程分为三个阶段:萌芽期、管理变革期、创建学习型组织期。他认为在美国,企业大学是高等教育的一种新型的办学模式,是传统教育机构的补充者,企业成为了教育者,企业大学这种教育形态的出现,意味着传统高等教育出现“竞争者”,在传统的教育体系中出现了一种新的力量。这种新型力量的出现,将对美国社会和高等教育形成某种冲击,并对世界各国高等教育改革和发展产生重大的影响^[6]。在知识资本时代,企业大学有可能在某些领域对传统高等教育产生替代。

(二) 发展动因追溯

企业大学的出现,主流观点归因于知识经济、组织变革、现代企业发展与企业学习的需要以及“新雇佣模式”的产生和终身学习的需要。但不同的研究者因研究视角的差异,对归因的分析各有侧重。

梁林梅,桑新民认为企业大学的发展是基于传

统大学教育与培训的不足及企业发展与信息化、组织学习的需要。由于科技革命和现代企业尤其是跨国公司的迅猛发展,促使企业对高技术技能员工产生需求,企业员工的培训受到高度重视,并且高端人才培养、高科技研发不再只是大学的“专利”,企业直接参与培训和研发成为企业的基本要求,企业大学正日益演变为企业新的智慧源泉^[7]。

吴峰、白银将企业大学发展的动因归结为企业人才需求和学校教育的缺位,并援引爱立信学院获得学位授予权作为证据^[8];并引沙姆(Sham)问卷调查和案例研究的结论,认为企业大学的设立是基于企业员工发展的需要,“企业大学的产生与人力资本理论、学习理论以及员工自我发展和管理等先进理念紧密相联^[9]”袁锐镔侧重于从组织理论视角予以归因,全球市场的激烈竞争和现代企业制度的形成,使得企业为适应全球化市场的需要而必须进行组织重构与再造,组织趋于扁平化;员工与企业的雇佣关系受到挑战,企业需要给员工提供学习与发展的机会,终身雇佣能力受到组织重视,企业变身为“教育者”,担负起在职继续教育的责任,企业大学成为企业在市场竞争中致胜的工具;受教育者由员工扩展至供应商、顾客和战略合作者^[10]。

二、研究的主要范畴

(一) 概念、内涵与功能定位

企业大学是一个发展性概念,随着企业大学实体的发展而不断发展,由于国外企业大学发展相对较为成熟,因此国内研究者大多以国外研究者和较为成熟的企业大学的定位作为企业大学概念的核心观念。

国内引用最多的知名企业大学研究专家是《企业大学:为企业培养世界一流员工》的作者珍妮·C·梅斯特和《企业大学手册》的作者马克·艾伦。前者将企业大学的核心定义于战略性、教育和开发员工、服务供应商和顾客;后者定义于借力个人与组织学习来实现组织目标的战略性工具,形态是一种教育实体。英国研究者李察·迪积(Richard Dealtry)则定义于组织学习和企业文化,服务于组织的专业管理。国内有两个代表性的界定:其一“企业在追求自我发展过程中所创造的一种新的学习体制和战略平台,以服务于企业的战略为根本。^[11]”其二“以为企业战略服务为宗旨,以员工、客户、供应

商、合作伙伴等为服务对象,以学习为主要内容,以提升学习者知识能力及提高企业绩效为目的的新型大学。^[12]两者都将“战略性”作为核心,也有学者从经济学、管理学、教育学视角予以定义,但均未做更深入的研究和证明。

企业大学的内涵多从举办者主体、教育对象、目的乃至师资等多维度予以研究。举办者为企业,否则即混同为其他形式的社会培训机构,且企业为投资方;对象为企业内部员工,延及供应商、顾客乃至合作伙伴,也因此使其功能、价值得到扩展,以服务于企业需要;目的则在于提升员工的受雇佣能力,建设企业文化,密切“员企”关系,提高企业竞争力,实现企业战略;师资则强调与传统大学的区分性。研究者和知名企业大学更强调企业大学的战略性,而实践中更多地体现为一种更规范化、规模化和“品牌意义”的培训机构,摩托罗拉大学成为了“知名”者典范。

企业大学的主要功能,普林斯和比弗(Prince & Beaver)归结为员工学习与发展、知识管理的工具、智慧中心与思想的营地。吴峰把它总结为八种基本功能:“员工学习、知识管理、智慧中心、组织变革、企业文化、资源整合、社会责任和企业道德”^[13]。吴红斌针对企业大学实践的定位研究更能代表现实的、习惯的理解,他采用ROST内容挖掘系统进行内容分析研究,结果显示为:培训、发展、战略和文化^[14],体现出企业明确的绩效目的和人力资本取向。如奥康大学定位为:教育、培训、发展、学习、研究,中国电信学院定位一个基地、4个平台。

(二) 组织建构与课程建设

企业大学组织建构的研究主要涉及组织架构、运营机制、核心职能、师资结构、课程研发、薪酬激励与财务制度等方面。如奥康大学设有培训管理部、教务管理部、课程研发部三大部门,领导力学院、财经管理学院、市场营销学院、研发设计学院、制造管理学院和电子商务学院六大学院;惠普大学建立惠普商学院等六大教育学习体系。在办学模式方面,大多根据企业自身特点,如企业内部独立办学,与高等院校合作,采用网络大学,也有的实行商业运作。

其中课程研发是核心。课程设计的研究主要体现在各企业大学的案例研究之中,突出特色、实

践、合理等原则。海尔大学根据企业发展的需要,围绕发展战略、竞争优势、技术创新、物流体系、财务管理、生产管理、市场营销等建立课程体系。摩托罗拉大学设立能力模型导向课程,课程设计体现多样化,如其业绩改善解决方案即包含有“六西格玛业务改进运动、企业领导力培训项目、企业管理培训课程、营销人员培训课程、企业供应链管理培训、学位培训项目”等^[15]。迪斯尼学院采用课程分层的方式设计,有学院课程、职业发展课程、迪斯尼探索课程等三大类,摩托罗拉大学则按企业文化、技能、技术和管理四个层次设计,其中突出企业文化,占到总课程数的1/3。

(三) 与高等教育之关联研究

企业大学与高等教育之关联方面的研究,少有关于其属性的深入研究,更多的是研究以企业大学为纽带开展校企合作,或与高等院校协同办学,以及企业大学办学对传统大学教育的经验借鉴。这类研究如《本土企业大学人才培养经验及其对高职院校的启示——以华为大学为例》、《基于企业大学的高职校企协同发展模式与关键环节》、《企业大学对高等教育创新发展的启示》、《企业大学人才培养模式对现代职业教育发展的启示》、《以企业大学为载体的校企协同育人模式研究》等等,多借重企业大学的实践价值,更多关注与高等职业教育的比较。

刘春雷提出要从高等教育视角开展企业大学的研究,认为我国高等教育实践和研究领域对企业大学的关注太少,重视不够,建议开展企业大学与传统高等教育的比较研究,探讨企业大学的价值、发展规律、组织属性、科学评价与发展趋势^[16]。袁锐铎运用高等教育学的理论对美国企业大学进行研究,以探索其高等教育“性征”,认为美国的企业大学能体现出现代大学的教学、科研、服务三大职能,具备“大学性”,对高等教育现代化具有促进作用。

(四) 案例研究

案例研究占据企业大学研究文献很大一部分,每一所企业大学都不会放弃任何一个传播自己的机会,它们的个案信息是海量的。由此也可以看出企业大学的研究是源于实践的,是由于企业大学的发展以及大量企业大学个案的集合而生成一个新的高等教育和继续教育现象。这些案例反应了企业大

学成长的方方面面,传播它们的理念和价值导向,介绍其组织建设、课程建设、管理、教学以及项目特色等丰富经验乃至存在的问题。如《企业大学的践行者、布道者和引领者——中国惠普大学的发展历程与优秀实践》介绍惠普理念,分享惠普实践,服务惠普使命,成就惠普品牌;《企业大学的运营模式及发展趋势——摩托罗拉大学的管理实践启示》介绍了摩托罗拉大学运营模式,也传播其六西格玛理念;华为大学作为本土企业大学范例,将传承文化、提升能力、汲取知识资产作为其战略定位;尼尔森大学的互联网+与变革;海信学院、海尔大学、阿里学院、中兴通讯学院、克劳顿维尔管理培训中心等均各具个性特征。这些个案研究发现,企业大学的建立以服务于企业为其战略目标。骑士商学院的案例研究显示其发展经历萌芽、发展和成熟三个时期,并经历动因分析、问题诊断、方案设计完善的演化历程。这一发展历程也同时体现企业大学的成长历程。

(五) 评估体系和战略评价研究

评估是企业大学研究的一个重要范畴,也体现出企业大学“企业主体性”的价值取向,投入-产出评价是企业的基本行为之一。企业大学评估一般从两个视角探讨:企业大学整体性评估和具体项目(培训)的评估。借鉴的评估理论或模型主要有柯克帕特里克四层次模型、柯氏改良模型、CIPP培训效果评估模型、平衡记分卡等。国外较为典型的研究有迪尔特里(Dealtry)设计了14个量化指标,圭尔奇(Guerici)借助利益相关者理论从行为绩效的视角构建了包含10个一级指标的企业大学培训评估体系,梅斯特设计了包含9个指标的“轴承模型”,美国培训与发展协会(ASTD)设计了9个指标,企业大学交流协会(CorpUXchange)设计了6个指标:战略性、合作联盟、品牌、学习项目、领导力、学习技术,麦特·巴尼(Matt Barney)则关注企业大学的投资回报率(《企业大学手册》)。国内研究专家吴峰对企业大学评估作了较为系统的研究,建立了基于场论的模型,包括12个一级指标和48个二级指标。2014年亚洲企业大学联合会发布《全球企业大学评价与评级标准》,设置47个指标;企业大学专业咨询机构凯洛格则逐年发布《凯洛格企业大学白皮书》。

战略研究也是一个重要的关注点。埃尔克勒斯(T.Elkeles)将战略性作为企业大学的主要特征,企业大学的教育目标服务于组织的战略需要,教育对象的学习、企业大学经营与评估等都围绕组织战略需要。吉利(J.W.Gilley)将战略性定位于人力资源开发,以组织绩效为评价目标。迪尔特里则将战略性分为四个阶段,从员工培训到人力资本概念的导入,旨在提升培训的专业性和目标性。

三、企业大学发展与研究中存在的问题

(一) 理论层面

缺乏扎实的理论支撑。企业大学的理论支撑均源于关联理论,如人力资本理论、终身学习理论、组织变革理论、学习型组织理论、知识管理理论、人力资源评价的有关理论等,缺乏自身“元理论”的建构。吴峰提出了企业大学发展的一些观点,其核心是创新,即:理念创新、管理创新、知识创新、网上学习,并提出了系统的基于场论的评估模型。但正如研究者自己所言,这只是主要的观点,还无法提升为企业大学的“元理论”。在这方面,梅斯特和马克·艾伦的研究也是如此。显示出企业大学的研究滞后于实践探索,而滞后的研究又制约着企业大学的发展。

企业大学的政策研究不够丰富。在知网文献检索中,专门针对企业大学政策进行的研究只发现1篇:吴峰的《企业大学发展的政策建议分析》。政策研究严重不足,同时也显示政策层面对企业大学缺少关注。吴峰建议社会“给予企业大学更多的理解和支持。……应该在法律上或者条例上明文将企业教育纳入我国终身教育体系之中,保障开展企业教育及企业大学有据可依。这样也便于从国家层面推动企业教育。”但该文的7条建议只有这一条是真正面向社会提出的“政策”建议,其余6条都是面向企业内部的呼吁。且这仅有的一条也缺乏深入具体的研究,政策目的模糊。

(二) 实践层面

企业大学属性与功能定位难以实现。国内企业大学数量增速很快,但大多数属于名称的更换,其基本属性或业务仍然局限于内部员工的培训,即将原来隶属于人力资源部门的培训类业务独立出来。有不少更名后的企业大学在硬件方面进行了“学院

式”建设,但在软件方面无法体现企业大学的功能定位,如战略支持、知识管理、组织变革、文化建构等。不少企业大学根据企业发展的阶段性需要,开展培训,学习计划缺乏战略性设计。一些依托高等院校成立的企业大学,面向社会招收收费制学院,最终发展为企业出资的民办高校;有些企业大学仅仅成为高校与企业合作平台,校企联合办学主要在于完成“订单式培养”的任务,而不是为了企业自身员工的学习与企业发展战略。

某些企业大学的课程开发滞后。表现为企业实践结合不够紧密,特别是在外聘师资与内聘师资共同开发课程方面结合度不够;企业高层对于企业大学的支持更多地出于“领导”,而不是参与;建立虚拟大学,但结合企业实践需要的E-learning课程特别是案例开发不够。知识管理被忽视,很少有企业大学设立专门的知识管理部门。企业内部讲师数量不足。据于向丽(2008)研究显示“仅有8%的国内企业内部培训讲师的数量超过其总讲师数量的70%,而在全球范围来看,越优秀的企业大学,愈能很好地开发企业内部讲师资源。”众多企业大学的评估比较简单,对项目培训和企业大学运营管理的评估缺乏系统性。凯洛格咨询专家指出,国内虽然成立的企业大学数量众多,但按照《凯洛格企业大学白皮书》的指标衡量,真正可称为企业大学的很少。

参考文献:

- [1] 梁林梅,桑新民.当代企业大学兴起的解读与启示[J].教育研究,2012(9):80-85.
- [2] 吴峰.企业大学:当代终身教育的创新[J].北京大学教育评论,2016(7):163-174.
- [3] 张建业.国内企业大学发展中的问题与策略[J].纳税,2017(10):182-183.
- [4] 邓瑞芳,武夷山.国外企业大学的发展经验对我国企业的启示[J].科学学与科学技术管理,2006(10):147-151.
- [5] 吴峰.企业大学研究的国际视野:概念、模型与趋势[J].开放教育研究,2014(2):67-73.
- [6] 袁锐镔,文金桃.试析美国企业大学的发展及其作用[J].比较教育研究,2002(9):51-56.
- [7] 梁林梅,桑新民.当代企业大学兴起的解读与启示[J].教育研究,2012(9):80-85.
- [8] 吴峰,白银.企业大学发展及趋势研究[J].高等工程教育研究,2012(4):83-89.
- [9] 吴峰.企业大学研究的国际视野:概念、模型与趋势[J].开放教育研究,2014(2):67-73.
- [10] 袁锐镔,文金桃.试析美国企业大学的发展及其作用[J].比较教育研究,2002(9):51-56.
- [11] 梁林梅,桑新民.当代企业大学兴起的解读与启示[J].教育研究,2012(9):80-85.
- [12] 吴峰.基于场论的企业大学模型[J].现代远程教育研究,2012(3):75-79.
- [13] 吴峰.企业大学研究的国际视野:概念、模型与趋势[J].开放教育研究,2014(2):67-73.
- [14] 吴红斌,吴峰.基于内容分析的企业大学定位研究[J].中国人力资源开发,2014(24):11-15.
- [15] 刘辉,潘娜.企业大学的运营模式及发展趋势[J].人力资源,2007(6):31-37.
- [16] 刘春雷,桑新民.高等教育视野中的企业大学研究[J].高等教育研究,2015(10):70.

四、业界的共识与展望

全球企业大学历经半个世纪的发展,我国企业大学近二十年的快速建立或更名,企业大学已经具有一定的规模,并成为高等教育或继续教育中的一个客观存在的现象,并将不断发挥它的作用。就像传统大学的发展一样,它是一个不断完善着的新生事物。企业大学的实践先于企业大学的研究而存在,是现实需要推动发展的一个教育实体。

企业大学在它的快速发展中存在着不足和矛盾,有学者将它定为“企业学习的创新”,这是一种审慎的表达。有学者认为企业大学具有走向独立的趋势,需要加强其管理咨询的功能,充分利用信息化教育技术,扩大和发展在线学习。基于企业大学发展与研究中存在的问题,业界提出了诸多近似的建议、策略或者设想。首要的是将其纳入终身教育建设体系,这是一个切近而较为现实的设想。加强企业大学培训计划与企业战略的结合,是体现企业大学核心价值并区别于一般企业培训中心的本质要求,由此需要企业高层的积极支持与参与,发挥企业大学知识管理的功能,参与大学的知识生产与传授。促进区域或全国性、行业性企业大学联盟的建立。加强与高等院校和科研机构的合作和资源共享,拓展企业大学在高等教育领域的功能,促进高等教育的多元化。

(责任编辑:金晓燕)