

Тема выпуска

II форум Международной ассоциации корпоративного образования «Корпоративные ценности: опыт лидеров» (21–22 мая)

ПЕРВОЕ СЛОВО

При поддержке:



Ольга Голышенкова

Генеральный директор
Международной ассоциации
корпоративного образования

«Тема ценностей является одной из ключевых в нашей работе...»

– В чём, на Ваш взгляд, значимость для профессионального сообщества темы корпоративных ценностей на сегодняшний день? Какие еще темы актуальны для корпоративных университетов и HR-департаментов компаний?

Необходимо понимать, что Международная ассоциация корпоративного образования является, с одной стороны, уникальным профессиональным сообществом отдельных личностей, которые имеют высокую экспертную репутацию в деловой и общественной среде. С другой стороны – офисом управления совместными инициативами (консорциумами) крупнейших российских и глобальных корпораций, органов власти и образовательных учреждений, направленных не только на программы обучения и развития персонала, но и на формирование определенных ценностей и установок – личностных, корпоративных, отраслевых, профессиональных, национальных, глобальных.

Именно поэтому тема ценностей является одной из ключевых в нашей работе. Находясь в контакте со

многими корпорациями национального и мирового значения, мы можем констатировать, что корпоративные ценности наиболее влиятельных игроков рынка все глубже проникают в жизнь конкретных людей и общества в целом, оказывают сильное влияние на личный выбор миллионов. Мы живем в эру транснациональных корпораций и глобального бизнеса и видим, что Россия переживает эпоху государственных корпораций и естественных монополий национального значения. Безусловно, было бы интересно проанализировать и понять, каким образом ценности глобальных корпораций сочетаются с ценностями национальных корпораций, в какую «химическую реакцию» они вступают с личностными ценностями, характерными для представителей различных поколений – X, Y, Z, и о чем полученные результаты наших исследований «говорят» в практической плоскости. Иными словами, нам не только крайне увлекательно, но и совершенно необходимо найти ответы на вопросы конфликта и взаимовлияния ценностей в современном бизнесе, обществе и найти те управленческие и HR-инструменты, которые необходимы для эффективной работы в условиях реалий настоящего времени.



*Замечательная возможность обменяться идеями
и изучить что-то новое*

Дон Принс, США

ПЕРВОЕ СЛОВО

Ольга Голышенкова, генеральный директор МАКО

– В 2013 году (по сравнению с опытом предыдущего года) Вы решили расширить целевую аудиторию мероприятия. С чем это связано?

Мы поняли, что не можем и не должны ограничивать свою целевую аудиторию лишь непосредственно корпоративными университетами – намного правильнее общаться и с представителями функциональных заказчиков (руководителей по производству, инновациям, финансам, коммуникациям и т.д.) и первыми лицами компаний, ибо именно они определяют бизнес-потребность, к которой привязаны разнообразные проекты корпоративных университетов. Мы, надо признаться, уже сделали попытку включения заказчиков от бизнеса в контекст и проблематику корпоративных университетов в 2012 году в рамках нашего первого форума, где директора корпоративных университетов представляли свои корпоративные истории в паре с соответствующим топ-менеджером или функциональным заказчиком. Вместе с тем, мы не хотели бы ограничиваться только участниками из бизнеса. Почти все наши инициативы в МАКО тесно связаны и с проблематикой развития регионов, с проблематикой национальных приоритетов, с позиционированием России на глобальной арене, с социальными проектами для «уязвимых» категорий населения, и, безусловно, с вопросами всех уровней образования. Поэтому мы считаем наш II ежегодный форум «Корпоративные ценности: опыт лидеров» совершенно открытой площадкой для дискуссии, на которую мы приглашаем всех заинтересованных лиц –

и из бизнеса (причем, не только крупного, но малого и среднего), и из органов федеральной и региональной власти, и из общественных организаций, и из образовательных учреждений.

– Насколько остро, на Ваш взгляд, «ощущается» на практике тема ценностей разных поколений в разных странах?

Моя личная гипотеза, которую, кстати, поддерживают большинство членов сообщества МАКО, – это то, что ценности разных поколений в нашей стране будут намного более контрастно и рельефно отличаться между собой, чем ценности разных поколений в других странах мира. Наши постоянные партнеры, Европейская школа менеджмента и технологий (ESMT, Германия), проводили в 2012 году свой ежегодный форум «Leading across generations», в рамках которого было сделано множество исследований по теории поколений, лидерству и ценностям в Западной Европе и Америке. Выводы наших зарубежных коллег оказались весьма интересны: большинство их гипотез о сильном влиянии ценностей того или иного поколения не подтвердились, зато обнаружили новые любопытные факты. Я почти уверена, что в России мы получим совсем другую картину. Думаю, нашим западным коллегам-партнерам форума из Германии, Голландии, США будет не менее интересно, чем нам, проанализировать ситуацию в России и проверить свои гипотезы о влиянии ценностей различных поколений в нашем социально-культурном контексте.



Сотрудникам корпоративных университетов важно сравнить свои достижения с успехами конкурентов или просто компаний той же отрасли

Мартин Симпкинс, Forward Networking (Испания)

ПЕРВОЕ СЛОВО

**Наталья Майер**

Директор международных программ Международной ассоциации корпоративного образования

«Мы сделали первый рывок для запуска ежегодной платформы обмена опытом...»

– Каковы главные результаты форума 2012 года?

Форум прошлого года стал первой международной площадкой обмена опытом для руководителей корпоративных университетов в России. Нас поддержали крупнейшие российские и зарубежные компании, такие как Росатом, Камаз, РусГидро, Банк ВТБ, Газпром, ArcelorMittal, ДТЭК, а также РЖД в статусе генерального партнера форума. Кроме того, событие получило поддержку Торгово-промышленной палаты РФ и Департамента образования города Москвы.

География форума была представлена как различными регионами нашей страны, так и странами ближнего и дальнего зарубежья. Более 80 участников работали совместно с российскими и зарубежными спикерами под руководством 10 модераторов над выявлением трендов и драйверов развития корпоративного образования в России и за ее пределами.

В рамках двухдневной конференции нам удалось реализовать нестандартные интерактивные форматы, которые гарантировали эффективный опыт коммуникационной и аналитической работы для каждого отдельного участника: создание ментальной карты, «рефлексия» через инструменты театра «Playback», написание бизнес-историй о своем профессиональном опыте в жанре сказки, легенды или мифа и т.д. В прошлом году мы сделали первый рывок для запуска ежегодной платформы обмена опытом между специалистами корпоративного обучения, HR-руководителями и лидерами компаний. Мы уверены: данная



платформа с каждым годом будет расти как количественно, так и качественно.

– В чём, на Ваш взгляд, инновационность форума-2013?

Мы будем говорить о корпоративных и индивидуальных ценностях – острой и актуальной теме для профессионального и гражданского общества России. Лучший способ диагностировать ценности различных поколений – это позволить их представителям встретиться на нейтральной площадке, свободно проявить личные качества в решении бизнес-задач и тем самым выявить общие принципы взаимодействия сотрудников разных возрастов, с разным опытом и на разных позициях в компании. Именно это и произойдет на форуме 2013 года: гипотезы о ценностях различных поколений, подкрепленные статистическими исследованиями фонда «Общественное Мнение», станут основой групповой работы с участием представителей поколений X, Y и Z.

Международный форум «Эволюция корпоративных университетов», состоявшийся 22–23 мая 2012 года, стал первой встречей лидеров российского корпоративного образования с зарубежными коллегами в рамках серии деловых мероприятий Evolving Corporate Universities.

Сайт I форума: www.ecu2012moscow.ru

Сайт II форума: www.makoforum.ru

Руководитель офиса по работе с партнёрами Наталья Македонская: mak@makonews.ru, (495) 788-37-41

Ценность должна быть в действиях, которые отражают то, что участники узнали на форуме.

Юзефа Фоссет, Вестминстерская бизнес-школа (Англия)

ВАЖНЫЕ НОВОСТИ

II форум Международной ассоциации корпоративного образования «КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ: ОПЫТ ЛИДЕРОВ»

21–22 мая 2013 года в Москве пройдет II форум Международной ассоциации корпоративного образования, в котором примут участие ведущие мировые эксперты в области корпоративного образования и HR, представители крупнейших российских госкорпораций и лидеры образовательного рынка.

Мероприятие организовано при поддержке Европейской школы менеджмента и технологий (ESMT, Германия), Нидерландской ассоциации корпоративных университетов (NSCU) и создателя Европейского сообщества корпоративного образования (ECLF) Роланда Дайзера.

Участники и гости обсудят новые концепции лидерства, «болевые точки», возникающие при взаимодействии представителей различных поколений в рабочей среде, методы эффективной трансляции корпоративных ценностей — как внутри компании, так и в отношениях с партнерами и подрядчиками. В числе ключевых вопросов — технологии работы с лидерами настоящего и будущего, управление корпоративной культурой, основанной на ценностях, теория и практика ценностно-ориентированного подхода, непрерывное обучение как ценность нового времени, а также привлечение, мотивация, удержание и развитие сотрудников поколений X, Y и Z.

Первый день форума откроет пленарное заседание с участием лидеров крупнейших российских компаний и мировых лидеров в области КСО, устойчивого развития бизнес-структур и формирования корпоративных ценностей. Далее гости мероприятия примут участие в интерактивных дискуссиях, в ходе которых у них будет возможность послушать выступления спикеров, а затем обменяться мнениями и опытом с ведущими экспертами.

Второй день будет целиком посвящен исследованиям и экспериментам в рамках проекта ForumLab: участникам предстоит применить свои концепции, теории и навыки в области трансляции корпоративных ценностей в различных ситуациях, а также проверить соответствие между корпоративными стандартами и личными установками у представителей разных поколений.

*«Я могу узнать, как мои
мнения соотносятся
с нуждами
бизнес-сообщества»*

Франциска Франк, ESMT (Германия)

Ключевые спикеры



Роланд Дайзер США

Признанный международный лидер в области корпоративного образования и развития, преподаватель, спикер, консультант, организатор профессиональных сообществ для топ-менеджеров.



Константин Коротов Германия

Профессор бизнес-школы ESMT, возглавляет Центр исследования развития лидерства. Получил докторскую степень (PhD) в INSEAD, где он также работал научным сотрудником и коучем. Является обладателем степеней магистра наук управления (MScinManagement) бизнес-школы INSEAD (Франция) и Нью-Йоркского Университета (NYU) (США).



Д-р Мартин Ф. Л. Радмакерс Нидерланды

Кандидат наук, бизнес-администрирование (университет Роттердама). Магистр, теория организации (университет Тилбурга). Бакалавр, электротехника (Гаагский политехнический университет). Член Правления Нидерландской ассоциации корпоративных университетов, а также управляющий директор международной исследовательской и консалтинговой компании «Центр стратегии и лидерства» — инновационного подразделения университета Роттердама. Обладатель обширного опыта в создании и управлении кастомизированными программами по обновлению, внедрению и оптимизации стратегий инновационного роста.

ГЛАВНЫЕ ЛЮДИ: КЛЮЧЕВЫЕ СПИКЕРЫ



Константин Коротов

Профессор
бизнес-школы ESMT

Германия

«Корпоративные ценности
служат ориентиром...»

— Насколько актуальна сегодня тема корпоративных ценностей в международном сообществе?

Тема чрезвычайно актуальна в современных организациях. В больших структурах, старающихся быть оперативными, принятие решений часто делегируется на самые различные иерархические уровни. Проконтролировать каждый шаг сотрудников невозможно, поэтому организациям приходится доверять своим людям. Последним нужны некие ориентиры, чтобы понимать, какие действия будут точно неприемлимы для компании, а где можно проявить свободу выбора. Корпоративные ценности служат и такими ориентирами.

— Ценности разных поколений лидеров... Как «работают» с этим крупнейшие западные корпорации сегодня?

Западные компании в очередной раз учатся работать в ситуации, когда среди работников — представители разных поколений, выросших с разными личными ценностями. Поскольку люди теперь работают дольше, вероятность потенциального недопонимания со

стороны людей разного возраста только возрастает. Одна из задач — помочь лидерам и сотрудникам ориентироваться в базирующихся на ценностях ожиданиях сотрудников, поддерживать диалог между поколениями и стимулировать работников разного возраста учиться друг у друга. Для этого нужно, по меньшей мере, вынести тему различий и общности представителей разных поколений, работающих в одной организации, на повестку дня высшего менеджмента, а также в программы обучения и развития. Представители разных поколений, оказавшиеся в ситуации «начальник — подчиненный» часто нуждаются в поддержке со стороны ментора или профессионального коуча, чтобы найти возможность продуктивного взаимодействия без подавления важных для каждой стороны ценностных ориентиров. Компании также вынуждены искать различные новые способы организации рабочего времени и пространства для создания комфортных условий работы сотрудников с разными потребностями.



Мартин Радмакерс

Член Правления
Нидерландской
ассоциации корпоративных
университетов (NSCU)

Нидерланды

«Людям сложнее поступиться ценностями,
чем нарушить правила...»

— Насколько актуальна тема корпоративных ценностей для бизнес-сообщества?

Корпоративные ценности — одна из самых обсуждаемых в профессиональной среде тем. Зачастую ценности, нормы, убеждения и цели компании находят отражение в корпоративной миссии и становятся формой «мягкого контроля» в организации: людям сложнее поступиться ценностями, чем нарушить правила.

— Как крупнейшие западные корпорации работают с ценностями разных поколений лидеров?

Для западных корпораций различия между поколениями лидеров, да и рядовых сотрудников тоже,

становятся серьезным вызовом. Дискуссиям на эту тему придают направление новые концепции, — например, «поколение Y», под которым подразумевают молодых, независимых, технически грамотных людей, «живущих» с социальными медиа. Для того, чтобы справиться с организацией эффективной работы представителей разных поколений, необходимы новые лидерские навыки — например, способность управлять группами кардинально отличающихся друг от друга людей.

— Каковы, на Ваш взгляд, значение и ценность предстоящего II форума Международной ассоциации корпоративного образования?

Я считаю, что самый действенный инструмент работы с важной проблемой — основанные на собственном опыте дискуссии о теории и практике корпоративного образования в разных компаниях и на различных рынках. Подобные практики не только помогут участникам форума определить путь дальнейшего развития своих компаний, но и помогут российскому бизнес-сообществу установить связи с мировыми экспертами в области корпоративного образования.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

**Дмитрий Тимофеев**

Контент-директор форума
Заместитель директора
по инвестициям ОАО «ДВЭУК»

«HR-сообщество пришло к осознанию необходимости управления корпоративными ценностями»

— Тема корпоративных ценностей... Почему сегодня она актуальна для российского рынка?

Это обусловлено тремя объективными процессами, которые происходят в российском бизнесе и обществе в целом: модернизация российских компаний; смена поколений на рынке труда; смена ценностей в HR-сообществе.

В настоящее время HR-сообщество России пришло к осознанию необходимости управления корпоративными ценностями. В отличие от политической сферы, где масштабные изменения только ожидаются, в российском бизнесе модернизационные процессы идут весьма активно. В качестве примеров можно привести масштабные изменения в Сбербанке и РЖД. При этом для успеха любой программы изменений критически важно сформировать у персонала соответствующие ценности, запустив процессы управляемой эволюции корпоративной культуры. Эта сложная задача в основном ложится на плечи HR-ов и корпоративных образовательных структур.

На российском рынке труда происходит смена поколений работников в связи с началом трудовой деятельности поколения Y. Специфика этого социального процесса в том, что ценности данного поколения весьма сильно отличаются от поколения X. Кроме того, необходимо учитывать малочисленность поколения Y, которая приводит к возможности диктовать свои условия работодателю (формируется рынок продавца). Вся система управления персоналом в российских компаниях должна будет кардинально измениться, чтобы стать привлекательной для поколения Y.

«Каждый чувствует себя в профессиональном сообществе не просто винтиком. Мы строим большой корабль»

Елена Русина, ООО «Газпром энергохолдинг»

Последним по счету, но не по важности процессом является изменение ценностей самого HR-сообщества. Это связано как с поколенческими сдвигами, так и с необходимостью ответа на вызовы времени. Перед HR-ами стоит задача занять место рядом с топ-менеджерами, став полноправными партнерами в создании и реализации корпоративной стратегии. Выполнение полного комплекса тактических задач по управлению персоналом становится необходимым, но недостаточным условием успешной деятельности российского HR.

— Форум 2013 года будет насыщен интерактивными форматами. Чем они интересны?

Интерактивные форматы будут сфокусированы на вопросах управления ценностями. Спецификой групповой работы является то, что в рамках смоделированных ситуаций участники Форума смогут в режиме реального времени попытаться управлять корпоративными ценностями. На достижение этой амбициозной задачи направлены все усилия Международной ассоциации корпоративного образования. К разработке методологии групповой работы привлечены авторитетные ученые и тренеры, специализирующиеся в вопросах ассессмента, теории поколений, организационной психологии. Кроме того, МАКО в сотрудничестве с фондом «Общественное мнение» проводит специальное исследование, направленное на выявление ценностей различных поколений. К участию в групповой работе на Форуме-2013 будут привлечены студенты вузов и профессионально-технических колледжей, что создаст возможность для реального взаимодействия HR-ов и поколения Y. Моделирование ситуаций по изменению тех или иных элементов корпоративной системы управления персоналом и оценка действий HR-ов с точки зрения ценностей различных поколений позволит выявить направления эволюции корпоративных ценностей российских компаний и четче обозначить задачи, стоящие перед HR-сообществом и корпоративными университетами.

