

Бурачек Ігор Володимирович
к.е.н., доцент
Житомирський державний
технологічний університет
Україна, м. Житомир

КОРПОРАТИВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В НАДАННІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Value, functions and tasks of the corporate university are disclosed. Stages of its implementation are listed.

Сучасна світова економічна система характеризується інтенсивними інтеграційними процесами. Серед національних економік найбільш схильними до інтеграції є високорозвинені економіки Європи, Північної Америки та Південно-Східної Азії. Важливість економічного співробітництва визначається як універсальна цінність, коли мова йде про стійкий розвиток демократичних суспільств [1]. Безперечним є той факт, що економічна інтеграція в рамках Європейського Союзу на теперішній час вже базується на фундаменті «економіки знань», функціонування підприємств при якій залежить від якості людського капіталу, при цьому для високотехнологічного виробництва головними ресурсами стають знання й інформація.

На теперішній час, такі суттєві зміни обумовлюють виділення освіти як важливого пріоритету в системі цілей як бізнесу, так і держави. Освіта сприяє розвитку наукоємної, інтелектуальноємної економіки, стає сучасним механізмом, що забезпечує випереджальне «виробництво» людського капіталу. Саме рівень розвитку ринку освітніх послуг у країні є одним з визначальних показників її конкурентоспроможності. Відповідно до вимог динамічної економіки, в якій все більше значення має креативність персоналу, у сучасній освіті ціниться актуальність знань та самостійність мислення.

Поява великих навчальних центрів, які одержали назву корпоративних університетів, пояснюється, зокрема, необхідністю збирання, уніфікації та накопичення знань, що притаманні людським ресурсам компаній у географічно розподілених та транснаціональних корпораціях. Перший корпоративний університет було засновано у 1961 році в компанії McDonald's з метою навчити персонал ресторанів швидкого харчування у всьому світі єдиній методиці ведення бізнесу. Подальший розвиток корпоративних університетів пояснюється загостренням конкуренції в умовах глобалізації економіки. Тому основне зростання кількості корпоративних університетів відбулось протягом 90-х років ХХ століття. За даними компанії Corporate University Xchange, число таких університетів за цей період збільшилось в 4 рази [3].

Функціями корпоративного університету є не тільки передача знань, необхідних для роботи в певній компанії, а й формування корпоративної культури. Спеціалізовані знання та координація дій їх носіїв, необхідні для успішного функціонування у сучасній економіці, вимагають злагодженої співпраці у групах. І, пов'язуючи себе з цими групами, їх учасник приймає чи підкоряється їх цілям, отримуючи натомість частину їх сили та впливу. В цьому контексті, корпоративний університет має слугувати цілі гармонізації індивідуальних та колективних цілей, прищеплюючи персоналу компанії її внутрішню ідеологію, корпоративну бізнес-культуру. Таким чином, корпоративний університет – це структурний підрозділ компанії, який формує її внутрішню ідеологію, забезпечує підвищення освітнього рівня персоналу і є розробником стратегії розвитку.

Основним завданням корпоративного університету є навчання персоналу компанії-засновника, хоча в останній час проявляється тенденція до надання освітніх послуг зовнішнім споживачам. Крім цього, корпоративні університети відіграють важливу роль у переході від мотивування працівників за допомогою матеріального винагородження до мотивування за допомогою ототожнення індивідуальних і корпоративних цілей. Як показав Дж. Гелбрайт [2], мотивація ототожненням та пристосуванням цілей є атрибутом постіндустріального суспільства і є більш вигідною для підприємства, ніж грошова форма.

Організаційно корпоративний університет може бути як аутсорсинговою структурою, тобто самостійною бізнес-єдиницею, так і інсорсинговим підрозділом в структурі підприємства. В першому випадку підприємство забезпечує координацію виконання освітніх програм у зовнішнього постачальника освітніх послуг: університеті, закладі післядипломної освіти та/або підвищення кваліфікації. В другому випадку освітній підрозділ є повноцінним навчальним комплексом із власним матеріальним та кадровим забезпеченням. Як правило, чим більше компанія, тим організація корпоративного університету ближче до другого варіанту.

Впровадження корпоративного університету в компанії має виконуватись в декілька етапів: *усвідомлення необхідності підвищення освітнього рівня персоналу компанії; аутсорсинг освітніх послуг; пошук партнерів для організації навчання персоналу; співпраця із університетами або бізнес-школами у формі організації спеціальних курсів саме для цієї компанії – корпоративних програм; перехід до інсорсингової структури корпоративного навчання; заснування корпоративного університету; усвідомлення необхідності підтримання корпоративного духу; використання інтелектуального потенціалу корпоративного університету для визначення напрямків розвитку компанії.*

Отже, з вищезазначеного можна зробити висновок, що впровадження відповідного досвіду надання освітніх послуг може бути корисним для України, адже сучасність вимагає нових підходів у всіх сферах діяльності, в тому числі у наданні освітніх послуг. В цьому контексті, корпоративні університети, можуть стати закладами, заснованими з метою надання не тільки теоретичних знань, а також передачі практичного досвіду та новітніх досягнень компанії.

Список використаних джерел:

1. Бузько И.Р. Реализация новых образовательных программ в контексте расширения евроинтеграционных процессов / И.Р. Бузько, В.Л. Бабаевская // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сборник научных трудов. – Донецк: ДонНУ, 2004. – С. 37–39.
2. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 602 с.
3. Greenberg R. Corporate U. Takes the Job Training Field // Techniques. – 1998. – October.