

КОРПОРАТИВНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ КЛАСИЧНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ: ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглядається класичний університет як корпорація, характеризується корпоративна освіта персоналу університету. Для визначення стратегічних завдань корпоративного навчання виділено цільові групи персоналу: академічний, науковий, адміністративно-управлінський, навчально-допоміжний, інженерно-лаборантський, бібліотечний.

Ключові слова: корпоративна освіта, корпоративний університет, персонал ВНЗ.

Постановка проблеми. Темпи розвитку людства загалом та сучасної економіки зокрема висувають нові вимоги щодо рівня кваліфікації персоналу організації, тому необхідність пошуку нових форм підготовки фахівців стає надзвичайно актуальною.

Питання корпоративного навчання та функціонування корпоративних університетів розглядали А.С.Мінзов, Б.М.Корбель, Є.В.Пахомова, І.Г.Попова, Н.І.Федосов.

Метою публікації є визначити зміст понять «корпоративна освіта» та «корпоративний університет» і розглянути правомірність уживання терміну «корпоративна освіта» персоналу класичного університету.

Виклад основного матеріалу. Швидке «моральне зношення» професійної кваліфікації зумовило потребу постійного оновлення загальнонаукових і спеціальних знань [7, с. 65]. У цьому зв'язку першочергового значення набуває економічно вигідна форма розвитку персоналу як організація навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації безпосередньо на підприємствах, тобто корпоративна освіта.

А.С. Мінзов та Є.Н. Черемсіна визначають корпоративну освіту як систему навчання персоналу корпорації: від рядового працівника до топ-менеджменту, що дозволяє забезпечити ефективну підготовку персоналу з певною метою і сприяє досягненню місії корпорації; як систему накопичення і трансляції (передачі) різного роду знань: економічних, технологічних, виробничих, організаційних знань в галузі корпоративної культури, професійно-етичних, управлінських та інших для ефективного досягнення поставлених перед корпорацією цілей. Тобто корпоративна освіта – це індивідуальний «продукт», який налаштовується на конкретні вимоги і завдання, які навряд чи можуть транслюватися з однієї системи корпоративної освіти в іншу організацію [5, с. 63].

Основним інструментом реалізації стратегії навчання і розвитку персоналу організації є корпоративний університет. Називаючи корпоративну або внутрі-фірмову систему навчання корпоративним університетом, більшість науковців пропонуює з обережністю використовувати термін «університет», який передбачає певну інституціональну та функціональну наповненість, оскільки законодавча база не передбачає такі освітні заклади [6, с. 60].

Корпоративним університетом називають систему корпоративного навчання в різних організаціях та на підприємствах. У багатьох країнах світу сьогодні корпоративні університети є найважливішим елементом освіти і корпоративної культури. Ідея корпоративних університетів зародилася в

1960-х рр. у компанії швидкого харчування (McDonald's). З метою адаптації випускників шкіл МВА компанія організувала власний освітній центр «Університет Гамбургер» (Hamburger University). У Росії ідею корпоративного університету на початку 1990-х рр. поширили великі західні корпорації. В Україні цей процес розпочався пізніше:

- у 2003 р. ПриватБанк спільно з Києво-Могилянською Бізнес-Школою відкривають ПриватУніверситет;
- на початку 2006 р. «Beeline» впровадив в Україні масштабний проект корпоративного навчання «Білайн Університет»;
- у 2006 р. банк «Фінанси та Кредит» відкриває Корпоративний Університет;
- з 2007 р. починає діяти Корпоративний університет УМС;
- 2008 р. у МІМ-Київ відкрився корпоративний університет для співробітників підрозділу Bayer HealthCare компанії «Байер», які працюють на фармацевтичному ринку;
- ЗАТ «Сьогодні Мультимедіа» звернулася до внутрішніх ресурсів і організувала корпоративний університет у 2009 р.;
- 2010 р. розпочав роботу корпоративний університет (академія) ДТЕК – енергетичної компанії, яка входить до складу фінансово-промислової групи «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ).

Сьогодні практично кожна велика корпорація має освітні центри, що розвиваються і функціонують в її інтересах.

Науковці звертають увагу на наявність ознак, які характеризують цей освітній процес як корпоративну освіту: спрямованість на певну цільову групу – співробітників компанії або співробітників галузі та наявність єдиної стратегії розвитку компанії, що передбачає формування єдиної концепції розвитку персоналу цієї компанії. Вужче розуміння корпоративного університету – як системи підготовки молодих фахівців у профільних ВНЗ на 3-4 курсах за спеціально розробленими програмами навчання, що враховує специфіку і почасти корпоративну культуру компанії [6, 60].

Загалом корпоративний університет визначається як система корпоративного (внутрішнього) навчання, об'єднана єдиною концепцією в рамках стратегії розвитку організації і розроблена для всіх рівнів керівників та фахівців [3, с. 8].

Проте існує і ширше визначення корпоративної освіти і корпоративного університету. Б.М. Кербель, І.Г. Попова, М.І. Федосов вважають, що сьогодні корпоративна освіта вийшла за рамки визначення системи навчання персоналу корпорації, у більшості випадків її можна отримати, здобуваючи професійну освіту в будь-якому навчальному закладі. При цьому зацікавлена галузь не обов'язково створює власні освітні структури, а може виступати замовником і споживачем потрібних фахівців. Саме поняття «корпоративний» може означати не тільки «корпоративний навчальний заклад», зокрема університет, але і «корпорація навчальних закладів», маючи в своїй назві словосполучення «корпоративний університет» [2, с. 50-51].

Науковці пропонують вважати корпоративним будь-який навчальний заклад (або структуру всередині його, наприклад факультет), який реалізує освітні програми підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації для і на замовлення певної галузі промисловості, науки, а також в інтересах державних, регіональних або муніципальних органів влади [2, с. 56].

Проте, на нашу думку, про таке розширення поняття «корпоративна освіта», надто в Україні, говорити ще зарано. Підготовку і перепідготовку фахівців відповідного рівня, задоволення потреб особи в поглибленні і розширенні освіти реалізує вища професійна освіта, головна відмінність якої від корпоративної освіти полягає в тому, що остання проводиться всередині корпорації за рахунок самостійного фінансування, не залежить від державних освітніх стандартів і має практичне спрямування на розвиток бізнесу шляхом спеціального навчання співробітників корпорації різного рівня [4, с. 5].

Сьогодні можна говорити про взаємний вплив та конкуренцію професійної і корпоративної освіти. В університетах з'являються корпоративні освітні структури, що свідчить про змістові зміни в попиті на освіту в бік її більшої професіоналізації. Цей конкурентний тиск на класичні університети з боку корпорацій призводить до того, що інститути вищої освіти перестають бути особливими соціальними інститутами, на них поширюються ті самі правила, які існують для ринкових виробничих і комерційних підприємств. У сучасних умовах найбільш актуальним є пошук інноваційних форм освітньої і наукової діяльності класичного університету, а також взаємовигідних форм його взаємодії з бізнесом. Однією з таких форм, як свідчить світова практика розвитку ефективних систем освітніх структур, може бути альянс корпоративного університету з традиційними навчальними закладами [6, с. 59].

Класичні університети та їх об'єднання на думку вчених-соціологів, є корпораціями, риси яких помітні в таких ознаках університету, як:

- інституціональна і організаційна стійкість (ВНЗ частково сам розвиває стандарти діяльності і власну структуру);
- певна вузька сфера діяльності, специфічність продукту (наука і вища освіта в конкретних спеціальностях);
- володіння кадровими та інформаційними ресурсами, що становлять основу корпоративного капіталу, нарощування якого залежить від становища в галузевому конкурентному середовищі (в регіональному, національному або міжнародному масштабі);
- локальний і мережевий характер діяльності університету;

- відносна спільність інтересів та соціально-економічного становища більшості співробітників, що залежить від конкурентного середовища і клієнтської бази, яка формується навколо університету;
- ієрархічна соціальна організація численного персоналу, при якій можливе «зміщення цілей» – розбіжність в інтересах керівного ешелону і маси рядових співробітників.

Додаткова ознака університету як корпорації – його прагнення до укрупнення і зростання, поглинання залежних організацій [1, с. 107].

З огляду на розуміння університету як корпорації варто говорити про корпоративну освіту персоналу ВНЗ. Зважаючи на неоднорідність персоналу університету, питання його корпоративного навчання набувають особливого значення. Корпоративна освіта персоналу університету має сприяти процесу безперервного удосконалення управління та розвитку ВНЗ в цілому.

Організація корпоративного навчання в межах університету повинна спрямовуватися на конкретну цільову групу (академічний, науковий, адміністративно-управлінський, навчально-допоміжний, інженерно-лаборантський, бібліотечний персонал тощо), яка і визначатиме стратегічні завдання такого навчання.

Корпоративне навчання різних категорій працівників може бути реалізоване в межах класичного університету. Специфічні ознаки класичного університету, такі, як фундаментальна підготовка фахівців з різних галузей науки, переважання в науковій роботі частки фундаментальних досліджень, здатність до формування і поширення морально-культурних цінностей тощо зумовлюють особливий підхід до корпоративного навчання персоналу.

Головними ознаками, які характеризують процес навчання персоналу як корпоративну освіту, є:

- спрямованість на співробітників університету;
- наявність єдиної стратегії розвитку, якій і має підпорядковувати корпоративне навчання працівників;
- унікальність корпоративних програм навчання, покликаних вирішувати конкретні вимоги і завдання, що стоять перед співробітниками ВНЗ.

Висновок. Розвиток персоналу через корпоративну освіту, інструментом реалізації якої є корпоративний університет, – є найважливішим елементом стратегічного управління організацією.

Подальший напрямок дослідження полягає в актуалізації рівня компетентності працівників; у визначенні напрямку розвитку персоналу класичного університету відповідно до загальної стратегії розвитку; в окресленні цілей і змісту корпоративного навчання персоналу класичного університету.

Список використаної літератури

1. Иванов С.В. Университет как региональная корпорация [Текст] / С.В.Иванов, А.М.Осипов // Социологические исследования. – 2004. – № 11. – С. 105-110.
2. Кербель Б.М. Корпоративные университеты в системе профессионального образования [Текст] / Б.М.Кербель, И.Г.Попова, Н.И. Федосов // Открытое образование. – 2005. – № 3. – С. 50-56.
3. Корпоративные университеты в российской и зарубежной практике [Текст] – М.: Ассоциация менеджеров, 2002.
4. Минзов А.С. Высшее профессиональное и корпоративное образование: парадигма взаимного влияния [Текст] / А.С. Минзов. – М.: МЭИ, 2008.
5. Минзов А.С. Корпоративные университеты: проблемы создания и тенденции развития [Текст] / А.С.Минзов, Е.Н. Черемисина // Вестник Российской академии естественных наук. – 2008. – Т. 8. – № 1. – С. 63-70.
6. Пахомова, Е.В. Корпоративные университеты в системе российского образования (результат социологического исследования) [Текст] / Е.В.Пахомова // Человек и образование. – № 7. – 2006. – С. 59-64.

7. Юнацкевич, Р.И. Социально-экономическое развитие и образование взрослых [Текст] / Р.И.Юнацкевич // Человек и образование. –СПб.: ИОВ РАО, 2009. – № 2. – С. 63-75.

О.В.Жихорская

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

**КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КЛАССИЧЕСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ:
ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В статье рассматривается классический университет как корпорация, характеризуется корпоративное образование персонала университета. Для определения стратегических задач корпоративного обучения выделены целевые группы персонала: академический, научный, административно-управленческий, учебно-вспомогательный, инженерно-лаборантский, библиотечный.

Ключевые слова: корпоративная образование, корпоративный университет, персонал вузов.

O.V.Zhykhorska

Kyiv National University named after Taras Shevchenko, Kyiv

**CORPORATE TRAINING OF CLASSICAL UNIVERSITY STAFF: CONCEPTUAL AND
TERMINOLOGICAL DISCOURSE IN THE CONTEXT OF MANAGEMENT**

The present article dwells on a classical university as a corporation, characterized by corporate education of the university staff. To determine the strategic problem of corporate training the following target groups of staff are singled out: academic, scientific, administrative, manager, educational support, engineering and staff.

Key-words: corporate training, corporate university, university staff.