

(головний редактор) та ін. – Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка. – 2017. – Вип. 4/36. – С. 177-185.

3. Mukan N. Post-secondary and higher education of indigenous peoples in Canada: historical, social, economic, cultural, family-related, and individual barriers / Nataliya Mukan, Mariya Zapotichna, Svitlana Kravets // Ukrainian Journal of Educational Research. – 2016. Vol. 1, Issue 1. – P. 39-43.

4. Raham H. Raham H. Best Practices in Aboriginal Education: A Literature Review and Analysis for Policy Directions / H. Raham. – Office of the Federal Interlocutor, Indian and Northern Affairs Canada. – 2009. – 104 p.

5. Statistics Canada. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statcan.gc.ca/eng/start>.

6. The Canadian Encyclopedia <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/>.

7. The State of Aboriginal Learning in Canada: A Holistic Approach to Measuring Success/ Canadian Council On Learning. – 2009. – 78 p.

Носуліч Г.А.

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

КОРПОРАТИВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ: ДО ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО ОКРЕСЛЕННЯ

Глобалізаційні процеси, а також постійні політичні, економічні та соціальні зміни, що відбуваються в суспільстві, зокрема розвиток ринкових відносин, безперервний потік інформації, спонукають сучасну людину навчатися впродовж життя. У зв'язку з цим прослідковуються закономірні процеси збільшення частки творчої та інтелектуальної праці, зростання обсягу наукового знання та інформації, які застосовуються у виробництві. У цьому контексті особливої актуальності набуває питання корпоративної освіти, яка є економічно вигідною формою розвитку персоналу і здійснюється виробничими структурами з метою навчання, перепідготовки й підвищення кваліфікації працівників.

Система навчання в корпоративних умовах найкращим чином реалізовується через корпоративний університет. До визначення поняття «корпоративного університету» вдавалося багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Корпоративні університети можуть мати різні масштаби та носити різні назви. До прикладу, Гольшенкова дає таке визначення цього поняття: «корпоративний університет – вибудована система внутрішньофірмового навчання, об'єднана єдиною концепцією і методологією, розроблена для всіх рівнів керівників і спеціалістів в рамках ідеології і стратегії розвитку компанії, а також задач, що стоять перед її окремими структурними підрозділами» [1, с. 28]. Литовченко називає корпоративний університет «найбільш прогресивною формою корпоративної освіти» [3, с. 74].

Жанн Майстер (Jeanne Meister) вважає, що корпоративні університети засновуються в тих компаніях, які надають перевагу освіті працівників, а не звичайній підготовці, у зв'язку з виникненням економіки знань і визначає

«корпоративний університет» як «...централізований, стратегічний узагальнюваний термін на позначення освіти і розвитку працівників...», який є основним засобом для поширення корпоративної культури і посилення розвитку не лише вміння виконувати певну роботу, але й таких основних навиків на робочому місці, як вміння навчатися, лідерство, креативне мислення, вирішення проблем [8, с. 38].

Красношарпа вважає, що доцільно розрізняти корпоративний університет і навчальний центр, оскільки «створення корпоративного університету можливо є доцільним лише для тієї організації, яка вже сформувала власну ефективну корпоративну культуру й чітко визначила мету бізнесу та стратегічні завдання розвитку» [2]. Навчальний центр не відповідає стратегічним баченням компанії і, відповідно, не виконує функції підтримання корпоративної культури. Науковець виділяє такі основні причини виокремлення корпоративного університету в структурі організації: – необхідність реалізації нової бізнес-стратегії; – адаптація нових співробітників та втримання цінних кадрів; – зміцнення і розвиток корпоративної культури з метою приведення у відповідність цілей і принципів корпорації з цілями і цінностями працівників. Таким чином навчання в корпоративному університеті цінне тим, що у випускників виробляється єдина управлінська мова, взаєморозуміння, культура колегіального прийняття рішень [ibid.].

Кетер (Margaret Kaeter) виділяє три основні організаційні моделі корпоративних університетів: класична модель, освітній портал, адаптоване навчання (Classic, Education Portal and Tailored Training). Класична модель розуміється як фінансування навчання працівників в корпоративних університетах та проходження ними стандартних програм цих закладів. Тобто працівник повинен вступити на програму на конкурсній основі, виконати відповідні вимоги щодо кредитів, завершити навчання, здобувши певний ступінь. Інколи таке навчання проходить дистанційно. Класичну модель також називають гібридною. Використання такої моделі заохочує корпоративні університети надавати освітні послуги не лише спеціалістам певної компанії, а й зовнішнім особам, які є її потенційними майбутніми працівниками. Через освітні портали корпорації співпрацюють із традиційними університетами чи зовнішніми тренінговими центрами для забезпечення навчання працівників через он-лайн курси. Така модель корпоративного університету пропонує працівникам «суміш курсів, розроблених традиційними університетами, постачальниками комерційних курсів та персоналом з навчання самої компанії» [6, с. 119]. Модель адаптованого навчання – тандем корпоративного і традиційного університетів в розробленні курсів для задоволення конкретної навчальної потреби.

Лестер (Lester) зазначає, що термін «корпоративний університет» взаємозамінний із такими термінами, як Віртуальний університет, Корпоративна бізнес-школа, Навчальний центр тощо [7]. Важливим в цьому випадку являється не назва, а філософський підхід компанії і сприйняття нею такої інституції як важливої складової покращення і полегшення навчання та розвитку працівників. Фрезіна (Fresina) [5] вважає, що основною рисою корпоративного університету є його спрямованість на досягнення цілей і

дотримання пріоритетів організації, а не традиційні підходи до навчання і розвитку, націлені на задоволення індивідуальних потреб. З цієї позиції впливає більш широке визначення поняття «корпоративний університет»: «функціональний офіс чи відділення, яке стратегічно орієнтоване на інтегрування розвитку людей як особистостей з їхнім виконанням обов'язків як команди і в кінцевому результаті – як організації: через зв'язки з постачальниками, проводячи дослідження широкого спектру питань, покращуючи поширення знань і будучи провідною ланкою в розбудові лідерської команди» [9, с. 128].

Світлана Сичова пропонує розглядати корпоративний університет в різних площинах. Концептуально – корпоративний університет це інноваційна бізнес-модель, яка інтегрує розвиток працівників з розвитком самої компанії. В площині компанії корпоративний університет виступає окремим підрозділом, що забезпечує навчання працівників відповідно до стратегії корпорації. Стосовно інтересів компанії, корпоративний університет – найпрогресивніша форма навчання персоналу [4].

Литовченко пропонує розглядати корпоративний університет і в соціальному аспекті, «адже він бере на себе зобов'язання виконувати важливу соціальну функцію надання неперервної професійної освіти працівникам корпорації, а також здійснює навчання таких категорій працівників, як клієнти, покупці та поставники компаній, таким чином реалізуючи їхню основну потребу в навчанні протягом життя» [3, с. 74].

Отже, сутність поняття «корпоративний університет» не є докінця визначеною. Такі організації можуть існувати у найрізноманітніших формах, функціонувати під різними назвами та включають в себе широкий спектр освітніх, навчальних, та розвиваючих видів діяльності, направлених на ефективне навчання працівників всередині відповідної компанії.

Список використаних джерел:

1. Голышенкова О. Перспективы развития корпоративного образования // Менеджер по персоналу. – 2008. – № 4. – С. 26-33.
2. Краснопашка В.В. Корпоративні університети у системі професійного навчання та розвитку персоналу [електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2013. – № 12. – Взято з <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2590>.
3. Литовченко І.М. Корпоративна освіта у Сполучених Штатах Америки: теорія і практика: монографія / І.М. Литовченко; Національна академія педагогічних наук України, Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих // Київ: Б.А. Сладкевич, 2017. – 399 с.
4. Сычева С. М. Условия и факторы создания корпоративного университета // Вестник университета. – 2008. – Т. 9, № 1. – С. 31-37.
5. Fresina A. The Three Prototypes of Corporate Universities // The Corporate University Review, Jan / Feb. – 1997. – Retrieved from http://ekw.phpwebhosting.com/pdf/3_Prototypes.pdf.
6. Kaeter A. Virtual cap and gown // Training. Volume 37. – № 9. – 2000. – P. 114-122.
7. Lester T. Degree Culture // Human Resources. – March. – 1999. – P. 74-78.
8. Meister J. Ten Steps to Creating a Corporate University // Training and Development. V. 52, № 1. – 1998. – P. 38-43.
9. Rademakers F. M. Corporate Universities. Drivers of the Learning Organisation // London and New-York: Routledge, 2014. – 156 p.