

**Олена Харчишина, к.е.н, доцент, докторант**  
**Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна**

## **КОРПОРАТИВНИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЦЕНТР: ФУНКЦІЇ ТА РОЛЬ У ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ**

Формування організаційної культури, яка буде орієнтована на інновації, відповідальне ставлення до споживачів і постійне самовдосконалення кожного члена організації неможливе без організації тих чи інших форм навчання персоналу. У зв'язку із цим вагоме значення має створення корпоративних навчальних центрів, які покликані забезпечувати не лише передачу необхідних працівникові знань і навичок. Таким чином, формування організаційної культури та розвиток корпоративного навчання є взаємодоповнюючими процесами і невід'ємними умовами забезпечення сталого розвитку та довгострокової ефективності підприємств.

В сучасному світі поширюється тенденція щодо того, що навчання і підвищення кваліфікації персоналу все в більшій мірі стає турботою самого підприємства. Ця практика поширюється з таких причин: 1) на відміну від самостійного підвищення кваліфікації працівником, система корпоративного навчання дає саме ті знання і навички, які є важливими для розвитку конкретного працівника з точки зору роботодавця; 2) в умовах внутрішньо корпоративного навчання контроль за якістю засвоєння знань є надзвичайно високим; 3) ефективність використання часу на навчання є високою, а витрати часу меншими, так як учбовий процес здійснюється в умовах підприємства і, в окремих випадках, прямо на робочому місці; 4) внутрішньо корпоративне навчання тісно пов'язане з умовами і особливостями конкретного підприємства, а тому одержані знання мають більшу практичну цінність; 5) вагомою складовою внутрішньо корпоративного навчання, незалежно від тематики, є передача знань про цінності, традиції, філософію діяльності підприємства; пізнання глибинних основ корпоративної культури прискорює

адаптацію нового персоналу, мотивує підвищує лояльність найманих працівників.

Важливе значення внутрішньо корпоративного навчання спонукає підприємства створювати спеціальні підрозділи (відділи, центри, департаменти, університети, школи та ін.) з метою організації та обслуговування учбового процесу. Перші корпоративні університети з'явилися в США на початку минулого століття, вони створювались як підрозділи крупних компаній. Найбільш відомими з перших навчальних центрів були підрозділи, створені в 30-х роках минулого століття компанією Motorola та в 60-х – компанією McDonald's [1]. На сьогодні, майже кожна велика корпорація Європи та США має свій навчальний центр.

В загальному вигляді метою створення корпоративного навчального центру є підвищення ефективності бізнесу за рахунок системного розвитку знань і компетенцій найманих працівників. Ця мета досягається за рахунок реалізації наступних цілей: 1) передача працівникам необхідних знань, умінь, ділових якостей; 2) формування і підтримка організаційної культури; 3) мотивація і підвищення лояльності персоналу; 4) створення позитивного іміджу компанії. «Корпоративний університет ... тісно пов'язаний з формуванням політичної, культурної та освітньої стратегії компанії. Він також зберігає її цінності, є центром змін та інновацій» [3, с.145]

Корпоративний навчальний центр покликаний виконувати такі функції (в т. ч. частину функцій підрозділу з управління персоналом): 1) навчальна – навчання персоналу певних знань і навичок, навчання клієнтів компанії, підбір навчальних програм; 2) консалтингова – проведення практичних досліджень, надання кваліфікованих консультацій, підготовка персоналу до роботи в командах; 3) адаптаційна – проведення ознайомчих тренінгів для нового персоналу, управління стажуванням і наставництвом; 4) контролююча – контроль якості проведення занять, якості засвоєння знань, впливу навчання на продуктивність праці; 5) комерційна – навчання та надання консультаційних послуг на платній основі стороннім особам.

Ефективність роботи корпоративного навчального центру вимірюється, перш за все, якісними показниками: підвищення задоволеності від роботи і ефективності трудового процесу, укріплення морального духу працівників, покращення обслуговування покупців, підвищення якості роботи, ступінь відповідності персоналу ключовим компетенціям, ступінь сприйняття персоналом цінностей і принципів компанії, підвищення лояльності персоналу до компанії-роботодавця [4].

Корпоративні університети можуть створюватись підприємством самостійно у вигляді підрозділів (внутрішній навчальний відділ, навчальний центр, департамент внутрішньої освіти) або у співпраці із вищим навчальним закладом [2]. В першому випадку організація роботи центру та навчального процесу в ньому здійснюється підприємством самостійно або із залученням фахівців консалтингових фірм. У другому – організаційні функції виконує департамент, а обслуговування навчального процесу (викладання, надання аудиторій, бібліотечних та інших інформаційних ресурсів) здійснює університет.

### **Література:**

1. Голышенкова О. Перспективы развития корпоративного образования / О. Голышенкова // Менеджер по персоналу. – 2008. - №4. – С.26-33
2. Козак Н. Корпоративный університет / Н. Козак // Управление компанией. – 2001. - №12. – Режим доступа: [www.management.com.ua/hrm/hrm021.html](http://www.management.com.ua/hrm/hrm021.html)
3. Корпоративне управління в Україні: інтелектуальний капітал, персонал, якість: монографія / За ред. Щелкунова В. І., Жаворонкової І. В. – К.: Наукова думка. - 2010. – 616 с.
4. Мэлоун С. А. Корпоративный учебный центр. Создание и управление / С. А. Мэлоун. - Минск: Гревцов Паблицер, 2008, - 208с.