

С. 150-156.

3. Белокрылова О. С. Проблемы развития : этапы большого пути / О. Белокрылова // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – Т. 6. – № 3. – С. 169-172.

4. Бережной И. В. Институциональные детерминанты хозяйственного порядка / И. Бережной // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – Т. 6. – № 3. – С. 88-94.

5. Бессонова О. Э. Общая теория институциональных трансформаций : парадигмальное переосмысление цивилизационного развития России / О. Бессонова // Социологические исследования. – 2008. – 354 с.

6. Бочков А.А. Стратегические приоритеты развития АПК в современной России / А.Бочков // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1 (21). – С. 23-34.

7. Бугай С.М. Формування інституційної структури забезпечення регіонального розвитку в Україні / С. Бугай, Е. Шепанський // Університетські наукові записи. – 2006. – № 1 (17) – С. 285 – 290.

8. Соціальний капітал суспільства в умовах трансформації економічної системи (питання теорії і методології): автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.01 [Електронний ресурс] / М.Є. Горожанкіна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 32 с.

9. Plested, B.A., Edwards, R.W., & Jumper-Thurman, P. Готовність громади: посібник для успішних змін. Fort Collins, CO: Tri-Ethnic Center for Prevention Research. – 2006, Квітень. – 70 р.

10. Slater, M. D., Kelly, K., & Edwards, R. W. Integrating social marketing, community readiness and media advocacy in community-based prevention efforts. Social Marketing Quarterly, 6(3). – 2000. – P. 125-137.

Надійшла 04.10.2010

УДК 338

І. В. ГВОЗДЕЦЬКА, О. А. ФОМОВА
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО КОРПОРАТИВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУРАХ

У статті обґрунтована доцільність створення корпоративного університету в корпоративних структурах та розроблена модель інноваційного корпоративного університету.

The article substantiates the feasibility of establishing corporate university in corporate structures and developed a model of innovative corporate university.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, інноваційний університет, корпоративні структури.

Актуальність проблеми. В останній рік інтерес до корпоративного навчання в нашій країні різко зріс. Це пов'язано не стільки з рівнем розвитку вітчизняного бізнесу, скільки з переорієнтацією цінностей компаній у бік більшої уваги до їх інтелектуального капіталу і широким впровадженням в освітній процес корпоративних університетів освітніх моделей на основі компетенції. До корпоративної освіти стали проявляти помітний інтерес і вищі професійні навчальні заклади. Це цілком зрозуміло, тому що корпорації визначають професійні та особистісно-орієнтовані вимоги до компетенції випускників вузів, а необхідність переходу системи вищої професійної освіти на дворівневу систему навчання змушує більш пильно вивчати те, що вже сьогодні практично реалізується в корпоративних університетах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання, що стосуються поширення корпоративних університетів у корпоративних структурах активно висвітлюються у статтях Гітельмана Л., Ісаєва О., Мінзова А.С., Шакалова М.В., Черемисина Є.Н..

Метою даної статті є висвітлення проблем та особливостей розвитку корпоративних університетів в корпоративних структурах, розкриття причин та умов створення.

Вклад основного матеріалу. На сьогодні провідне місце в практиці організацій всього світу займають корпоративні університети, які є стратегічним інструментом управління бізнесом. Вони значно відрізняються від бізнес-шкіл, короткострокових курсів, різних видів навчання всередині фірм та інших подібних заходів.

Для початку спробуємо уточнити саме поняття «корпоративна освіта» - це система накопичення і трансляції (передачі) різного роду знань: економічних, технологічних, виробничих, організаційних, професійно-етичних, управлінських знань в області корпоративної культури для ефективного досягнення поставлених перед корпорацією цілей [1], тому що цілі та місії корпорацій розрізняються за змістом, ступенем амбіційності та агресивності. Безперервне навчання своїх співробітників, використання найновіших технологій в удосконаленні професійних навичок і знань, створення єдиної корпоративної культури, унікальної системи цінностей, формування в компанії єдиної ідеології – це те, що дозволяє передовим компаніям стати найсильнішими й залишатися такими упродовж довгого часу. Важливим елементом корпоративної інноваційної системи з позицій актуальності завдання формування інноваційного сприйняття українськими організаціями є така форма розповсюдження знань як корпоративний університет.

Корпоративний університет – це структура, як є вершиною корпоративного навчання й становлення компанії. Загально визнаною моделлю корпоративного університету на Заході вважають структурний підрозділ компанії із чотирма базовими функціями: головна і основна – навчати співробітників всіх рівнів; друга функція – управляти знаннями: системна консолідація досвіду співробітників і його поширення; третя функція – виступати як єдиний центр корпоративної культури, “сховища” цінностей компанії; четверта функція – бути центром інновацій.

Корпоративні університети набули поширення наприкінці 60-х років минулого сторіччя. З 1988 по 2000 рр. за даними компанії Corporate University Xchange, що спеціалізується на аналізі даних в області корпоративного навчання, їх кількість у світі збільшилася в п'ять разів - з 400 до 2000 [1]. За прогнозами фахівців до 2015 р. воно перевищить число академічних вищих навчальних закладів. Так у 2000 р. в США внутрішньокорпоративне навчання пройшли 54 млн чоловік – майже половина всього працездатного населення країни. На кожного з них було витрачено близько 2000 дол. США. За прогнозами фахівців, найближчим часом 75-85% всіх службовців на Заході будуть щорічно проходити навчання на своїх підприємствах. У світовій практиці для оцінки результатів діяльності корпоративного університету використовують критерії, які носять стратегічний характер.

Форми корпоративного університету варіюються досить широко. Корпоративний університет може приймати форми абсолютно віртуальної структури. У цьому випадку в організації, як правило, є людина, відповідальна за реалізацію стратегії навчання, вже з'явилася спеціальна посадова одиниця – Chief Learning Officer. Всі інші ресурси навчання являють собою аутсорсингову мережу, що реалізує весь процес навчання віртуально, що істотно скорочує витрати (відпадає необхідність оренди площ під аудиторії й організації, проїзду/проживання тих, хто навчається). Співробітники можуть брати участь у семінарах, слухати лекції і виконувати практичні завдання безпосередньо на своєму робочому місці або після роботи, ввечері в домашній обстановці. Інший варіант – інсорсингова модель, коли корпоративний університет усередині організації діє як повноцінна навчальна структура – із власною інфраструктурою, персоналом, штатними тренінг-менеджерами, навчальними аудиторіями і т. ін. Проте у більшості випадків корпоративний університет може приймати проміжні форми, що зсувом у той або інший бік. Конкретна форма залежить від розмірів організації, завдань, що перед нею стоять, економічної ефективності моделі на конкретному етапі розвитку організації. Слід зазначити, що вітчизняні замовники порівняно недавно почали ставити і вирішувати завдання комплексного корпоративного навчання. Одна з основних причин – вітчизняна система професійної освіти в якийсь момент перестала стикуватися з потребами замовників і відірвалася від реалій сьогодення. У радянські роки був безсумнівний зв'язок між замовленням на відповідних фахівців і його виконанням. Система освіти готувала фахівців потрібної кваліфікації у необхідних обсягах на всіх ступенях професійного навчання. Сьогодні ж спостерігається величезний розрив між потребами ринку у фахівцях конкретної кваліфікації і тим продуктом, що видає система освіти. Ця проблема широко дискутується, але якісних зрушень поки не відбулося.

Існуючі корпоративні університети можна умовно розподілити на дві групи: 1) освітні, котрі займаються в основному навчанням персоналу; 2) інноваційні, орієнтовані насамперед на вирішення актуальних проблем удосконалення виробництва і менеджменту, управління знаннями і їхнє застосування при розробці нових продуктів та послуг, навчання персоналу під нові завдання. В українських умовах, з огляду на унікальність, масштаб і глибину перетворень, більш актуальною і результативною вбачається модель інноваційного корпоративного університету, яку ми пропонуємо (рис. 1).

Побудова корпоративного університету виправдана і бажана, тому що:

- з'являється активний інструмент реалізації стратегії компанії: розвиток персоналу не тільки працює на “покриття дефіциту знань і навичок”, але й орієнтується на майбутні стратегічні завдання;
- забезпечуються довгострокові потреби організації у кваліфікованих кадрах;
- з'являється можливість підвищити мотивацію перспективних, талановитих співробітників;
- з'являється можливість відслідковувати і постійно підвищувати ефективність навчання та розвитку (як з погляду результату, так і з погляду співвідношення “ціна — якість”);
- забезпечується налагоджений бізнес-процес розвитку співробітників, чітко визначається відповідальність кожного учасника цього процесу і з'являється можливість правильно оцінити роботу усіх осіб, залучених до процесу розвитку персоналу.

Виконуючи функцію мозкового центру підприємства, він займається науково-прикладними розробками нових видів продукції, удосконаленням управління, виробничих технологій, моделей організації нових бізнесів і в зв'язку з цим – розвитком людського ресурсу. При цьому основний акцент здійснюється на сполучення проектування організаційних і технічних систем і практичного навчання менеджерів і фахівців, що цим займаються.

Корпоративний університет має реальні переваги перед консалтинговими фірмами, інститутами підвищення кваліфікації і ВНЗ, оскільки:

- 1) працює не над типовими, а над конкретними актуальними проблемами підприємства;
- 2) підходить до проблем зсередини і займається ними постійно, завдяки чому виникає якісно інший – по суті, генетичний – підхід, що дозволяє розглядати бізнес-процеси, зовнішнє середовище, менеджмент у

реальній динаміці, у розвитку;

3) займається рішенням окремого завдання в комплексі взаємозалежних питань, що забезпечують перспективу підприємства в цілому;

4) є об'єктом і способом інвестування в розвиток інтелектуальної бази конкретного підприємства і його персоналу.



Рис. 1. Модель інноваційного корпоративного університету

Корпоративні університети можуть бути рушійною силою в організації. Вони можуть формувати цінності, керувати змінами і сприяти зростанню і розвитку всієї компанії, але тільки в тому випадку, якщо корпоративний університет доречний, взаємодіє з бізнесом, регулює продуктивність, ефективний і цінний для компанії.

Отже, основними цілями організації інноваційного корпоративного університету на українських підприємствах має бути:

- підвищення ефективності діяльності компанії через комплексне навчання керівників вищої і середньої ланки;
- підготовка компанії до змін і зняття опору співробітників до нововведень, залучення їх до активної участі у змінах;
- формування єдиної ідеології менеджменту в компанії;
- формування єдиних корпоративних цінностей і корпоративної культури;
- генерація ідей, стимулювання безперервного розвитку організації;
- навчання співробітників комплексному підходу до рішення поточних питань, що виникають у ході господарської діяльності;
- формування навичок практичного використання сучасних підходів до ведення бізнесу і реалізація конкурентної переваги компанії;
- зміцнення і розвиток міжфункціональних зв'язків усередині компанії;
- розробка в процесі навчання і впровадження змін у компанії, покликаних підвищити конкурентоспроможність і прибутковість бізнесу.

Література

1. Гительман Л., Исаев А. Корпоративный университет: концепция, условия и этапы создания / Л. Гительман, А. Исаев // [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/cm/cm046.html>
2. Шакалова М. В. Корпоративный университет: мода или целесообразность? / М. В. Шакалова // [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=3489>

Надійшла 05.10.2010

УДК [005.412:658.152]:637.1

Г. В. ЦАР

Львівський державний інститут новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У МОЛОКОПЕРЕРОБНІЙ ГАЛУЗІ

Проаналізовано та узагальнено методи здійснення інвестиційно-інноваційної політики розвинутих країн світу у молокопереробній галузі та розроблено рекомендації щодо формування привабливого інвестиційно-інноваційного клімату в Україні.

Analyzed and the methods of investment and innovation policies of developed countries in the milk-processing sector and developed recommendations for the formation of attractive investment and innovation climate in Ukraine.

Ключові слова: молокопереробна галузь, інвестиційно-інноваційна політика, інвестиції, державна підтримка.

Актуальність проблеми. Молокопереробна галузь в нашій державі є однією з головних ланок агропромислового комплексу. Її основне завдання полягає у забезпеченні населення високоякісними продуктами харчування. Світовий досвід свідчить, що молокопереробна сфера агропромислового комплексу є інвестиційно приваблива, оскільки на молочну продукцію завжди є стійкий попит, який не має характерних тенденцій щодо зниження. Це підтверджено еволюційним процесом економічного розвитку.

Сьогодні основними характеристиками вітчизняної молокопереробної промисловості є наступне:

- вона належить до ресурсообмежених галузей;
- відрізняється виробництвом масового характеру;
- термін реалізації виробленої продукції є обмеженим.

Окрім недостатньої кількості якісної сировини, існують проблеми, пов'язані із значною зношеністю технологічного обладнання молокопереробних підприємств та зменшення коштів на їх оновлення. Впровадження новітніх прогресивних технологій щодо випуску якісної молокопереробної продукції здійснюється надто малими темпами.

За експертними оцінками, при раціональній структурі землекористування і відповідному науковому та ресурсному забезпеченні наша держава здатна виробляти продуктів харчування на 145-150 млн осіб. І якби земельний потенціал України використовувався повністю, то додатково до повного забезпечення потреб власного населення на світовий ринок було б експортовано продукції на 16-18 млрд дол. США щорічно [2, с. 51].

Подальший розвиток молокопереробної галузі в нашій країні залежить в основному не від кількісних факторів (збільшення кількості молокопереробних підприємств, кількості робочої сили, поголів'я молочного стада), а від якісних, що базуються на результатах інвестиційно-інноваційної діяльності. Адже без стимулювання інвестиційної діяльності неможливий соціально-економічний розвиток держави. Це пов'язано з необхідністю забезпечення продовольчої безпеки нашої країни та активацією зовнішньоекономічної діяльності в даній галузі економіки.

Для визначення методів і пріоритетів інвестування в молокопереробній галузі України необхідно узагальнити та проаналізувати досвід розвинутих країн світу щодо здійснення інвестиційно-інноваційної політики у молокопереробній сфері. Саме цим пояснюється актуальність обраної нами тематики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематиці інвестування та розвитку молокопереробної галузі присвячено багато наукових праць. Дослідження даної тематики здійснювали такі науковці: П. Саблук, М. Болдуєв, Г. Мазур, Ю. Герасименко, М. Пархоμεць, В. Котков, С. Захарін, Т. Мостенська, В. Бойко, М. Ільчук, О. Козак та інші. Водночас можливість застосування зарубіжного досвіду в Україні проаналізовано не достатньо.

Предметом нашого дослідження в цьому аспекті є узагальнення та аналіз досвіду зарубіжних країн щодо здійснення інвестиційно-інноваційної політики у молокопереробній сфері.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є аналіз та узагальнення інвестиційно-інноваційної політики високорозвинутих країн світу у молокопереробній галузі.

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.