

Корпоративное образование как фактор влияния на имидж организации на примере авиакомпании «Air Astana»

Научный руководитель – Ахметова Лайла Сейсембековна

Садвокасова Фариза Айбековна

Студент (магистр)

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Факультет журналистики,
Алматы, Казахстан

E-mail: zhanibekovafariza@gmail.com

Сегодня организации осознают необходимость повышения потенциала своих кадров, по этой причине все больше предприятий отдают голос в пользу корпоративного обучения. Так что же такое корпоративное обучение? Под этим понятием подразумевается организация образовательного процесса для получения новых навыков и повышения эффективности внутри одной компании. Главной задачей корпоративного обучения является развитие профессиональных компетенций сотрудников, потому что это дает возможность компаниям поддерживать соответствующий уровень развития организации [1].

Распространены следующие формы корпоративного обучения: привлечение образовательных компаний или тренера со стороны посредством аутсорсинга, корпоративные университеты, учебные центры, тренинг - академии при отделе HR. Недостатком корпоративного образования является большой бюджет, который требуется для организации обучения. Проблема высокой цены становится препятствием для большинства предприятий, однако преимуществ у корпоративного образования гораздо больше. Среди них: возвращение собственных кадров, адаптация программы под задачи компании, повышение взаимозаменяемости сотрудников, конкурентоспособности компании и создание продуктивной рабочей атмосферы.

В данном исследовании рассматривается следующая гипотеза: влияние корпоративного обучения на построение положительного имиджа компании и повышение ее привлекательности в глазах общественности как работодателя.

Для эмпирического обоснования данной гипотезы были исследованы результаты реализации корпоративных образовательных программ авиакомпании «Air Astana», case study, контент-анализ годовых отчетов организации.

На сегодняшний день в авиакомпании активно ведет деятельность тренинг-академия. Ее основная цель создавать и внедрять обучающие продукты, которые будут вдохновлять и мотивировать участников использовать их потенциал в работе и повышать производительность труда, что в конечном итоге способствует достижению бизнес-стратегии и помогают выстраивать коммуникацию с сотрудниками компании. Данная академия является отдельным департаментом компании. Кроме того, в компании есть отдельный внутренний сервис для обучения, который доступен всем сотрудникам. Название сервиса «КС E-learning», здесь работники могут выбрать интересующий их курс и пройти его, к примеру, так сотрудники могут поднять свой уровень иностранного языка или же повысить навыки в программе MS Excel. Курсы представлены в разных мультимедийных форматах: презентации, анимированные ролики и аудиозаписи. В конце прохождения каждого курса сотруднику необходимо пройти тест, чтобы подтвердить свое обучение. Есть несколько обязательных ежегодных курсов, которые должны пройти все сотрудники в обязательном порядке. К таким курсам относятся «Health&Safety» (Курс по охране труда и безопасности) и «IT Security» (Курс по информационной безопасности). Одна из самых известных корпоративных программ обучения пилотов - Ab-Initio. По данной программе

в течение 18 месяцев участники проходят теоретическую и практическую подготовку в летней школе Atlantic Flight Training Academy (AFTA). По итогу молодые люди с нулевым авиационным опытом получают лицензию пилота с правом пилотирования.

Был проведен анализ годового отчета «Air Astana», согласно которому текучесть руководящих кадров с момента создания компании составляет 6%, при этом средний стаж работы в организации - 6,3 года. С 2016-2019 года авиакомпания получала 4 раза подряд звание лучшего работодателя в Казахстане по версии агентства Universum[2]. Также в 2020 году было проведено исследование Randstad employer brand research, которое было проведено независимой исследовательской группой Kantar-TNS. Исследование охватило 10 отраслей и выявило самых привлекательных работодателей, в сфере транспорта и логистики самым привлекательным работодателем оказалась компания «Air Astana». С 6 января по 6 февраля 2020 года в опросе приняли участие 3500 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет из всех регионов страны. По результатам опроса большинство трудоспособного населения Казахстана отобрали 5 значимых критериев, и среди них был критерий возможность карьерного роста, который составил 48%[3].

Итак, в ходе научного исследования была выявлена закономерность, что предоставление корпоративного обучения в компании напрямую влияет на имидж организации. Таким образом, если сотрудники компании не имеют возможность роста и обучения, конкурентоспособность предприятия снижается. Подготовка специалистов под стандарты и специфику деятельности компании помогает повышать уровень профессионализма и квалификации сотрудников. Кроме того, публикуя результаты сотрудников после обучения, компания презентует себя и закрепляется в сознании общественности как привлекательный и добросовестный работодатель, благодаря чему формируется позитивный имидж компании в целом и повышается лояльность общественности к ней.

ORCID ID: 0000-0003-3461-9998

Источники и литература

- 1) Зобкова Л.Д. Корпоративное обучение персонала как фактор развития социальной среды организации // Социальная инноватика – 2015: Материалы междунауч.-практ. конференции, Москва, 18-19 ноября 2015 г. М., 2015, с 78-80.
- 2) Airastana.com: https://airastana.com/Portals/2/About-Us/Corporate-Governance/Annual-Reports/Annual-Reports-ru/Air%20Astana_AR19_RUSSIAN%20Web.pdf?ver=2020-10-05-021636-213
- 3) Kapital.kz: <https://kapital.kz/business/86451/sostavlen-reyting-samykh-privlekatelnykh-rabotodateley-strany.html>