

УДК 37; 005

Тверезовська Н.Т.

ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розкрито основні дефініції інновацій; охарактеризовано інноваційний тип розвитку освітніх суб'єктів; виокремлено педагогічні нововведення; виділено етапи інноваційного процесу; розглянуто типові інноваційні цілі навчального закладу.

Ключові слова: інновація, організація, нововведення, ринок праці, інноваційний тип, цілі, навчальний заклад, управління.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Перехід людства від індустріального суспільства з яскраво вираженим технократизмом мислення до постіндустріального, інформативного, передбачає переоцінку інтелекту та кваліфікації людини.

Унікальність цих процесів спричинена формуванням на теренах України нової системи суспільних відносин, пов'язаних зі зміною соціополітичних та економічних парадигм. Крім того інтеграція у світову економіку потребує від України підвищеної відповідальності для становлення ефективної економічної моделі.

Масштаби і темпи цих перетворень спонукають суспільство дедалі більше ґрунтуватися на знаннях, які підтверджені вагомою теоретико-інноваційною й виробничо-практичною базами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розкриття інноваційної діяльності ґрунтується на статичному і динамічному підходах.

Так, засадами динамічного підходу стали погляди О. Алімова, Ф. Бездудного, С. Володіна, М. Волинкіна, І. Гришина, В. Євтушевського, Ю. Морозова, А. Суворова, Л. Шаповалова, які визначають інновацію як процес; Л. Водачек, О. Дацій, Р. Мюллер, В. Покотилова – як зміну. Науковці ж статичного підходу інновацію називають результатом (Н. Авсянніков, І. Гришин, М. Йохна, Д. Кокурін, П. Ратанін, Р. Фатхутдинов) й об'єктом (А. Базилевич, В. Мединський, Б. Райзберг, Е. Уткін).

Мета статті – розкрити роль організації в управлінні інноваційною діяльністю вищого навчального закладу.

Виклад основного матеріалу. Розвиток будь-якої системи включає інноваційні складові, що перетворюють її освітню сферу. До їх числа відносять техніку нового типу, передові технології (в нашому випадку інформаційні технології та сучасні методики навчання), мотивацію, що змінюється та ін. Інноваційний тип розвитку освітніх суб'єктів характеризується:

- новаторськими стратегічними і тактичними цілями;
- використанням новітньої техніки і передових технологій на основі нової організації і мотивації навчання;
- ресурсними та організаційно-управлінськими можливостями.

Спираючись на працю Е. Брансуїка, Г. Файзуліна виокремила три можливі види педагогічних нововведень:

- повністю нові або раніше невідомі освітні ідеї та дії;
- адаптовані, поширені або переоформлені ідеї й дії, що набувають особливої актуальності у певному середовищі й в певний період;
- ті, що виникають у новій ситуації, у змінних умовах, коли нові умови гарантують успіх певних позитивних ідей [5].

Як цілеспрямовану зміну, яка вносить у певну соціальну одиницю – організацію, суспільство, групу – нові, відносно стабільні елементи, розглядає інновацію А. Пригожин, тобто – це комплексний, цілеспрямований процес створення, пропагування й використання новизни, метою якої є задоволення потреб й інтересів людей новими засобами, що породжує якісні зміни системи й способів забезпечення її ефективності, стабільності, життєдіяльності. Інноваційний процес пов'язаний із переходом в якісно новий стан із ревізією усталених норм і положень, ролей тощо. Інновація має внутрішню логіку й спрямування, що визначено логікою розгортання від ідей новизни до її використання, а також логікою відносин між учасниками інноваційного процесу. Інноваційний процес володіє певною стійкістю через наявність механізмів самовиробництва. Різні набори цих механізмів та їхнє поєднання зумовлюють різноманітність інноваційних процесів [3].

Ю.А. Карпова виділяє в інноваційному процесі такі етапи:

- усвідомлення або прогнозування суспільних потреб;
- пошук концепції вирішення проблеми;
- дослідження проблеми;
- розробка;
- засвоєння;

- розповсюдження (дифузія);
- втілення й інтеграція у культуру [2].

Підкреслюючи багатомірність явища, Є. Режабек виокремлює всі складові інновацій: інтелектуально-управлінську сферу, інформаційно-впроваджувальну й культурно-пошукову. Логічна послідовність різних стадій інноваційного процесу дозволяє зберегти й за необхідності виокремити як підсистеми три основні блоки життєвого циклу інновацій – виникнення (зародження) – засвоєння (впровадження) – поширення (дифузія) [4, с. 27], кожен з яких має свою специфічну предметність організації дій і свій проміжковий результат, єдність яких забезпечує якість процесу в цілому.

Інновації як магістральний шлях, забезпечуючи постійне зростання і процвітання навчального закладу, визначають його конкурентоспроможність на ринку праці. Ми повністю згодні з висловлюванням П. Друкера про те, що метою будь-якого підприємства є створення споживача, будь-яке підприємство має дві (і тільки ці дві) основні функції: маркетинг та інновації [1].

Маркетинг – це унікальна функція бізнесу. Ні для кого немає секрету, що знання – це теж бізнес. Від того, які вони і скільки судять про суспільство. Навчальний заклад може існувати тільки в такому економічному середовищі, в якому зміни природні і бажані. Другою функцією є інновація – пошук і впровадження нових застосувань для звичних продуктів, методів управління, нововведення в підготовці фахівців, надання більш якісних і дешевих послуг.

Інновації стосуються всіх форм освітньої діяльності.

Звичайно, найскладнішим є визначення цілей інновацій, оскільки важко спрогнозувати наслідки і значущість різних нововведень. Без сумніву бажано досягти якісного лідерства в освіті, проте завжди складно визначити, що важливіше: сотня незначних, але застосовних негайно удосконалень в освіті або одна фундаментальна розробка, яка через кілька років докорінно змінить природу самої освіти. Керівники дадуть відповідь на це запитання по-різному. Навчальний заклад в умовах жорсткої конкуренції на ринку за споживача повинен одночасно працювати над послугами вже існуючими і перспективними.

В організаційній схемі навчального закладу інновація не може вважатися окремою від маркетингу функцією. Інноваційний процес поширюється на весь освітній процес, всі його функції і види діяльності, включаючи і сам маркетинг. Чому саме маркетинг є невід'ємною функцією освіти? Відповідь дуже проста. Адже маркетинг, у широкому сенсі – це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів. У нашому випадку навчання – це послуга, яка надає прибуток в тій чи іншій формі. Чим більше попит суспільства на підготовку фахівців певного напрямку (спеціальності), тим стабільніше почуває себе цей заклад.

Щоб визначити інноваційні цілі, по-перше, необхідно прогнозувати потреби ринку, по-друге, враховувати обставини, що виникають або можуть виникнути у зв'язку з технологічним прогресом в освіті.

Типовими інноваційними цілями навчального закладу можуть бути: нові напрями підготовки (спеціальності); нові фундаментальні та прикладні дослідження, що сприяють створенню нового виду продукту, технології; впровадження нововведень у всіх видах організаційної та управлінської діяльності.

Інновації, впроваджені в навчальному закладі, можна класифікувати як організаційні, які передбачають розвиток закладу; технічні, викликані впровадженням передових технологій; управлінські, що вимагають вдосконалення методів управління компанією; маркетингові; соціальні, пов'язані з корисністю для споживача і співробітників закладу; економічні і фінансові, спрямовані на поліпшення стійкості організації (навчального закладу).

Зауважимо, що свідомий акцент на інновації найбільше необхідний там, де зміни найменш ефективні. Наприклад, розвиток агрономії залежить від введення новітніх технологій в сільськогосподарську галузь, видозміни існуючих і постійного пошуку кращих способів покращення земельних угідь з метою максимального прибутку.

Встановлення інноваційних цілей необхідно для всіх навчальних закладів незалежно від форми власності, кількості контингенту студентів і викладачів тощо. У невеликому навчальному закладі простіше проаналізувати потреби і цілі, ніж у великому, проте це не означає, що у невеликому навчальному закладі інноваційних цілей менше – просто їх легше встановити, оскільки заклад невеликий, всі всіх знають, відслідковують нові методики, що з'являються у навчальному процесі та ін.

З метою визначення цілей навчального закладу, необхідно розробити інноваційну політику, спираючись на Конституцію України, закони України: "Про освіту", "Про вищу освіту", "Про інноваційну діяльність" (від 04.07.2002 р. №40-IV), "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" (№ 3715-VI від 08.09.2011 р.), Постанову Кабінету Міністрів України "Питання Державної інноваційної фінансово-кредитної установи" (№ 979 від 15.06.2000 р.).

До основних принципів інноваційної політики відносимо:

- забезпечення збільшення попиту на послуги постійних і потенційних клієнтів через освоєння принципово нових напрямів та спеціальностей, а також розширення сфери збуту;
- безперервний розвиток інноваційного потенціалу навчального закладу (постійне навчання та самодослідження) і створення умов, необхідних для реалізації нововведень;
- комплексний підхід, коли педагогічні, технічні, економічні, соціальні інновації тісно взаємопов'язані між собою і взаємно просувають один одного;

- мобілізація персоналу;
- економічне стимулювання науково-педагогічних працівників;
- облік ризиків (чим вище ризик, тим вище потенційний економічний ефект від реалізації інновації).

Нововведення має бути орієнтоване на більш повне задоволення потреб споживачів освітніх послуг в умовах мінливої ринкової кон'юнктури. Кожен напрям підготовки (спеціальність) необхідно розглядати як об'єкт постійних змін. Однак рішення про впровадження інновації не завжди означає ліквідацію старого напрямку підготовки (спеціальності). Інновацію породжує і прагнення продовжити життєвий цикл напрямку підготовки (спеціальності), удосконалюючи його характеристики. Така інновація зводиться до модифікації або впровадженню нової функції вже існуючого напрямку підготовки (спеціальності). При розробці нової або поліпшенні існуючої послуги головними складовими елементами є її переваги у порівнянні з аналогічними; розвиток і можливі зміни систем збуту (де дана послуга буде застосовуватись); загальні витрати на розробку, підготовку, впровадження і збут.

Ці елементи дозволяють оцінити комерційні перспективи розроблюваних напрямів підготовки (спеціальностей) з різних точок зору: ринкової (потреби в новому напрямі підготовки (спеціальності), рівень конкуренції, ступінь стабільності ринку); виробничої (стан виробничого обладнання, професіоналізм і рівень кваліфікації науково-педагогічних працівників, ресурси та матеріальне забезпечення); педагогічної (пошук нових форм і методів навчання).

Навчальний заклад нерозривно пов'язаний з управлінням інноваціями і ризиками. Основні функції менеджменту (планування, організація, оперативне управління, використання персоналу, економічний контроль) повинні бути орієнтовані на стратегію розвитку, постійні зміни всередині структур навчального закладу, адаптацію до навколишнього середовища. В цьому випадку можна забезпечити отримання стійкого оптимального розміру доходу навчального закладу.

Успіх інноваційного менеджменту передбачає дотримання певних принципів. Постійне вкладання коштів в нові методики навчання, інноваційні проекти та ін. забезпечує формування і розвиток постійної інноваційної орієнтації науково-педагогічних працівників, оскільки відбувається аналіз ринку праці, дослідження конкуруючих навчальних закладів та галузевих тенденцій їх розвитку, регулярне інформування керівництва про перспективи появи нових напрямів підготовки (спеціальностей) на ринку, використання зарубіжного досвіду.

Успішність інновації багато в чому залежить від часу виходу на ринок з новим напрямом підготовки (спеціальністю). Зовсім невелике запізнення в порівнянні з суперником або відсутність ринкової ніші можуть привести до того, що ситуація для навчального закладу ускладниться.

Висновок. Отже, прагнучи до безперервного вдосконалення, навчальний заклад здійснює періодичні інновації, які можуть давати явні конкурентні переваги, незважаючи на те що вони часто пов'язані з великими витратами і значним ризиком. Періодичні або переривчасті інновації не завжди сприяють оптимізації навчального процесу, тому що вони стосуються його окремих стадій. Більш того, вони можуть негативно позначитися на практичних результатах роботи не тільки в короткочасній, але і в довгостроковій перспективі.

Використані джерела

1. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента : Пер. с англ. / Ф. Питер Друкер. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 398 с.: ил.
2. Карпова Ю. А. Инновации, интеллект, образование : моногр. / Ю. А. Карпова. – М. : МГАУ, 1998. – 305 с.
3. Пригожин А. И. Нововведения: Стимулы и препятствия. (Социальные проблемы инноватики) / А. И. Пригожин. – М. : Политиздат, 1989. – 271 с.
4. Режабек Е. Я. Что такое постиндустриализм / Е. Я. Режабек // Инновационные подходы в науке. – Ростов-на-Дону, 1995. – С. 22-41.
5. Файзуллина Г. З. Инновационные процессы в сфере образования. [Электронный ресурс] / Г. З. Файзуллина // Материалы научно-практ. конф. Интернет-педсовет.

Tverezovska N.

ORGANIZATION OF INNOVATION

Summary definition of innovation; characterized by an innovative type of educational subjects; isolated pedagogical innovations; the stages of the innovation process; considers typical innovative goals of the institution.

Key words: *innovation, organization, labor market, innovative type, purpose, school management.*

Стаття надійшла до редакції 29.10.2014