УДК 37(4/9):005.591.6

ЗАРУБІЖНІ ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ

Олена Листопад

Статтю присвячено аналізу сучасних зарубіжних теорій управління інноваційними процесами в освіті; систематизації концепцій, покладених в основу менеджменту освітніх інновацій; екстраполяції підходів зарубіжного менеджменту інновацій на освітню сферу з метою виявлення пріоритетних завдань модернізації сучасного управління освітою.

Ключові слова: інноваційний процес, менеджмент інновацій, інституційний менеджмент, менеджмент культури організації, раціональний менеджмент, авторський менеджмент.

Якісна переорієнтація сучасної системи управління освітою в умовах переходу до інноваційної моделі розвитку зумовлює необхідність докладного вивчення зарубіжних теорій управління інноваційними процесами в освіті, передусім, теорій менеджменту освітніх інновацій.

Окремі аспекти управління освітою в умовах інноваційного розвитку висвітлено у працях Л. Ващенко, Л. Даниленко, Л. Гриневич, В. Кременя, О. Локшиної, С. Ніколаєнка, А. Сбруєвої, А. Ярової та ін., питанням обґрунтування теоретичних засад управління освітою присвячено праці В. Андрущенка, В. Афанасьєва, Є. Березняк, М. Дарманського, Д. Дейкун, П. Дроб'язка, І. Зязюна, С. Калашнікової, Г. Федорова та ін. Проте зарубіжні теорії менеджменту освітніх інновацій не стали предметом окремого дослідження, що зумовлює необхідність їхнього подальшого вивчення.

Отже, цю статтю присвячено аналізу сучасних зарубіжних теорій управління інноваційними процесами в освіті; систематизації концепцій, покладених в основу менеджменту освітніх інновацій; екстраполяції підходів зарубіжного менеджменту інновацій на освітню сферу з метою виявлення пріоритетних завдань модернізації сучасного управління освітою.

Зазначимо, що в основу теорії управління інноваційними процесами в освіті (або теорії інноваційного менеджменту освіти) покладено концептуальні положення інноватики, менеджменту, маркетингу, соціологічних теорій: концепції інноваційного процесу (пояснюють його природу; специфіку прогнозування і моделювання, сприйняття й несприйняття, дифузію інновацій, адаптацію до нововведень); концепції інноваційних систем (розкривають особливості структури інноваційного процесу, характер взаємозв'язків між структурними компонентами, особливості врегулювання інноваційної діяльності на різних рівнях інноваційних систем); сучасні концепції менеджменту інновацій (інституційний менеджмент, менеджмент культури організації, раціональний та авторський менеджмент), що дають змогу розробити підходи до організації ефективного управління інноваційним процесом на різних рівнях розвитку соціальних систем, наукових досліджень і

розробок); теорії інноваційного освітнього лідерства (визначають основоположні ознаки, моделі і типи ефективного освітнього лідерства в умовах конкретної організації); теорії інноваційного розвитку конкурентоспроможності (теорії полюсів росту, концепціії регіону-квазікорпорації, які дозволяють встановити механізми забезпечення конкурентних переваг виробників інноваційної продукції на сучасному ринку; визначити підходи до переорієнтації системи планування, організації виробництва і реалізації освітньої продукції в умовах інноваційного процесу; теорії людських стосунків (визначають ймовірні моделі мотивації і поведінки людини для їх оптимальної інтеграції в єдиному корпоративному просторі); концепції базових потреб людини (обґрунтовано принципи забезпечення достатньої мотивації до підвищення професійної кваліфікації й ефективного виконання професійних обов'язків); концепції експресивної мотивації, або «постекономічної системи цінностей» (сформульовано теоретичні засади формування інноваційного потенціалу особистості) (див. табл. 1).

Таблиця 1

Теорії управління інноваційними процесами в освіті

Інноватика		**Менеджмент**		**Маркетинг**	**Соціологічні теорії**
		Менеджмент інновацій	**Управління персоналом**		
теорія інноваційних процесів	теорія інноваційних систем	інституційний менеджмент, менеджмент культури організації, раціональний менеджмент, авторський менеджмент	теорія освітнього лідерства; теорії людських стосунків; базових потреб людини; експресивної мотивації, або «постекономічної системи цінностей»	теорія полюсів зростання, економічна просторово-часова теорія розвитку глобального капіталізму ін.); геополітична теорія змін просторової влади держав; концепція регіону-квазікорпорації); еволюційна економічна теорія; концепція глобальних міст-регіонів	теорії людських стосунків (Р. Інглегарт, Л. Едвінссон, Д. Макгрегор, О. Тоффлер та ін.).

Управління інноваційними процесами в освіті, обґрунтоване положеннями менеджменту інновацій (С. Берлей, Дж. Джілл, М. Джульєн, Е. Коссек Р. Коул, Дж. Кунда, Д. Маккейб, Д. Найт, Т. Штейнберг та ін.) й освітнього лідерства (Н. Алікс, Д. Бачнер, К. Бланшар, Т. Буш, К. Лейтвуд, Дж. Моутон, Д. Норф, Т. Сержіованні та ін.), в узагальненому вигляді полягає у моделюванні інноваційного процесу на макро-, мезо-, мікрорівнях освітньої системи; в організації і здійсненні системи впливів, що забезпечують реалізацію інноваційної ідеї, перетворення її на інноваційний продукт, який має економічну цінність і забезпечує конкурентні переваги освіти.

Інноваційний менеджмент освіти побудований на засадах сучасних

теорій менеджменту інновацій: інституційного, авторського, раціонального менеджменту, менеджменту організаційної культури.

Теоретики *інституційного менеджменту* виокремлюють інституційні й соціоекономічні ознаки та умови розвитку менеджменту інновацій. Так, у роботах М. Джайла систематизовано інституційні умови, що зумовлюють зміни адміністративних підходів в окремих країнах; у дослідженнях Р. Коле [4] представлено аналіз впливу державних й недержавних організацій, малих груп на ефективність робочої сили; Е. Коссек [12] встановив особливості ефективного управління людськими ресурсами та їх роль у формуванні інновацій на рівні організації. У концепціях інституційного менеджменту обґрунтовано умови виникнення інновацій й визначено фактори, що впливають на адаптацію організації до інновацій. Проте дослідники не приділяють, на нашу думку, достатньої уваги встановленню ролі людського фактора у забезпеченні результативності інноваційного процесу.

Положення *fashion-менеджменту* визначають роль динамічної взаємодії менеджерів, які використовують нові ідеї управління й механізми упровадження таких ідей (Е. Абрахемсон) [1]. Дослідники обґрунтовують закономірності розвитку fashion-менеджменту (Дж. Джілл, С. Вайтл, А. Хачінські [7; 9], а також засоби зростання попиту на такі ідеї (Дж. Бендерс, К. ван Він, А. Кайзер, Дж. Елверес [9]. Представники цього напряму використовують методи макро- і мікроаналізу для встановлення умов і способів розроблення нових управлінських ідей і пояснення причин їх вибору менеджерами.

Дослідники *менеджменту організаційної культури* приділяють увагу з'ясуванню ролі культури організації у формуванні нових підходів до управління інноваційним процесом. На основі застосування методу мезоаналізу визначено основні підходи до управління інноваційною діяльністю організації. У менеджменті організаційної культури виділяють такі складники, як критичне (Д. Найтс, Д. Маккейб) [11; 13] і внутрішньо-організаційне управління (Т. Штернберг, А. Філліпс) [14], комплексне застосування яких дає можливість розкрити причини несприйняття змін на рівні організації й адміністрації. На відміну від інших напрямів, менеджмент організаційної культури ставить своїм завданням з'ясування ролі інноваційного менеджменту в потенційному посиленні status quo організації [2].

У положеннях концепції *раціонального менеджменту* зосереджено увагу на доказах зумовленості інноваційного управління особистими інтересами керівника щодо отримання ефективних результатів інноваційної діяльності. Відповідно до ідей раціоналізму, особистість (керівник) пропонує організації інноваційний підхід до розв'язання специфічних проблем, залишаючись при цьому головним суб'єктом прийняття й реалізації такого рішення (Р. Барджелман, С. Хайджінгс, Дж. Хоувелл) [3; 8]. Представниками цього напряму використовуються методики case study (Н. Тайчі, Т. Сендстром) [15], кількісно-якісного аналізу (Ф. Деменпоуер, Дж. Кімберлі, М. Еваніско) [5; 10]; спільним для всіх наукових розвідок цього напряму є зосередженість на діях окремих осіб у рамках діяльності організації.

Специфіку *менеджменту інновацій* розкриває сукупність положень, у яких з'ясовується сутність інноваційної ідеї (сукупність конкретних знань про

необхідну систему дій управлінця), її новизни (обґрунтовується з позицій усвідомлення управління як технології упровадження нового в діяльність організації), спрямованість управлінських впливів (специфіка формування і розвитку цілей організації (традиційних, специфічних, реальних, прагматичних).

Процес менеджменту інновацій має циклічний характер. Послідовна зміна етапів приводить до трансформації теоретичних положень менеджменту інновацій у практичні дії, які в результаті аналізу й удосконалення збагачують теоретичну площину управління інноваційним процесом, забезпечують формування нових концепцій і теоретичних положень.

Прогностичний аналіз розвитку теорії і практики менеджменту інновацій, його ключові зміни і трансформації представлено у зарубіжній теорії управління інноваційним розвитком сукупністю взаємопов'язаних концепцій інноваційного управління: управління споживацькими інноваціями (Customer-based Innovation), інноваційною активністю (Proactive Business Model Innovation), малобюджетними інноваціями (Frugal Innovation), прискореними інноваціями з низьким рівнем ризиків (High Speed/Low Risk Innovation), інтегрованими інноваціями (Integrated Innovation).

Концепцією *управління споживацькими інноваціями* (Customer-based Innovation) обґрунтовано нові підходи до роботи зі споживачами інноваційних продуктів й розроблено систему формування міцних зв'язків з ними. Основні напрями управління споживацькими інноваціями розкривають ідеї управління вивченням загальних потреб споживачів (Total customer experience), потреб споживачів інноваційної продукції (Design-in emotional aspects), соціальними зв'язками зі споживачами (Flexible customer interaction), відповідальністю виробників інноваційної продукції(Employee engagement) [6]. *Управління інноваційною активністю* спрямовано на отримання прибутків засобами розроблення стратегій та системи дій; генерацію інноваційних маркетингових моделей. Основними напрямами управління інноваційною активністю є такі: задоволення найбільш гострих та актуальних потреб ринку (deliver «thick value»), запровадження блокового підходу в існуючі моделі, адаптація існуючих моделей до нових ринків товарів і послуг. *Управління малобюджетними інноваціями* (Frugal Innovation) спрямовано на розроблення інновацій, що не потребують великих інвестицій і здатні задовольняти потреби населення з невисокими прибутками. Такі ідеї суперечать традиційним підходам до якості інноваційного продукту в умовах економіки знань, проте дають змогу використовувати нові ринки дешевих виробничих ресурсів, сприяють поширенню інновацій, посилюють конкурентоздатність виробників інноваційних продуктів. *Управління прискореними інноваціями* з низьким рівнем ризиків (High Speed/Low Risk Innovation) є традиційним для менеджменту інновацій. Експерти прогнозують збереження тенденції до скорочення часу реалізації інноваційного продукту і прискорення інноваційного процесу. Проте вони зауважують щодо необхідності врахування у процесі визначення результативності інноваційного циклу не лише фактора скорочення часу надходження товарів до споживацького ринку, а й збереження його якості. Експерти виділяють такі напрями управління інноваційним процесом, здатним

протистояти ризикам такі, як: поступовий запуск на ринок товарів і послуг (Gradual product roll-outs), відповідність інноваційного продукту потребам глобального ринку (Global 24/7 product/service development), випробування й експериментальна перевірка якості нових товарів (Trial and experiment). *Управління інтегрованими інноваціями* забезпечує зростання конкурентоздатності організації засобами маркетингу, активізацію науково-дослідної діяльності, розвиток виробництва; розроблення радикальних інновацій, адаптацію існуючих підходів менеджменту інновацій до сучасних умов [6].

Екстраполяція підходів зарубіжного менеджменту інновацій на освітню сферу дає змогу визначити його пріоритетним завданням перехід від розуміння інноваційного процесу як такого, що запроваджується ззовні, до бачення його як здатного до саморозвитку, що потребує оволодіння прийомами моделювання інноваційного процесу на мікрорівні (локальний), обґрунтованого положеннями теорії інноваційного лідерства. Аналіз зарубіжних теорій інноваційного лідерства є предметом подальших наукових розвідок автора.

Список використаних джерел:

1. *Abrahamson E. Management fashion [Електронний ресурс] / E. Abrahamson. – Режим доступу : http://ema.sagepub.com/current.dtl*
2. *Benders J. What's in a fashion? Interpretative viability and management fashions / Benders J., Van de Veen K. // Organization. – 2001. – No 8. – P. 33–53.*
3. *Burgelman R. A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm / R. Burgelman // Administrative Science Quarterly. – 2001. – No 28. – P. 223–244.*
4. *Cole R. The macropolitics of organizational change: A comparative analysis of the spread of small-group activities / Cole R. // Administrative Science Quarterly. – 1985. – No 30. – P. 560–585.*
5. *Damanpour F. The adoption of technological, administrative, and ancillary innovations: Impact of organizational factors [Електронний ресурс] / Damanpour F. – Режим доступу : digilib.lib. unipi.gr/spoudai/bitstream/spoudai/901/.../t59_n1-2_100-124.pdf*
6. *The Future of Innovation Management: The Next 10 Years [Електронний ресурс] / Eagar R., van Oene F., Boulton Ch., Roos D., Dekeyser C. – Режим доступу : www.haw-aw.de/.../Tiefel_Ermer_Benchmarking_als_Instrument_fuer_das_ strat._TIM_25.10.2011.pdf*
7. *Gill J. Management by panacea: Accounting for transience / Gill J., Whittle S. // Journal of Management Studies. – 1992. – No 30. – P. 281–295.*
8. *Howell J. Champions of technological innovation / Howell J., Higgins C. // Administrative Science Quarterly. – 1990. – No 35. – P. 317–341.*
9. *Improving School Leadership Draft Comparative Report, OECD 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.oecd.org/denmark/38574860.pdf*
10. *Innovation for Development Report 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.innovationfordevelopmentreport.org/ici.html*
11. *Knights D. Ain't misbehavin? Opportunities for resistance under new forms of «quality» management / Knights D., McCabe D. // Sociology. – 2004. – No 34. – P. 421–436.*
12. *Kossek E. Human resources management innovation / Kossek E. // Human Resource Management. – 1987. – No 26. – P. 71–91.*
13. *McCabe D. Waiting for dead men's shoes: Towards a cultural understanding of management innovation. / McCabe D. // Human Relations. – 2002. – No 55. – P. 505–536.*
14. *Stjernberg T. Organizational innovations in a long-term perspective: Legitimacy and souls-of-fire as critical factors of change and viability [Електронний ресурс] / Stjernberg T., Philips A. – Режим доступу : hum.sagepub.com/content/46/10/1193.full.pdf*
15. *Tichy N. Organizational innovations in Sweden [Електронний ресурс] / Tichy N., Sandstrom T. – Режим доступу : onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tie.5060170120/pdf*