

винятком коштів на погашення основної суми боргу та повернення надміру сплачених до бюджету сум.

Отже, найголовніша розбіжність затрат і витрат зумовлена тим, що поняття затрат відображає реальну трансформацію ресурсів, тоді як витрати з бухгалтерської точки зору вказують на змінення активів і збільшення зобов'язань підприємства й орієнтовані на розрахунок його фінансового результату. Видатки являють собою від'ємний потік платежів, тобто зменшення платіжних засобів.

Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр; Эльга, 1998. – 462 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник / Ф.Ф. Бутинець; за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 6-те видання. – Житомир: ЖІТІ, 2005. – 708 с.
3. Вернеке Х. Расчет для инженеров: пер. с нем. / Ханс Вернеке, Ханс-Йорг Буллингер, Рольф Хихирт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 307 с.
4. Николаева С.А. Управленческий учет / С.А. Николаева, С.В. Шибек. – М.: ЦБА, 2004. – 288 с.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене приказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. – № 318 (зі змінами та доповненнями).
6. Юрковский Б. Себестоимость продукции: Методические рекомендации по калькулированию // Энциклопедия бухгалтера и экономиста. – 2002. – С. 404.

В пределах исследования понятийного аппарата теории затрат определена сущность понятий затраты, расходы, издержки и установлены их расхождения.

Ключевые слова: *затраты, расходы, издержки.*

Within the limits of the research of the concept apparatus of theory of expenses the essence of the concept of expense, expense of certain, and charges is defined and their divergences are set.

Key words: *expense, expense of certain, charges.*

Надійшло 12.01.2011.

УДК 378.4:001.3

О.О. Романовський

БАЗОВА КОНЦЕПЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Розглянуто базову концепцію підприємницького університету, головні елементи процесу трансформації університетів шляхом підприємницьких дій, особливості університетської інноваційної політики та інноваційних відносин у ВНЗ.

Ключові слова: безприбуткові та прибуткові ВНЗ, комерційна діяльність і підприємництво у вищій освіті, підприємницький університет, інноваційна діяльність, інноваційна політика, інноваційні відносини.

Вступ. У провідних економічно розвинених країнах світу існують безприбуткові та прибуткові вищі навчальні заклади (ВНЗ) – університети, коледжі, академії, інститути тощо [1–4]. Як прибуткові, так і безприбуткові ВНЗ, разом із головною освітньо-науковою діяльністю надають також додаткові освітні та наукові послуги на комерційній основі, здійснюючи підприємницьку [5–12] та різноманітну інноваційну діяльність у сфері вищої освіти і освітньо-наукового обслуговування [13–16]. Усе частіше досвід провідних зарубіжних ВНЗ свідчить, що одним з основних напрямів підвищення ефективності і якості освіти є колективне підприємництво, особливо коли децентралізація університетів усе збільшується.

Такий досвід є корисним і цікавим як для приватних (недержавних) ВНЗ України, так і для державних і комунальних, для яких проблема є особливо актуальною з погляду на скорочення бюджетної складової фінансування, зменшення державного замовлення, чисельності абітурієнтів, необхідності виживання багатьох бюджетних ВНЗ у складних умовах світової економічної кризи.

Розглянемо далі базові підвалини концепції підприємницького ВНЗ, спираючись на позитивний досвід п'яти європейських університетів.

У 1998 р. професор Каліфорнійського університету (США) Бартон Р. Карк опублікував книгу «Створення підприємницьких університетів: організаційні шляхи трансформації» [5; 6], в якій ввів поняття «підприємницького університету» та проаналізував шляхи трансформації п'яти європейських університетів – Варвік (Англія), Джоенсуу (Фінляндія), Чалмерс (Швеція), Твенте (Нідерланди) і Стречклайд (Шотландія) – із звичайних навчально-науково-виховних ВНЗ у підприємницькі університети.

При дослідженні трансформації цих університетів автор зазначив, що необхідними умовами їхнього ефективного перетворення у підприємницькі ВНЗ є посилення центрального управлінського ядра (управлінського стрижня), що управляє університетом, диверсифікацію джерел доходу, розвиток гнучкої периферії через структури комерціалізації інтелектуального капіталу, стимулювання академізму – академічних основ університету, посилення колегіальності в прийнятті рішень і управління всіма сферами діяльності ВНЗ, створення загальноуніверситетської підприємницької культури [5–12]. При цьому він довів, що підприємницькі нововведення є невід'ємними від колегіальності, автономії й академічних досягнень університету.

Б.Р. Кларк, виходячи з аналізу діяльності п'яти інноваційних європейських університетів, описав, як за допомогою підприємницьких дій здійснювалася їхня трансформація. Він відзначив, що ефективне колективне підприємництво не виводить університет за кордони законної діяльності; навпаки, воно може сприяти появі ресурсів і інфраструктури, що збільшують можливості університету і дозволяють йому за якістю і репутацією перейти на вищий рівень, що є більш привабливим для ринку.

Для того, щоб зрозуміти, як п'ять європейських університетів, що знаходилися в різних умовах, змінили свій характер і стали більш пристосованими до оточуючого середовища, необхідно визнати індивідуальність інституційного розвитку. Відповідно до цього п'ять основних глав зазначеної книги Б.Р. Кларка [5; 6] подають матеріал у вигляді ситуаційних прикладів з життя, у яких описуються інституційні умови й історичний характер кожного з цих п'яти університетів. Усі приклади включають у себе особливі й унікальні риси цих університетів. Також включені описи ролі окремих людей у житті кожного з цих закладів.

У своїй книзі Б.Р. Кларк аналізує трансформаційні зміни у напрямі переходу до реального підприємництва п'яти європейських університетів. У кожному з них завдяки значним підприємницьким зусиллям відбулася модернізація упродовж 10–15 років. Розвиток кожного університету – це складна інституційна історія, яка краще всього викладена завдяки контекстуальним особливостям і унікальним рисам організаційної вдачі.

Таким чином, університети мають різну історію, різні характеристики і різне місцезнаходження. Варвік – це великий дослідницький університет у Центральних графствах Англії, який існує лише з середини 1960-х років. Цей університет переживав лихі часи у 1980-х роках і змагався з кращими університетами країни і світу. Менш великий університет Джоенсуу в сільській частині Фінляндії починався з маленького навчального закладу в кінці 1960-х років. Через 15 років йому довелося відчайдушно боротися для того, щоб просто зайняти своє місце у своїй же національній системі вищої освіти. Університет Чалмерс розташований на західному узбережжі Швеції і є повністю технічним університетом. Б.Р. Кларк розглядає цей університет як спеціалізований заклад, не дивлячись на те, що він здійснює і підтверджує ефективні інновації в багатьох сферах інженерії і прикладної науки. Також університет Чалмерс має спеціальний статус у шведській системі вищої освіти. Університет Твенте в Нідерландах знаходиться на кордоні з Німеччиною, позиціонує себе як технічний університет, але з ширшим профілем. В університеті Твенте розвивається ще один напрям у галузі прикладного суспільствознавства, а також набувають розвитку відмінні риси університетського містечка. Ще один навчальний заклад – університет Стречклайд у Глазго – є шотландським історико-технічним університетом у британській системі освіти і має ще більш різноманітні напрями. Три з п'яти його факультетів (факультет комерційної діяльності, педагогічний факультет і факультет гуманітарних наук) сконцентровані на дослідницькій роботі, викладанні і сфері обслуговування (що не є частиною науки і техніки і не належить до них).

Ці п'ять університетів знаходяться у різних місцях і в різних національних і місцевих умовах. У них різне походження, різні шляхи розвитку, але їхній розвиток залежить від зусиль певних людей.

Концепція підприємницького університету.

Принцип «підприємництво» у книзі Б.Р. Кларка «Створення підприємницьких університетів: організаційні шляхи трансформації» належить до цілої соціальної системи, тобто до цілого університету, всіх його підрозділів, дослідницьких центрів, викладачів і відділень. Сенс терміна «підприємство» полягає у свідомому зусиллі, спрямованому на побудову і розвиток закладу, що потребує багато сил і спеціальної діяльності. Не

боятися ризикувати, коли кінцевий результат невідомий, — це один із головних принципів такої діяльності та запорука успіху. Підприємницький університет активно шукає можливості нововведень у тому, як він виконує навіть свої основні функції. Підприємницький університет прагне привнести істотні зміни організаційного характеру для того, щоб у майбутньому опинитися у вигіднішій ситуації. Підприємницькі університети прагнуть стати відмінними від інших і діяти за власними правилами. Інституційне підприємництво може бути розглянуте двояко: і як процес, і як кінцевий результат.

Протягом деякого часу два терміни «підприємницький» та «інноваційний» застосовувалися як синоніми. Концепція «інноваційного» університету приваблива. Вона м'якша порівняно з підприємницьким університетом, а також дозволяє більш широко розглядати підприємницьку діяльність університету як новий тип його діяльності. Концепція інноваційного університету допомагає уникнути тієї негативності, яку багато представників академічних кіл пов'язують з підприємцями (агресивними людьми, орієнтованими лише на бізнес і здобуття прибутку). Коли у 1996 р. навчальні заклади, що розглядаються в книзі Б.Р. Кларка, спільно з деякими іншими університетами заснували нову загальноєвропейську асоціацію з дуже обмеженим членством, вони назвали її «Європейський консорціум інноваційних університетів». Але Б.Р. Кларк обрав термін «підприємницький», а не «інноваційний», бо поняття «підприємницький» точніше вказує на свідомі зусилля та дії, які приводять до встановлення певного організаційного статусу. Під прапором підприємництва він зумів точніше згрупувати ті процеси, завдяки яким сучасні університети змінюють себе (і ці процеси можна досліджувати і вимірювати).

Трансформація університетів в основному не відбувається випадково або одноразово і лише тому, що університет почав застосовувати якісь інноваційні програми. У такому разі всі ці нові програми і підходи скоріш за все будуть «задушені» і не принесуть змін. Трансформація університетів також не відбувається лише тому, що один підприємець у цьому університеті захоплює владу й управляє всім (такі випадки зазвичай є винятком з правил). Для цього університети є дуже «важкими на підйом», достатньою мірою резистентними від нижчих прошарків до вищих, тому індивідууми не можуть домінувати в них дуже довго. Трансформація по-справжньому відбувається тоді, коли група (коло) людей у кожному з базисних підрозділів університету протягом декількох років приносить зміни шляхом організаційної ініціативи: у такому разі структура й орієнтація навчального закладу змінюється. Колективна підприємницька дія на базисних рівнях університету знаходиться в серці феномену трансформації. Діючи зверху вниз, національні системи вищої освіти і регіональні системи освіти (штатів, провінцій, областей тощо) є сліпими інструментами важливих змін. Діючи внизу окремі й поодинокі викладачі або адміністратори є дуже обмеженими в тому, що вони можуть зробити. Але групи — великі й маленькі, загальноінституційні або в окремих підрозділах університету такі, що складаються з викладачів або адміністраторів (а інколи і студентів), можуть вибудовувати нові структури, процеси й орієнтації. Академічні групи фахівців університету можуть стежити за

тим, щоб трансформація відбувалася при обов'язковому дотриманні академічних цінностей. Б.Р. Кларк зазначає, що ефективно колективне підприємство не виводить університет за межі академічної легітимності. Навпаки, колективне підприємство забезпечує навчальний заклад такими ресурсами та інфраструктурою, що у змозі надати такі можливості, яких у цього університету могло б і не бути. А це дозволяє різко підняти якість його діяльності та репутацію. Формальна автономність, що надається ВНЗ, не гарантує активного самовизначення; автономні університети в реальності можуть бути пасивними навчальними закладами. Вони можуть жити минулим, замість того, щоб дивитися в майбутнє. Спільно з іншими навчальними закладами у своїй країні вони можуть приймати однакові рішення і разом «пливти або тонути». Автономні університети стають активними навчальними закладами, коли вони приймають рішення експериментувати зі змінами в їхній структурі і в їхній реакції на внутрішні і зовнішні вимоги (виклики). Вони відчувають, що в наш швидкий час найрозумніша поведінка – це бути попереду і скеровувати свої дії, а не пливти за течією. Саме в цьому процесі їм і потрібні нові організаційні елементи, які разом характеризують підприємницький університет.

Трансформація університету в напрямі підприємництва.

Як університети трансформують себе шляхом підприємницьких дій? За Б.Р. Кларком такі *п'ять головних елементів складають мінімум у цьому процесі*: посилений направляючий центр (управлінське ядро, управлінський стрижень); розширена периферія, де можна розвиватися; різноманітність бази фінансової підтримки; постійне гарно стимульоване академічне середовище (академічна серцевина); інтегрована підприємницька культура [6, с. 5].

Розглянемо коротко кожен із них.

1. Посилений направляючий центр.

Традиційні європейські університети вже давно виявляють скандально відому слабку здатність скеровувати себе [6, с. 5]. Із зростанням складності їхньої організації і збільшенням швидкості змін ця слабкість стає такою, що все більше і більше ослабляє університет, підсилюючи потребу у поліпшенні його менеджменту.

Неамбітні університети можуть проігнорувати цю потребу і «пливти» під традиційним керівництвом. Ті університети, які є флагманами або елітними університетами, можуть проігнорувати нестачу скеровуючих здібностей довше, ніж інші, бо вони можуть покладатися на свою репутацію і політичну підтримку в пошуці ресурсів. Але амбітні університети, а також університети, які вболівають за те, як вижити, не можуть покладатися на старі звички слабого менеджменту. Їм необхідно стати швидшими, рухливішими, гнучкішими й особливо сфокусуватися на тому, як вони реагують на все нові й нові вимоги суспільства, що постійно змінюються. Їм необхідно перебудувати свої програмні можливості. Посилений направляючий центр стає необхідністю. Цей центр може набувати різних форм. Але він повинен охоплювати центральні групи, що управляють, і центральні академічні підрозділи (центральні університетські академічні структури, відділи). Такий центр повинен поєднати нові цінності управління з традиційними академічними цінностями.

2. Розширена периферія, де можна розвиватися.

Підприємницькі інститути демонструють швидке зростання тих підрозділів (відділів), які долають старі університетські кордони і пов'язуються з організаціями і групами у зовнішньому світі. З одного боку, такі підрозділи (відділи) є професійними підрозділами (відділами), дії яких спрямовані на передачу знань, промислові контакти, розвиток інтелектуальної власності, продовжену освіту, пошук фінансових коштів і взаємовідношення з випускниками. З іншого боку, такі підрозділи (відділи) є міжпредметними дослідними центрами, орієнтованими на вирішення наукових завдань і реалізацію проектів. Академічні підрозділи (відділи), що базуються лише на одній галузі знань, у подальшому продовжуватимуть відігравати важливу роль. Але такі підрозділи (відділи) не можуть зробити всі ті заходи (комплекс підприємницьких дій), які тепер потрібно робити університетам. Спрямовані в зовнішнє середовище дослідні центри символізують і реально забезпечують багатопредметне вирішення проблеми. Такі центри мають певну гнучкість, їх легко заснувати і реструктуризувати. Побудовані так, щоб мати здатності й можливості проникати через кордони, такі центри є посередниками між підрозділами (відділами) університету і зовнішнім світом.

Якщо університетська взаємодія (торгівля результатами освітньої та науково-технічної діяльності) із зовнішніми групами продовжує розвиватися, його інфраструктура повинна також швидко розвиватися й удосконалюватися. Заклопотані тим, щоб знайти найкращі засоби для відповідності соціальним вимогам, підприємницькі університети ризикують, пропонуючи повністю нову периферію з нетрадиційними елементами (складовими) [6, с. 6]. Таким чином відбувається еволюція традиційного університету у підприємницький.

3. Різноманітність бази фінансування.

Для того, щоб сконструювати новий, орієнтований на зміни характер навчального закладу, університетам необхідні великі фінансові ресурси. Аналізуючи можливі шляхи диверсифікації основних фондів підприємницьких ВНЗ, Б.Р. Кларк виділяє три джерела фінансових надходжень (доходу): а) основною є підтримка від урядового міністерства; б) важливими є фонди від державних дослідницьких рад; в) усі інші ресурси визначаються як третє джерело фінансових надходжень (доходу). Ця диверсифікація є необхідною для ВНЗ з підприємницьким характером діяльності. Вона дає йому можливість рухатися вперед, покриваючи втрати в одному здобутками в іншому, керуючись правилом: «краще мати більше грошей, ніж менше – за умови, що вони отримані законним чином» [8, с. 12].

Щодо третього джерела фінансових надходжень (доходу). Це можуть бути:

– Інші доходи від уряду – від регіонального або міського (муніципального) уряду або інших міністерств (сільського господарства, лісового господарства, екології, МНС, науки і технологій, економічного розвитку тощо).

– Приватні джерела (приватних організацій), у тому числі: а) індустриальні фірми з великою кількістю секторів і важливими відмінностями між великими і малими компаніями; б) професійні і місцеві (регіональ-

ні, міські, муніципальні) асоціації й організації, які зацікавлені у продовженні надання освіти своїм співробітникам; в) філантропічні фундації, які можуть бути як невеликими, так і гігантськими.

– Доходи, що отримуються самим ВНЗ від власної статутної діяльності; від депозитів і інвестицій; доходи від послуг кампусу – починаючи від медпункту або університетського шпиталю і до книжкового магазину; плата студентів за навчання і послуги; фонди, що надходять від випускників університету; роялті-доход від запатентованої інтелектуальної власності ВНЗ і окремих його викладачів.

Б. Кларк відзначає, що третє джерело фінансових надходжень (доходів) не має ні меж, ні кордонів. І ця підтримка регіональних і міських урядів, а також випускників ВНЗ щороку зростає у великій кількості університетів усього світу [8, с. 14].

У процесі пошуку додаткового фінансування з другого та третього джерел підприємницькі університети, на відміну від непідприємницьких, краще усвідомлюють, що диверсифікація фінансових надходжень (джерел) робить їх більш мобільними і незалежними від державного регулювання, стандартних правил, інструкцій тощо. І саме на початку 1960-х років американські оглядачі зазначали, що у робочому й працюючому ХХ ст. інституційна автономія буде залежати від відсутності єдиного або вузькоспеціалізованого джерела фінансової підтримки [6, с. 6–7].

Особливо необхідними є дискреційні фонди (ті гроші, які можна витратити на думку або за бажанням самого навчального закладу). Розширення фінансової бази стає життєво важливим, оскільки державна підтримка (перше з головних джерел фінансування) постійно зменшується. Підприємницькі університети визнають цю ситуацію і використовують собі на благо. Вони збільшують свої зусилля з пошуку грошей, особливо – за рахунок залучення дослідницьких коштів: вони дуже активно змагаються за гранти і контракти (друге з головних джерел надходження фінансів). Вони вибудовують такі портфоліо джерел доходів, що заглиблюються і розширюються у все нові й нові сфери, і включають промислові компанії, місцевий уряд і філантропічні фундації, а також прибуток від інтелектуальної власності, прибуток від послуг, що надаються навчальними закладами, фінансових засобів (пожертв, благодійних внесків, подарунків) від випускників (третє джерело фінансової підтримки університетів). Це приклад справжньої фінансової диверсифікації, що є особливо цінним з точки зору дискреційних грошей.

4. Постійно стимульоване академічне середовище.

У той час, коли підприємницький університет вибудовує сильний направляючий центр, розвиває структури досягнення зовнішнього світу і диверсифікує свої прибуткові потоки, його серцевина все ж знаходиться в традиційних академічних департаментах, які базуються на одній або декількох дисциплінах, а також міждисциплінарних. Дуже важливим є, чи приймуть вони серйозну трансформацію, чи від неї відмовляться. Саме тут, у цих підрозділах (відділах) академічної серцевини університету запропоновані зміни та інноваційні кроки можуть потерпіти поразку. Якщо основні академічні підрозділи (відділи) опираються інновації і не сприймають її, життя цього навчального закладу продовжуватиметься, як це було раніше. Для того, щоб зміни пустили коріння, підроз-

діл за підрозділом (відділ за відділом) і викладач за викладачем повинні ставати підприємницькими підрозділами (відділами) і підприємцями, все сильніше і сильніше прориваючись до зовнішнього світу шляхом надання нових програм і завдяки вибудовуванню реальних заходів щодо отримання доходів (про що йшлося в попередньому параграфі). Члени підрозділів (відділів) повинні брати участь у центральних направляючих групах. Вони повинні сприйняти те, що індивідууми, як і колегіальні групи, матимуть більше прав щодо управління університетом у ланці між центральним управлінським персоналом і керівниками департаментів і наукових центрів.

Саме в академічному середовищі традиційні академічні поняття і цінності мають глибоке коріння. Саме тут є важливим правильне сприйняття менеджерських заходів і побудова системи довіри до університетського підприємництва [6, с. 7].

5. Інтегрована підприємницька культура.

Підприємницькі університети так само, як і будь-яка компанія, розвивають свою робочу культуру, яка вітає, сприймає й підтримує зміни. Така нова культура може початися з навіть невеликої інституційної ідеї про зміну. Надалі ця первинна ідея може й повинна розвиватися для того, щоб на її основі розвинулася нова (інноваційна) університетська культура. Сильна культура тримається корінням у сильній практиці. При змішуванні ідей і практики питання культури університету стає більш важливим, бо інституційна культура допомагає культивувати інституційну приналежність і певну репутацію. При трансформації університетів цінності й етичні переконання навчального закладу можуть вести до розвитку інших важливих елементів [6, с. 7–8].

Аналізуючи виникнення і розвиток підприємницької культури у європейських університетах, Дж. Девіс [10, с. 25–26] зазначає, що протягом двох десятиліть діяльність ВНЗ Європи стала відмінною від традиційної академічної діяльності – навчання, наукові дослідження, культурне обслуговування суспільства. На перший план вийшли такі проблеми, як: економічна складова діяльності ВНЗ; фінансування; шляхи «заробляння коштів». Ці проблеми, що виникають майже перед усіма університетами і коледжами Європи, корінним чином відрізняються від проблем класичних університетів у минулому. Значне місце в діяльності будь-якого ВНЗ тепер займають такі складові підприємництва, як консалтинг; франчайзинг; маркетинг і менеджмент; кредитування навчання тощо. Крім того, перевага надається прикладним дослідженням на замовлення (і таким, які можна вигідно продати); широкій інтернаціоналізації освіти і запрошенню на навчання великої кількості іноземних студентів; комерціалізації усіх видів діяльності ВНЗ (у тому числі – використання на комерційній основі кампусів, надання приміщень ВНЗ, спортивних залів і майданчиків в оренду не студентам і не резидентам тощо). Масштаби й обсяги комерційних послуг, які надаються зараз університетами і коледжами, залежать від їхніх особливостей і місця розташування, а ефективність підприємницької діяльності ВНЗ залежить від їхньої ринкової орієнтації і тих технологій, що ними застосовуються.

Перетворення університетів у підприємницькі відбувається завдяки правильній інноваційній політиці ВНЗ. У процесі підприємницьких пе-

ретворень виникають інноваційні відносини в колективі співробітників ВНЗ. Характер цих відносин може сприяти чи протидіяти впровадженню підприємницьких ідей у навчальному закладі.

Далі коротко розглянемо сутність інноваційної політики підприємницького університету та інноваційних відносин у ньому.

Інноваційна політика та інноваційні відносини.

Підприємницький університет за своєю суттю є інноваційним навчально-науковим закладом, що здійснює інноваційну діяльність і в якому одним з інструментів управління є його інноваційна політика. У процесі реалізації інноваційної політики підприємницького університету в його колективі виникають інноваційні відносини. Далі розглянемо базові поняття та основні положення щодо інноваційної політики ВНЗ та інноваційних відносин у ньому.

1. Сутність інноваційної політики у ВНЗ.

Одним з інструментів управління інноваціями будь-якого підприємства (організації, закладу, установи) є його інноваційна політика [16, с. 21]. У будь-якому підприємстві (організації, закладі, установі) слід розрізнати зовнішню і внутрішню інноваційну політику. Зовнішня інноваційна політика – це спільна лінія поведінки підприємства (організації, закладу, установи) на ринку, що визначає пріоритетні інноваційні проекти і що приводить до підвищення рівня його розвитку. Внутрішня інноваційна політика – це регулювання поведінки персоналу, спрямованого на інновативний тип розвитку підприємства (організації). Сутність поведінки персоналу визначають відносини, які складаються між співробітниками в інноваційній сфері діяльності підприємства (організації, закладу, установи). У цілому, інноваційна політика підприємства (організації, закладу, установи) є керівництвом з вибору пріоритетних напрямів інноваційного процесу, розробки і виконання інноваційних планів і проектів, формування необхідних відносин між співробітниками в організації. Залежно від ситуації, що склалася на підприємстві (в організації, закладі, установі), розрізняються такі види інноваційної політики: звуження (зменшення) і зростання (розширення).

У політиці звуження (зменшення) або зростання (розширення) закладено аналіз цілей підприємства (організації, закладу, установи), що визначається як конкретний кінцевий стан підприємства (організації, закладу, установи) або бажаний результат. При всій різноманітності цілей їх можна поділити на дві: мета звуження (зменшення) і мета зростання (розширення).

При визначенні мети звуження (зменшення) кінцевий стан (станом вище) підприємства (організації, закладу, установи) бачиться у збереженні досягнутого, підтримці обсягів виробництва, частки освоєного ринку, рівня заробітної плати і кількості працівників або в поступовому зниженні темпів зростання, сподіваючись на можливе покращання в майбутньому. Цілі звуження (зменшення) обирають підприємства (організації, закладу, установи), що діють у несприятливих умовах. Інвестиції в інноваційні проекти в цьому випадку або відсутні, або мають випадковий характер (політика виживання).

ВНЗ теж є підприємствами (зкладами) з продукування знань, надання освітніх і наукових послуг, а також освітньо-науково-культурного

обслуговування суспільства, але вони мають свою специфіку. Головна особливість – освітня діяльність, і вона накладає певні обмеження на інноваційні зміни. Перше обмеження є викликаним наявністю: а) принципу неперервності освіти (спадкоємність навчання, послідовність, поступовість і пов'язаність його освітньо-професійних рівнів навчання і наукових ступенів), що створює для освітніх інновацій інституційний кордон; б) принципу універсальності освіти – вчити всіх людей незалежно від їхніх індивідуальних соціальних, расових, етнічних або релігійних ознак чи відмінностей, місця проживання, стану здоров'я, рівня попереднього навчання тощо. Це не дозволяє відсікти від освіти велику кількість людей, які її потребують [16, с. 23].

Друге обмеження викликане наявністю суттєвого внутрішнього протиріччя самої освіти. З одного боку, освіта – сфера поширення наукових знань і сфера генерації власне освітнього знання, тобто сфера творчого пошуку, затвердження нового; з іншого – освіті властивий крайній консерватизм, оскільки повторення і відтворення репродуктивного характеру є передумовою збереження соціуму. Для розвитку суспільства є необхідною в обов'язковому порядку передача культурних норм і мінімуму загальнообов'язкових знань і загальнолюдських цінностей. Іншими словами, соціально-культурний традиціоналізм є ще одним кордоном на шляху до здійснення інновацій (у тому числі – підприємницького характеру) [16, с. 24].

Крім того, необхідно стійко відтворити не лише сферу культури і знань у повному обсязі, але і всі соціально-економічні взаємини і відносини, соціальні прошарки і сфери суспільства за допомогою здійснення багатьох різноманітних соціальних функцій освіти.

На думку вчених і освітян, недооцінка вказаних обмежень на інноваційну політику в освіті може призвести до того, що інновації збивають відтворення освіти з режиму творчості і перетворення цілком і повністю на режим рутини, адаптації, виживання. Більше того, політика перманентних інновацій породжує хаос в освітній системі, призводить до її розпаду.

Слід також мати на увазі людський потенціал, людський фактор у сфері освіти. Так, окрема освітня інновація, помножена на енергію ентузіастів, не може бути реалізована або вкорінена в масових масштабах, якщо не спирається на власну творчість мас або викликає неприйняття і відсіч.

Наступне, третє, обмеження на підприємницькі інноваційні зміни у вищій освіті полягає в тому, що мають місце і соціально-економічні кордони на впровадження і використання інновацій у сфері освіти. По-перше, освіта – це галузь комплексних і довгострокових соціально-економічних наслідків, що не відразу виявляються, будь-якої політики, у тому числі – інноваційної. По-друге, освіта – це галузь значної кількості переважно не-окупних у короткотерміновому і вартісному відношенні інновацій, сфера довгострокового інвестування. По-третє, в умовах ринку інноваційні цикли характеризуються короткостроковістю, освітні ж цикли (цикли відтворення знань, людських ресурсів) мають тривалий характер.

Проте економічні критерії щодо необхідності і можливостей впровадження інновацій в освіту через особливості її природи і важливості ви-

рішуваних нею в суспільстві першочергових соціально-економічних завдань, не повинні бути головними і вирішальними. У цьому випадку найважливішими є критерії, пов'язані безпосередньо з відтворенням людини, соціальними інститутами, суспільством (соціальні, психологічні, педагогічні, етичні критерії) [16, с. 25].

Інноваційна політика у галузі вищої освіти відрізняється від інноваційної політики в інших ланках освіти великою вірогідністю комерціалізації інновацій. ВНЗ, що надають освітні послуги для суспільного сектора економіки, і ВНЗ, що надають освітні послуги для бізнесу, також знаходяться не в однаковому положенні з точки зору інновацій, а тому матимуть відмінності у здійсненні інноваційної політики, зокрема для комерційних проектів.

У той же час діяльність ВНЗ – це не лише освітня діяльність, підготовка кадрів, людського потенціалу для різноманітних сфер господарства і суспільства в багатьох його компонентах. На мікрорівні ВНЗ є суб'єктом різних видів діяльності – як освітніх, так і позаосвітніх [16, с. 25]. Наприклад, до позаосвітньої діяльності відносять такі її види, як: наукова, проектно-конструкторська, адміністративно-управлінська, фінансова, маркетингова. Виховна діяльність є органічним елементом усіх видів діяльності ВНЗ.

Необхідно відрізнити інноваційну політику від науково-технічної політики ВНЗ. Науково-технічна політика охоплює лише наукову діяльність, інноваційна політика – всі види діяльності ВНЗ, відповідає за його розвиток, підвищення конкурентоспроможності.

2. Інноваційні відносини у ВНЗ.

Будь-якому процесу відповідають певні відносини, що складаються між усіма його учасниками. Для інноваційної політики характерними є інноваційні відносини, що реалізуються суб'єктами й об'єктами управління. Суб'єкт управлінських відносин – це активна ланка, що впливає на ці відносини; об'єкт управлінських відносин – це пасивна ланка відносин, що сприймає вплив і піддається його дії. У цьому сенсі будь-який суб'єкт (носій) управлінських відносин тією або іншою мірою є як активною, так і пасивною ланкою. Суб'єктами (носіями) інноваційних відносин у вищій освіті є всі члени суспільства, соціальні групи, соціальні структури, які, так або інакше, мають стосунок до сфери освіти, науки і виробництва. Вони можуть бути індивідуальними й асоційованими (колективними).

ВНЗ може бути також суб'єктом і об'єктом взаємодії із зовнішнім середовищем на макро-, мезо- і мікрорівнях (з точки зору дії інноваційних відносин на зовнішнє середовище за силою і значущістю дії, а також за просторовим обсягом і ефектом дії). З позицій макроекономіки суб'єктами інноваційних відносин можуть бути й самі ВНЗ, що є інституційними ланками формальної системи освіти. У той же час вони є об'єктами управління. ВНЗ може бути господарюючим суб'єктом і у складі науково-виробничого комплексу, і в регіональній освітній системі, і в системі безперервної освіти, вступаючи як у внутрішні (внутрішньо-університетські, внутрішньоінститутські, внутрішньокорпоративні), так і в зовнішні управлінські відносини з довкіллям. На мікрорівні суб'єктами інноваційних дій є керівники ВНЗ, структурного підрозділу, що відпові-

дає за інноваційну політику. Об'єктами управління є, з одного боку, інноваційна діяльність, з іншого — увесь персонал ВНЗ.

Власне інноваційні відносини виникають між людьми з приводу формування і реалізації інновацій. При цьому процеси, пов'язані з виробництвом і відтворенням нового (нового знання, нового продукту або послуги, нових управлінських комбінацій, нових суспільних відносин) або просто з внесенням змін у вже відоме, мають бути не стихійними, не-свідомими, а неодмінно свідомо поставленими на наукову основу і мати характер спеціалізації. З тих пір, коли інноваційні відносини стають такими, що постійно відтворюються, можна говорити про особливий тип управлінських відносин — інноваційні відносини, які мають місце в будь-якій сфері людської життєдіяльності, у тому числі в освіті.

В освіті присутні інноваційні відносини як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Вони реалізуються через інтереси суб'єктів і об'єктів освіти.

3. Розвиток інноваційних відносин.

Розвитку інноваційних відносин дають імпульс, по-перше, необхідність пристосовувати до вкрай обмежених і виснажених природних ресурсних можливостей нові види людської діяльності й нові потреби людського суспільства, що постійно зростають і ускладнюються; по-друге, пошук нових і ще не відомих людству можливостей і умов для його розвитку. Це протиріччя між потребами і можливостями суспільства вирішується в цьому випадку за допомогою поставленого на наукову основу масового виробництва інновацій як самостійної сфери діяльності. У ВНЗ це стосується освітніх, фінансових, соціальних, управлінських і культурних інновацій. Інноваційна діяльність — це своєрідне відновлення і вдосконалення застарілого об'єкта, що оновлює його і виводить його функціонування на якісно новий рівень.

Головні інновації у ВНЗ пов'язані, перш за все, зі зміною як індивідуальної свідомості людей, так і суспільної свідомості. Вони призводять до змін у економічних відносинах, до появи нових елементів у межах традиційних економічних відносин в освіті, у тому числі — у ВНЗ.

Як зазначалося вище, комерційні (у першу чергу — підприємницькі) інновації у сфері освіти, у тому числі — у ВНЗ — можуть входити у протиріччя з некомерційною суттю освіти, університетським академізмом, заміною сприйняття ВНЗ уже не як «храму науки», а як освітянської бізнес-структури. Це абсолютно природно в умовах споживчого характеру розвитку суспільства і розповсюдження ринкових відносин на всі сфери людського життя, навіть на освіту. Як свідчить досвід ВНЗ економічно розвинутих країн, одним з можливих напрямів підвищення ефективності і якості вищої освіти у жорстких умовах конс'юмеризму (організованого руху за розширення прав і впливу споживачів та покупців на продавців і виробників товарів і послуг, створення товариств споживачів) [17, с. 826] є розумне колективне підприємництво.

Висновки. У процесі впровадження підприємництва у сфері управління освітою на рівні ВНЗ важливе значення мають державно-громадські суб'єкти інноваційних відносин. Зміни, інновації і реформи державного управління освітою, наукою безпосередньо впливають на якість інноваційних відносин у кожному конкретному ВНЗ. Зростання ролі громадськості і

громадських організацій як третього (неринкового і недержавного) сектора щодо впливу на інноваційну політику ВНЗ вбачається особливо важливою для становлення цивілізованого громадянського суспільства в Україні. А ВНЗ як суб'єкт інноваційних відносин зобов'язаний забезпечувати за допомогою підприємницько-господарської діяльності збереження своєї основної освітньо-наукової діяльності, оскільки це є його місією.

Важливе значення для успішного перетворення ВНЗ у підприємницькі є рівень підприємницької культури їхніх співробітників. Визначаючи, якою має бути підприємницька культура співробітників ВНЗ, Дж. Девіс підкреслює такі основні її риси, як: відкритість і відвертий обмін думками і поглядами; прозора конкуренція; колективна відповідальність; готовність вирішувати проблеми; фінансова звітність; взаємна підтримка і співробітництво; визнання того факту, що успіх / поразка в якійсь сфері можуть мати позитивні / негативні наслідки для кожного. Підприємництво у ВНЗ характеризується не тільки бажанням ризикувати або експериментувати з чимось новим, але й з умінням оцінювати ці ризики, набувати досвіду і переносити все це на діяльність університету (коледжу). Специфіка ВНЗ полягає в тому, що існує зв'язок між поняттями «організація навчання» і показників так званої «якості культури» співробітників. Керівництво навчальним закладом має бути спрямоване на розвиток усіх рівнів, що підвищує вагу і значущість керівників усіх рівнів, їх добір (відбір) і зміну правил, які заважають розвитку ВНЗ і підвищенню його фінансової стабільності [10, с. 27–28].

Істотні інновації в характері університету в процесі його трансформації у підприємницький ВНЗ означають, що деякі центральні завдання і деякі основні структури змінені до такої міри, що весь курс навчального закладу змінюється. Така трансформаційна робота повинна здійснюватися на місці самим університетом, протягом декількох років, інколи – десятиліттями. Це повинно бути колективною дією, що приводить до появи нової практики роботи і нових норм роботи, до здійснення кроків, які є підприємницькими за своїм характером (без остраху ризикувати і гнучкістю під час процесу). Коли традиційних підходів недостатньо, університет повинен розробити ефективні підприємницькі підходи [6, с. 8].

Список використаної літератури

1. Pusser B. Public Purpose and Private Enterprise / B. Pusser, D. Doane. Change, 2001. – № 33 (5). – P. 18–22.
2. Renner R. Higher Ed., Inc.: The rise of the For-Profit University. Book Review / R. Renner // The Journal of Higher Education, 2003. – № 74 (1) – P. 108–111.
3. Kinser K. Dimensions of Corporate Ownership in For-Profit Higher Education / K. Kinser // The Review of Higher Education, 2007. – № 30 (3). – P. 217–245.
4. Blumenstyk G. The Chronicle Index of For-Profit Higher Education. The Chronicle of Higher Education / G. Blumenstyk, 2008. – № 54 (5). – P. A18.
5. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformations / Clark Burton R. – Oxford: Pergamon-Elsevier Science, 1998. – 180 p.

6. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Clark Burton R. // Wagon Lane, Bingley BD16 1WA. – UK: Emerald Group Publishing Limited. Howard House, 2008. – 164 p.

7. Clark Burton R. Sustaining Change in Universities. Continuities in Case Studies and Concepts. The Society for Research into Higher Education & Open University Press / Clark Burton R. // SL6 2QL. – England: McGraw-Hill, 2004. – 212 p.

8. Clark Burton R. «The Entrepreneurial University: New Foundations for Collegiality, Autonomy, and Achievement» / Clark Burton R. // Higher Education Management. – 2001. – № 13 (2). – P. 9–24.

9. Clark Burton R. «Collegial Entrepreneurialism in Proactive Universities: Lessons from Europe» / Clark Burton R. // Change, Jan/Feb, 2000, pp. 10–19.

10. Davies John L. The Emergence of Entrepreneurial Cultures in European Universities / Davies John L. // Higher Education Management. – 2001. – № 13 (2). – P. 25–43.

11. McInnis Craig. Promoting Academic Expertise and Authority in an Entrepreneurial Culture / McInnis Craig // Higher Education Management. – 2001. – № 13 (2). – P. 45–55.

12. Mora Jose-Gines and Villarreal, Enrique. Breaking Down Structural Barriers to Innovation in Traditional Universities // Higher Education Management. – 2001. – № 13 (2). – P. 57–65.

13. Асаул А.Н. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики / А.Н. Асаул, Б.М. Капаров; под ред. А.Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика, 2007. – 280 с.

14. Євтушевський В. Становлення і розвиток інновацій у вищій школі / В. Євтушевський, Л. Шаповалова // Вища освіта України. – 2006. – № 2. – С. 62–66.

15. Инновационная деятельность вузов: принципы и механизмы организации // Высшее образование сегодня. – 2006. – № 5. – С. 4–11.

16. Инновационная политика высшего учебного заведения / М.А. Девяткина, Т.А. Мирошникова, Ю.И. Петрова и др.; под ред. Р.Н. Федосовой. – М.: Экономика, 2006. – 178 с.

17. Економічна енциклопедія: у 3 т. / С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2000. – Т. 1. – 864 с.

Рассмотрены базовая концепция предпринимательского университета, основные элементы процесса трансформации университетов путем предпринимательских действий, особенности университетской инновационной политики и инновационных отношений в вузе.

Ключевые слова: *бесприбыльные и прибыльные вузы, коммерческая деятельность и предпринимательство в высшем образовании, предпринимательский университет, инновационная деятельность, инновационная политика, инновационные отношения.*

The basic conception of an entrepreneurial university is considered. The main elements of the universities transformation process influenced by entrepreneurial actions, features of university innovative policy and innovative relations in the institutions of higher education are analyzed.

Key words: *non-profit and for-profit institutions of higher education, commercial and entrepreneurial activities in the institutions of higher education, innovative activities, innovative policy, innovative relations.*

Надійшло 12.01.2011.