

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ



ТУЛИМОВА

Ольга Геннадіївна,
Генеральний менеджер
групи компаній "Козир-
на Карта", аспірантка
кафедри державної
політики та управління
політичними процесами
Національної академії
державного управлін-
ня при Президентові
України,
м. Київ.

Анотація: стаття
присвячена проблемі ви-
бору ефективної стра-
тегії розвитку малого
та середнього бізнесу
сфери обслуговування
в умовах кризи україн-
ського суспільства та
посилення конкурен-
тоспроможності, яка
багато в чому зале-
жить від формування
інноваційної культури
працівників сфери об-
слуговування.

Ключові слова:

управлінська культура,
інноваційна культура,
інноваційний потенці-
ал, малий та середній
бізнес, сфера обслуго-
вування.

УДК 658.589:005.3

Постановка проблеми. Актуальність проблем управлінської культури полягає в тому, що для власників малого та середнього бізнесу сфери обслуговування в Україні питання, пов'язані з інноваційними аспектами управлінської культури організації є надзвичайно важливими. Більшість власників в даний час, розглядають завдання формування управлінської культури в системі малого та середнього бізнесу, як одну з визначальних напрямків для успіху розвитку бізнесу сфери обслуговування.

Проблема інноваційних складових управлінської культури організації викликає інтерес власників через високу практичну та економічну значущість для життєдіяльності їх бізнесу на перспективу. Інноваційні складові відіграють важливу роль в розвитку бізнесу, відповідно, вони мають бути предметом пильної уваги з боку власників бізнесу сфери обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управлінської культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування в сучасних умовах приділяється певна увага, в тому числі не залишаються осторонь й питання інновацій.

Основи теорії інновацій були закладені Н. Кондратьєвим, Й. Шумпетером та розвинені у подальшому Дж Кларком, У. Томпсоном, К. Фрименом та іншими іноземними дослідниками.

Суттєвий внесок у розвиток теорії управління інноваціями бізнесової сфери зробили такі російські вчені, як: А. І. Анчишкин, С. Ю. Глаз'єв, С. М. Меньшиков, Ю. В. Яковец та ін.

Дослідженню власне інноваційного потенціалу сфери управління бізнесовою діяльністю також присвячено низку робіт вітчизняних авторів, а саме: Е. А. Божко, В. Н. Гавва, А. В. Гриньов, Н. С. Краснокутська, А. С. Федонін, І. Н. Репіна, А. І. Олексюк.

Мета статті. Проведені нами експертні опитування вказують, що на сьогодні єдиний та цілісний підхід до формування інноваційної культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування практично відсутній. Так, досить широке коло питань, які пов'язані з чітким визначенням поняття інноваційний потенціал, створенням єдиної методики оцінки інноваційного потенціалу, формуванням та певною реалізацією інноваційного потенціалу в системі управлінської культури потребують більш глибокого вивчення та використання у практичній роботі.

Вклад основного матеріалу. Вперше у науку термін «інновація» запровадив на початку ХХ століття австрійський вчений Йозеф Шумпетер. Досліджуючи основні поняття інноваційної теорії, він розглядав інновації як зміни технології і управління, як нові комбінації щодо техніки і технології, використання ресурсів, створення нового продукту. Сучасна економічна наука тлумачить інновацію як певний процес, спрямований на досягнення результату та інновація як результат.

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», «інновації - це новостворені (застосовані, і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційні-тех-

нічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [8].

Таке трактування сутності інновацій пов'язане лише із засобами виробництва, або технологічними процесами, що є необхідною, проте, недостатньою умовою, яка повинна спрямовувати весь інвестиційний потік ресурсів у галузі народного господарства з його ефективним використанням. Саме ці аспекти необхідно мати на увазі при розгляді інноваційного розвитку та управлінської культури в системі малого та середнього бізнесу сфери обслуговування.

З урахуванням викладеного пропонуємо таке визначення терміну «інновація» для організації сфери обслуговування: інновація - це кінцевий результат інноваційної діяльності, вона виступає у вигляді удосконаленого організаційно-управлінського процесу з метою досягнення економічного та соціального ефекту, виробленого та запропонованого продукту сфери обслуговування.

Інноваційна діяльність малого та середнього бізнесу сфери обслуговування

багато в чому залежить від чинників різного характеру, які можна класифікувати як внутрішні, так і зовнішні. До внутрішніх чинників відносяться: наявність матеріальних та фінансових ресурсів, техніка, технологія, організація та управління виробництвом, кадровий потенціал, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, рівень сприйнятливості до нововведень, ступінь самостійності організації. Зовнішні чинники поділяються на чинники прямої дії (стан ринку, споживачі, бюджетна і податкова системи, наявність конкурентів, науковий потенціал, експортно-імпортна політика, державна інноваційна політика, наявність нормативно-правової бази та інноваційних актів) та чинники непрямой дії (стан макроекономіки, фінансово-кредитна та соціальна політика держави, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні чинники).

Дослідження впливу інновацій на управлінську культуру взагалі проводилися і проводяться в багатьох розвинених країнах, проте, використання досвіду та рекомендацій зарубіжних фахівців вимагає аналізу можливості їх вживання й адаптації до умов ментальних українського менеджменту, тим більше до сфери обслуговування. Управлінська культура виступає як інтеграційне середовище організації, що відображає сукупність всіх, у тому числі і інноваційних процесів, що відбуваються в процесі реалізації управлінської культури організації.

Особливе значення в управлінській культурі мають раціональний початок, знання, сучасні концепції, наукоємкі технології. Без уміння висунути інноваційні цілі в систему завдань управління сфери малого та середнього бізнесу, а потім знайти адекватні методи їх вирішення не може бути ефективного управління. Більшість учених в галузі інновацій погоджуються з думкою, що відсутність інноваційної складової в сфері управління українського суспільства - це одна з головних причин інноваційної стагнації. Проектування системи управління інноваціями на базі управлінської культури дозволить не лише підвищити інноваційний інтерес в організації бізнесової діяльності, але і сприятиме формуванню управлінської культури суспільства та його розвитку в цілому.

Таким чином, поряд з управлінською культурою, стратегічним ресурсом XXI століття є також і інноваційне мислення. Доцільно відзначити, що по аналогії з поняттям «організація», поняття «інновація» засвідчує також і процес реалізації новизни в системі управлінської культури.

У ширшому сенсі інновація - синонім успішного розвитку соціальною, економічною, освітньою, управлінською та іншими сферами на базі використання різних нововведень.

Існує необмежений діапазон прояву інноваційного мислення: від створення умов ефективного користування інноваційного потенціалу (особистості, підприємства, організації) на користь розвитку суспільства до забезпечення максимальної зваженості

в реформуванні суспільства. Саме за участю інновацій можна реально домогтися:

- у сфері економіки - прискорення і підвищення ефективності впровадження нових технологій та винаходів;
- у сфері управління - реальної протидії бюрократичним тенденціям;
- у сфері освіти - сприяння розкриттю інноваційного потенціалу особи та його реалізації;
- у сфері культури - оптимізації співвідношення між традиціями й оновленням, різними типами та видами культур.

В той же час, не можна, звичайно, все зводити до впливу інноваційного чинника. Існують потужні політичні, економічні, соціальні та інші чинники, які детермінуються станом культури в цілому і, перш за все, її інноваційною складовою. Не викликає сумніву і той факт, що інноваційні чинники культури органічно пов'язані з іншими галузями науки і культури.

Формування інноваційної культури пов'язане, перш за все, з розвитком творчих здібностей і реалізацією креативного потенціалу самої людини.

Що ж стає пріоритетним у вченні та постійному поповненні інноваційних надбань менеджера? Виявляється, що навіть не економіка, не право, не технічні технології, а поведінка людини в організації, в суспільстві, закони розкриття творчого потенціалу як менеджера, так і кожного працівника, культура людського спілкування. Словом, знання і розуміння людини, форм її поведінки в соціальній організації — найважливіший елемент управлінської культури та суть управлінської революції, яку переживає світ, що, поза сумнівом, складе основу нової управлінської культури XXI століття.

Багато іноземців, відвідуючи японські фірми, дивуються, як японці, використовуючи ту ж технологію, ті ж устаткування і сировину, що застосовуються в Європі і США, добиваються вищої якості продукції. Японці вважають, що якість продукції дають не верстати, а люди, але це не знаходить розуміння та усвідомлення у представників управлінської сфери нашої країни. Керівники японських фірм виявили секрет опанування енергії людей і використання їх потенціалу з більшою ефективністю, чим хто б те не був. Ці секрети реалізують добре підготовлені і талановиті організатори — керівники. У високорозвинених країнах їх готують спеціальні середні та вищі учебні заклади, державні та приватні школи, ліцеї та коледжі.

Професія менеджера вимагає настільки великої самовіддачі, яка інколи приводить до стресу, як результат надмірних розумових перевантажень менеджера, це потребує уваги на це вказує багато науковців. Наприклад, німці в ужитку жартівливо називають стрес - «хворобою менеджера».

Кожна країна має у своєму розпорядженні обмежене число керівників, менеджерів вважається, що це «золотий фонд нації». У числі типових соціально-психологічних меж особи цієї професії дослідники називаються ініціативність, висока працездатність тощо. Однак, головні серед них - творчий склад розуму, кмітливість, стратегічне мислення, вміння акумулювати багато енергії, схильність до інновацій. Ці межі серед всіх традиційних цінностей виділяють фігуру перетворюючого менеджера-лідера, особистість, суперталанту організації справи в установі і фірмі, здатної створювати нові організаційні структури, вирішувати неординарні завдання, які продукують потреби діяльності в організації.

З метою вивчення рівня інноваційної культури організацій малого та середнього бізнесу сфери обслуговування в Україні, в лютому 2013 року нами проведено експертне соціологічне опитування «Діагностика інноваційного мікроклімату та інноваційного потенціалу організації сфери обслуговування».

Основними причинами вивчення та введення інновацій у організації сфери обслуговування (ресторанного господарства) є: посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги та максималізувати прибуток; зростання попиту споживачів; забезпечення престижу організації та швидке вирі-

шення проблем, що можуть виникнути в організації; вивчення наукових новинок та їх впровадження у виробничий процес з метою поліпшення результатів діяльності організації сфери обслуговування.

У дослідженні взяли участь 20 керівників сфери ресторанного бізнесу м. Києва. Збір інформації здійснювався за допомогою анкетного опитування, (див.табл.1).

Таблиця 1.

Рівень інноваційної культури керівників

Питання	Результати		
	«постійно»	«інколи»	«рідко»
Оцініть своє ставлення щодо інновацій, використовуючи наступну оцінюючу шкалу:			
Чи стежите Ви за передовим/міжнародним досвідом у сфері ресторанного бізнесу?	58	28	14
Чи використовуєте / адаптуєте Ви передовий/ міжнародний досвід з врахуванням потреб ринку ресторанних послуг, що змінюються?	51	34	15
Чи займаєтеся Ви самоосвітою в галузі інновацій сфери обслуговування?	32	28	40
Чи готові Ви до реалізації інноваційних ідей, інноваційних продуктів і технологій?	62	25	13
Чи у своїй роботі Ви використовуєте творчий підхід?	51	32	17
	50,8	29,4	19,8

Узагальнені результати опитування керівників ресторанів засвідчує, що рівень інноваційної культури керівників в цілому - середній (50,8%) (див. рис 1.)

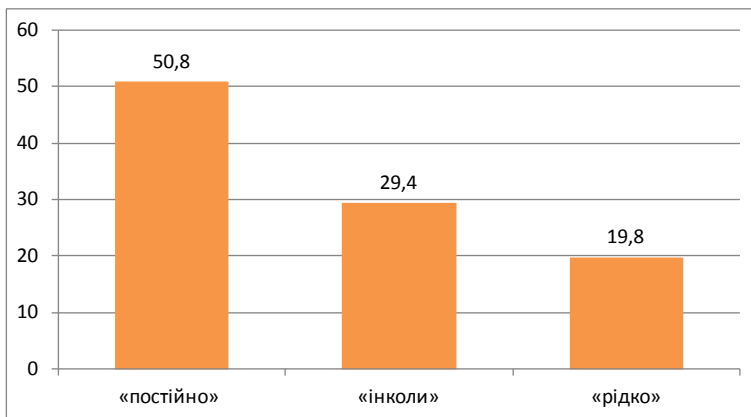


Рис. 1. Рівень інноваційної культури керівників ресотранів

З восьми перерахованих джерел, більше всього використовуються в роботі керівників ресторану: Інтернет – 32%; спілкування з колегами – 15%; внутрішні робочі групи/наради – 21%.

Джерела, які використовуються менше всього це: внутрішні тренінги – 10%; вітчизняні та міжнародні виставки – 7%; зовнішні тренінги, семінари, конференції – 6%; ЗМІ – 5%; книги по менеджменту і інноваціям та інше – 4%.

Отже, рівень інформаційної готовності керівників нижче середнього, оскільки важливі для формування інноваційної культури зовнішні джерела, такі як: вітчизняні та міжнародні виставки, книги по менеджменту та інноваціям, зовнішні тренінги, семінари, конференції, - набрали дуже низькі показники, їх пасивно використовують.

Наслідки цього є певні чинники, які будуть нами розглянуті. Найбільш значимими чинниками, спонукаючими керівників до новаторства є потреба в самовираженні, потреба бути успішним і результативним керівником, прагнення бути відміченим і по гідності оціненим та інші.

Перераховані чинники пов'язані з можливістю самореалізації особи керівника показують високий рівень інноваційного потенціалу організацій сфери обслуговування. Рівень інформаційної готовності керівників до інновацій у сфері обслуговування демонструє рейтинг джерел отримання інформації про інновації (див. рис.2).

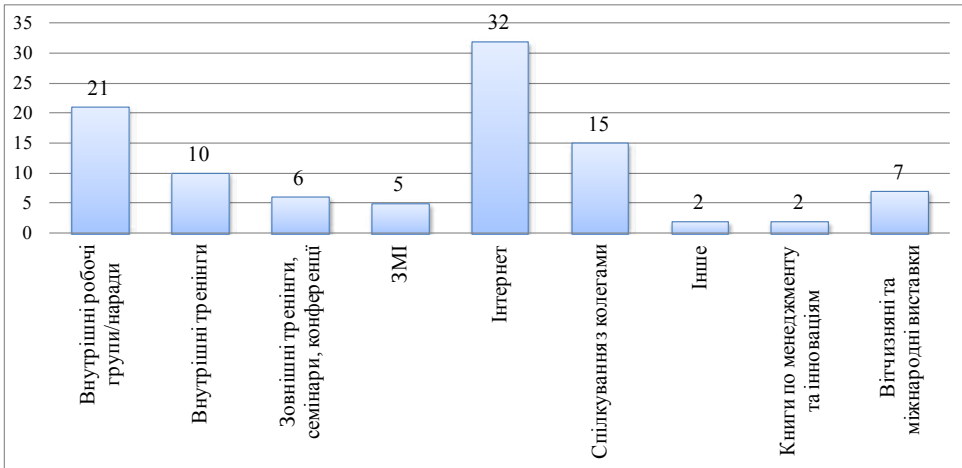


Рис. 2. Рейтинг найбільш значимих чинників що спонукають до новаторства

Додатково розкриває стан готовності керівників до інновації рейтинг антиінноваційних бар'єрів, що є перешкодою для освоєння інновацій (див. рис.3).

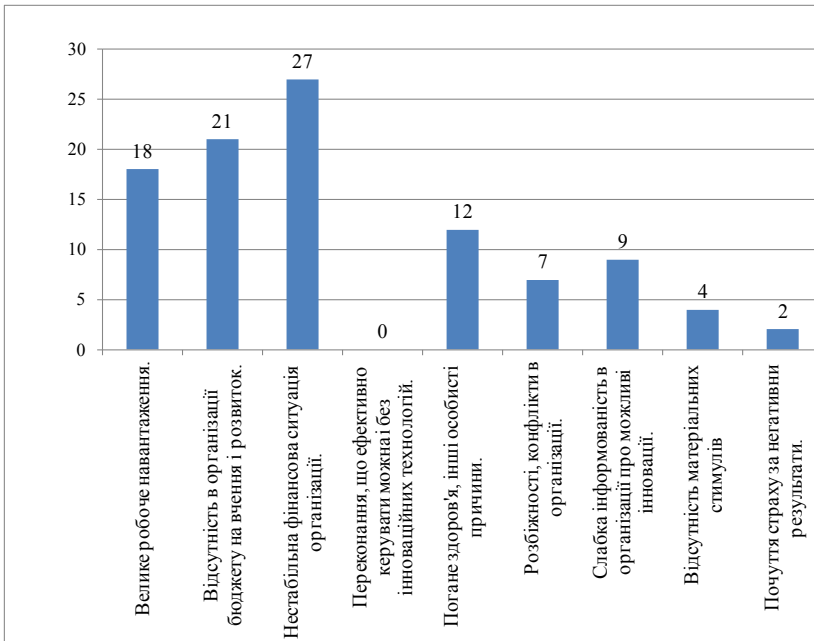


Рис. 3. Антиінноваційні бар'єри

У відповідь на запитання: "Назвіть три основні з перерахованих, антиінноваційних бар'єри, що є перешкодою для освоєння Вами інновацій?" 66 % респондентів назвали із перерахованих такі антиінноваційні бар'єри, які є перешкодою для освоєння ними інновацій в даний час: нестабільна фінансова ситуація організації – 27%; відсутність в організації бюджету на навчання і розвиток – 21%; велике робоче на-

вантаження – 18%; погане здоров'я, інші особисті причини - 12%. Лише 2% респондентів назвали бар'єр - почуття страху перед негативним результатом, 7% - розбіжності та конфлікти в організації.

Досить позитивним є те, що жодної відповіді по бар'єру «переконавання, що ефективно керувати можна і без інноваційних технологій» опитуванні не виділили.

На основі отриманих результатів, серед завдань на найближчу перспективу найбільш актуальними є наступні:

Питання інновацій в системі управлінської культури малого та середнього бізнесу сфери обслуговування на сьогоднішній день актуальне, його актуальність зростатиме у міру просування українського бізнесу на світовий ринок. Інноваційне мислення організації - запорука успіху організації, адже, сприятлива інноваційна культура будить неймовірну енергію, ініціативу, а відповідальність, слід пов'язати з досягненням високих цілей та результатів.

Основними антиінноваційними бар'єрами є нестабільна економічна ситуація в країні, фінансова нестабільність сфери малого та середнього бізнесу, а також відсутність інноваційного мислення в окремої групи людей організації щодо розвитку інтелектуального потенціалу.

У малому і середньому бізнесі сфери обслуговування виявляється гостра необхідність в керівниках нового типу, здібних до інновацій, жорсткої боротьби на ринку послуг, одним словом, виграти «битву». Далекоглядні керівники успішних організацій розглядають, управлінську культуру як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всіх співробітників на інновації, мобілізувати інноваційний потенціал та забезпечувати інноваційний інтерес організації.

Інноваційний чинник стає найважливішим ресурсом середнього та малого бізнесу і є частиною управлінської культури організації. У сучасному суспільстві на передові рубежі виходитимуть ті організації, які знайдуть можливість для максимального розвитку інтелекту своїх фахівців та інтелектуального потенціалу управління. Отже, стимулювання і охорона інтелектуального розвитку організації — стратегічна мета управління сфери малого та середнього бізнесу сфери обслуговування.

Носіями управлінської, інноваційної культури є як суспільство в цілому, так і його окремі соціальні групи, перш за все інтелектуали, окремі особи-лідери, вони найбільш схильні до культурних впливів у випереджаючому режимі тому, що, обдарованих осіб формують її сучасні зразки.

Тому перспективною є ідея формування сучасної політичної і управлінської еліти, яка здатна впливати на суспільне життя, прогностично, спираючись на професійні знання, творчу уяву, нетрадиційне мислення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином значення та особливості інноваційної культури полягають у тому, що:

- кожна організація має свою специфічну, властиву лише їй культуру управління;
- саме культура управління в більшій мірі визначає міру ефективності організації, її силу; результати роботи багато в чому залежать від змісту тих цінностей, які стверджуються конкретною культурою в організації;
- лідерство та культура - дві сторони однієї медалі, бо функція лідера полягає у створенні та зміні управлінської культури.

Завдання сучасного керівника по формуванню інноваційної культури:

- формування компетентності у сфері інноваційної діяльності;
- формування інформаційної компетентності;
- підвищення рівня управлінської культури;
- виявлення і розвиток творчого потенціалу організації.

Отже, розуміння суті інновацій і механізму інноваційної діяльності у сучасних умовах дає змогу підприємствам ресторанного господарства більш ефективно здійснювати свою діяльність, підвищувати результативність функціонування організації та конкурентоспроможність на ринку праці.

Інновації, як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на повніше задоволення запитів споживачів, а з іншого - на отримання конкретного економічного ефекту.

Література:

1. Кондратюк А. Політичні тенденції модернізації державного управління країн Європейської співдружності // Вісник УАДУ. – 2002. – № 3. – С. 290–297.
2. Долечек В. Якість надання управлінських послуг населенню: зарубіжний досвід // Управління сучасним містом. – 2003. – №10–12. – С. 37–43.
3. Шадрин А.Е. Направления и параметры российской административной реформы // ПОЛИС. – 2003. – № 4. – С. 59–70.
4. Сичакова Э. Информационная открытость государственных органов как фактор влияния на экономический рост // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 3. – С. 55–59.
5. Гринев В.Ф. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2000. – 148 с.
6. Кокорин Д.И. Инновационная деятельность – М.: Экзамен, 2001. – 576 с.
7. Управление инновациями: В 3-х кн. Кн. 3: Базовые компоненты управления инновационными процессами: Учеб. пособ. / Под ред. Ю.В.Шленова. – М.: Высш. шк., 2003. – 240 с.
8. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Голос України. - 2002.- 9 серп.- С.10.
9. Іжевський В. Економічна суть інноваційної діяльності підприємств торгівлі та ресторанного господарства [Електронний ресурс]. / В, В. Іжевський– Режим доступу : <http://intkonf.org/izhevskiy-vv-ekonomichna-sut-innovatsiynoyi-diyalnosti-pidpriemstv-torgivli-ta-restorannogo-gospodarstva>