

6. Родова садиба: технології, комунікації, управління, економіка, підприємництво, екологія: [підручн.]. вид. 2-е, випр. і доп. / М. Васильєв, М. Гончаренко, І. Грабар, І. Каракаш, В. Якобчук, С. Молодецька, М. Плотнікова. К.: Вид-во Ліра-К, 2021. 484 с.

УДК 658.5

Яковенко Р.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

Болгаров І.С.,

здобувач вищої освіти,

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті,

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОВ «АСТРА КОСМЕТИК» НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ

Управління організаційним розвитком ТОВ «Астра Косметик» базується на інноваціях. Ідею та свіжі підходи щодо удосконалення управління було висвітлено під час чотиригодинного тренінгу для всього персоналу, який також був включений до курсу навчання нових найманців та менеджерів.

Згідно з опитуванням учасників, тренінги були успішними у покращенні розуміння концепції організаційного розвитку фірми та створенні нових вимог до робочої сили. Керівництво компанії створило унікальну міжфункціональну інноваційну (впроваджувальну) команду, яка складається з семи висококваліфікованих та мотивованих осіб для розвитку інноваційної діяльності та заохочення впровадження нових технологій. Вище керівництво організації наділило повноваженнями та навчило команду інновацій добре працювати.

Після цього етапу експериментів стало очевидно, що для реалізації будь-якої стратегії буде необхідно створити спеціалізовану інноваційну команду. Другий розділ програми був зосереджений на залученні. Команда лідерів та інновацій розробила низку інструментів, які менеджери можуть використовувати, щоб приділити більше уваги організаційному зростанню своїх підрозділів і підтримати створення культури, яка цінує процвітання. Менеджерів спеціально навчали, як використовувати МВО, або управління за цілями, щоб розробляти цілі для співробітників, які відповідають бізнесу, і як застосовувати метод МВО для оцінки ефективності.

Третім етапом реалізації завдань програми було прийняття. Команда інновацій щомісяця створювала події та заходи, які були зосереджені на різних організаційних та підрозділових основних цінностях.

Таблиця 1

Результати організаційних інновацій у компанії

Інновація	Період	Ініціатор	Втілювач	Результат/Статус
Коло якості	1995-1997	Міжнародна служба підтримки	Команда планування	Нерозвинений
МВО – Менеджмент за цілями	1998-2000	Управління компанією	Команда інновацій	Перехід до GM (загального менеджменту)
Система пропозицій	2000-present	Управління компанією	Команда інновацій	Розвивався активно
Коло якості	2001-present	Управління компанією	Команда інновацій	Рутинізований/застій
TPM – Total Productive Maintenance	2002-2015	Управління компанією	Команда інновацій	Згасання
Виробнича система GM	2009-present	Управління компанією	Команда GM (вищого керівництва)	Розвивався активно
Команда удосконалення фокусування	2012-present	Управління компанією	Команда інновацій	Активно розвивається

Як приклад, розглянемо «коефіцієнт ОК» виробничої лінії як ключовий показник ефективності та якості виробництва. Таким чином керівництво компанії організовує діяльність співробітників і основні цілі бізнесу через роботу інноваційної команди. Вище керівництво компанії постійно стежить за програмою, і для допомоги в ній було додано дві нові посади.

Розвиток програми контролюється через періодичні, як правило, щомісячні звіти від кожного підрозділу фірми. Керівництво компанії внесло три пропозиції щодо реалізації програми на місцевому рівні:

1. Залучайте керівників вищої ланки. Незважаючи на те, що низові зусилля мають вирішальне значення, їх розгортання та підтримка в усій організації вимагає підтримки та дій керівництва.

2. Сплануйте час реалізації ініціативи, щоб уникнути конфліктів з іншими важливими ініціативами.

3. Домагайтеся успіху в «гонках» поступово. Маленькі кроки, які спираються один на одного, створюють поступове зростання.