

## **РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ–КОНСАЛТИНГУ В ПРОСУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ**

Турбулентність змін функціонування і розвитку сучасних підприємств значною мірою ускладнює механізм управління соціально-економічними системами, зумовлює постійний пошук джерел посилення їх конкурентних позицій. Традиційно цей пошук пов'язаний з інноваційною діяльністю підприємства, передусім у її організаційно-управлінській сфері. Управлінські інновації являють собою впровадження нововведень у систему управління підприємством з метою підвищення ефективності його функціонування, посилення конкурентоспроможності і досягнення довгострокового успіху. Ці новації, як правило, пов'язані з впровадженням нових управлінських процесів, структур, а також технологій прийняття рішення. Сферами реалізації управлінських нововведень є передусім фінансові, організаційні, маркетингові, соціальні та інші аспекти діяльності компанії. Специфіка управлінських інновацій полягає перш за все у складності процесу їх створення, впровадження і оцінювання, внаслідок значного інноваційного лагу появи результатів нововведень, значної кількості учасників цього процесу, опосередкованості їх впливу на загальні результати бізнесу.

Більшість технологій управління, що застосовуються у сучасних організаціях, є наслідком колосальної дослідницької діяльності науковців, консультантів, керівництва і менеджменту підприємств. Тому розглядаючи управлінські інновації, можна стверджувати, що вони є результатом творчої діяльності дослідників, спрямованої на розробку, створення і поширення нових управлінських технологій, методів і організаційних форм. Саме тому питання забезпечення механізму створення відповідних умов генерації і впровадження нових ідей, процесів, продуктів, що сприяють розвитку організації, залишаються в центрі уваги дослідників інноваційного менеджменту.

Специфічність управлінських інновацій проявляється й у моделі їх виникнення і розвитку, яка містить наступні процеси: а) виявлення протиріччя у сфері функціонування економічної системи і управління її розвитком; б) поява ідей розвитку організації; в) розробка і формалізація ідеї розвитку, формування технології їх впровадження; г) імплементація управлінських нововведень і д) визнання управлінських інновацій внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами. Очевидно, що в цьому процесі ініціації, розробки, впровадження і ретрансляції результатів управлінських ноу-хау колосальну роль грають зовнішні агенти – науковці, визнанні гуром менеджменту, консультанти.

Слід відмітити, що більшість управлінських інновацій у практиці менеджменту з'являються як результат серйозних досліджень, наукової роботи, узагальнень досвіду функціонування компаній і організацій, процесів і результатів консультування. Більшість ідей розвитку підприємств у практиці менеджменту за останні два десятиліття народилась у сфері консалтингу. Сучасні консалтингові продукти – це комплексні, науково обгрунтовані управлінські рішення, впровадження яких дозволяє долати найскладніші управлінські завдання (від визначення стратегічних пріоритетів розвитку компаній до вибору управлінських технологій їх реалізації).

Управлінське консультування виконує функції інноваційного інсорсингу, який відбувається як у формі імплементації нових знань, адаптації управлінських інструментів до умов функціонування клієнтських організацій, мотивації і допомоги при впровадженні продуктових і процесних інновацій. Слід визнати, що співпраця з консультантами у процесі управління розвитком компанії дає синергійний ефект у процесі генерування і розвитку управлінських інновацій. Виникнення нових проблем у бізнес-середовищі і постановка нових завдань перед консультантами зумовлюють подальший розвиток управлінського консультування, який сьогодні активно реалізується у напрямку формування наукових підвалин і методологічних засад організації та здійснення консалтингової діяльності. Як потужна науково-дослідницька сфера управлінське консультування має унікальну можливість для узагальнення практичного досвіду використання моделей розвитку підприємств. Різноманіття клієнтів консалтингових компаній за ознаками приналежності до різних галузей, національних економік, з різним конкурентним станом, на різних фазах життєвого циклу дозволяють сформувати широкомасштабну репрезентативну вибірку для дослідження тенденцій і передумов розвитку компаній.

Сьогодні найголовнішим завданням менеджменту консалтингу визнається просвітницько-пропагандистська діяльність, яка полягає у створенні інформаційного середовища, яке має сприяти отриманню підприємствами знань щодо управлінських новацій, ефективних технологій та інструментів, що забезпечують за умов інформаційної асиметрії довгостроковий успіх. Активна участь консультантів в організації і проведенні професійних і науково-практичних конференцій, навчальних семінарів стала невід'ємним аспектом їх професійної роботи. Для знайомства потенційних клієнтів з новими управлінськими інструментами і технологіями компанії спрямовують значні зусилля на популяризацію власних продуктів, проводячи відкриті майстер-класи, на яких висвітлюють досвід впровадження консалтингових продуктів.