

A változásmenedzsment és az innováció közötti kapcsolat elemzése a Rituals Cosmetics példáján keresztül

Készítette: Tuza Zsanett

Vezetés és szervezés szak, Mesterképzés (MSc), Levelező munkarend

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem/Kereskedelem és Marketing Tanszék

Belső témavezető:

Szabóné Dr. Benedek Andrea, egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szakdolgozatomban a változásmenedzsment és az innováció témakörét vizsgáltam, ezek kapcsolatát elemeztem, mivel napjainkban ezen folyamatok kapcsolata rendkívül aktuális és jelentős téma a vállalatok és szervezetek számára, különösen azok számára, amelyek dinamikus piaci környezetben működnek. A versenyképesség fenntartása és növelése érdekében elengedhetlenné vált, hogy a cégek nyitottak legyenek az újításokra, és képesek legyenek alkalmazkodni. A változó piaci igények, a technológiai fejlődés, a versenytársak által bevezetett új megoldások mind olyan tényezők, amelyek folyamatosan kihívások elé állítják a vállalatokat. A sikeres vállalkozások azonban nem csak reagálnak ezekre a változásokra, hanem proaktívan alakítják ki stratégiáikat és alkalmazzák a változásmenedzsment és innováció eszközeit a versenyelőny megszerzése érdekében.

A szakdolgozat célja, hogy mélyebb betekintést nyújtson a változásmenedzsment és innovációs folyamatok közötti kapcsolatba, elemzi az elméleti alapokat és gyakorlati megvalósításokat, valamint vizsgálja, hogyan befolyásolja ezeket a folyamatokat a vállalati kultúra, a vezetési stratégiák és az alkalmazottak részvétele. Szakdolgozatomban törekszem arra, hogy átfogó képet nyújtsak arról, hogyan lehet hatékonyan kezelni és integrálni a változásmenedzsment és innováció területeit a vállalati gyakorlatban, és hogyan lehet ezáltal növelni a vállalatok versenyképességét és fenntarthatóságát.

A változásmenedzsment és innovációs folyamatok közötti kapcsolat mélyebb megértéséhez számos elméleti modellt és gyakorlati vizsgálatot elemeztem. Az elméleti háttér elemzése során kitértem olyan neves modellekre, mint például Kotter nyolc lépéses modellje, Lewin Háromfázisú modellje, Beer és szerzőtársai Hattényezőes folyamata, McKinsey 7S modell, ADKAR modell, a GE modell, Carnall-féle modell, valamint részletesen tárgyaltam az innováció fogalmát, innovációs modelleket és innováció menedzsmentjét.

Az innovációs modelleken belül dolgozatomban a termék innovációra helyezem a hangsúlyt, mivel a változásmenedzsment és innováció témakörét egy nemzetközileg elismert kozmetikai és szépségápolási termékeket forgalmazó vállalat, a holland Rituals Cosmetics példáján keresztül vizsgáltam. Feltérképeztem a jelenlegi és jövőbeli kozmetikai trendeket, melyek nagy részére a több, mint 20 évre visszatekintő cég proaktívan reagál. Minden, a céggel kapcsolatos információt cikkekből nyertem és feldolgozáskor elvégeztem a cég SWOT analízisét, amely megerősítette, hogy a Rituals tele van innovatív megoldásokkal és olyan nagyléptékű fejlesztésekkel, és változtatásokkal, melyek remek példát szolgáltatnak szakdolgozatomhoz.

A szekunder forrásokból származó kutatások, mint Papiné, Zónáné, Völgyiné és Beke munkái, valamint az interjúalapú vizsgálatok eredményei, melyek alapján fontos megállapításokra jutottam az innováció és változásmenedzsment terén.

A szakdolgozat során készített primer kutatás kvantitatív része egy kérdőíves kutatás volt, melyben 104 fő vett részt. A kérdőívet emailben juttattam el részükre. A kérdőíves kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy az elsődleges megfigyelések szerint a válaszadók nagy része pozitív kapcsolatot tapasztalt a változásmenedzsment és az innováció között, és szervezetük támogatja az új ötletek és innovációk kialakítását és végrehajtását. A résztvevők főbb jellemzői közé tartozik, hogy többségük főiskolai vagy egyetemi végzettséggel rendelkezik, valamint jelentős arányban dolgoznak külföldön. Az alkalmazottak és középvezetők nagyobb arányban vannak jelen a válaszadók között, mint a felsővezetők és a tulajdonosok. Az innovációs folyamatok során tapasztalt akadályok közül a nem megfelelő kommunikáció jelentette a legnagyobb problémát a válaszadók számára, amely hangsúlyozza a hatékony kommunikáció fontosságát az innováció sikere érdekében. A válaszadók túlnyomó többsége szerint a vezetőség aktívan részt vesz a változásmenedzsment folyamatában, ami kulcsfontosságú szerepet játszik a kimagasló eredményekben. Emellett pozitív irányú változásokat tapasztaltak a munkahelyi kultúrában a változásmenedzsment folyamatainak eredményeként. Összességében a kutatás eredményei arra utalnak, hogy a hatékony kommunikáció, a vezetőség aktív részvétele és az innovációs kultúra erősítése kulcsfontosságú tényezők az innováció és a változásmenedzsment sikerében a vállalati környezetben. A további kutatások és gyakorlati beavatkozások segíthetnek a vállalatoknak még hatékonyabbá és versenyképesebbé válni ezen a területen.

A primer kutatás kvalitatív része egy mélyinterjú volt, melyet egy Rituals cég alkalmazottal készítettem, aki bolt menedzserként rengeteg – a kutatás szempontjából fontos és hasznos – információt tudott megosztani a vizsgált területre vonatkozóan. Pozitív tapasztalatként jelölte meg a szervezet hozzáállását a változásmenedzsment folyamatok kezeléséhez és az innovációk bevezetéséhez. Az interjúalany elismerte, hogy az újítások bevezetésekor felmerülő ellenállás és bizonytalanság kezelése kihívást jelentett, amit azonban sikeresen kezeltek a megfelelő kommunikáció és vezetési stratégiák alkalmazásával. További jelentős faktor, hogy a Rituals cégnél az alkalmazottaknak lehetőségük van véleményük kifejtésére és ötleteik megosztására, aminek eredményeként számos sikeres változás valósult meg. Az interjúalany említette a vállalati kultúra és értékek fontosságát az innováció és a változásmenedzsment támogatásában. A Rituals cégnél a fenntarthatóság, a környezetvédelem és az emberközpontú hozzáállás

kiemelt fontosságúak, ami segítette az alkalmazottakat és a vezetőséget az innováció és változások irányításában. Az interjú eredményei is megerősítették a már korábbi fejezetben vizsgáltakat, miszerint a Rituals cégnél sikeresen alkalmazzák az innovációt és a változásmenedzsmentet, és számos fontos tanulságot nyerhetünk a vállalati gyakorlatok és stratégiák terén.

Szakedolgozatomban a következő hipotéziseket kívántam bizonyítani.

Az első hipotézisem szerint, a vállalkozások annak ellenére, hogy az elmúlt pár év eseményei következtében változásokat kényszerülnek bevezetni – ezenkívül az éppen aktuális trendeket és a piac változó kereslet-kínálat egyensúlyát is figyelembe kell venniük – elegendő a változtatások adaptív formáját alkalmazni, ami kismértékű, fokozatos változást jelent, ennek elfogadtatása és bevezetése tehát bizonyos mértékig könnyebb; a vállalkozások nem szorulnak transzformációs változásokra, melyek sokkal nagyobb hatással lennének a szervezet egészére és így az alkalmazottak között is sokkal nagyobb fokú ellenállás léphetne fel, amely további problémákat okozhatna.

A másik hipotézisem szerint, ha az innováció csak a vállalkozás egy részét érinti – például az ügyfelekkel való kapcsolattartás formáját vagy a termékek csomagolását - ennek pozitív hatása a szervezet egészén érezhető, de nem közvetlen következménye további területek fejlesztésének szükségessége

A vállalkozások változásmenedzsmenttel kapcsolatos adaptív megközelítését és az innováció részleges alkalmazásának pozitív hatását illetően a kvalitatív primer kutatás eredményei alátámasztották mindkét hipotézist.

Az első hipotézis esetében a kutatás kimutatta, hogy az adaptív változások elfogadása és bevezetése könnyebb lehet a szervezetben, és kevésbé valószínű, hogy jelentős ellenállást váltanak ki az alkalmazottak körében. Emellett azt is megállapította, hogy az adaptív változások hozzájárulhatnak a vállalat sikeres alkalmazkodásához az aktuális piaci körülményekhez és trendekhez.

A második hipotézis kapcsán a kutatás megmutatta, hogy az innováció részleges alkalmazása, például az ügyfélkapcsolatok vagy a termékcsomagolás területén, pozitív hatással van az egész szervezetre. Az ilyen típusú innováció javíthatja az ügyfélélményt, növelheti a vállalat versenyképességét és hozzájárulhat az üzleti eredmények növekedéséhez anélkül, hogy további területek fejlesztésére vagy transzformációs változásokra lenne szükség.

Ezen eredmények alapján megerősíthetjük mindkét hipotézist, ami fontos iránymutatást ad a vállalkozásoknak a változáskezelés és az innováció terén.

A kvantitatív kutatás során kapott eredmények és a kutatás során összegyűjtött adatok nem bizonyították közvetlenül a hipotéziseket, azonban, ezek alapján további elemzéseket lehet végezni, például statisztikai tesztek alkalmazva vagy további kutatásokat folytatva, hogy mélyebb megértést nyerjünk a témáról.

A kutatásaim végére arra a következtetésre jutottam, hogy az innováció iránti elkötelezettség a kulcs ahhoz, hogy elkezdjen változtatásokat bevezetni egy szervezet. Csak a nyitottság és rugalmasság megőrzésével maradhatnak nemcsak a versenytársak előtt, de az üzleti életben is. Másrészt pedig, az innováció csak akkor jöhet létre, ha van hajlandóság a változás elfogadására - vagyis arra, hogy kockázatot vállaljanak és kipróbáljanak valami újat.

A Rituals által bevezetett változások, és az innovációs tevékenység teljes egészében, olyan problémákra keres megoldást, amelyek majd csak a jövőben fognak megtörténni. Ezáltal nemcsak a cég fennmaradása garantált bármilyen krízishelyzetben, hanem profittal is számolhatnak olyan időszakokban, amikor más vállalkozások csak a pusztá fennmaradásért küzdenek vagy bezárnak. Ennek eredményeként, a felhalmozott tőke felhasználásával újabb befektetéseket engedhet meg magának a cég, melyek ismét jövőbeni nehézségekre adnak választ. Ez a Rituals sikerének egyik kulcsa.