

Грабовська І.В.

Hrabovska I.

**РОЛЬ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕВАГ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ**

**THE ROLE OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN PROVIDING
INNOVATIVE BENEFITS OF INTERNATIONAL COMPANIES**

*Хмельницький національний університет
старший викладач кафедри економіки, менеджменту та адміністрування
м. Хмельницький, Україна*

Роль управління людськими ресурсами (human resources management – HRM) у бізнесі постійно зростає, особливо у міжнародному бізнесі. Раніше HRM вважалася функцією підтримки, а тепер стає стратегічним партнером, допомагаючи глобальній компанії досягти своїх цілей. В сучасних умовах постійних змін компаніям потрібні співробітники, які чітко розуміють стратегію організації та мають повноваження на її виконання. Крім того, наскільки добре компанії керують своїм персоналом у всьому світі, це може означати різницю між успіхом і невдачею. Фірми, які ефективно управляють своїми міжнародними HR, зазвичай перевершують конкурентів з точки зору виявлення нових міжнародних ділових можливостей та обміну інноваційними знаннями, адаптації до мінливих умов середовища функціонування компаній у всьому світі, успішного транскордонного придбання та підтримання зарубіжної високопродуктивної робочої сили.

У контексті світових глобалізаційних змін активізація впровадження різних форм міжнародного бізнесу окремими компаніями відбувається на засадах інформатизації ведення бізнес-діяльності за мережевим принципом і характеризується гуманізацією та соціалізацією, а також інноватизацією, інтелектуалізацією та креативізацією. Джон Као, провідний фахівець з інновацій, бізнес-творчості, організаційних перетворень і нових технологій (професор Гарвардської школи бізнесу, керівник програми «Управління інноваціями» Стенфордського університету), зазначає, що «перед сучасним бізнесом постають нові виклики – бізнес спрямований на пошук нових конкурентних інноваційно-креативних переваг» [4, с. 15].

Інновації та творчість стають все більш важливими для успіху багатьох організацій. Використання принципів та методів HRM, вибір оптимальної стратегії управління персоналом створює умови, найбільш сприятливі для обох. Креація ідеї є відправною точкою створення інновації й інтуїтивне відчуття її значущості управлінцями підприємства, швидке її втілення забезпечує успіх у цілому. За таких умов формується нова парадигма глобального розвитку із новітньою композицією факторів конкурентоспроможності, коли її основою є людський капітал. Акцентування дослідницької уваги на інноваційно-креативному напрямі розвитку міжнародних економічних відносин і менеджменту стає безумовним.

Сучасна парадигма міжнародного менеджменту формується під впливом кардинальних змін як у методології, технологіях та інструментах управління, так і в глобальній економічній системі загалом. Креативізація економічного розвитку зумовлює якісно нові трансформаційні зміни в системі корпоративних управлінських відносин. Утверджується інноваційно-креативний компонент насамперед міжнародного менеджменту, а сучасна концепція креативного менеджменту відображає новий напрям у теорії та практиці управління персоналом [2, с. 4]. Необхідно зазначити, що дослідженню проблем впровадження сучасних креативних підходів в управлінні міжнародною діяльністю компаній приділяється більше уваги західними науковцями, однак вітчизняні автори також зробили вагомий внесок у дослідження цієї проблеми, єдиним стримуючим фактором під час дослідження виступає недостатня розвиненість економіки країни, що не встигає за інтенсивним розвитком світової економіки і підвищенням значущості саме міжнародних відносин.

Управління людськими ресурсами, а також розвиток, навчання, управління знаннями та інновації представляють складні та динамічні галузі, які спираються на різні дисципліни та підкреслюють необхідність багаторівневого розгляду. Комплексне вирішення проблеми дозволить розробити цілісні теоретичні підходи до того, як наслідки управління людьми можуть сприяти стійким інноваціям та результативності.

Значна частина досліджень перебігу інноваційних процесів, факторів, що впливають на них, або інструментів, що формують інновації пов'язана з діяльністю креативних компаній у високотехнологічних секторах, яка базуються на комерціалізації інтелектуальної власності та авторському праві, орієнтації на виробництво й торгівлю матеріальними і нематеріальними продуктами із творчою складовою та ринковою цінністю. Зокрема виявлено, що креативний та суміжний сектори мають значний потенціал до зростання і меншу вразливість до фінансово-економічних криз порівняно із традиційним сектором. Важко проаналізувати тему творчості та інновацій у галузі традиційних секторів з низьким технологічним потенціалом, до яких, як правило, відносять компанії з характерно низькою креативністю та обмеженою інноваційністю. Однак слід зазначити, що людські ресурси у цьому секторі є не менш креативними, і, можливо, вони не виявляють творчості через відсутність очікувань з боку менеджерів у цій галузі. Інновації в низько технологічних секторах можуть, зрештою, не мати і не матимуть тих самих характеристик, як у високотехнологічних секторах, але є важливими для того, щоб не відставати від світових ринкових тенденцій.

Вчені доводять, що у сучасних умовах основою забезпечення продуктивності праці (у багатовимірному значенні) та досягнення конкурентних інноваційно-креативних переваг на світових ринках є система управління, однак лише за рахунок перетворення її на цілісну та збалансовану систему управління людськими ресурсами (HRM), спрямовану на вдосконалення організаційного клімату та формування організаційної культури, на узгодження корпоративних та суспільних цінностей. І лише за рахунок унікального поєднання вказаних складових для кожної організації може

відбуватись формування конкурентних переваг підприємства, які будуть складними для розуміння іншими конкурентами [3, с. 131].

Організаційна культура є цінним ресурсом для компаній, оскільки відіграє ключову роль у сфері управління персоналом та ефективності діяльності фірми. Міцність організаційного клімату є важливим посередником між системою управління персоналом та творчою ефективністю, і цей сильний клімат за своєю суттю схожий на спільну організаційну культуру.

Остання тенденція розвитку високотехнологічних компаній вказує на посилення інноваційності завдяки співпраці, тобто за рахунок широкого співробітництва між різними підрозділами компанії, створюючи тим самим міждисциплінарні команди, а також взаємодію із зовнішніми суб'єктами. Відкрита інноваційна модель або підтримка нових ідей шляхом створення стартапів є надзвичайно важливими. Важливу роль у цій моделі відіграє корпоративна інноваційна культура, яка формується й підтримується інноваційними лідерами і включає цінності компанії, креативну поведінку членів груп, творчі ресурси й процеси, успіх і мікроклімат.

В організаційній інноваційній моделі інноваційна культура є важливим елементом, що демонструє зв'язок між інтелектом та результатами інновацій. Дослідження вказують на те, що існує необхідність у розвитку культури, заснованої на технологіях, з метою створення конкурентних переваг у технологічно інтенсивних галузях. Було виявлено, що лише завдяки спільній культурі, орієнтованій на інновації, фірма може бути конкурентоспроможною у розробці нових продуктів. Така інноваційна культура передбачає ризик, участь працівників, творчість та спільну відповідальність. Система управління персоналом, яка може сприяти розвитку цього типу культури, повинна містити та розвивати схильність до постійного навчання, колективної роботи, значного ступеня самостійності в роботі та схильності до технологічних інновацій.

Стратегічно активний HR створює корпоративну культуру інновацій та творчості, а не таку, яка необхідна лише для реалізації бізнес-стратегій. Зрештою, необхідно вивчати, як менеджери повинні поєднувати використання людських ресурсів як джерело нових ідей в організації.

Досвід показує, що в інтелектуальному розвитку компанії багато непередбачуваного і формально управляти цим процесом практично неможливо. Натхнення й творчість не формалізуються. Необхідно створити умови, коли людина природно розкриває свої творчі можливості. На практиці для досягнення успіху у сфері інноваційного розвитку компаніям необхідно докласти значних зусиль для того, щоб організувати діяльність, яка буде сприяти творчості: залучення творчих осіб, формування творчих колективів, постійний моніторинг науково-технічного прогресу, ринку інтелектуальної власності, передбачення змін у цінностях і потребах, відстеження джерел інноваційних можливостей усередині країни, галузі, корпорації (несподіваний успіх, нагальна потреба модернізації, зміни у галузевій структурі) і поза нею (демографія, зміна настроїв та сприйняття, нові наукові знання). Тобто, необхідно організувати активну корпоративну інноваційну систему, що, по суті, і роблять IBM, Microsoft, Apple та інші [5, с. 40].

Приклади компаній, які зробили інновації імперативом свого бізнесу та мають помітні результати, демонструють такі методи: надання часу співробітникам для самостійного творчого пошуку, створення сприятливої творчої атмосфери, матеріальне і соціальне заохочення тощо [5, с. 44].

Діяльність світових транснаціональних компаній (ТНК), які в сучасному економічному просторі спрямовані на інвестиційно-інноваційну діяльність і більшою мірою на управління цим процесом з урахуванням креативних компонент менеджменту, має суттєві масштаби і вплив на економіку країн, що розвиваються, виступаючи основою їхньої конкурентоздатності в умовах глобалізації [1, с. 45]. Однак зростання значення інноваційної складової в міжнародній діяльності компанії, як однієї з провідних трендів сучасного глобального простору – це не лише виробництво високотехнологічної продукції, але й застосування сучасних технологій для нових засобів виробництва, логістики, управлінських рішень. Слід зазначити, що сучасні технології менеджменту персоналу (HR-технології) є одними з провідних факторів інновацій у міжнародному бізнесі з значними прогнозними витратами на програмне забезпечення сервісних рішень в системах фінансового менеджменту (FMS), управління людським капіталом (HCM) та аналітичних програм. Саме тому провідні компанії активно збільшують свої видатки на дослідження та розробки і активно впроваджують ефективні програми навчання та розвитку персоналу. Проте окрім інвестицій у відтворення інтелектуального капіталу, компанії повинні звернути увагу на інноваційні стратегії його розвитку, а саме: маркетинг взаємовідносин, CRM технології, intrapreneurship, crowdsourcing, концепцію креативного менеджменту, концепцію крос-культурного когнітивного менеджменту Дж. Холдена тощо [5, с. 36].

Таким чином, в умовах конкурентного середовища міжнародні компанії для покращення своїх конкурентних позицій шляхом впровадження креативних рішень у своїй продукції або нових способів організації різних процесів здебільшого орієнтуються на використання інноваційних підходів та інструментів, які суттєво підвищують творчий потенціал персоналу.

Література: 1. Доронін А. В., Либа В. О., Ревенко Д. С. Роль міжнародного менеджменту у формуванні сучасних підходів до міжнародного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Ужгород. 2017. Вип. 11. С. 43-46. 2. Галахова Т. О. Креативний компонент у менеджменті міжнародних компаній : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.02 / Київський нац. екон. унів. ім. Вадима Гетьмана. Київ, 2015. 19 с. 3. Касич А. О., Бурба О. А. Інноваційні підходи в практиці управління персоналом конкурентоспроможного підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Ужгород. 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 130-134. 4. Лук'яненко Д. Г., Галахова Т. О. Феномен креатизації глобальної економіки і менеджменту. *Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід*. 2016. №23. Ч.3. С. 12-21. 5. Онищенко В., Воробей Ю. Технології управління інтелектуальним капіталом міжнародних компаній. *Економічний простір*. 2017. № 127. С. 35-47.