

Инновационное управление человеческим капиталом: межорганизационные сети обмена знаниями

Чураев Ибрагим Баудиевич

Студент (бакалавр)

Чеченский государственный университет, Факультет государственного управления,

Грозный, Россия

E-mail: r.p.093@mail.ru

Для компаний, стремящихся быть конкурентоспособными в условиях все более динамичной и сложной экономической среды, шансы на выживание часто заключаются в способности мобилизовывать, интегрировать и управлять многочисленными ресурсами, чтобы справиться с неопределенностью и требованиями, характерными для инновационных стратегий. Одним из важнейших ресурсов, требующих эффективного управления, являются люди, составляющие организацию. В частности, особое внимание уделяется разработке высоко инновационных практик управления человеческими ресурсами (HR), с помощью которых можно успешно привлекать, мотивировать и удерживать ключевых сотрудников организации. Таким образом, эффективный HR представляет собой потенциальный источник устойчивого конкурентного преимущества для компаний. Значительная часть этих исследований основывает свои выводы на принципах теории ресурсов и возможностей, чтобы подчеркнуть уникальную природу каждой организации и использовать ее различия с другими компаниями для получения устойчивых конкурентных преимуществ. Таким образом, использование знаний в области управления персоналом и их применение на практике для эффективного управления человеческим капиталом представляет собой стратегический ресурс, который способствует инновациям в области управления персоналом, чтобы выделиться и превзойти конкурентов [1].

Основное внимание стоит уделить важности характеристик и структурных свойств формальных отношений и отношений сотрудничества как факторов, которые, как отмечается в научной литературе, оказывают большое влияние на обмен знаниями. Это особенно актуально при анализе структурных аспектов обмена знаниями (таких как интенсивность и частота отношений), которые связывают участие в сетях знаний и внедрение инноваций [2].

Исследования анализа сетей обмена знаниями были сосредоточены на определении актуальности как формальных, так и неформальных отношений между организациями, которые способствуют обмену и совместному предоставлению знаний по различным аспектам, относящимся к области технологий, производства (продукты и услуги) и организационного менеджмента. В исследованиях рассматривается влияние, которое подобные отношения оказывают на различные результаты бизнеса, такие как организационное обучение и инновации. В целом, межфирменные сети и обмен знаниями, происходящий в них, считаются укоренившейся практикой, которая способствует значительному уровню обмена на основе децентрализованных отношений. Такие сети часто приобретают формальный (договорной или стратегический) характер, являются высокоселективными и централизованными. Другими словами, ограниченное число компаний занимают ключевые позиции (например, крупные транснациональные корпорации) и определяют возможности доступа к остальным компаниям (на примере дилеров, поставщиков). Физическая и когнитивная близость между компаниями и учреждениями способствует лучшему доступу к потокам знаний и представляет собой усиление инновационного потенциала этих компаний.

Одним из наиболее подходящих сценариев распространения и приобретения знаний является социальная сеть, определяемая как модель общения, дружбы, консультирования

или поддержки, существующая между членами социальной системы. Социальные сети, их характеристики и структура имеют решающее значение для определения потоков распространения идей, инноваций или опыта.

Организациям необходимо формулировать механизмы, определяющие поведение людей, чтобы они способствовали инновациям и организационной гибкости что-то, что можно сделать, разработав подходящую программу стажировки по управлению человеческими ресурсами. Методы управления человеческими ресурсами в организации благоприятно влияют на поведение людей, ориентируя их на достижение стратегических целей, что является преимуществом [3]. Таким образом, следуя самой теории ресурсов и способностей, можно определить методы управления человеческими ресурсами, которые благоприятно влияют на развитие организационных способностей. Для повышения инновационного потенциала компании было бы целесообразно, в первую очередь, выбрать высококвалифицированный человеческий капитал с высоким потенциалом обучения. Потенциал человека становится ключевой чертой в процессе отбора, если вы хотите привлечь людей, способных повысить инновационный потенциал организации. Многие авторы также добавляют важность практик индивидуального развития, таких как возможность сделать внутреннюю карьеру, поскольку, таким образом, максимизируется вовлеченность человека и его потенциала знаний и навыков. Другими процессами управления человеческими ресурсами, связанными с инновациями, являются процессы оценки эффективности и компенсации. Что касается эффективности, то, поскольку инновационные результаты требуют времени, то их оценка должна быть долгосрочной. Можно указать на инструменты для оценки поведения работников: количество выданных патентов или объем продаж нового продукта за длительный период времени (важно, чтобы такая оценка эффективности проводилась не в целях наказания, а с намерением дать работнику обратную связь о полученных им инновационных результатах, чтобы он мог улучшить их и извлечь уроки в процессе).

Наконец, была доказана желательность групповой работы для повышения инновационного потенциала. Это организованный способ работы нескольких людей для достижения общих целей. В командной работе навыки членов дополняют друг друга, они сохраняют индивидуальную и взаимную ответственность, а также твердую общую приверженность целям. Основной аргумент прост: инновации обычно начинаются в сознании творческого человека, и эта первоначальная идея анализируется и разрабатывается коллективно в рабочей группе.

Источники и литература

- 1) 1. Буров В.Ю., Помулева Н.С. Совершенствование системы управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития // Проблемы теории и практики управления. 2011г. № 4.
- 2) 2. Курчеева Г., Макурина Ю. Инновационный маркетинг и маркетинг инноваций в системе конкурентных преимуществ фирмы. 2014 г. – С. 2–6.
- 3) 3. Мясоедова Т.Г. Человеческий капитал и конкурентоспособность предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. — 2005. — № 3. — С. 21–30.