

08.00.00 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

08.00.00 ECONOMIC SCIENCES

УДК 005.95
ББК 65.290-2

Adova Irina Borisovna,
doctor of economics, professor,
professor of the department of management
of Novosibirsk State
Technical University,
professor of the department of regional economics
and management
of Novosibirsk State University
of Economy and Management,
Novosibirsk,
e-mail: adova@corp.nstu.ru

Адова Ирина Борисовна,
д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента
Новосибирского государственного
технического университета,
профессор кафедры региональной экономики
и управления
Новосибирского государственного университета
экономики и управления,
г. Новосибирск,
e-mail: adova@corp.nstu.ru

ПРОГРАММЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИЕЙ: ОПЫТ HYUNDAI MOTOR COMPANY

PROGRAMS OF RECRUITMENT AND ADAPTATION OF PERSONNEL AS A CONDITION TO ENSURE THE QUALITY OF TRANSNATIONAL COMPANY MANAGEMENT: THE EXPERIENCE OF HYUNDAI MOTOR COMPANY

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (10. Менеджмент)

08.00.05 – Economics and management of national economy (10. Management)

В статье выявлена специфика отношений с персоналом одного из гигантов мирового автопрома — южно-корейской транснациональной компании Hyundai Motor Company, которая складывается в странах присутствия в Юго-Восточной Азии (Индия, Китай, Корея), в Европе и России. Обзор лучших практик в области привлечения и адаптации персонала продемонстрировал стратегический характер управления человеческими ресурсами, интегрированность программ привлечения и адаптации в систему управления, гибкость на основе коллаборации, высокую степень приверженности и всеобъемлющего качества — качества автомобилей, качества трудовой деятельности и качества жизни каждого человека.

The article reveals the specificity of relations with the personnel of one of the giants of the world auto industry — the South Korean transnational company Hyundai Motor Company. This specificity is formed in the countries of presence in Southeast Asia (India, China, Korea), in Europe and Russia. The review of the best practices in the field of personnel recruitment and adaptation demonstrates the strategic nature of human resources management, the integration of recruitment and adaptation programs into the management system, the flexibility through collaboration, the high degree of commitment and comprehensive quality — the quality of cars, the quality of work and the quality of life of each person.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, адаптация персонала, качество управления, программы мобильности, программы привлечения человеческих ресурсов,

системы менеджмента качества, транснациональная компания, корпоративные ценности, Hyundai Motor Company, завод «Хендай Мотор Мэньюфакчуринг Рус».

Keywords: auto industry, personnel adaptation, management quality, mobility programs, human resource recruitment programs, quality management systems, transnational company, corporate values, Hyundai Motor Company, Hyundai Motor Manufacturing Rus.

Введение

Стандартами системы менеджмента качества, в частности ГОСТ Р ИСО 9004-2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации», предусмотрено, что организации должны в своей деятельности использовать различные контрольно-аналитические процедуры, включая бенчмаркинг как методику проведения измерений и анализа, которая может использоваться организацией для поиска передового опыта внутри организации и вне ее с целью улучшения своей деятельности [1].

Словарные статьи трактуют качество управления как совокупность свойств систем и процессов управления, характеризующих их методическое и организационное совершенство, научную обоснованность, результативность, что зависит от квалификации, способности, умелости руководителей и персонала, используемых ими способов и средств управления [2]. Ученые Высшей школы экономики одними из первых в России для крупных институциональных единиц национальной экономики и транснациональных компаний определили *качество корпоративного управления*

как «...систему признаков, в частности, финансовую прозрачность и раскрытие информации, культуру корпоративного управления, структуру и методы работы совета директоров и руководства компании, отношения с финансово заинтересованными лицами, защищенность прав акционеров» [3, с. 10].

Современная и более широкая трактовка корпоративного управления представлена Банком России, рекомендовавшим использование Кодекса корпоративного управления российским финансовым и публичным нефинансовым организациям. В соответствующем письме Банка России [4] корпоративное управление трактуется как «...понятие, охватывающее систему взаимоотношений между исполнительными органами акционерного общества, его советом директоров, акционерами и другими заинтересованными сторонами». При этом корпоративное управление рассматривается как инструмент для определения целей общества и средств достижения этих целей, а также обеспечения эффективного контроля деятельности общества заинтересованными сторонами.

Под качеством управления человеческими ресурсами будем понимать такую систему отношений с персоналом, которая удовлетворяет ожидания работников, с одной стороны, а с другой — свидетельствует о высоком качестве человеческих ресурсов, проявляющемся в процессе и результатах трудовой и инновационной деятельности людей.

В контексте данной статьи представляет интерес специфика отношений с персоналом, складывающаяся в странах присутствия одного из гигантов мирового автопрома — южно-корейской транснациональной компании Hyundai Motor Company. В качестве источников информации использовались публичные данные, представленные на официальном сайте Hyundai Motor Company (далее — НМС) [5] и ее предприятиях в разных странах, публикации российских и зарубежных ученых, а также личное наблюдение и встречи со специалистами во время посещения завода «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» в Санкт-Петербурге.

Авторская трактовка отношений с персоналом как системы социальных, трудовых и производственных отношений, складывающихся между людьми и организациями в процессе трудовой деятельности, а также на предварительной стадии (потенциальные работники) и после увольнения (выхода на пенсию) [6, с. 20], позволяет утверждать следующее.

Внимание организации к привлечению и адаптации персонала предопределяет, в числе прочего, качество управления человеческими ресурсами. Следовательно, если руководство организации ставит перед службой управления персоналом задачу формирования требуемого потенциала человеческих ресурсов еще до стадии полной включенности человека в трудовой процесс, то результативность будет более существенной.

В публикациях российских авторов, посвященных прикладным аспектам проблем привлечения персонала, традиционно рассматриваются различные источники поиска и найма персонала, отдельные элементы (этапы) процессов отбора, найма и адаптации. В то время как зарубежные исследователи и практики уделяют больше внимания не традиционному администрированию, а стратегическому уровню. Стратегия обеспечения человеческими ресурсами (англ. Resourcing strategy) представляет собой выбор принципов и инструментов привлечения более способных, чем у конкурентов, сотрудников с целью достижения конкурентного преимущества посредством развития интеллектуального капитала, а также действия, направленные на то, чтобы стать «самым предпочитаемым работодателем» («работодателем по выбору»). Правильно сформированная стратегия является гарантией того, что привлеченные сотрудники создадут новые знания и навыки, специфичные для организации [7, с. 369]. Задачи стратегии обеспечения человеческими ресурсами заключаются «...в получении подходящей базы в форме рабочей силы, наделенной соответствующими качествами, навыками, знанием и потенциалом обучения» [8, с. 77].

Качество, безопасность и забота об окружающей среде — вот основные ценности НМС, побуждающие совершенствовать взаимоотношения с клиентами, партнерами и обществом в целом. Миссия компании — не просто продавать, а доставлять клиентам удовольствие от обладания предметами, в которых сочетаются новые технологии, стиль и роскошь, высокий сервис и комфорт, а также деловая репутация компании. В 2011 году Hyundai Motor Group приняла «Концепцию развития 2020», в которой отражена корпоративная стратегия, определившая фокус развития автопромышленной группы на десятилетие. Согласно новой стратегии НМС в своей деятельности руководствуется пятью главными ценностями (см. рисунок).



Рисунок. Ценности Hyundai Motor Company

Источник: составлено автором по материалам официального сайта Hyundai Motor Company.

Каждая из ценностей имеет лично ориентированный характер, связанный с обеспечением качества во всех сферах на разном уровне:

- удовлетворение потребностей клиентов осуществляется посредством клиентоориентированной корпоративной культуры, направленной на обеспечение лучшего качества и безупречного обслуживания;

- руководство и персонал компании, ставя перед собой амбициозные цели, вовлечены в их достижение «с непоколебимой страстью и изобретательностью»;

- коллаборация рассматривается как возможность синергии взаимного общения и сотрудничества с партнерами, обеспечивая качество деловых отношений на микро- и мезоуровне;

- развитие потенциала талантливых сотрудников подчеркивает важность обеспечения качества персонала в текущий момент и в перспективе;

- создание мировых стандартов качества на основе бенчмаркинга и самобытной культуры является основой стремления компании стать «уважаемым глобальным корпоративным гражданином», обеспечивая тем самым глобальное качество.

В совокупности эти ценности формируют видение — 2020, декларирующее пожизненное партнерство НМС с клиентами в отношении автомобиля и за его пределами.

Отдел Hyundai по управлению человеческими ресурсами, руководствуясь названными ценностями, основную цель видит в сохранении и развитии талантов, активном формировании управленческого лидерства и создании эффективной системы управления персоналом, ориентированной на работу по достижению среднесрочной стратегии.

Стратегические цели в области управления человеческими ресурсами заключаются в сохранении конкурентных преимуществ, поддержании эффективности и результативности рабочих мест, направленных на достижение целей организации. Для обеспечения человеческими ресурсами используется инструментальный GAP-анализа (анализа потребности в человеческих ресурсах), идентификации важнейших видов трудовой активности, вскрытия резервов производительности труда и актуализации возможных вариантов решения выявленных проблем.

Политика привлечения и найма персонала в компании довольно регламентирована. Это касается нормативных требований к компетенциям персонала, процедурам найма и введения в должность (адаптации), обучения и развития, управления продуктивностью. Во всех аффилированных компаниях реализуются планы развития человеческих ресурсов, включающие лучшие способы разработки стратегий персонального развития на основе разделения миссии и ценностей компании, анализа потенциала человеческих ресурсов и персонифицированного SWOT-анализа, выявления проблемных зон, вариантов их решения и оценки влияния на выбор лучшего варианта реализации индивидуального плана действий.

Таким образом, существует связь между стратегией управления человеческими активами и эффективностью организации.

Общекорпоративные подходы к управлению адаптированы к практике в разных регионах мира по-своему. Так, на совместном корейско-китайском предприятии Hyundai Motors Company (далее — ВНМС) в Пекине (Китай) сформирована гибридная модель трудовых отношений.

Исследования корейских ученых доказывают, что трансфер политики и практики в области управления персоналом из Ульсана (Южная Корея), где находится штаб-квартира компании, в Пекин сопровождался их трансформацией, связанной, прежде всего, с институциональными различиями между странами, изменением рыночной ситуации, а также со стратегическими решениями различных субъектов внутри и за пределами ВНМС [9]. То же можно сказать и об отношении к персоналу в Индии, где эволюционным путем сложилась смешанная политика в отношении персонала, когда корейские стандарты внедрялись с учетом практики конкретных компаний [10].

Оригинальным форматом привлечения молодежи явились «Центры мечты» — технические учебные центры по подготовке автомехаников. В партнерстве с Корейским агентством по международному сотрудничеству KOICA Hyundai Motor Company открывает их в странах Азии и Африки, чтобы помочь преодолеть массовую безработицу среди молодежи. Компания берет на себя финансирование центров, разрабатывает учебные планы в соответствии с запросами современного рынка и помогает трудоустроить выпускников. Для них предусмотрены стажировки в дилерских центрах, а для тех, кто собирается открыть собственное дело, — программы наставничества [11].

В рамках разработанной общеевропейской стратегии корпоративной социальной ответственности управление человеческими ресурсами направлено на преодоление разрыва навыков, полученных в рамках основного образования и требуемых работой XXI века. В странах Евросоюза реализуются две программы:

- программа «Навыки будущего» (Skills for the Future) сфокусирована на выявлении и развитии STEM-компетенций (в области науки, техники, инженерии и математики), она реализуется с 2012 года по настоящее время и охватила более 10 тысяч молодых людей в возрасте 15–18 лет — в результате роста осведомленности о возможности трудоустройства в автомобильном секторе сократился уровень безработицы;

- программа «Яркие молодые предприниматели» (Brilliant Young Entrepreneurs) реализуется с 2013 года, позволила выявить 18 стартапов из 17 стран с целью «превратить мечту в реальность» посредством финансовой поддержки бизнес-планов с высоким потенциалом, как результат, отмечается рост инновационной устойчивости и ответственного корпоративного гражданства [12].

В последние годы осуществляются российские программы привлечения молодежи для работы в южнокорейском автопроме. С 2013 года действует формат летней стажировки «Начни карьеру с Хендэ». Так, в 2016 году из более 100 претендентов восемь студентов пяти московских вузов работали два месяца в различных подразделениях Hyundai: департаменте продаж, отделе послепродажного обслуживания, отделе по работе с персоналом, отделе развития дилерской сети, в бухгалтерии и Хендэ Тренинг Академии. Были выполнены и успешно защищены два проекта: «Продвижение НМ-Studio» (предложены креативные тематические мероприятия и информационные ресурсы для рекламы) и «HR-бренд НМ» среди студентов ведущих вузов. В процессе отбора студентов организаторами использовались такие интерактивные методы, как деловые игры, брейн-ринг, тестирование уровня развития аналитических и вербальных способностей, мотивационное интервью. Участниками отмечены следующие значимые аспекты: возможность

использования полученных в вузе теоретических знаний на практике, понимание особенностей автобизнеса и бизнес-процессов НМС, ее корпоративной культуры, ощущение себя частью НМ-команды [13].

Реализация программы мобильности «Hyundai Mobility Programm» предусматривает развитие конкретных компетенций. Например, в департаменте управления проектами — это освоение навыков бюджетирования накладных расходов, понимание стандартов выполнения финансовых операций, умение вести личный бюджет времени. Акцент делается на формирование квалификационных навыков и способностей, которые нужны молодым специалистам, — квантификации информации, количественном анализе и интерпретации полученных данных.

Заслуживает внимания конкурс студенческих инженерных проектов «Новое мышление с Hyundai», победители которого приглашались в Южную Корею для обучения в университете и стажировки на автозаводе. Это является реальным шансом начать грамотное построение карьеры в ведущей транснациональной компании мира.

НМС активно продвигает себя как привлекательного работодателя, предлагая своим сотрудникам такие персональные ценности, как стабильность, социальные гарантии, хорошие условия труда, возможности для профессионального и личностного роста. Для сотрудников основных цехов без опыта работы корпоративной политикой предусмотрено бесплатное обучение и ротация рабочих внутри бригады и между ними. Привлекательным для молодежи является и работа на высокотехнологичном оборудовании с использованием электронных систем автоматического управления.

Одной из особенностей политики HR-менеджмента в данной корпорации является то, что она заинтересована в привлечении молодых, целеустремленных, готовых привносить свои новые идеи работников, не имеющих опыта, но стремящихся к самореализации в производственном процессе. Креативность искусственно воспитать нельзя, и на НМС созданы максимально благоприятные условия для раскрытия потенциала молодых работников. В производственном коллективе приветствуются предложения операторов, наладчиков и других рабочих и специалистов по улучшению процесса модернизации оборудования. Этот процесс носит публичный характер (информация на стендах в цехе, публикации в корпоративных СМИ [14]) и способствует удержанию талантливых сотрудников. Привлечение персонала на должностные позиции в департаменты управления осуществляется посредством реализации программ стажировок. При этом учитывается ряд факторов: наличие профильного образования, свободное владение иностранным языком (английским и/или корейским)

и желание самореализоваться посредством работы в крупной международной компании [15].

«Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» [16] в рамках программы поддержки профессионально-технического образования в Санкт-Петербурге присуждает именные стипендии. Так, программой профориентации молодежи предусмотрены различные форматы экскурсионной программы для разного возраста: для школьников — флеш-презентация об истории компании, для старшеклассников и студентов — знакомство с профессиями, востребованными на современном автомобильном заводе, технологическим процессом производства автомобиля.

НМС уделяет большое внимание инженерно-технологическим проектам, инвестирует в инвестиционные разработки по всему миру. Следуя этому приоритету, с 2011 года была поддержана Международная студенческая научно-техническая конференция «СНТК МАМИ» в специальной номинации «Лучшая работа в области электроники и программирования». Победители получили возможность пройти обучение в Университете г. Ульсана. В 2013 году в конференции участвовало 1 200 студентов из лучших российских вузов, представивших свои работы в области конструирования автомобилей, автоматизации и управления, интеллектуальных систем и программирования, экономики машиностроения, социального прогнозирования, техники низких температур и крионанотехнологий и в других актуальных научных направлениях.

Завод «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» в Санкт-Петербурге успешно прошел сертификацию на соответствие Стандарту системы качества ГОСТ Р ИСО 9001:2008, что служит подтверждением эффективного применения на российском предприятии международных стандартов качества, разработанных Hyundai Motor Company. «Хендэ Мотор СНГ» — лауреат Национальной премии в области бизнеса «Компания года 2013» в номинации «Автомобилестроение», этот статус компания подтвердила и в 2016 году.

Резюмируя представленную палитру инструментария стратегии обеспечения человеческими ресурсами, отметим комплексность подхода НМС к обеспечению всеобщего качества через привлечение людей для работы в компании, их адаптацию и развитие их потенциала. Это подтверждает жизнеспособность целей управления человеческими ресурсами по Дэвиду Гесту (Guest) [17; 18], а именно стратегической интеграцией и гибкостью, высокой степени приверженностью и качеством.

Описанный опыт может служить примером отношения к людям в отечественных организациях и корпорациях для обеспечения качества производимой продукции и управления в целом для достижения устойчивого успеха организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ Р ИСО 9004-2010 Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества. Введ. 2011-06-01. М. : Стандартинформ, 2011.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М. : Инфра-М, 2011.
3. Отчет «Влияние качества корпоративного управления на эффективность деятельности компании». Совместное исследование Российского института директоров и Научно-учебной лаборатории корпоративных финансов ГУ-ВШЭ [Электронный ресурс]. URL: http://rid.ru/wp-content/uploads/2012/04/Отчет_Исследование-РИД-ВШЭ.pdf (дата обращения: 12.09.2017). Загл. с экрана.
4. Письмо Банка России от 10.04.2014 № 06-52/2463 «О Кодексе корпоративного управления» [Электронный ресурс] // СПС «ГАРАНТ». URL: <http://base.garant.ru/70640276/> (дата обращения: 12.09.2017).

5. Информация дистрибьютора ООО «Хендэ Мотор СНГ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hyundai.ru/> (дата обращения: 12.09.2017).
6. Адова И. Б. Управление вознаграждением персонала организации : автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Томск, 2010. 45 с.
7. Armstrong M. A Handbook of Personnel Management Practice. 10th ed. London : Cambridge University Press ; Kogan Page, 2006. 957 p.
8. Keep E. Corporate training strategies. New Perspectives on Human Resource Management / edited by J. Storey. Oxford : Blackwell, 1989.
9. Kim L. Crisis construction and organizational learning : Capability building in catching-up at Hyundai Motor // Organization Science. 1997. Vol. 25. No. 4. P. 506–521.
10. Lansbury R. D., Seung-Ho Kwon, Chung-Sok Suh. Globalization and Employment Relations in the Korean Auto Industry: The Case of the Hyundai Motor Company in Korea, Canada and India [Электронный ресурс] // Asia Pacific Business Review. 2006. Vol. 12. Issue 2. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/13602380500532180> (дата обращения: 05.09.2017).
11. Изменим мир вместе. Обзор социальных проектов Hyundai в России с 2009 по 2013 год. [Электронный ресурс]. URL: http://www.hyundai.ru/media/downloads/HM_Brochure_screen.pdf (дата обращения: 12.09.2017). Загл. с экрана.
12. Investing in the Young Generation [Электронный ресурс] // HYUNDAI MOTOR EUROPE GMBH [веб-сайт]. URL: <http://www.hyundai.com/eu/en/Corporate/CSR/Introduction/index.html> (дата обращения: 05.09.2017).
13. Найди работу мечты [Электронный ресурс] / Группа компаний Head Hunter. Официальный сайт. URL: <https://hh.ru/> (дата обращения: 05.09.2017).
14. Автограф: информационное издание ООО «Хендай Мотор Мэньюфакчуринг Рус». 2016. № 9. С. 10.
15. Зеленина А. Е., Петров А. В. Особенности и перспективы системы управления трудовыми ресурсами в современных ТНК (на примере филиала Hyundai Motor Company в Санкт-Петербурге) // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2012. № 1. С. 29–33.
16. О нас. XMMP. Социальная ответственность [Электронный ресурс] / Дистрибьютор ООО «Хендэ Мотор СНГ». Официальный сайт. URL: www.hyundai.ru/XMMP (дата обращения: 05.09.2017). Загл. с экрана.
17. Guest D. E. Human resource management and industrial relations // Journal of Management Studies. 1987. No. 14 (5). P. 503–21.
18. Guest D. E. Personnel and HRM: can you tell the difference? // Personnel Management. 1989. January. P. 48–51.

REFERENCES

1. GOST R ISO 9004-2010 Management for the sustained success of an organization. A quality management approach. Introduced 2011-06-01. M. : Standartinform, 2011.
2. Rayzberg B. A., Lozovskiy L. Sh., Starodubtseva E. B. Modern Economic Dictionary. 6th edition, revised and amended. M. : Infra-M, 2011.
3. Report «Influence of the corporate governance quality on the company's performance». Joint research of the Russian Institute of Directors and the Research and Training Laboratory for Corporate Finance of the State University-Higher School of Economics [Electronic resource]. URL: http://rid.ru/wp-content/uploads/2012/04/Отчет_Исследование-РИД-ВШЭ.pdf (date of viewing: 12.09.2017). Screen title.
4. Letter of the Bank of Russia No. 06-52 / 2463 dated the 10.04.2014 «On the Code of Corporate Governance» [Electronic resource] // RLS «GARANT». URL: <http://base.garant.ru/70640276/> (date of viewing: 12.09.2017).
5. Information of the distributor of LLC «Hyundai Motor CIS» [Electronic resource]. URL: <http://www.hyundai.ru/> (date of viewing: 12.09.2017).
6. Adova I. B. Management of remuneration of personnel of the organization: abstract of the thesis of doctor of economic sciences. Tomsk, 2010. 45 p.
7. Armstrong M. A Handbook of Personnel Management Practice. 10th ed. London : Cambridge University Press ; Kogan Page, 2006. 957 p.
8. Keep E. Corporate training strategies. New Perspectives on Human Resource Management / edited by J. Storey. Oxford : Blackwell, 1989.
9. Kim L. Crisis construction and organizational learning: Capability building in catching-up at Hyundai Motor // Organization Science. 1997. Vol. 25. No. 4. P. 506–521.
10. Lansbury R. D., Seung-Ho Kwon, Chung-Sok Suh. Globalization and Employment Relations in the Korean Auto Industry: The Case of the Hyundai Motor Company in Korea, Canada and India [Electronic resource] // Asia Pacific Business Review. 2006. Vol. 12. Issue 2. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/13602380500532180> (date of viewing: 05.09.2017).
11. Moving the world together. Review of Hyundai' social projects in Russia from 2009 to 2013. [Electronic resource]. URL: http://www.hyundai.ru/media/downloads/HM_Brochure_screen.pdf (date of viewing: 12.09.2017). Screen title.
12. Investing in the Young Generation [Electronic resource] // HYUNDAI MOTOR EUROPE GMBH [web-site]. URL: <http://www.hyundai.com/eu/en/Corporate/CSR/Introduction/index.html> (date of viewing: 05.09.2017).
13. Find the job that you've dreamed of. [Electronic resource] / Group of companies «Head Hunter». Official site. URL: <https://hh.ru/> (date of viewing: 05.09.2017).
14. Autograph: information publication of Hyundai Motor Manufacturing Rus LLC. 2016. No. 9. P. 10.
15. Zelenina A. E., Petrov A. V. Features and prospects of the labor resources management system in modern transnational corporations (as illustrated by the Hyundai Motor Company branch in St. Petersburg) // Society. Environment. Development (Terra Humana). 2012. No. 1. P. 29–33.
16. About us. XMMP. Social responsibility [Electronic resource] / The distributor of LLC «Hyundai Motor CIS» Official site. URL: www.hyundai.ru/XMMP (date of viewing: 05.09.2017). Screen title.

17. Guest D. E. Human resource management and industrial relations // Journal of Management Studies. 1987. No. 14 (5). P. 503–21.
18. Guest D. E. Personnel and HRM: can you tell the difference? // Personnel Management. 1989. January. P. 48–51.

Как цитировать статью: Адова И. Б. Программы привлечения и адаптации персонала как условие обеспечения качества управления транснациональной компанией: опыт Hyundai Motor Company // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 1 (42). С. 14–19.

For citation: Adova I. B. Programms of recruitment and adaptation of personnel as a condition to ensure the quality of transnational company management: the experience of Hyundai Motor Company // Business. Education. Law. 2018. No. 1 (42). P. 14–19.

УДК 378.1
ББК 65.497.4-640

Bezdudnaya Anna Heroldovna,
doctor of economics, professor,
head of the department of industrial management
and innovation
of Saint-Petersburg state
economic University,
Saint-Petersburg,
e-mail: annaspbru@yandex.ru

Loginov Alexey Nikolayevich,
general director of «Engineering Center» LLC
of Vladimir State
University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs,
Vladimir,
e-mail: loginovalexey33@gmail.com

Бездудная Анна Герольдовна,
д-р экон. наук, профессор,
зав. кафедрой производственного менеджмента
и инноваций
Санкт-Петербургского государственного
экономического университета,
г. Санкт-Петербург,
e-mail: annaspbru@yandex.ru

Логинов Алексей Николаевич,
генеральный директор ООО «ИЦ при ВлГУ»
Владимирского государственного
университета им. Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых,
г. Владимир,
e-mail: loginovalexey33@gmail.com

РОЛЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

THE ROLE OF COMMUNICATION INFRASTRUCTURES IN THE INNOVATIVE ACTIVITIES OF THE REGION

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 – Economics and management of national economy

В статье рассматриваются отечественные и зарубежные методы оценки инновационной деятельности. На основе анализа изменения отечественных статистических форм и зарубежной методике оценки инновационной деятельности выделяются ключевые факторы инновационной деятельности. Подробно рассматриваются такие факторы, как «человеческий капитал» и инновационная инфраструктура. Отдельно изучается влияние институциональной среды. Особое внимание уделяется роли коммуникационной инфраструктуры в инновационной деятельности. Отмечается необходимость приоритетного развития и высокая значимость коммуникационной инфраструктуры в процессе осуществления инновационной деятельности.

The article examines domestic and foreign methods of evaluating innovation activity. On the basis of the analysis of changes in domestic statistical forms and the foreign methodology of assessing innovation activity, the key factors of innovation activity are defined. Such factors as «human capital» and innovative infrastructure are examined in details. The influence of the institutional environment is studied separately. Particular attention is paid to the role of communication

infrastructure in innovation activity. The need for priority development and the high importance of the communication infrastructure in the process of implementing innovation activity is noted.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, факторы инновационной деятельности, инфраструктура, инновационная инфраструктура, человеческий капитал, институциональная среда, коммуникационная инфраструктура, социально-экономическое развитие, регион.

Keywords: innovations, innovative activity, factors of innovation activity, infrastructure, innovative infrastructure, human capital, institutional environment, communication infrastructure, socio-economic development, region.

Трудно переоценить влияние, которое оказывают инновации на социально-экономическое развитие того или иного государства, той или иной территории. Анализ процессов, происходящих в международном экономическом пространстве, показывает, что число государств, выбравших инновационный путь развития в качестве приоритетного, год от года увеличивается. Таким образом, можно говорить