

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА / BEHAVIORAL ECONOMY

УДК 331.322.2

УКРАЇНСЬКА Л.О.^{1*}

^{1*} д.е.н., професор, професор кафедри економічної теорії та економічної політики, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, e-mail: ukrainskalarisa@gmail.com

ТВОРЧА МОДИФІКАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ

Мета. Виявлення і сутнісний аналіз особливостей модифікації людського капіталу сучасних суб'єктів господарювання. **Методика.** В процесі дослідження використані загальнонаукові методи дослідження, абстрагування і конкретизація; системний аналіз. **Результати.** Розкрито особливості становлення і спрямованості людського капіталу корпорації в умовах трансформації технологічної основи і модифікації змісту і характеру праці. Виявлено зв'язок творчої модифікації людського капіталу зі змінами мотивації праці в креативній корпорації. **Наукова новизна.** Обґрунтована відсутність жорсткої залежності творчих співробітників, що мають засоби виробництва в особистій власності для виробництва певного інформаційного продукту, від компанії і навпаки, зростаюча значущість таких робітників для її ринкової позиції. **Практична значущість.** Теоретичні узагальнення категорій «соціально-економічний потенціал» і «людський капітал» підприємства, як основа для подальших досліджень змін у характері і змісті праці творчих працівників у постіндустріальному економічному просторі.

Ключові слова: людський капітал, соціально-економічний потенціал підприємства, креативна корпорація, соціальний капітал

Постанова проблеми

Формування постіндустріального суспільства супроводжується прискореним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, що на рівні підприємства означає істотні і принципові зміни у характері і змісті праці найманих працівників. В першу чергу це стосується людського капіталу креативних корпорацій, який соціалізується і демонструє певний рівень незалежності від організації. Вирішальне значення для виявлення напрямків подальшого розвитку корпорацій, створення умов їх інноваційної переорієнтації має уточнення суті і зв'язку категорій «соціально-економічний потенціал» і «людський капітал» підприємства, подальше дослідження проблем модифікації людського капіталу в умовах креативної корпорації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вплив мінливого, як внутрішнього, так і зовнішнього гостро конкурентного середовища, удосконалення та ускладнення речовинних факторів, організаційно-економічної структури, зміни у характері та

змісті праці, відповідне постійне уточнення стратегії та планів розвитку обумовлюють необхідність поглиблення наукових підходів, зокрема стосовно визначення суті сучасних особливостей людського капіталу первинних ланок суспільного виробництва і, насамперед, такої сучасної організаційної форми, як креативна/постіндустріальна корпорація.

Формулювання цілей

Метою статті є узагальнення концептуальних підходів до формулювання суті і виявлення особливостей модифікації людського капіталу сучасних суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження

В умовах зростаючої конкуренції, необхідності вирішення завдань інноваційного розвитку, особливого значення для підприємств набуває економічне забезпечення соціальних умов функціонування особистого фактора виробництва – робітників. Можливості функціонування і розвитку підприємства визначаються його соціально-економічним

потенціалом. В уточненому трактуванні соціально-економічний потенціал підприємства - це наявність і здатність організаційних елементів внутрішнього середовища підприємства здійснювати, на основі розгалуженої системи комунікацій, виробничо-логістичні і управлінські функції, необхідні і достатні для досягнення корпоративних і функціональних цілей [1;4].

Вплив масштабних соціально-економічних процесів на систему виробничо-господарських зв'язків і суспільних відносин призводить до трансформації внутрішньої структури і зовнішніх ознак соціально-економічного потенціалу підприємств. Істотно зростаюча роль соціальної складової потенціалу підприємства витікає з процесів усупільнення та визначених цим змін характеру та змісту праці, що тривають і поглиблюються, особливо в таких його формах, як корпорації [2; 9].

Сучасні особливості соціально-економічного потенціалу підприємства безпосередньо пов'язані з трансформацією технологічної основи, ускладненням відносин власності і модифікацією характеру діяльності людей. Суб'єктивні якості і індивідуальні здібності працівника, що фактично не бралися до уваги в індустріальну епоху, починають визначати нові форми соціальної взаємодії. Проте іманентні постіндустріальному суспільству зміни не означають встановлення можливостей однаково творчої діяльності, швидше мова може йти про те, що поширення автоматизації і кібернетизації приводитиме до подальшої стратифікації населення, при тенденції до зниження попиту на робочу силу низької кваліфікації.

Звідси, зокрема, витікає висновок, що перехід від індустріального суспільства до постіндустріального зв'язаний з радикальними змінами на рівні корпорації. Це стосується, по-перше, характеру супідрядності і взаємодії інтересів компанії і суспільства, компанії і її працівників; по-друге, цілей, що переслідуються виробничими структурами; і, по-третє, принципів організації спільної діяльності працівників у рамках компанії, а також взаємодії корпорації із зовнішнім середовищем.

Традиційна корпорація як одна із прогресивних форм підприємства епохи індустріалізму є організацією, яка об'єднує

підприємців і найманих робітників, що діють в ринкових умовах за дуже уніфікованими правилами, що дозволяє їй виживати в конкурентній боротьбі. Поступово, спираючись на досягнення суспільного виробництва, усупільнення соціального життя, зростання рівня освіти, інформованості, добробуту тощо, виникла нова соціальна реальність, що розширила спектр людських потреб - як матеріальних, так і нематеріальних. Підвищення продуктивності стало досягатися не стільки чітким співвідношенням заробітної плати і результатів праці, скільки створенням у рамках колективу елементів так званих "людських відносин", що означає розвиток характеру праці і дозволяє працівникові відчувати власну значущість для організації. Освоєння нових технологій виробництва/розвиток змісту праці, що супроводжувалось його децентралізацією, демасифікацією і фрагментацією, надавало переваги працівникам, здатним до ініціативи і самостійних нестандартних рішень [2]. Це слугувало основою поступової передачі повноважень на можливо нижчий рівень, і управлінські функції переходили працівникам, які мали виражений творчий потенціал і організаторські здібності.

Оскільки інформаційна економіка надає споживачеві нові товари раніше, ніж в суспільстві пред'являється усвідомлена потреба в них, завданням в конкурентній боротьбі стає не наслідування попиту, а його формування. Це є можливим тільки в разі залучення ініціативних працівників високої кваліфікації, і мобілізації їх творчого потенціалу і тільки на цій основі забезпечується виживання і розвиток компанії. Виходячи з цього, в першу чергу постіндустріальними корпораціями повинні враховуватися внутрішні чинники організаційного і структурного розвитку, вирішальними є особисті здібності персоналу, а потреби і побажання клієнтів у цій ситуації є вторинними, похідними, тими, що формуються саме на підставі пропонування нових продуктів, або ж продукту з новими якостями і можливостями. Слід зауважити, що переважна частка працівників сучасних корпорацій - це інтелектуальні працівники і їх соціальна/якісна вага у колективі значно важливіша за кількісну [6].

Креативна корпорація проходить у своєму розвитку два етапи. На першому, - її засновниками рухає прагнення до самореалізації себе як творців принципово нового продукту, і на цьому етапі компанія конкурує переважно з підприємствами, що виробляють аналогічні або близькі за своїми характеристиками товари або послуги. У цих умовах повністю розкривається накопичений раніше творчий потенціал засновників компанії. На другому, - засновники креативної корпорації соціалізуються в новій якості власників компанії, яка сама виявляється головним результатом і продуктом їх діяльності; тут вони вступають в конкуренцію з іншими креативними корпораціями, безвідносно до того, в якій сфері господарства вони діють, оскільки доказ своєї переваги і своєї унікальності може бути отриманий тільки від усеосяжного, а не вузькогалузевого успіху. Цей другий етап і є основним в еволюції креативній корпорації [5; 7; 8].

Гарантією стійкості і процвітання креативної корпорації є як раз те, що вона побудована творчою особистістю. Успіх власників креативної корпорації, як засновників бізнесу, обумовлений не стільки тим, що вони контролюють основну частину капіталу своїх компаній, скільки тим, що створений ними соціально-виробничий організм стає головним проявом їх творчих можливостей, і вони мають безперечний авторитет в очах її працівників і партнерів. Капітал креативних корпорацій представлений акціями їх власних компаній і не існує поза зв'язком з їх досягненнями. Більше того, реалізувати пакети акцій, що належать їм, в сучасних умовах практично неможливо, оскільки це неминуче і негайно відіб'ється на діяльності компанії. Таким чином, найважливішою відмінною рисою креативної корпорації є відданість цілям організації, переважне відношення таких підприємців до бізнесу як до свого творіння, ніж як до своєї власності [3].

Визначальними особливостями креативної корпорації є самостійне формування поточної господарської кон'юнктури замість наслідування існуючої, пропозиція клієнтам якісно нових продуктів або послуг. При цьому креативні корпорації не набувають форми диверсифікованих структур і конгломератів, а зберігають ту вузьку спеціалізацію, яка була

передбачена при їх створенні. Значною мірою саме під впливом небувалого комерційного успіху нових компаній риси їх внутрішньої організації почали перейматися і традиційними промисловими корпораціями. Таким чином, креативні корпорації відіграють в розвитку сучасного господарства набагато важливішу роль, ніж це прийнято визнавати, оскільки вони формують не лише нові потреби і визначають нові цілі суспільного виробництва, але і прискорюють зміну звичних форм господарської організації.

Характерними рисами креативної корпорації є могутній потенціал здатності до розвитку, що базується на використанні внутрішніх джерел, і заснування нових компаній. Ядром персоналу креативної корпорації є працівники, які, як і її засновники, рухомі в першу чергу прагненням до власної самореалізації. Вони розглядають діяльність у рамках компанії як один з кроків до початку власного бізнесу. В умовах, коли діяльність стає орієнтованою на процес, а окремі працівники в певному розумінні персоніфікують певні його елементи, для виділення з компанії самостійних структур вже не існує серйозних перешкод. В результаті креативні корпорації постійно відтворюють самі себе, їх кількість зростає, а нові фірми, що виникають в результаті подібного "брунькування", керуються у своїй подальшій діяльності тими ж принципами, що і передуючі.

Проте слід зауважити, що креативні корпорації не усувають адаптивні традиційні компанії тією ж мірою, в якій постіндустріальне суспільство не може замінити індустріально-аграрне; вони лише визначають тенденції, що поглиблюють комплексність суспільства і розвивають саму природу соціальної структури. Сучасні корпорації, стаючи вже не стільки економічними, скільки соціальними структурами, забезпечують усе досконалішу взаємодію цілей особи, суспільства і первинних виробничих ланок [9].

Слід звернути увагу на те, що зростаюча роль соціального потенціалу підприємства, активізація процесів соціалізації виробництва і суспільства мали в економічній науці одним з проявів появу категорії «соціальний капітал». З'явилися навіть пропозиції розглядати його в якості фактору виробництва, поряд з працею, землею і капіталом та інш. Тут слушно

нагадати, що на роль такого додаткового фактора, і не безпідставно, претендують і підприємницькі здібності. Проте трактування цього терміну має суперечливий характер, залишається дискусійним і піддається критиці [11].

Єдиного, визнаного трактування категорії «соціальний капітал» немає. Визначаються його певні особливості. Вважається, що він є чинником зростання продуктивності праці, зниження трансакційних витрат, показником рівня культури суспільства, розвитку соціальних зв'язків тощо. Тому прибічники теорії соціального капіталу підкреслюють, що вона потребує подальшого дослідження, особливо з точки зору пошуку шляхів позитивного впливу самого соціального капіталу на ефективність функціонування організації.

Таким чином, слід приєднатися до думки науковців, що виділення соціального капіталу як самостійної категорії передбачає, з одного боку, його перевірку на відповідність основним ознакам капіталу, а з іншого - обґрунтування специфіки цієї його форми. Прибічники концепції, як правило, акцентують увагу на іншому аспекті - особливих характеристиках соціального капіталу [1].

Одним з наукових завдань в цьому напрямку є виявлення та аналіз спільних рис і відмінностей між соціальним капіталом і людським капіталом. Слід зауважити, що обидва в процесі функціонування нарощуються. До того ж розвиток людського капіталу працівників певної організації спричиняє за собою зростання соціального капіталу. З іншого боку, неможна стверджувати, що при відсутності функціонування він поступово зникає. Скоріше його носії займають певну вичікувальну позицію, доти, поки не будуть востребувані.

Обґрунтованими є висновки про те, що і людський, і соціальний капітал, на відміну від фізичного, мають внутрішню цінність для їх володарів, окрему від економічної віддачі, яку вони здатні приносити. В той же час, якщо фізичний і людський капітал можуть бути власністю окремих осіб (власність на людський капітал суто індивідуальна), соціальний капітал, втілений у відносинах між людьми, в принципі не може бути ні

присвоєний, ні збережений окремою людиною.

Таким чином, подальше поглиблення усупільнення виробництва на всіх його рівнях, що відбувається в сучасних умовах, формує нові аспекти змісту соціально-економічного потенціалу, що, в свою чергу, обумовлює необхідність його дослідження за такими напрямками, як узгоджене у науковому середовищі формулювання суті соціально-економічного потенціалу, його структури, чинників формування і розвитку; розробка методичних рекомендацій щодо оцінювання його стану; пропонування нових підходів до управління соціально-економічними процесами в напрямку підвищення конкурентного потенціалу підприємства.

Поглиблення усупільнення виробництва має ще такий важливий прояв, як істотне посилення взаємозв'язків між соціально-економічними потенціалами різних рівнів національної економіки.

Для працівників певної соціальної групи є властивими такі риси, як значна соціальна мобільність; прагнення інтелектуального і кваліфікаційного розвитку, які вони оцінюють вище, за матеріальну винагороду; висока здатність до самоорганізації; автономність і самостійність. Проте, слід зауважити, що визначення розміру заробітної плати, як другорядного чинника участі в роботі компанії є слідством його високого рівня, що дозволяє працівникові задовольнити достатнє коло потреб [3].

Зміна структури і соціального клімату колективу звичайно потребують нових підходів до управління. Одночасно велика доля інтелектуальних працівників, здатних до самоорганізації, знижує потребу в менеджерах як представниках спеціальної категорії зайнятих, що мають свої керівні функції в разі необхідності збереженні управлінських підрозділів.

У той час, коли для найманих, економічно мотивованих робітників вирішальним у виконанні рішень менеджера є факт, що останній представляє волю власника компанії, для координації діяльності інтелектуальних працівників цього не достатньо. Основним завданням управління тут є створення умов, у яких творча особистість здатна ставити нові завдання і знаходити шляхи їх вирішення.

Набуває зростаючого значення і моральний авторитет керівників.

Найважливішою функцією управління, як відмічає П.Дракер, сьогодні є підтримка оптимального співвідношення між активізацією творчого потенціалу працівників і збереженням за керівниками корпорації або її підрозділів прав і можливостей приймати рішення, що стосуються принципових шляхів і напрямів розвитку компанії[10].

Експансія інформаційної економіки порушує традиційну корпоративну логіку, міняє орієнтири, якими компанія керується у своїй діяльності. Здатність використовувати інформаційні потоки, робити нову інформацію і забезпечувати її комерційне поширення стають головними чинниками успіху у світі сучасного бізнесу. Проте ціною досягнення високотехнологічними фірмами успіхів на фондовому ринку стає формування якісно нових стосунків між працівниками

компанії і її керівництвом. Якщо в умовах індустріального ладу інвестори вкладали свої кошти, спостерігаючи постійне зростання власних активів тієї або іншої компанії, то сьогодні ринкова вартість креативних корпорацій обумовлена в першу чергу високою оцінкою інтелектуального капіталу її працівників, що є умовою її подальшого розвитку. Висококваліфікований сучасний фахівець, що віддає перевагу можливості підвищувати свій інтелектуальний і культурний рівень в порівнянні з економічними стимулами, вже не має жорсткої залежності від компанії, оскільки може робити свій інформаційний продукт і поза її структурами, маючи необхідні засоби виробництва/зміст його праці в особистій власності. Він продає власникам компанії вже не свою здатність до праці, а конкретні результати інтелектуальної діяльності [10].

Висновки

Таким чином модифікація людського капіталу постіндустріальної корпорації приводить до ситуації, коли компанія більше потребує творчих співробітників, ніж вони її. Усе частішими стають випадки, коли зовні процвітаючі корпорації різко знижували свої виробничі показники і навіть поглиналися конкурентами у зв'язку з тим, що не змогли забезпечити своїм співробітникам бажані умови діяльності, і з їх звільненням втрачали той інтелектуальний капітал, який раніше виступав основою їх інвестиційної привабливості.

Одночасно виявляється, що мотивація працівників все меншою мірою підкоряється економічним стимулам. Нова система мотивації отримала назву "постматеріалістичної", і це відбиває

розуміння, наскільки серйозно сучасна система мотивів і стимулів відрізняється від тієї, що раніше здавалася непорушною. Слід зауважити, що в економічній літературі існує думка, що такі виробничі відносини вже не є капіталістичними.

Переваги соціально-економічного потенціалу, основною характерною ознакою якого є єдність колективу працівників, складаються у більш ефективному забезпеченні гармонійного функціонування всього виробничого механізму певної організації, у підпорядкуванні стратегії і тактики завданням формування і випереджаючого задоволення потреб споживачів, у можливості саморозвитку відповідно до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі.

UKRAINSKA L.O.^{1*}

^{1*}Doctor of economic sciences, Professor, Professor of the Department of Economic Theory and Economic Policy, Kharkiv National Economic University named after Semyon Kuznets, e-mail: ukrainskalarisa@gmail.com

CREATIVE MODIFICATION OF HUMAN CAPITAL OF POST-INDUSTRIAL CORPORATION

Goal. Identification and substantive analysis of the peculiarities of human capital modification of modern business entities. **Method.** In the process of research general scientific methods of research, abstraction and concretization are used; system analysis. **Results.** The peculiarities of the formation and orientation of the human capital of the corporation in the

conditions of transformation of the technological basis and modification of the content and character of work are revealed. The connection between creative modification of human capital and changes in work motivation in a creative corporation has been revealed. **Scientific novelty.** The lack of rigid dependence of creative employees who have the means of production in their personal ownership for the production of a certain information product on the company and vice versa, the growing importance of such workers for its market position. **Practical significance.** Theoretical generalizations of the categories "socio-economic potential" and "human capital" of the enterprise as a basis for further research of changes in the nature and content of work of creative workers in the post-industrial economic space.

Keywords: human capital, social and economic potential of the enterprise, creative corporation, social capital.

REFERENCES

1. Aleksander Dzheyn. (2021) "*Korporatsiya IMAGEN*". Ripol-Klassik. [in Ukrainian].
2. Suhonos, V.V. (2016). Creative Corporation in the State Mechanism: Historical and Legal Context. *Pravovi gorizonti*, 1, 16-23 [in Ukrainian].
3. Creative Corporation. URL: <http://www.metclad.ru/pat-c-471-list/> [in Russian].
4. Birth of creative companies. URL: http://www.treko.ru/show_article_2110. [in Russian].
5. Ed Catmull, & Amy Wallace (2020). Creativity, Inc. Overcoming the Unseen Forces that Stand in the Way of True Inspiration. Alpina Publisher. [in Russian].
6. Berle, A.A., Means, G.C.(1997) Corporation and Private Property. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers. [in English].
7. Sloan, A.P., Jr. (1991) My Years with General Motors . N.Y. [in English].
8. Crook, S., et al. (1993) Postmodernisation: Change in Advanced Society. L.-Newbury Park. 9. Drucker, on Asia. A (1997) Dialogue Between Peter Drucker and Isao Nakauchi. Oxford. [in English].
10. Fukuyama, F. (1996). Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. N.Y. [in English].
11. Toffler, A. (1985). The Adaptive Corporation. Aldershot, Hants: Gower. [in English].

Стаття надійшла до редакції: 05.11.2021

Received: 2021.11.05