

Зеленский наркоман, Зеленский боится дебатов, Порошенко в отличной физической форме. Попав в эту парадигму инфотейтмента, Петр Алексеевич проиграл на чуждом ему поле. Окончательным фиаско Порошенко был его силовой прорыв в прямой эфир программы «Право на власть» телеканала «1+1» накануне встречи Зеленского с Макроном [4]. Именно этот эпичный для выборов эфир показал, что современными политическими коммуникациями управляют динамики, а не стратегии.

Использование устаревших форматов и каналов. Благодаря уходу Зеленского в мессенджеры поддерживающие Зеленского люди стали лояльной средой для диджитал. Также мессенджеры сбили стратегию хейта. Спустя год в Украине, уже при президенте Зеленском, практически все коммуникации и документооборот уходят в диджитал.

Библиографические ссылки

1. Любовец Г. В., Король В. Г. Коммуникационно-контентная безопасность: проблематика, подходы, становление. Дніпро: Середняк Т. К., 2018. 462 с.
2. Предвыборный ролик штаба Петра Порошенко. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=_qVGs5P6Jis (дата обращения: 11.04.2019).
3. Предвыборный ролик Владимира Зеленского [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7hqP701LQt8> (дата обращения: 02.04.2019).
4. Программа «Право на владу», телеканал «1+1» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=qLGC1qJ2_4M (дата обращения: 12.04.2019).

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

А. В. Карпенко

*Национальный университет «Запорожская политехника»,
ул. Жуковского, 64, 69061, г. Запорожье, Украина,
andreykarpenko@ukr.net*

Весомым конкурентным преимуществом на макро- и микроуровне является человеческий капитал, уровень формирования и использования которого зависит от множества факторов. Цель исследования состоит в определении роли корпоративной культуры в развитии человеческого капитала. В исследовании уточняется сущность корпоративной культуры и ее основные

характеристики. Обоснована необходимость формирования эффективной корпоративной культуры для создания инновационного климата в организации и стимулирования развития человеческого капитала. Определены основные мероприятия по формированию инновационной корпоративной культуры. Практическая ценность исследования подтверждается развитием человеческого капитала под воздействием корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура; человеческий капитал; развитие; экономика.

THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

A. V. Karpenko

*National University «Zaporizhzhia Polytechnic»,
64, Zhukovskogo Str., 69063, Zaporizhzhia, Ukraine*

Corresponding author: A. V. Karpenko (andreykarpenko@ukr.net)

A significant competitive advantage at the macro and micro levels is human capital, the level of formation and use of which depends on various factors. The purpose of the study is to determine the role of corporate culture in human capital development. The study clarifies the essence of corporate culture and its main characteristics. The necessity of creating an effective corporate culture to create an innovative climate in organizing and stimulating human capital development is substantiated. The main measures for the formation of innovative corporate culture are identified. The practical value of the study is confirmed by the development of human capital under the influence of corporate culture.

Key words: corporate culture; human capital; development; economy.

В современных условиях формирования экономики знаний весомым конкурентным преимуществом национальной экономики и отдельных предприятий признан человеческий капитал. Развитие гуманитарных технологий (информационные технологии, способы управления, образовательные системы, алгоритмы воспитания и т. п.) сегодня становится важнее производственных, которые определяют переход к «системе интеллектуального управления и инновационного развития всех сфер теоретической и практической деятельности человека» [1, с. 55–57]. То есть возрастает роль человека и его креативности, обеспечивая более

высокую капитализацию по сравнению с другими ресурсами. Именно повышение значения человеческого капитала, общественных институтов и средств массовых коммуникаций все больше способствует интеграции интеллекта, культуры и духовной жизни населения и соответственно отражает уровень экономического развития [2].

Человеческий капитал является особой (специфической) формой капитала и определяется как «сформированный и развитый в результате инвестиций и накопленный человеком (людьми) определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций и других производительных качеств, который целенаправленно применяется и используется в той или иной сфере экономической деятельности, способствует повышению производительности труда и благодаря этому влияет на рост доходов его владельца, прибыли предприятия и национального дохода» [3, с. 280]. Соответственно, человеческий капитал основывается на врожденных и приобретенных характеристиках человека, формирование и накопление которых происходит в результате инвестирования, а использование в процессе трудовой деятельности обеспечивает доход.

Зарождение креативности, развитие и реализация человеческого капитала на всех уровнях экономической деятельности обуславливается сформированной корпоративной культурой, которая охватывает систему ценностей и норм поведения, приемлемую и признанную всеми участниками различных организаций. Главной особенностью современного подхода к пониманию корпоративной культуры является то, что она в меньшей степени воспринимается как органическое развитие структуры, а больше – как актив, которым можно управлять, и тем самым создавать конкурентные преимущества.

Корпоративная культура – это адаптивная система относительно стабильных административных, экономических, социальных и когнитивно-психологических элементов, разработанных рационально или бессознательно, как формализованных, так и неформализованных, что разделяются всеми членами предприятия с целью повышения эффективности деятельности [4, с. 103]. Она уже давно признана в развитых странах базисом к лучшему пониманию персонала, его ценностных ориентаций, мотивационных рычагов для достижения высокой производительности труда, создания конкурентного продукта или услуги, развития человеческого капитала.

В формировании корпоративной культуры проявляется взаимозависимость: персонал формирует культуру, а затем культура формирует и порождает у них необходимые качества, в т. ч. креативность. Именно персонал является носителем культуры и осуществляет определенное влияние на развитие ее элементов, а корпоративная культура – мощным механизмом стратегической ориентации всех ее носителей на общие цели.

Эффективная корпоративная культура способствует формированию на предприятии своеобразного инновационного климата, который стимулирует инновационную активность персонала, высокую вовлеченность в решение проблем организации, развитие предпринимательских инициатив и дальнейшую их коммерциализацию. Обеспечить такую среду возможно при наличии двух составляющих – креативного руководства и профессиональных и талантливых сотрудников. Поэтому на предприятии необходимо создать такой мотивационный механизм, чтобы все участники инновационных изменений убедились в выгоды инноваций не только для предприятия, но и для себя в частности. Важно способствовать стремлению персонала удовлетворить свою потребность в освоении нового опыта, в интеллектуальном обогащении, выполнении той работы, которая прежде всего осуществляется с восторгом, и связанного с этим морального и духовного удовлетворения. Соответственно, это не только будет способствовать развитию креативности и ее отдачи, но и определять дополнительную привлекательность предприятия для креативного персонала, повышать его конкурентоспособность.

Следовательно, использование эффективной корпоративной культуры, которая имеет черты инновационности, позволяет экономическим субъектам быть лидерами на рынке, поскольку они рассматривают своих сотрудников как стратегический ресурс, для действенности которого применяют эффективную систему мотивации. Формирование инновационной корпоративной культуры на всех уровнях экономической деятельности предусматривает непрерывное совершенствование методов управления персоналом на основе новых персонал-технологий и постоянной оценки состояния развития их потенциала. От уровня удовлетворенности персонала трудом, возможности повышения собственного социального статуса и материального поощрения, в соответствии с затраченными ресурсами и полученными результатами, планирование развития и возможности повышения квалификации, участия в тренин-

гах личностного роста зависит состояние корпоративной культуры и инновационность микро-, мезо- или макросистем в целом.

Таким образом, корпоративная культура, сформированная на основе устоявшихся традиций, норм и стереотипов поведения, является мощным стратегическим инструментом развития человеческого капитала. Она создает на предприятии благоприятный инновационный климат, который формирует атмосферу доверия, выявление и преодоление факторов, блокирующих творческие усилия и совместную поисковую работу, распространение полномочий инноваторов на рабочем месте, использование организационных и психологических инструментов, которые помогают «генерировать» новые идеи, применение эффективных методов обучения персонала, повышения квалификации и трудовой мотивации.

С целью формирования инновационной корпоративной культуры предприятия необходимо: разработать бизнес-план развития с учетом возможных затрат и выгод от инвестиций в корпоративную культуру; пересмотреть формальные правила и процедуры, качественные и количественные их изменения; усовершенствовать организационную структуру предприятия и уменьшить ее «бюрократизацию»; ориентироваться на достижение результатов за счет инновационной активности, выполнение поставленных задач, конкурентное ценообразование и лидерство на рынке; инициировать обсуждение и формулирование миссии предприятия, определить стратегию, основные цели и ценности (ценности, принципы, подходы, нормы и желаемые образцы поведения); выработать четкую организационно-распорядительную базу по корпоративной культуре (кодекс корпоративного управления, правила поведения сотрудников, положения партнерства, а также уже имеющуюся «философию»).

Бібліографічні посилання

1. Яцунь О. М. Креативний людський капітал в просторі суспільства знань: економічний аспект // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2014. № 2. С. 55–60.
2. Хараева М. С. Человеческий капитал – как фактор опережающего экономического развития // Креативная экономика. 2009. № 3 (27). С. 20–27.
3. Колот А. М., Грішнова О. А., Герасименко О. О. Економіка праці та соціально-трудові відносини. К. : КНЕУ, 2009. 711 с.
4. Karpenko A., Basenko K. Highly effective corporate culture as an instrument of talents' attracting and retaining // Baltic Journal of Economic Studies. 2017. Vol. 3, No 4. P. 101–106.