

Катерина О. Астаф'єва¹, Ольга М. Бондарчук²,
Ганна В. Нікульнікова³, Олександр Ю. Астаф'єв⁴

ПРОЯВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПРИ ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті охарактеризовано прояв людського капіталу при формуванні внутрішнього та зовнішнього іміджу підприємства. З позиції забезпечення внутрішнього іміджу, мова йде про особистий розвиток працівників, лідерство керівників та професійний потенціал бізнес-структури. З позиції зовнішнього іміджу, мова йде про етичні норми, що обумовлені корпоративною культурою (соціальні, екологічні, правові та інтерфейсні тощо характеристики). Наведене проявляється через позитивне сприйняття підприємства та його продукції на ринку.

Ключові слова: людський капітал, імідж, прояв людського капіталу, навички, знання, досвід, конкурентоспроможність, бізнес-моделі, компетентності персоналу, бренд, репутація.

Рис. 3. Табл. 1. Лім. 23.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-272-28-35

Kateryna O. Astafeva, Olga M. Bondarchuk,
Hanna V. Nikulnikova, Oleksandr Yu. Astafev

MANIFESTATION OF HUMAN CAPITAL IN FORMING THE IMAGE OF THE ENTERPRISE

The article describes the manifestation of human capital in the formation of the internal and external image of the enterprise. From the standpoint of ensuring the internal image, we are talking about the personal development of employees, the leadership of managers, and the professional potential of the business structure. From the point of view of external image, we are talking about ethical norms determined by corporate culture (social, environmental, legal and interface, etc. characteristics). The above will be manifested through a positive perception of the enterprise and its products on the market.

Keywords: human capital, image, manifestation of human capital, skills, knowledge, experience, competitiveness, business models, personnel competencies, brand, reputation.

Peer-reviewed, approved and placed: 11.02.2024.

Постановка проблеми. Прояв людського капіталу при формуванні внутрішнього та зовнішнього іміджу підприємства висвітлює важливість впливу якостей та компетентностей персоналу на сприйняття підприємства як внутрішньо, серед працівників, так і зовнішньо, серед клієнтів, партнерів та громадськості. Ця проблема ставить питання про ефективне управління людським капіталом для створення позитивного іміджу, який сприяє конкурентоспроможності та успіху підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи економічну сутність людського капіталу, необхідно констатувати, що останній має яскраве відображення у сучасній економічній літературі. Питання прояву людського

¹ Kryvyi Rih National University. Ukraine.

² Kryvyi Rih National University. Ukraine.

³ Kryvyi Rih National University. Ukraine.

⁴ State University Of Economics And Technology. Ukraine.

капіталу знайшло своє відображення у роботах дослідників Д. П. Богиня [5], Л. Туроу [6], Ф. Махлуп [19], А. Карнейро [2], Р. К. Сінгх, С. К. Гарг [3], Д. Р. Перес і Р.О. Паблос [4], О. Плаксюк, В. Горватова, О. Якушев [1], К.С. Хаврова, Т.В. Кожухова [20], Р. Дзінковський [17], Н. Г. Манків, Д. Ромер, Д.Н. Вайль [10], Р. Д. Барро [11], Т. В. Шульц [12], Г. К. Яловий [13], Л. Едвінссон і М. С. Малоун [9], Т.Ш. Девенпорт і Л. Прусак [8], М.А. Армстронг [7], О.Б. Бутнік-Сіверський [21], В.В. Кавецький [14], О.Ю. Самборська, Т.В. Колесник, Л.М. Пронько [15], Т.М. Кір'ян [16] та інші. Разом з тим питанню характеристики прояву людського капіталу при формування іміджу підприємства не приділено достатньо уваги.

Мета дослідження. Дослідити прояви людського капіталу та надати їх характеристику при формування внутрішнього та зовнішнього іміджу підприємства.

Основні результати дослідження. Перш ніж перейти до розгляду людського капіталу як основи формування позитивного іміджу підприємства пропонуємо почати з окреслення теоретичних підходів до визначення людського капіталу. Історія становлення людського капіталу як економічної категорії починається з середини ХХ століття. Наразі окреслена категорія набула широкого тлумачення та проявляється у багатьох економічних сферах. У межах цього дослідження проведено аналіз підходів до тлумачення сутності людського капіталу, як економічної категорії, але з акцентом на його прояв у зовнішнє та внутрішнє середовище. У табл. 1. наведено підходи до прояву людського капіталу підприємства.

Таблиця 1. Підходи до прояву «людського капіталу» підприємства, складено авторами на основі [1-21]

Автор	Прояв людського капіталу
А. Карнейро [2], Р. К. Сінгх, С. К. Гарг [3], Д. Р. Перес і Р.О. Паблос [4], О. Плаксюк, В. Горватова, О. Якушев [1], К.С. Хаврова, Т.В. Кожухова [20]	Конкурентоспроможність
Р. Дзінковський [17]	Соціально-економічна сфера
Д. П. Богиня, Л. Туроу [6], Ф. Махлуп [19]	Продуктивність праці
Н. Г. Манків, Д. Ромер, Д.Н. Вайль [10], Р. Д. Барро [11], Т. В. Шульц [12], Г. К. Яловий [13]	Фактор економічного зростання
Л. Едвінссон і М. С. Малоун [9], Т.Ш. Девенпорт і Л. Прусак [8], М.А. Армстронг [7], О.Б. Бутнік-Сіверський [21]	Частина інтелектуального капіталу
В.В. Кавецький [14], О.Ю. Самборська, Т.В. Колесник, Л.М. Пронько [15], Т.М. Кір'ян [16]	Інвестиції у розвиток персоналу

Як зазначено у табл. 1, людський капітал може мати прояв у різних напрямках: забезпечення конкурентоспроможності, соціально-економічній сфері, продуктивності праці. Окремий напрямок прояву людського капіталу забезпечуються через економічне зростання підприємства та інвестицій у нього. Також низка робіт висвітлює людський капітал як складові інтелектуального капіталу. Кожен з перерахованих проявів людського капіталу

впливає на сприйняття підприємства на ринку та у суспільстві. Простіше кажучи, впливає або формує імідж підприємства.

Людський капітал, складений з навичок, знань та досвіду працівників, безпосередньо впливає на імідж підприємства. Компетентні та мотивовані працівники сприяють позитивному брендингу, підвищують репутацію та конкурентоспроможність підприємства. Їхні вміння та здібності впливають на якість продукту або послуги, рівень обслуговування та задоволення клієнтів. Крім того, задоволені та віддані працівники створюють позитивну внутрішню атмосферу, що приваблює талановитих співробітників та сприяє розвитку підприємства. Таким чином, інвестування в розвиток людського капіталу є ключовим фактором для підвищення іміджу та успіху підприємства.

Імідж підприємства – це складна економічна категорія. Остання висвітлюється з багатьох сторін та охоплює всі складові діяльності підприємства. У нашій роботі пропонуємо розглянути імідж підприємства з точки зору прояву людського капіталу.

Прояв людського капіталу при формуванні позитивного іміджу підприємства полягає у високому рівні професіоналізму, відданості, комунікабельності та ефективності співробітників, що сприяють розвитку та успіху підприємства. Імідж, сформований за умови стійкого людського капіталу, визначається високою конкурентоспроможністю, ефективністю роботи колективу, його соціально-економічним статусом та спроможністю досягати результатів. Прояв людського капіталу при формуванні позитивного іміджу – це вдосконалення внутрішньої культури та ефективна комунікація із зовнішнім середовищем.

Таким чином, імідж підприємства та людський капітал – це щільно пов'язані категорії. Їх взаємозв'язок можна охарактеризувати через структуру іміджу підприємства.

При характеристиці структури іміджу підприємства пропонуємо орієнтуватися на роботи дослідників О. В. Булгакової [22] та Ю. В. Строцюк [23]. Дослідники визначають, що імідж підприємства складається з внутрішньої та зовнішньої складових. Внутрішній імідж висвітлює імідж кожного працівника, керівника та загалом бізнес-моделі, що функціонує на підприємстві. Зовнішній імідж формується з двох підходів: імідж з позиції контрагентів та імідж з позиції суспільства та держави. Основним інструментом, що формує зовнішній імідж є паблік – релейшнз та представлення підприємства у ЗМІ.

Внутрішній та зовнішній імідж не може бути сформований без забезпечення людського капіталу на достатньому рівні, адже саме останній є початковим етапом становлення підприємства і супроводжує його протягом всього життєвого циклу. Керуючись вище наведеним, пропонуємо дослідити прояви людського капіталу у внутрішньому та зовнішньому іміджі підприємства.

На рис. 1. зазначено прояви людського капіталу у внутрішньому іміджі підприємства.

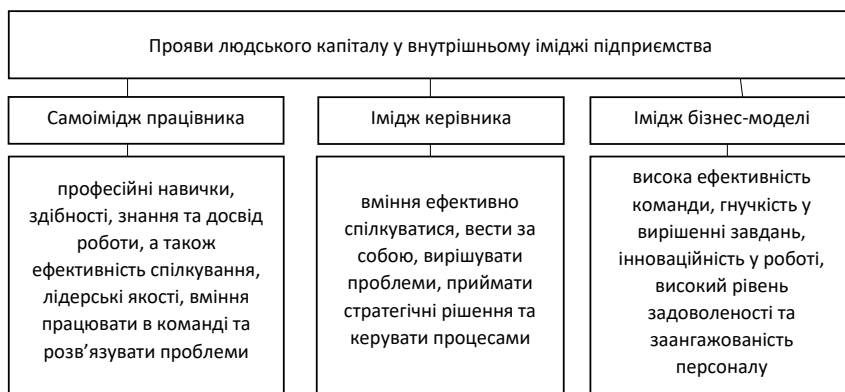


Рис. 1. Прояви людського капіталу у внутрішньому іміджі підприємства, побудовано авторами

Самоімідж працівника через людський капітал можна висловити як особистісні риси та професійні якості, що дозволяють впевнено розвивати власний потенціал та досягати успіху в кар'єрі. Через ці аспекти людського капіталу самоімідж працівника визначається як впевнений, компетентний, мотивований та успішний у своїй професійній сфері.

Імідж керівника через людський капітал можна висловити як сукупність його лідерських якостей, професійної компетентності та здатності мобілізувати та мотивувати свою команду. Через високий рівень людського капіталу керівник відображається як впливова та авторитетна фігура, здатна досягати успіху у досягненні цілей підприємства та розвитку свого колективу.

Імідж бізнес-моделі через людський капітал можна висловити як сукупність переваг та цінностей, що втілені в професійних навичках, експертизі та мотивації працівників. Через високий рівень компетентності та професійного розвитку співробітників бізнес-модель визначається як успішна, стійка та конкурентоспроможна на ринку.

У підсумку, людський капітал визначає не лише самоімідж працівника, керівника та бізнес-моделі, але й впливає на зовнішній імідж підприємства в цілому. Стійкий успіх та конкурентоспроможність підприємства залежить від вміння ефективно використовувати та розвивати людський потенціал. Наступним кроком розглянемо прояви людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства. На рис. 2 окреслено прояви людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства: імідж з позиції контрагентів.

Імідж з точки зору контрагентів, або бізнес-імідж, можна висловити через прояв людського капіталу як професіоналізм, довіру та впевненість у співпраці. Через ефективне використання людського капіталу бізнес-імідж формується як надійний, відповідальний та успішний партнер для співпраці.

Імідж з точки зору контрагентів або бізнес-продукції можна висловити через прояв людського капіталу як якість обслуговування та взаємодії з клієнтами.

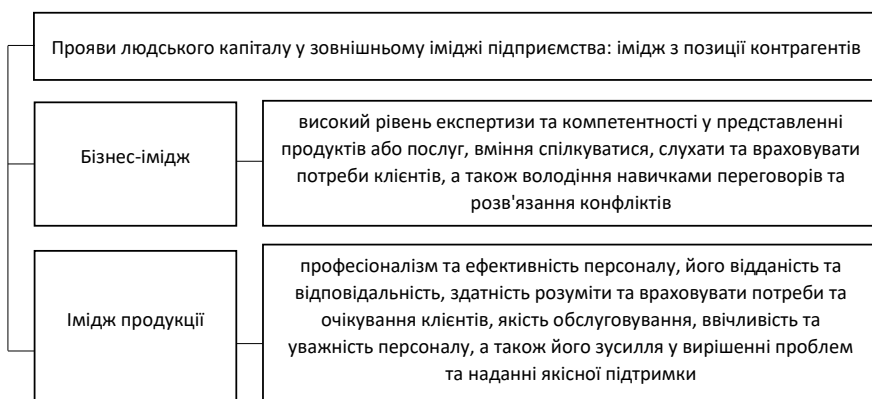


Рис. 2. Прояви людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства: імідж з позиції контрагентів, побудовано авторами

Якість обслуговування, ввічливість та уважність персоналу, а також їхні зусилля у вирішенні проблем та наданні якісної підтримки — всі ці аспекти відображають професіоналізм та високий рівень людського капіталу в компанії, що позитивно впливає на її імідж в очах клієнтів.

Наступним кроком розглянемо прояв людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства: імідж з позиції суспільства та держави (рис. 3)

Імідж підприємства з точки зору суспільства та держави можна висловити через екологічний аспект шляхом розвитку та впровадження екологічно чистих технологій та практик, спроможність персоналу до усвідомленого використання ресурсів та збереження навколишнього середовища.

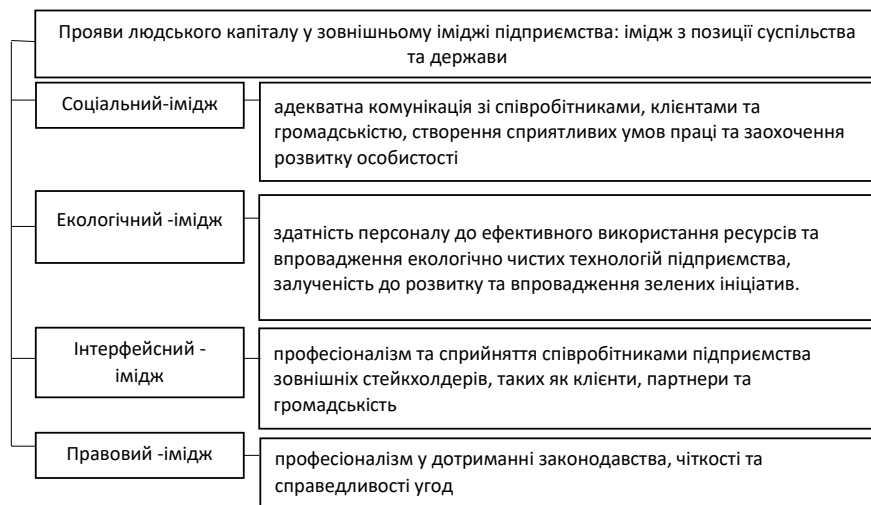


Рис. 3. Прояви людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства: імідж з позиції суспільства та держави, побудовано авторами

Прояв людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства через інтерфейсний імідж визначається через професіоналізм та сприйняття співробітниками підприємства зовнішніх стейкхолдерів, таких як клієнти, партнери та громадськість. Ефективне спілкування, дружелюбність та ввічливість персоналу підприємства, їхній офіційний вигляд та високий рівень професійних навичок впливають на створення позитивного враження про підприємство та його продукти чи послуги. Такий інтерфейсний імідж відображає високий рівень людського капіталу підприємства та сприяє збереженню його позицій на ринку.

Прояв людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства через правовий аспект виявляється у дотриманні високих стандартів юридичної чистоти та етики в усіх аспектах діяльності. Компетентний юридичний відділ, що дотримується законодавства та веде взаємовідносини з партнерами та клієнтами на основі чітких та справедливих угод, створює враження про підприємство як надійного та відповідального гравця на ринку. Такий правовий імідж відображає високий рівень довіри до підприємства та сприяє його стабільності та успіху в бізнесовому середовищі.

Висновки. Підводячи підсумок вище наведеного, зазначимо, що при розгляді людського капіталу необхідно враховувати його прояв при формуванні позитивного іміджу підприємства як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі.

Дослідження прояву людського капіталу при формуванні внутрішнього іміджу підприємства надало можливість зробити висновок про можливі напрямки його забезпечення. Прояв людського капіталу при формуванні внутрішнього іміджу підприємства висловлюється через особистий розвиток працівників, лідерство керівників та професійний потенціал бізнес-структури.

У роботі висвітлено різні аспекти прояву людського капіталу у зовнішньому іміджі підприємства через призму сприйняття контрагентами, клієнтами та суспільством. Крім того, правовий аспект відіграє важливу роль у створенні довіри та стабільності підприємства на ринку. Ефективне сприйняття зовнішнього іміджу базується на професіоналізмі, ввічливості та високому рівні професійних навичок персоналу, що сприяє позитивному сприйняттю підприємства та його продукції. Такий комплексний погляд на прояв людського капіталу у зовнішньому іміджі наочно підтверджує його значущий вплив на формування ринкової частини підприємства та його репутації.

1. Плаксук О., Горватова В., Якушев О. Людський капітал як фактор підвищення ефективності та конкурентоспроможності компанії. Академічний огляд. 2023. №1 (58). С.160-174. URL: <http://surl.li/rfsmi>

2. Carneiro, A. "How does knowledge management influence innovation and competitiveness?", Journal of Knowledge Management, 2000. Vol. 4 No. 2, pp. 87-98. URL: <https://doi.org/10.1108/13673270010372242>

3. Singh R.K., Garg S.K., Deshmukh S.G. Strategy Development by SMEs for Competitiveness: A Review. Benchmarking: An International Journal. 2008. Vol. 15, no. 5. P. 525-547

4. Perez J.R., Pablos P.O. Knowledge Management and Organizational Competitiveness: A Framework for Human Capital Analysis. *Journal of Knowledge Management*. 2003. Vol. 7. No. 3. P. 82-91.
5. Богиня Д.П. Основи економіки праці: навч. посіб. Київ.: Знання-прес, 2000. 313 с.
6. Thurow L. Investment in Human Capital. Belmont, 1970. P. 145
7. Armstrong M. A Handbook of Human Resource Management Practice. London UK, 2006. 957 p. URL: <http://surl.li/mltcy>
8. Davenport, T.H., Prusak, L. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press, Boston, 2000. 224 p.
9. Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Roots. New York: Harper Collins Publishers, 1997. 240 p.
10. Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N. A Contribution to the Empirics of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*. 1992. Vol. 107, pp. 407-437
11. Barro R.J. Human Capital and Growth. *The American Economic Rev.* 2001, Vol. 91 (2), pp. 12–17.
12. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital. *The American Economic Review*. 1961, Vol. 51 №1, P. 1-17
13. Яловий Г. К. Теорія людського капіталу як методологія формування інноваційної системи. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2015, С. 20-28. URL: <http://surl.li/rftno>
14. Кавецький В.В. Інвестиції в людський капітал та його формування. *Економічні науки*. 2007. № 1. С. 96.
15. Самборська О.Ю., Колесник Т.В., Пронько Л.М. Ретроспектива дефініції сутності людського капіталу і його змісту. *Інноваційна економіка. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства*. 2021, С.43-50.
16. Кір'ян Т. М. Інвестиції в людський капітал-запорука підвищення ефективності економічного розвитку. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія : Економіка та менеджмент. 2016. № 9. С. 95-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2016_9_14
17. Dzinkowski R. The measurement and management of intellectual capital: an introduction. *Management Accounting*. 2000, V. 78, № 2. P. 32– 36
18. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект. *Інтелектуальний капітал*. 2002. № 1. С. 16–27
19. Machlup, F. The Economics of Information and Human. Capital. Ewing: Princeton Univer Pr, 1984. 419 p.
20. Хаврова К.С. Кожухова Т.В. Людський капіталу – головна умови щодо забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. *Економіка та організація управління*. 2021. №3 (43), С.109-122.
21. Бутнік-Сіверський О. Орлюк О. Людський капітал в інтелектуальній економіці (економіко-правовий погляд і закордонний досвід) Теорія і практика інтелектуальної власності. 2013. № 5. С. 3-10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpiv_2013_5_2
22. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 31-36
23. Строцюк Ю.В. Сутність та значення позитивного іміджу для підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2010. No 684, С. 243-248

1. Plaksiuk O., Horvatova V., Yakushev O. Liudskiy kapital yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti ta konkurentospromozhnosti kompanii. *Akademichnyi ohliad*. 2023. №1 (58). С.160-174. URL: <http://surl.li/rfsmi>

2. Carneiro, A. (2000), "How does knowledge management influence innovation and competitiveness?", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 4 No. 2, pp. 87-98. URL: <https://doi.org/10.1108/13673270010372242>

3. Singh R.K., Garg S.K., Deshmukh S.G. (2008) Strategy Development by SMEs for Competitiveness: A Review. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 15, no. 5. P. 525-547

4. Perez J.R., Pablos P.O. (2003) Knowledge Management and Organizational Competitiveness: A Framework for Human Capital Analysis. *Journal of Knowledge Management*. Vol. 7. No. 3. P. 82-91.

5. Bohynia D.P. (2000) *Osnovy ekonomiky pratsi: navch. posib*. Kyiv.: Znannia-pres, 313 с.

6. Thurow L. (1970) *Investment in Human Capital*. Belmont, P. 145

7. Armstrong M. A (2006) Handbook of Human Resource Management Practice. London UK, 2006. 957 p. URL: <http://surl.li/mltcy>
8. Davenport, T.H., Prusak, L. (2000) Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press, Boston, 224 p.
9. Edvinsson L., Malone M.S. (1997) Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Roots. New York: Harper Collins Publishers, 240 p.
10. Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N. (1992) A Contribution to the Empirics of Economic Growth. Quarterly Journal of Economics. Vol. 107, pp. 407-437
11. Barro R.J. (2001) Human Capital and Growth. The American Economic Rev, Vol. 91 (2), pp. 12–17.
12. Schultz Theodore W. (1961) Investment in Human Capital. The American Economic Review. Vol. 51, № 1, P. 1-17
13. Yalovyi H. K. Teoriia liudskoho kapitalu yak metodolohiia formuvannia innovatsiinoi systemy. Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI». 2015, C. 20-28. URL: <http://surl.li/rftno>
14. Kavetskyi V.V. Investytzii v liudskyi kapital ta yoho formuvannia. Ekonomichni nauky. 2007. № 1. C. 96.
15. Samborska O.Iu., Kolesnyk T.V., Pronko L.M. Retrospektyva definitsii sutnosti liudskoho kapitalu i yoho zmistu. Innovatsiina ekonomika. Ekonomika ta innovatsiinyi rozvytok natsionalnoho hospodarstva. 2021, C.43-50.
16. Kirian T. M. Investytzii v liudskyi kapital-zaporuka pidvyshchennia efektyvnosti ekonomichnoho rozvytku. Problemy innovatsiino-investytiiinoho rozvytku. Seriiia : Ekonomika ta menedzhment. 2016. № 9. C. 95-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2016_9_14
17. Dzinkowski R. (2000) The measurement and management of intellectual capital: an introduction. Management Accounting. V. 78, № 2. P. 32– 36
18. Butnik-Siverskyi O.B. Intelktualnyi kapital: teoretychnyi aspekt. Intelktualnyi kapital. 2002. № 1. C. 16–27
19. Machlup, F. (1984) The Economics of Information and Human. Capital. Ewing: Princeton Univer Pr, 419 p.
20. Khavrova K.S. Kozhukhova T.V. Liudskyi kapitalu – holovna umovy shchodo zabezpechennia konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky. Ekonomika ta orhanizatsiia upravlinnia. 2021. №3 (43), C.109-122.
21. Butnik-Siverskyi O. Orliuk O. Liudskyi kapital v intelektualnii ekonomitsi (ekonomiko-pravovyi pohliad i zakordonnyi dosvid) Teoriia i praktyka intelektualnoi vlasnosti. 2013. № 5. C. 3–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpiv_2013_5_2
22. Bulhakova O.V. Brend-imidzh pidpriemstva na spozhyvchomu rynku. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu, 2017. Vyp. 13. Ч.1. C. 31-36
23. Strotsiuk Yu.V. Sutnist ta znachennia pozytyvnoho imidzhu dlia pidpriemstva. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». Problemy ekonomiky ta upravlinnia. 2010. No 684, C. 243-248