

Н.В.Сорока,

аспірант кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто існуюче проблемне поле щодо управління людським капіталом підприємства.

Аннотация. Рассмотрено существующее проблемное поле относительно управления человеческим капиталом предприятия.

Annotation. The existing field problem of human capital company management.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: управління, людський капітал підприємства, проблемне поле, методи управління

Постановка проблеми. Ефективний розвиток сучасних підприємств ученими-науковцями пов'язується із детальною розробкою проблем розвитку підприємства. Основним чинником розвитку підприємства є його персонал. Останній з позицій вартісно-орієнтованого управління являє собою людський капітал підприємства (далі ЛКП).

На сучасному етапі розвитку завданням економістів є вивчення механізмів функціонування людського капіталу підприємства і розробка способів адекватної економічної віддачі людського капіталу у виробничому процесі.

Аналіз останніх джерел. Теорія людського капіталу представляє його аналіз з позицій формування вартості суб'єкта господарювання. Вагомий внесок у дослідження людського капіталу як складової ринкової вартості підприємства зробили відомі зарубіжні та вітчизняні науковці: Д. Андріссен, Е. Брукінг, А.Л. Гапоненко, С.І. Грішаєв, В.В. Кавецький, В.А. Каменецький, Е.К. Марчук, Т.М. Орлова, М.С. Пушкар, О.Є. Соловійова, В.А. Супрун, Р. Тіссен, Ж. Фіценс, Д.А. Чернейко, Г.П. Чуйко, Н.В. Шинкарук та ін. [1—11].

Постановка завдання. Можна вважати, що аспект оцінювання людського капіталу підприємства, хоча й має певні дискусійні моменти, відпрацьований досить детально. Але праці вчених у сфері управління людським капіталом підприємства носять фрагментарний характер, що зумовлює актуальність даної проблеми.

Нашою метою являється дослідження проблемного поля щодо управління людським капіталом підприємства.

Викладення основного матеріалу. У своїй статті будемо виходити із специфіки об'єкту управління — людського капіталу. Управління людським капіталом підприємства полягає в тому, що: 1) воно передбачає узгодження «зовнішніх» умов функціонування підприємства з його «внутрішніми» можливостями; 2) є своєрідною технологією реалізації цілей підприємства — через інструменти управлінського впливу забезпечує приведення підприємства з поточного стану у бажаний; 3) визначає його конкурентоспроможність у ринковому середовищі; 4) передбачає визначення необхідних ресурсів та забезпечення їх ефективного використання з урахуванням умов та вимог оточення [5]. В умовах нового (постіндустріального, інформаційного за природою явищ та процесів) етапу економічного розвитку для досягнення довгострокового успіху на перший план виходять проблеми формування, оцінки та ефективного використання ЛКП.

Найчастіше людський капітал визначають як «сформований та розвинутий у результаті інвестицій і накопичений людиною (людьми) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується у тій чи іншій сфері економічної діяльності, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів свого власника, прибутку підприємства та національного доходу».

Виходячи з наведеного вище, визначення логічно персонал підприємства вважати носієм його людського капіталу. Із певним застереженням також можна вважати управління персоналом певного підприємства через управління людським капіталом.

Виходячи з цього, ми пропонуємо необхідні зміни парадигми управління. В основу побудови традиційної технології управління покладено позицію керівництва підприємства щодо використання людських ресурсів. Її ефективність визначається як максимізація віддачі (продуктивності) за мінімального рівня витрат на цей ресурс. На нашу думку, управління підприємством повинно ґрунтуватися на управлінні людським капіталом, поєднанні довгострокових інтересів усіх зацікавлених у діяльності підприємства осіб.

Наші роздуми щодо управління людським капіталом стосуються аналізу відносин з реалізації людського капіталу в межах підприємства: створюється цінний для споживача продукт, реалізація якого забезпечує власникові капіталу прибуток, менеджменту підприємства — приріст (або просте відтворення) капіталу, фіскальний інтерес держави та дохід власникові людського капіта-

лу — найманому працівникові — у формі плати за його знання, вміння або навички (заробітної плати).

Це дозволяє зрозуміти механізм управління людським капіталом підприємства.

Можна вважати, що тільки споживачі, менеджмент, власники і держава мають яскраво виражені і чітко реалізовані економічні інтереси:

1) споживачі прагнуть придбати товар певної якості за певного рівня ціни і сервісу, тобто намагаються максимізувати цінність продукту (товару, послуги);

2) власника бізнесу цікавить максимально можливий рівень прибутку як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Він можливий за умови ефективної поточної діяльності його підприємства (певний рівень продуктивності активів, співставний із альтернативною вартістю ресурсів) та довгостроковою прихильністю (лояльністю) клієнтів його торговій марці;

3) керівництво підприємства цікавить достатній рівень фінансування діяльності (прибуток у розпорядженні підприємства або інвестиції у розвиток), нагромадження нематеріальних активів (інтелектуального капіталу) та доступ до додаткових «дешевих» джерел матеріальних і нематеріальних ресурсів (бюджетні дотації, пільгові кредити, податкові пільги, державні гарантії, державні замовлення тощо). Разом взяті три вище перераховані інтереси можна сформулювати як «прагнення до приросту сукупного капіталу» (матеріального і нематеріального);

4) держава в особі органів виконавчої влади зацікавлена в певному рівні надходжень фіскального характеру (податків і податкових платежів), джерелом виникнення яких прямо чи опосередковано є діяльність підприємства: податку на прибуток підприємств, ПДВ, акцизного збору, податку на доходи фізичних осіб (значну частину яких становить заробітна плата працівників), нарахувань на їх фонд заробітної плати, відрахувань у соціальні фонди різного призначення (відрахувань у Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування від нещасного випадку на виробництві, Фонд соціального страхування на випадок безробіття, Фонд соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності).

На засадах описаного вище механізму ми виділяємо п'ять рівнів реалізації людського капіталу:

1. Рівень результативності бізнесу, який формують: довгострокова прихильність (лояльність) клієнтів; чистий прибуток у розпорядженні власника, який у порівнянні із розміром вкладе-

ного капіталу має вираз дохідності активів і відображає продуктивність використання залучених на них ресурсів.

2. Рівень розвитку відносин «Споживач — Виробник», що базується навколо формування бренду (якісна і доступна продукція викликає лояльність торгової марки, підкріплену продуктивною діяльністю) та організаційного розвитку самого підприємства-виробника.

3. Рівень реалізації цінності людського капіталу підприємства — саме на ньому здійснюються бізнес-процеси підприємства.

4. Рівень суспільної відповідальності, що охоплює відносини із забезпечення соціального захисту «Споживач — Людський капітал підприємства — Держава» та соціальної відповідальності «Підприємство — Людський капітал підприємства — Держава». Даний блок відносин (соціального захисту) реалізується, насамперед, через систему споживання: якість продукції підприємства-виробника, не нижче гарантованих державою стандартів якості та безпечності продукції; обмеження споживання одних верств населення і субсидування інших через систему непрямих податків; забезпечення споживчих витрат працівників їх заробітною платою та участь у солідарній системі соціального захисту вразливих верств населення (пенсіонерів, безробітних, непрацевдатних тощо). Інша складова цього блоку — соціальної відповідальності.

5. Рівень податкового регулювання. Для фінансування державних проектів і програм держава акумулює в бюджеті та позабюджетних фондах надходження від непрямих податків і зборів (ПДВ, акцизний збір), додатку на прибуток підприємств, податки на доходи фізичних осіб (основну масу яких становить зарплата працівників), нарахування і відрахування в фонди соціального спрямування, базою для розрахунку яких прямо або опосередковано є заробітна плата працівників.

Крім того, в процесі управління людським капіталом слід враховувати низку відносин щодо збуту продукції. Вони мають місце протягом усього життєвого циклу підприємства. І при виборі власником сфери діяльності свого підприємства, і в дослідженні смаків і вподобань споживача та при застосуванні маркетингових засобів впливу на нього (залежить від обсягу інвестиційних ресурсів). Також втрата переважної частини клієнтів може призвести до банкрутства підприємства, і навпаки, банкрутство підприємства зачіпає інтереси постійних клієнтів, особливо тих, що авансували отримання своїх товарів або послуг.

Споживача цікавить доступність товару чи послуги від даного суб'єкту бізнесу, а за умови прийнятної її якості останній (спо-

живач) повторно її придбає, що прийнято називати лояльністю торгової марці. Останнє забезпечує надходження виручки підприємству в середньо- чи довгостроковій перспективі.

Підприємство (керівництво, що працює на умовах найму), для покращення функціонування його об'єкту управління намагається аргументувати відволікання коштів у розвиток підприємства та стримати відтік чистого прибутку.

Керівництво підприємства зацікавлене в отриманні доступу до додаткових ресурсів, які стають можливими в разі отримання ним пільгових умов діяльності або інших переваг (дотацій, пільг, державної гарантії або отримання держзамовлення). Останні з боку держави можливі тільки для сумлінного платника податків, або підприємства, продукція якого має виняткове значення для економічної безпеки або працює в галузі, розвиток якої має стратегічне значення і тому стимулюється державою.

Відносини «Держава — Споживач» будуються на гарантії з боку держави якості продукції, що продається на її території (стандарти якості, гарантії прав споживача) та обмеженні споживчих витрат фіскальними інструментами (ПДВ, акцизний збір, збори до Пенсійного фонду на певні групи товарів).

Отже, можна узагальнити, що людський капітал — є тією ланкою, яка здійснює виробництво і реалізацію продукції, забезпечуючи цим інтересів усіх згаданих суб'єктів: споживачів, власника, менеджмент та державу, а також забезпечуючи себе джерелами до існування.

Особа, зайнята на підприємстві, одночасно включається у відносини зі всіма іншими учасниками. Частина співробітників безпосередньо взаємодіють зі споживачами (зовнішній контур підприємства), здійснюючи прийом замовлень, доставку продукції, опитування та консультування клієнтів тощо. Інша частина, не маючи особистих контактів (внутрішній контур підприємства), також впливає на споживача, забезпечуючи якість продукції / послуг. Результатом взаємодії персоналу підприємства та його споживачів є отримання споживачами продукції прийнятної співвідношення «ціна / якість», а також виручки підприємству. Остання розпадається на відшкодування нетрудових витрат виробництва, платежі фіскального характеру, вилучвану частину прибутку або дивіденди власнику, можливо витрат на розвиток підприємства і зарплату самим працівникам.

Завдяки цьому, працююча особа отримує за використання в межах підприємства отриманих нею раніше знань, умінь, навичок та досвіду дохід (зарплату). Такі відносини є ні чим іншим, як

особистісним людським капіталом. Працюючі особи прямо або опосередковано генерують грошовий потік державі (в бюджет та позабюджетні фонди): податок на доходи фізичних осіб, відрахування в фонди соціального спрямування прямо залежать від розміру заробітної плати, інші (податок на прибуток підприємства, непрямі податки) є похідними від ефективності виконання функцій кожним із співробітників підприємства. Сукупний працівник, виходячи із здатності створювати ВВП та генерувати грошовий потік, являє собою людський капітал держави.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що людський капітал підприємства виконує інтегруючу функцію, пов'язуючи виробничу систему підприємства з усіма рівнями: «виробник — споживач», «власник — підприємство», «підприємство — держава», «особистий людський капітал — держава».

Література

1. Економіка підприємства / М. Г. Грещак, В. М. Колот, О. Г. Мендрул, О. І. Олексюк [та ін] ; за заг. ред. Г. О. Швиданенко // Вид. 4-те, переробл. і доповн. — К. : КНЕУ, 2009. — 816 с.
2. Назарова Г. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств: Наукове видання / Г. В. Назарова, Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. — 240 с.
3. Гальків Л. Людський капітал: базисні поняття та концептуальні положення // Л.І. Гальків. — Науковий вісник НЛТУ України. — 2008. — Вип. 18.9. — С. 187—191.
4. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки: монографія / О. А. Грішнова. — К. : Знання, 2001. — 256 с.
5. Шкуруній О. В. Людський капітал та його похідні категорії // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. — 2005. — №1 — С. 17—25.
6. Королев О. П. Структура и роль человеческого капитала в деятельности предприятий [Текст] / О. П. Королев // Материалы XLV отчетной научной конференции за 2006 год. — Ч. 3. — Воронеж : ВГТА, 2007.
7. Коровський А. В. Еволюція людського фактора економіки та проблеми його формування [Текст] : Монографія / А.В. Коровський. — К. : КНЕУ, 2004. — 184 с.
8. Швиданенко Г. О., Шевчук Н. В. Управління капіталом підприємства [Текст] : Навч. посіб. — К. : КНЕУ, 2007. — 440 с. .
9. Антонюк В.П., Лащенко И.Н., Скаженик Ю.Б. Человеческий капитал предприятия и стратегия его развития // Економіка промисловості. — 2004. — №4 (26). — С. 175—181.