

• Комунікація із зацікавленими сторонами (клієнтами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами).

Список використаних джерел

1. Дехтяр Н.А., Дейнека О.В., Черноус Т.М. Управління оборотними активами підприємства. *Економіка та суспільство*. Вип. № 8. 2017. С. 572-578. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/97.pdf
2. Гаватюк Л.С., Пілат А.К. Удосконалення механізму управління оборотними активами як умова ефективного функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету* 2022. № 1. С. 189-194.
3. Баранова В.Г., Гоцуляк С.М. Теоретичні засади управління оборотним капіталом. *Одеський вісник соціально-економічних досліджень*. 2008. № 30. С. 32-36.
4. Нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку в підприємницькій сфері. URL: <https://mof.gov.ua/uk/nacionalni-polozhennja>
5. Ткаченко М.І., Жукова О.А., Озоліна А.О. Щодо оцінювання фінансової стійкості підприємства. *Подільський науковий вісник*. 2020. №2. С.45-51 URL: http://pnv.in.ua/images/Magazine/2_2020.pdf
6. Жукова О.А. Головчак О.Ф. Аналіз ділової активності підприємства. *Подільський науковий вісник*. 2017. № 2. С. 67-70. URL: https://pnv.in.ua/images/Magazine/2_2017/2/ZHukova_Golovchak.pdf

Чеснік Н.М., кандидат економічних наук,
викладач економіки та менеджменту

ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6576-1642>

Каташев Д., магістрант 2-го року підготовки,
спеціальність «Менеджмент»

Вінницький інститут Університету Україна

Килимнюк П., магістрант 2-го року

підготовки, спеціальність «Менеджмент»

Вінницький інститут Університету Україна

DOI: <https://doi.org/10.58521/2521-1390-2024-29-4>

**ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА:
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА**

**HUMAN CAPITAL AND ENTERPRISE IMAGE: INTERCONNECTION
AND IMPACT ON ENTERPRISE EFFICIENCY**

Анотація. У статті охарактеризовано поняття людський капітал та імідж підприємства. Описано взаємозв'язок між людським капіталом та іміджем

підприємства. Досліджено як взаємодія між людським капіталом і іміджем підприємства впливає на ефективність діяльності підприємства, розглянуто аспекти вказаного впливу. Визначено, що комплексний взаємозв'язок вказаних складових формує основу для збалансованого розвитку та утримання успішності підприємства у динамічному бізнес-середовищі.

Ключові слова: людський капітал, імідж підприємства, конкурентоспроможність, репутація, талант, ефективність, здоров'я працівників, адаптивність.

Abstract: The article characterizes the concepts of human capital and corporate image. The interrelation between human capital and corporate image is described. The study investigates how the interaction between human capital and corporate image influences the effective functioning of the enterprise, exploring aspects of this impact. It is determined that the comprehensive interconnection of these components forms the basis for balanced development and maintenance of success in a dynamic business environment.

Keywords: human capital, corporate image, competitiveness, reputation, talent, efficiency, employee health, adaptability.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження визначається в контексті сучасного бізнес-середовища, де людські ресурси та корпоративний імідж стають ключовими чинниками успіху підприємств. Зростаюча конкуренція на ринку праці та зміна уявлень споживачів щодо відносин із брендами створюють необхідність в глибшому розумінні взаємодії між людським капіталом та іміджем підприємства.

Проблема полягає у тому, що багато підприємств можуть недооцінювати важливість взаємодії між цими двома факторами у контексті стратегічного управління та розвитку. Неявне чи неправильне розуміння цього взаємозв'язку може призвести до неефективного використання людського капіталу, втрати талантів, а також до втрати або псування корпоративного іміджу, що впливає на конкурентоспроможність та репутацію підприємства

Формулювання цілей. Дане дослідження має на меті визначити природу такого взаємозв'язку, розкрити його вплив на ефективність підприємства та розробити практичні рекомендації для оптимального управління людським капіталом та корпоративним іміджем в сучасних умовах бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань впливу іміджу підприємства та людського капіталу на ефективність діяльності підприємства присвячені праці таких науковців як Гойчук В., Ткачук А., Леськова С., Пастущин С., Плаксюк О., Горговата В, Якушев О. та інших., хоча питання взаємозв'язку людського капіталу та іміджу підприємства є недостатньо дослідженими.

Вклад основного матеріалу. Економічні процеси ХХІ століття вказують на те, що людський капітал стає значущим серед фінансового та природного капіталу. Концепція людського капіталу відіграє важливу роль у теорії економічного розвитку.

Згідно з існуючими теоріями сталого розвитку, людина визначається як основна динамічна сила економічного і соціального прогресу [1].

У контексті сталого розвитку суспільства велике значення приділяється творчим здібностям людини, її інтелекту, кмітливості та здатності до знаходження нестандартних рішень у складних ситуаціях. Важливим елементом є також наявність у колективі знань, системи ефективного потоку інформації та взаємодії між працівниками для вирішення економічних, соціальних та інших завдань. Таким чином, людські здібності визнаються основним капіталом для будь-якої організації, незалежно від її виду діяльності, розміру чи форми власності. Творча діяльність виступає як основний компонент людського капіталу, і взаємодіє з засобами виробництва та всіма матеріальними умовами праці [2].

Репутація підприємства визначає його успішність на ринку, оскільки вона впливає на сприйняття споживачами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами. Імідж може впливати на різні аспекти підприємницької діяльності, такі як продажі, репутація, стосунки з персоналом та загальна довіра суспільства.

Никифоренко В., Кравченко В. [3] зазначають: «Основу іміджу становлять:

- 1) наявний стиль внутрішніх та зовнішніх ділових і міжособистісних відносин персоналу;
- 2) офіційна атрибутика: назва підприємства, емблема, товарний знак;
- 3) надійність;
- 4) порядність;
- 5) гнучкість;
- 6) культура;
- 7) соціальна відповідальність»[3].

Для формування ефективного іміджу важливо мати ясний та легко розпізнаваний бренд, який передає цінності та унікальні риси підприємства. Бренд повинен бути привабливим для цільової аудиторії та відповідати її потребам і бажанням. Крім того, підприємство повинно дотримуватися високих стандартів якості та обслуговування для задоволення своїх клієнтів.

З метою поліпшення іміджу важливо використовувати різноманітні маркетингові стратегії, такі як реклама, промоакції, спонсорство, PR-комунікації та активне використання соціальних медіа. Ці стратегії сприяють залученню нових клієнтів, утриманню існуючих та покращенню взаємин з ними. Однією з цінностей позитивного іміджу є людський капітал компанії. Позитивний імідж сприяє привабленню висококваліфікованих фахівців, підвищує продуктивність праці колективу, умови надання послуг стають більш вигідними, а також підвищує рівень задоволеності працівників [3].

Людський капітал та імідж підприємства є тісно пов'язаними складовими, що визначають успішність та стабільність компанії на ринку. Їх взаємозв'язок відіграє ключову роль у розвитку і конкурентоспроможності організації та неабияк впливає на ефективність її діяльності.

Людський капітал це сукупність знань, навичок, досвіду та творчих здібностей працівників підприємства. Ефективне управління та розвиток цього капіталу визначають успішність підприємства та його здатність до інновацій.

Імідж підприємства, з іншого боку, впливає на приваблення висококваліфікованих співробітників. Позитивний імідж сприяє залученню кваліфікованих фахівців, а також встановленню довіри як серед співробітників, так і серед клієнтів та інших зацікавлених сторін.

Як зазначають Леськова С., Пастущин С.[4] формування іміджу підприємства «потребує надійної команди, члени якої володіють необхідними знаннями та навичками і мають нести відповідальність за виконання поставленої мети». Успішне управління людським капіталом допомагає підприємству підтримувати позитивний імідж, адже задоволені та мотивовані співробітники часто стають активними агентами у побудові та утриманні репутації компанії. З іншого боку, успішний імідж створює сприятливе середовище для розвитку та зростання людського капіталу, оскільки він забезпечує привабливий образ роботодавця та можливості для кар'єрного росту.

Програма формування позитивного іміджу підприємства включає моделювання іміджу всередині самого підприємства, серед його працівників, а після цього – на більш широкому рівні, в межах країни. Внутрішньому іміджу сприяють цілеспрямовані програми, такі як: підвищення кваліфікації, спеціалізоване навчання персоналу, та програми розвитку співробітників.

Взаємозв'язок між людським капіталом та іміджем підприємства суттєво впливає на ефективну діяльність підприємства в ряді аспектів:

- Конкурентоспроможність на ринку, адже якісний людський капітал, здатний до інновацій та творчості, разом із позитивним іміджем, роблять підприємство більш привабливим для клієнтів та інвесторів, що сприяє його конкурентоспроможності.

- Привернення та утримання висококваліфікованого персоналу, позитивний імідж підприємства створює привабливу робочу атмосферу, тоді як ефективно управління та розвиток людського капіталу роблять підприємство привабливим для висококваліфікованих працівників.

- Репутація та довіра: якісний людський капітал, що сприяє високій якості продуктів чи послуг, разом із позитивним іміджем формують підґрунтя для підтримки репутації та довіри серед клієнтів і партнерів.

- Ефективність внутрішніх процесів, задоволений та мотивований персонал, що взаємодіє в позитивному середовищі, сприяє ефективному виконанню завдань, підвищує внутрішню ефективність та сприяє досягненню поставлених цілей.

- Здатність до інновацій - людський капітал, здатний до творчості та інновацій, сприяє розвитку новаторських рішень, що в свою чергу позитивно впливає на імідж підприємства та його здатність до адаптації на ринку.

- Відносини зі співробітниками. Позитивний імідж та ефективно управління людським капіталом сприяють встановленню та підтримці позитивних відносин між співробітниками. Це може включати командну згуртованість, взаємопідтримку та високий рівень комунікації, що впливає на ефективність робочого колективу.

○ Інноваційний потенціал. Позитивний імідж та розвинений людський капітал сприяють створенню інноваційної культури в компанії. Здатність до творчості та інновацій впливає на розробку нових продуктів чи послуг, що дозволяє підприємству залишатися в перших лініях ринкових трендів.

○ Взаємодія з клієнтами. Позитивний імідж та висока якість людського капіталу створюють позитивний досвід для клієнтів. Відмінне обслуговування та взаємодія з клієнтами покращують репутацію підприємства та забезпечують лояльність клієнтів.

○ Корпоративна культура. Людський капітал і імідж підприємства взаємодіють в контексті корпоративної культури. Позитивний імідж може відобразити цінності та принципи корпоративної культури, що визначає, як працівники взаємодіють, співпрацюють та відчують свою приналежність до організації. Ефективне управління культурою підтримує гармонійне функціонування команди та сприяє високій моральності працівників.

○ Імідж роботодавця. Позитивний імідж підприємства впливає на сприйняття його як роботодавця. Якщо компанія має позитивну корпоративну культуру, це може стати привабливим для талановитих працівників, які бажають працювати в місці, де цінують та підтримують їхні цінності та потреби.

Людський капітал та імідж підприємства мають суттєвий вплив на його ефективність. Перш за все, якість людського капіталу, представленого висококваліфікованими, мотивованими та досвідченими працівниками, визначає здатність організації ефективно виконувати свої завдання. Наявність спеціалістів з потрібними навичками та знаннями позитивно позначається на рівні інновацій, продуктивності та якості виробленої продукції чи наданої послуги [5].

Позитивний імідж сприяє залученню інвестицій, розвитку партнерських відносин та розширенню ринкових можливостей. З іншого боку, негативний імідж може впливати на репутацію підприємства, створювати труднощі у залученні перспективних фахівців та спричиняти втраті довіри споживачів [5].

Отже, взаємодія людського капіталу та іміджу підприємства визначає його конкурентоспроможність, стійкість та успішність на ринку. Успішне управління цими аспектами сприяє досягненню високої ефективності діяльності підприємства в умовах сучасного бізнес-середовища.

Взаємодія між людським капіталом та іміджем підприємства визначає справжню економічну силу та соціальну впливовість компанії в сучасному світі. Цей комплексний взаємозв'язок формує основу для збалансованого розвитку та утримання успішності у динамічному бізнес-середовищі.

Висновки. Таким чином, взаємодія між людським капіталом та іміджем підприємства не лише формує його конкурентоспроможність, але і визначає його спроможність залучати, утримувати та розвивати талановитих працівників, а також створює фундамент для сталого розвитку та успішного функціонування.

Список використаних джерел

1. Гойчук Василь Людський капітал як фактор розвитку організації
URL:<https://lpnu.ua/sites/default/files/2023/pages/23984/maket230647.pdf#page=96>

2. Ткачук Андрій Вплив діджиталізації праці на ефективність використання людського капіталу URL: https://www.researchgate.net/profile/Petro-Korenuk-2/publication/375794467_Tezi-81/links/655cd6c9b1398a779da3cd99/Tezi-81.pdf#page=85
3. Никифоренко В., Кравченко В. Роль іміджу у створенні конкурентних переваг підприємства URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2017/246/pdf/69-83.pdf>
4. Леськова С., Пастущин С. Теоретичні основи формування і підтримки іміджу підприємства. *Трансформаційна економіка*. №1 (01). 2023. С.39-43
5. Плаксюк О., Горговата В, Якушев О. Людський капітал як фактор підвищення ефективності та конкурентоспроможності компанії URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2023/1/13.pdf>