

Все це дозволить змінити місце і значення товаровиробників України, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

**Висновок.** Очевидно, що відновлення втрачених позицій і завоювання гідного місця серед світових виробників інноваційної машинобудівної продукції повинно стати найважливішим орієнтиром не тільки техніко-технологічної, але й організаційно-управлінської модернізації промислового комплексу України.

Аналіз проблем, пов'язаних з прискоренням інноваційного розвитку машинобудівного комплексу свідчить про актуальність інтеграції науки, логістики і виробництва, а також про гостру необхідність наявності добре сформованої інфраструктури підтримки горизонтальних зв'язків між машинобудівною галуззю, науковими організаціями та інноваційно-логістичними центрами.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Амоша О.І. Концептуальні орієнтири промислової політики України (на середньострокову перспективу) [Електронний ресурс] / О.І. Амоша, В.П. Вишневський, Л.О. Збаразька // Економіка промисловості. – 2008. - №43. - Режим доступу до статті: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/EProm/2008\\_43/st\\_43\\_01.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/EProm/2008_43/st_43_01.pdf).

2. Амоша О.І. Промышленная политика Украины: концептуальне орієнтири на

среднесрочную перспективу / О.І. Амоша, В.П. Вишневський, Л.О.Збаразька // Экономика Украины. – 2009. - №12. – С. 4-13.

3. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. В.М. Гесця. – К.: Ін-т екон. прогнозів.; Фенікс, 2003. – 1008 с.

4. Дикань В.Л. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки / В. Л., Дикань, О. Г. Кірдіна // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2009. - № 28. – С. 5 – 11.

5. Потенціал національної промисловості: цілі та механізми ефективного розвитку: монографія / [Кіндзерский Ю. В., Микитенко В. В., Якубовский М. М. та ін.]; за ред. канд. екон. наук Ю. В. Кінзерского; НАН України; Ін-т економ. та прогнозування. – К., 2009. – 928 с.

6. Жалило Я.А. Структурные трансформации промышленности Украины в период финансово-экономического кризиса / Я.А. Жалило, Д.С. Покрышка // Вісник Інституту економіки і прогнозування. - 2010. - С. 29-33.

7. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи. /Під заг. ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. - Ніжин: ТОВ "Видавництво "Аспект-Поліграф", 2007 - 308 с.

8. Барташевська Ю.М. Розвиток машинобудування України: стан, проблеми, перспективи / Ю.М. Барташевська // Європейський вектор економічного розвитку. – 2010. - №1. – С.19-25.

**Анотація.** Исследованы проблемы и перспективы связаны с ускорением инновационного развития машиностроительного комплекса. Обоснована необходимость создания инновационно-логистических центров, основанных на интеграции, модернизации отрасли и ускорения ее инновационно-структурной перестройки.

**Ключевые слова:** машиностроительная отрасль, инновация, инновационное развитие, интеграция, инновационно-логистический центр.

**Summary.** The problems and prospects associated with the acceleration of innovative development of engineering complex. The necessity of creating innovative logistics centers based on the integration of upgrade and accelerate its innovation and restructuring.

**Keywords:** machine building industry, innovation, innovative development, integration, innovation and logistics center.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Кірдіна О.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.*

УДК 339+316.722:316.422 [114:115]

## ТРАНСФОРМАЦІЇ НОМО ЕКОНОМІЧНОГО У ЧАСОПРОСТОРИ КРЕАТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Домбровський О.Г., к.е.н., заст. Директора (ІСЕМВ НАН України)*

*У статті досліджується проблема формування творчої людини як основного змісту постіндустріального суспільства, фундамент якого складає діяльність «креативного класу». Показано, що творчість не підпорядковується раціональним вимогам економії часу і мислення, а є новим часопросторовим виміром буття людини.*

*Ключові слова:* економічна людина, творча людина, креативний клас, інновація, часопросторові детермінанти.

**Постановка проблеми.** В основі інформаційної економіки закладено два основоположні повороти: перший – *інформаційно-комунікативний* (описаний у концепціях інфосоціуму та віртуальної економіки), а другий – *антропологічний*, пов'язаний із новими антропоцентричними вимірами економічної науки. Вони обумовлені тим, що глобалізація є планетарним механізмом, який органічно поєднує в собі, з одного боку, комунікаційний інструментарій взаємодії людина-людина, з іншого – механізми взаємодії людини та людства загалом з природою та біосферою. Глобалізація у такій інтерпретації – це по суті ексклюзивний інструментарій ноогенезу, коеволуції Людини і Природи, розуму і матерії, забезпечення послідовної (поетапної) трансформації біосфери в ноосферу» [2, с. 320]. Таким чином, ноосфера, сфера людського розуму стає сьогодні основою й для функціонування усіх наявних модусів економічного буття людини. І якщо вона стає центром цього буття й виходить на авансцену економічних розвідок, постає доцільне питання – а про який саме тип людини йдеться?

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика антропологічного виміру економічного буття людини в контексті ринкової економіки, подальшої зміни традиційної системи цінностей в бік економічного раціоналізму і прагматизму в умовах сучасної цивілізації розглядається в працях Ю. М. Пахомова, Ю. В. Павленка, О. І. Неклесси, У. Бека, П. Ульріха, С. Б. Кримського, А. С. Гальчинського, В. В. Ільїна, П. В. Гречко та ін.

Важливе методологічне значення для розуміння сутнісних характеристик економіко-антропологічних аспектів сучасного суспільства має теоретичне надбання класиків економічної науки М. Вебера, В. Зомбарта, Ф. Гаєка, Й. Шумпетера та ін.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Разом із тим, незважаючи на ряд досліджень теоретичних і практичних аспектів даної проблематики, в науковій літературі не склався цілісний підхід до визначення основоположних характеристик формування та розвитку ціннісно-духовних аспектів буття людини в просторі глобальної економіки, орієнтованої на прибуток, раціоналізм і вигоду.

**Формулювання завдань та цілей статті.** Мета статті полягає у розгляді буття людини у вимірах економічного хронотопу сьогодні як процесу сходження від людини економічної (*homo oeconomicus*) до людини творчої (*homo creator*).

**Виклад основного матеріалу.** Homo oeconomicus, під егідою якого фактично пройшла епоха індустріалізму, являє собою тип споживача, котрий прагне до «демонстративного споживання» (Т. Веблен) й веде себе відповідно до принципів економічної раціональності. Він продає й купує товари за «істинною ціною», ставить за мету прибуток, визначає соціальний статус за шкалою «багатство-бідність», ставить власний добробут на перше місце. Він – економічний егоїст: навіть філантропією він займається задля власного іміджу, який приведе його зрештою до стабільного прибутку, а не для загального добробуту чи підтримки ближнього. І останнє, що можна сказати про *homo oeconomicus* – сьогодні він втрачає актуальність.

У наш час «суспільство споживання» усебічно критикується, на зміну стандартизації приходять індивідуалізм, а раціональний антропоцентризм замінюється гуманістичними та екологічними концепціями. Людина легко позбувається накопичених віртуальних благ, у силу їх легкості. З іншого боку, усебічні загрози породжують соціальну відповідальність, екологічний менеджмент та інші структури, які змушують переосмислити егоцентризм й заявити про прихід біоцентризму: людина вже не заявляє про себе як про «царя природи». Тепер вона – її частина, й її метою відтак стає не підкорення природи, не приборкання створених нею технічних монстрів, а – власна самореалізація й створення гідних умов життя на своїй планеті. Таким чином, етичні й філософські виміри з легкістю включаються в сучасну економіку, яка завдяки своєму інтелектоцентризму, віртуалізації та інноваційності легко приймає ці нові ідеали.

Зрозуміло, що особливого переосмислення *homo oeconomicus* вимагає у зв'язку з переходом до «економіки знань». Так само, як економічна система, економічна людина також повинна набути якісно нових рис за нових умов. А в цих умовах вона більше не постає як капіталіст – володар засобів виробництва, так само як не обмежується ні роллю «гвинтика» у гігантській виробничій машині, ні роллю прагнучого до наживи «білого комірця» чи по-марксистськи проінтерпретованого «пригнічуваного» «синього комірця». Нова економічна людина – людина творча, *homo creator*.

Відстоюючи дещо екстравагантну тезу про те, що «приватна власність застаріла», А. Бузгалін стверджує: перехід від *homo oeconomicus* до *homo creator* знаменує зміну суб'єкта власності. Перша – «економічна людина» – раціональна. Друга ж – «людина творча» – є суб'єктом з іншою системою цінностей, потреб, мотивів, й, відповідно, інших способів їх реалізації. «Потреби в умовах нового

світу стають іншими: вони не утилітарні й якісно безмежні, але при цьому обмежені кількісно, на відміну від утилітарних потреб» [1]. Таким чином, ще одна особливість і наслідок відмови від «економічної» людини на користь творчої – це похитування основ утилітаризму, який панував в економіці. Хоча й рано (а може й безперспективно) говорити про його занепад, все ж доцільно заявляти про його вихід за межі системи цінностей як людини, так і економіки в цілому.

Можемо додати, що такий перехід змінює не тільки суб'єкта власності, але й саму власність. Раніше приватна власність символізувала принцип «володіння» благами, тепер на її зміну приходять *індивідуальна власність*. «Метаекономіка – це економіка, заснована на принципах домінантності індивідуальної власності, що, як про це йшлося раніше, є невіддільною від людини – її носія, - заявляє А. Гальчинський. – Йдеться про економіку, що не просто долає пов'язані з відчуженням у процесі обміну суперечності приватної власності, а формує якісно нові, ще не осмислені економічною теорією відносини з приводу реалізації знань як об'єкта інтелектуальної власності» [2, с. 506].

Це означає, що цінності економічної раціональності з її механічними коефіцієнтами інтелекту замінюються на цінності емоційного інтелекту, для якого благом є самореалізація, а не вигода, ефективна комунікація, а не замкнений егоцентризм, інновація, а не традиція. І – творчість, а не стандартизація. Або, як зазначає А. Бузгалін, «у тій мірі, у якій кожен із нас залишається homo economicus, ми прагнемо максимізувати кількість утилітарних благ (за можливістю, найбільш престижних); у тій мірі, в якій у нас розвинуті мотивація й цінності homo creator, ми прагнемо до самореалізації у творчій діяльності, до культурного діалогу. При цьому під якісною безмежністю «людини творчої» я розумію те, що вона ніколи не обмежена даним колом культурних феноменів. Вона завжди прагне до нового, прагне вийти за досягнуті рамки, і це прагнення спрямовує всю її діяльність. Діяльність і самореалізація в ній, а не можливий прибуток від неї стає головним мотивом і головною цінністю» [1].

За таких умов складно сказати, що було першим – чи зміна цінностей людини породила суспільну інноваційно-креативну трансформацію, чи навпаки, інформаційні перетворення породили нову творчу людину. Другий варіант є більш логічним, але й більш парадоксальним: креативність народжується в умовах постійного інформаційного впливу і навіть тиску на свідомість кожної людини, що є виразною ознакою нашого часу. Навіть сучасні урядові структури, включаючи «мережеву державу» (М. Кастельс), будуються на інформації й мають владу не стільки завдяки реальній, скільки завдяки *консцієнтальній*

*зброї* (від лат. conscientia - свідомість), яка породжена й функціонує завдяки інформаційним технологіям й ефективність якої залежить від того, наскільки ефективно здійснюється вплив на масову свідомість засобом цих технологій.

Епоха інформаційних суперечок, інформаційних змагань, інформаційної конкуренції й навіть інформаційних війн – це період надмірності потоків інформації в цілому, в яких вимушена перебувати людина. Креативність бачиться нами як певний спосіб протистояння цим незліченним тискам: щоб не потонути в інформаційних потоках, людина творить свій власний креативний вимір. Дану ситуацію ми бачимо і в економіці: щоб не бути залежним від інновацій інших, підприємства різного рівня ведуть боротьбу за власних креативних співробітників. Відомо, що в США та в багатьох європейських країнах вже не працівник шукає роботу, а, навпаки, роботодавці посилають рекрутерів для «вербування» талановитих кадрів ще зі студентської лави, таким чином формуючи власний інтелектуальний капітал й, відповідно, забезпечуючи власні майбутні ресурси.

Усе це відбувається у зв'язку із процесами інформалізації фінансових ринків і підприємств, яка «пов'язана зі зростанням інформаційної робочої сили. По-перше, стосунки співробітників із компанією організуються за мережевим принципом. Це означає зростання частки робіт проектного типу, в яких праця персоналу зорганізується у формі само зайнятості, тимчасових робіт (консалтингових або разових) і зайнятості неповний робочий день. По-друге, більшість робіт потребує певних навичок у сфері інформаційних технологій. І, по-третє, дедалі частіше економічне зростання залежить від тієї робочої сили, яка створює інформацію (символи) [4, с. 25]. Як бачимо, в інформаційну епоху відбувається тотальна дематеріалізація, ширше – вихід за межі безпосереднього виробництва. Геоекономічні структури реагують на інформаційні трансформації суспільства, переструктуруючись у зв'язку з новим інформаційним обличчям сучасного світу.

Разом із тим, однієї тільки «інформаційної» сили виявляється недостатньо для забезпечення конкурентоспроможності сучасної економіки у зв'язку з двома причинами – знаннями й інновацією. Стосовно першого: на місце матеріальних ресурсів приходять знання, зростає роль інтелектуальної праці, отже – виникає необхідність утримання, збереження й розвитку інтелектуального капіталу. Це передбачає випереджувальний розвиток живого знання порівняно з оречевленим – «перше отримало назву живого товару (англ. soft-ware), а друге – твердого товару (англ. hard-ware), або знання, оречевленого в обладнанні». Саме це й несе за собою появу

нової моделі використання людських ресурсів. Вона передбачає «розширення функцій працівника (взької спеціалізації) до працівника «широкого діапазону» (універсала), здатного здійснювати верифікацію, оцінку, творчий синтез інформації, проникати в суть проблеми, здійснювати коригування попередніх цінностей» [6].

Вона побудована на інноваціях, отже, їй конче необхідні люди, які б їх створювали. Економіка виявляється залежною від розкриття творчого потенціалу особистості. Отже, творча діяльність надобуває нового економічного виміру, що ламає усталені в економіці стереотипи, введені «механікою праці» часів тейлоризму й «треблівів». Остання накладала санкції й заборони на «зайві», «неекономічні» рухи, й звідси – заборону самостійного мислення працівника, перевагу ефективного, але стандартного, заздалегідь прописаного реагування на ситуації. А це передбачало, що від працівника не очікували створення власного способу роботи в тих чи інших умовах, не схвалювали креативних рішень, які залишалися прерогативою тільки керівників, часто – найвищого рівня. Уже в кінці ХХ століття такі системи управління виявилися неефективними – їх перегнали системи «управління за цілями», які єдині могли створити достатню мотивацію у всіх працівників компанії. А це вимагало творчості як нового управлінського ресурсу.

Як бачимо, «ключовим «ресурсом» для такої [творчої] діяльності є сама творча людина, а її потенціал, новаторські здібності постають стає головним інструментом прогресу. Тим самим, людина перетворюється на центральну ланку економіки, а економічна раціональність виявляється поставленою в залежність від її творчого потенціалу. Тому «головним продуктом творчої діяльності, а отже і виробничого процесу в метаекономіці стає не просто певна сукупність матеріальних і духовних цінностей, а безпосередньо творча особистість» [2, с. 511].

У силу цього творча праця як «базова основа метаекономіки» (А. Гальчинський): розглядається «якісно новою за своєю специфікою продуктивною силою суспільства, утверджуючись на «засадах конвергенції сфер матеріального і духовного виробництва, органічного поєднання їх у якісно нову, порівняно з епохою індустріалізму, структурну цілісність. Відповідна конвергенція формує принципово нову генеруючу силу розвитку суспільства (в тому числі й економіки). Йдеться про енергетику ноогенези, енергетику коеволуції природно-суспільного процесу, про мультиплікацію енергетики світового кругообігу» [3, с. 297]. Вимога творчої праці породжує нові концептуальні визначення інформаційної економіки.

Концепції «креативного суспільства» та «креативної економіки» активно впроваджуються в

економічний обіг. У цьому процесі можна побачити й наслідок зростання ролі інтелектуальної та інформаційної праці: «Вихід людини за межі безпосереднього виробництва – це та реальна основа, яка формує об'єктивні передумови якісно нових трансформацій у характері її праці, набуття останньою ознак творчої діяльності» [3, с. 302]. Проте, як виявляється, причини ще глибші – креативні та когнітивні виміри інфосоціуму міняють саму соціальну структуру суспільства, більше того – перебудовують економічні виміри як фізичного, так і віртуального хронотопів.

Для інноваційної економіки визначальними є когнітивний та креативний аспекти інфосоціуму. В такій економіці продукування знання перестає бути особливістю певного визначеного прошарку суспільства (що традиційно для індустріального суспільства) і стає загальнозначимою вимогою, що породжує «надсимволічну економіку» (Е. Тоффлер), «віртуальну економіку» (М. Кастельс), і, зрештою – формує «креативний клас» (Р. Флоріда). Спільними для усіх вказаних підходів є визнання основоположності «культури інновацій», яка лягає в основу як переструктурування класів, так і сучасного обличчя економіки.

Таким чином, креативність є «цінним товаром», який переформатовує інфраструктуру економіки аж до виникнення нових економічних інфраструктур, таких, як систематичні затрати на дослідження і розробки, високотехнологічні інтернет-компанії, венчурні підприємства, технопарки та інкубатори інноваційних ідей, підтримка компаніями «освіти впродовж життя» та інших освітніх проєктів власних працівників, цілеспрямований розвиток творчого потенціалу і т. д. Становлення нового типу економічного мислення, яке відбувається у зв'язку із зростанням ролі креативності в інфосоціумі, несе в собі часопросторові трансформації, які відбуваються паралельно із процесами її віртуалізації. У той час, як індустріальні сектори долають географію, нова економічна карта світу формується саме довкола креативних спеціалістів.

Виникає економічна потреба у креативності, а разом із нею – креативний клас, ядром якого є люди, зайняті в науковій і технічній сферах, в архітектурі, дизайні, освіті, мистецтві, музиці й індустрії розваг – усі ті, метою роботи кого є творення нових ідей, технологій і «нового креативного змісту». Окрім ядра до креативного класу входять і креативні спеціалісти сфери бізнесу, фінансів, права, охорони здоров'я і суміжних сфер, які займаються вирішенням складних завдань, які вимагають від них незалежності мислення й високого рівня освіченості [7]. При цьому слід особливо наголосити на тому факторі, що креативний клас

базується саме на економіці, адже це – *економічний клас*.

**Висновки.** Таким чином, антропологічний аспект сучасного економічного буття полягає в становленні креативного класу. Його діяльність не підлягає чіткому плануванню й стандартизації. Інтуїтивні й творчі засади, на яких ґрунтується робота креативного класу, багато в чому відрізняються від роботи, наприклад, «білих комірців» – представників сфери послуг, діяльність яких заздалегідь чітко розпланована. Для ефективної діяльності креативному класові необхідний певний рівень автономії й гнучкості. Потрібен час і свобода дій для того, щоб створити нове. У цій концепції іманентно присутня ідея про те, що творчу працю характеризує часова асинхронність. Адже творчість не підпорядковується часовим детермінантам, вона має позачасовий вимір. Творчість – це шлях звільнення людини від підпорядкованості економічним, у тому числі й часопросторовим детермінантам.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бузгалин А. Частная собственность устарела [Электронный ресурс] / А. Бузгалин. –

**Аннотація.** В статье исследуется проблема формирования творческого человека как основного содержания постиндустриального общества, фундамент основу которого составляет деятельность «креативного класса». Показано, что творчество не подчиняется рациональным требованиям экономики времени, а является новым пространственно-временным измерением бытия человека.

**Ключевые слова:** экономический человек, творческий человек, креативный класс, инновация, пространственно-временные детерминанты.

**Summary.** The problem of creative person formation as the main content of post-industrial society, which is based on the "creative class activities, is revealed in the paper". It is shown that creativity doesn't depend from the rational requirement of economy, but is a new time and spatial dimension of human existence.

**Keywords:** economic human, creative person, creative class, innovation, time-space determinants.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Кірдіна О.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.*

УДК 336.77.067

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БАНКОМ ІНДИВІДУАЛЬНИМ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ

*Дорошенко Г.О. д.е.н., доцент (ХІФ УДУФМТ)*

У роботі відображено класичну структуру управління індивідуальним кредитним ризиком і розроблено заходи, щодо підвищення ефективності цього процесу.

**Ключові слова:** кредитування, ризик, мінімізація, забезпечення, кредитоспроможність, банки, кредитори, позичальники.

**Постановка проблеми.** Кредитні операції банків кредити становлять близько 60-70 % їхнього – вагома частка активів банку й найдохідніша загального обсягу та забезпечують 2/3 усіх доходів стаття банківської діяльності. У структурі активів банківської діяльності.