

О. В. ОВСІЄНКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національного юридичного
університету імені Ярослава Мудрого,
Харків



СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ СУПЕРЕЧНОСТІ «НОВОЇ ФІРМИ»

У статті виявлено та розкрито соціально-економічні суперечності «нової фірми», обумовлені її місцем та роллю у нематеріальній економіці, а також специфікою інтелектуально орієнтованого виробництва. Доведено, що розвиток суперечностей призводить до зниження економічної ефективності «нової фірми». Визначено передумови пом'якшення суперечностей на мікро- та макрорівні.

Ключові слова: нова фірма, нематеріальна економіка, інтелектуальний капітал, знаннємісткий продукт, інтелектуальна праця, корпоративна культура.

Постановка проблеми. Одним із головних напрямів економічних трансформацій, що відбуваються у сучасному світі, є формування нематеріальної економіки — суспільно-економічної системи, орієнтованої на активне використання інтелектуального потенціалу людини та перетворення його на провідний фактор виробництва. Нова економічна реальність зумовлює значні зміни у способах організації господарської діяльності. Зокрема, значного поширення набувають так звані «нові фірми», які порівняно з традиційними фірмами краще пристосовані до роботи в економіці знань завдяки своїй організаційній побудові та використанню нових способів координації із зовнішнім середовищем. Водночас саме ці особливості зумовлюють загострення численних соціально-економічних суперечностей всередині «нових фірм», що подекуди знижує ефективність їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. «Нова фірма» як суспільно-економічне явище активно вивчається як у вітчизняній, так і у зарубіжній науковій літературі. Найбільш відомими концепціями «нової фірми» є: концепція «адаптивної корпорації» Е. Тоффлера [1], концепція «креативної корпорації» В. Іноземцева [2], концепція «організації, що навчається» (К. Аргіріс, Д. Гарві, О. Марченко [3; 4], М. Рубінштейн, М. Румізен, П. Сенге [5], А. Фінстенберг, Р. Хант, Д. Шен). Як правило, у дослідженнях «нової фірми» увага акцентується на заміні традиційних ієрархічних бюрократичних структур більш гнучкими, децентралізації управління, появи нових критеріїв оцінювання результатів праці [1]; на виході діяльності фірм за межі економічної доцільності [2]; на забезпеченні можливостей постійного навчання працівників [3; 4]. Враховуючи, що основним продуктом «нової фірми» є знаннємісткі товари і послуги, варто звернути увагу і на широкий спектр робіт, присвячених розкриттю соціально-економічних суперечностей інтелектуальної власності (В. Базилевич [6, с. 135–139], А. Бузгалін, А. Колганов [7], Ю. Ранде [8], А. Скобарев, В. Лячін [9], Г. Фокін [10]), прояви яких на рівні окремих підприємств, особливо у нематеріальній економіці, залишаються недостатньо дослідженими.

Формулювання цілей. Метою роботи є виявлення та розкриття соціально-економічних суперечностей «нової фірми», обумовлених її місцем та роллю у нематеріальній економіці, а також специфікою інтелектуально орієнтованого виробництва; обґрунтування напрямів їх пом'якшення.

Виклад основного матеріалу. В економічній літературі існують різні підходи до тлумачення поняття «нова фірма» [11, с. 334–335]. Так, «адаптивна корпорація» Е. Тоффлера — це гнучка корпорація, здатна своєчасно й адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та здійснювати ефективний обмін інформацією між своїми підрозділами. Така корпорація орієнтована на вирішення не тільки економічних, а й соціальних завдань. Тобто відбувається перетворення фірм на «багатоцільові» організації, які ефективно взаємодіють із соціальним та екологічним оточенням [1, с. 460–462]. В. Іноземцев, характеризуючи «креативну корпорацію», наголошує на тому, що її діяльність виходить за межі економічної доцільності: домінує прагнення реалізувати творчий потенціал — розробити та організувати виробництво принципово нової послуги, продукції, інформації та знання; прагнення до самореалізації. Оскільки окремі працівники такої фірми персоніфікують певні елементи виробничого процесу, не існує перешкод для виділення (або відділення) у фірмі нових структурних самостійних елементів [2]. О. Марченко визначає «організацію, що навчається» як таку, що «інтегрує знання та забезпечує їх ефективне використання з метою виробництва знаннємістких продуктів (послуг)» [4, с. 70].

Проте попри відмінності між концепціями «нової фірми» можна виділити деякі спільні риси, а саме:

- головним продуктом стають глибоко індивідуалізовані знаннємісткі товари і послуги. Через це «нові фірми», як правило, зберігають вузьку спеціалізацію;

- конкурентними перевагами та запорукою успішного функціонування є наявність працівників, які виступають носіями інтелектуального капіталу, здатні створювати нові продукти та технології;

- основним принципом побудови є гнучка організаційна структура та партнерські відносини всередині організації, що створює умови для більш повної реалізації творчих здібностей та, відповідно, полегшує процес створення, накопичення й передачі знань всередині організації [12, с. 174];

- поєднання економічної та неекономічної мотивації у діяльності організації, участь у розбудові нових типів суспільної взаємодії.

Однак, незважаючи на те, що «нова фірма» добре пристосована до роботи у нематеріальній економіці, деякі її особливості зумовлюють загострення численних соціально-економічних суперечностей всередині такої фірми.

1. Суперечності між нетоварною сутністю продуктів «нової фірми» та товарною формою їх реалізації. Як відомо, для традиційної фірми головною метою створення та функціонування виступає отримання прибутку. Використовуючи кількісно і якісно обмежені ресурси, створюючи продукт, який «зникає» під час споживання, традиційна фірма надає йому товарної форми, виключивши з числа споживачів тих, хто не платить. Для «нової фірми», орієнтованої на створення глибоко індивідуалізованих знаннємістких продуктів, комерціалізація результатів виробництва ускладнюється потенційно нетоварною сутністю таких продуктів. Адже інформація та знання при споживанні не зникають, а накопичуються безмежно, залишаючись доступними одночасно великій кількості споживачів. Більш того, деякі інформаційні продукти мають сенс тільки при розширенні доступу до них (мережа Інтернет). Як справедливо зазначає Л. Мяснікова, «Усі начебто “сидять” у Facebook або користуються Google, але платити за це ніхто не готовий. Основну частину доходу цих компаній становить реклама. Що за базовий продукт для суспільства, за який ніхто не готовий платити?» [13]. Проте ринкова вартість компанії Google у 2013 р. становила 212,4 млрд дол. США, а чистий дохід цієї компанії у розрахунку на одного працівника склав 199,3 тис. дол. США [14].

Специфічні характеристики знаннємістких продуктів ставлять питання про мету «нової фірми». Чи можна погодитися з тим, що виробництво таких продуктів здійснюється заради отримання прибутку? З одного боку, цілі «нових фірм» набагато ширші, оскільки їх засновники (найчастіше саме вони

виступають провідними акціонерами) прагнуть під час створення фірми на-самперед самореалізації та визнання своїх продуктів. Можна погодитися з В. Іноземцевим стосовно того, що діяльність креативної корпорації виходить за межі економічної доцільності. З другого боку, інституціональна функція «нової фірми» в економіці знань полягає саме у комерціалізації інтелектуальної власності та знаннємісткого продукту. «Нові фірми» розвиваються за ринковими принципами: необмеженість знаннєвих ресурсів, які є джерелом створення нового продукту, лише посилює конкуренцію серед таких фірм, знімаючи бар'єри вступу до галузі.

Засобами пом'якшення суперечностей між нетоварною сутністю продуктів «нової фірми» та товарною формою їх реалізації виступають:

– патенти, ліцензії, які обмежують доступ до інтелектуального продукту «нової фірми», надають можливість отримання своєрідної інтелектуальної ренти. Цікаво зазначити, що ефективність комерціалізації інтелектуальної власності шляхом патентування значним чином ускладнюється не тільки піратським використанням інформаційних продуктів, а і свідомими діями деяких компаній у сфері патентного судочинства. Так, американська юридична фірма Lex Machina, дослідивши судову практику у цій сфері, дійшла висновку, що рекордна кількість патентних позовів у 2012–2013 рр. (тільки у 2013 р. у США було подано 6088 патентних позовів, тоді як за період 2000–2010 рр. їх кількість не перевищувала 2745 позовів на рік [15]) пов'язана з діями «patent trolls» («патентних тролей») — компаній, які не мають бізнесу поза ліцензуванням та судовою практикою. Наприклад, європейська компанія Melvino Technology за рік подала 137 патентних позовів, індійська компанія Wynncom — 131 позов. Відповідачами по таким заявам найчастіше виступали Apple, Amazon, Google, AT&T, Dell. «Патентний тролінг» обходиться американській економіці у 29 млрд дол. прямих судових витрат щороку [15];

– обмежені можливості споживачів із пошуку та засвоєння інформації, необхідної для створення нового знання. Відсутність у потенційних споживачів знань та навичок, високі витрати на їх здобуття суттєво розширюють попит на продукцію «нових фірм» як з боку традиційного сектору економіки, так і з боку домогосподарств. Традиційний сектор активно передає на аутсорсинг «новим фірмам» юридичний, бухгалтерський, аудиторський супровід, інжинірингові послуги тощо. Слід звернути увагу і на те, що важкість оцінки інтелектуального продукту «нової фірми» дає можливість використати таку фірму у численних офшорних зв'язках. Особливо ефективною стає реєстрація консалтингової «нової фірми» у низькоподатковій юрисдикції з подальшою оплатою її послуг за завищеною ціною. Не менш важливу роль «нові фірми» відіграють у задоволенні потреб домогосподарств. Так, компанія Groupm

надає інформацію про знижки на певні товари і послуги, купуючи які, споживач оплачує й інформаційні послуги Groupon. Відповідно розширення попиту на послуги нових фірм можливе як за рахунок розвитку традиційного сектору економіки в інноваційному напрямі, так і через удосконалення якостей людського розвитку, покращення системи освіти;

– глибока індивідуалізація багатьох знаньмістких товарів та послуг, неможливість їх тиражування.

2. Суперечності між підвищенням ступеня економічної незалежності найманого працівника та посиленням експлуатації творчої праці капіталом. Перетворення знань та інформації, творчих здібностей людини, її здатності створювати та використовувати інтелектуальні продукти на основні фактори суспільного виробництва у нематеріальній економіці, багато у чому змінює баланс економічної влади між найманою працею і капіталом. Невіддільність цих факторів виробництва від людини, неможливість відокремити найманого працівника від засобів виробництва фактично перетворює кваліфікованих працівників «нової фірми» на співвласників створеного продукту, інтелектуального капіталу фірми. Більш того, вартість «нової фірми», її капіталізація безпосередньо залежать від того, наскільки її співробітники здатні вирішувати складні інтелектуальні завдання.

За таких умов значно розширюються можливості впливу працівників на процеси розподілу. Володіючи невідчужуваними унікальними здібностями, що є головним джерелом доходів фірми, вони претендують не тільки на оплату результатів праці та повну компенсацію вартості своєї робочої сили, а й на частку додаткового доходу (участь у прибутках, придбання опціонів, пакетів акцій, набуття статусу партнерів тощо). Високий ступінь унікальності та специфічності людських ресурсів посилює залежність «нової фірми» від працівників-носіїв інтелектуальних ресурсів [16, с. 168, 205], оскільки різко зростають трансакційні витрати на залучення працівників через зовнішній ринок праці. Усе це сприяє розширенню економічної свободи найманого працівника та унеможливує традиційні форми примусу до праці.

Паралельно з розширенням економічної свободи працівника відбувається посилення експлуатації найманої праці капіталом. По-перше, мотивація працівника «нової фірми» не обмежується матеріальною винагородою. Вступаючи у контрактні відносини з фірмою, працівник отримує інституціонально закріплені можливості опанувати, творчо використовувати та генерувати як нові знання, так і користуватися інтелектуальним капіталом фірми. Саморозвиток за таких умов перетворюється на додатковий негрошовий, неоплачений стимул. Підтвердженням цієї тези виступає той факт, що випускники елітних бізнес-шкіл усе частіше обирають роботу у високотехнологічних компаніях, а не у фінансових корпораціях, навіть незважаючи на різницю в зарплаті. Так,

середня річна зарплата випускника Стенфорда у високотехнологічній компанії у 2012 р. становила 120 тис. дол. плюс бонуси та компенсації на суму близько 38 тис. дол. У той же час у фінансовому секторі пропонувалися зарплати від 150 тис. дол. плюс 135 тис. дол. як бонуси та компенсації [17].

З точки зору А. Бузгаліна та А. Колганова, «капітал паразитує на внутрішній мотивації творчого працівника, отримуючи частину творчого потенціалу задарма, не оплачуючи тих стимулів, які працівник створює собі сам, займаючись творчістю» [7]. Крім того, важкість відділити час, який пішов на створення нового знання, від вільного часу, уможлиблює присвоєння капіталом вільного часу працівників «нової фірми». На рівні усього суспільства ці суперечності знаходять розвиток у «...безоплатному присвоєнні капіталом тих благ, які були розпредмечені конкретним креативним співробітником корпорації у процесі створення комерційної інновації. Більше того, оскільки капітал є не тільки сукупність окремих підприємств, а й конкретно-загальне капіталізму, остільки ми можемо говорити про експлуатацію сукупним капіталом креатосфери людства в усьому її просторовому і часовому багатстві» [7].

Ще однією причиною посилення експлуатації інтелектуальної праці капіталом є складність грошової оцінки її результатів, а також неможливість виділити внесок конкретного співробітника у процес створення нового продукту. Тому у деяких випадках «нові фірми» схильні компенсувати зниження якості праці однієї професійної групи додатковим навантаженням на інші, а не підвищенням витрат на навчання [18, с. 19].

3. Суперечності між активізацією внутрішньофірмового трансферу знань та обмеженням зовнішнього обміну інформацією. Базисом конкурентоспроможності «нової фірми», джерелом її здатності до саморозвитку є можливість постійно створювати нові інтелектуальні продукти, генерувати нові знання та інформацію. Складність інтелектуальної праці, необхідність опрацьовувати значні масиви інформації, глибока індивідуалізація знаннемістких продуктів призводять до дедалі більш вузької спеціалізації співробітників «нових фірм». Більш того, великі фірми, виокремлюючи у своїй організаційній структурі дослідницькі підрозділи, будують їх за принципом глибокого поділу праці. Так, процес науково-конструкторських розробок розпоршується на дрібні операції та доручається вузькоспеціалізованим виконавцям (обробка баз даних, створення масиву даних), далі за допомогою сучасних технологій зв'язку відбувається інтеграція отриманих результатів [9].

Тому з'являється потреба у налагодженні системи самонавчання працівників, регулярного внутрішнього обміну знаннями, створенні, розвитку, зберіганні, поширенні й застосуванні знань та інформації всередині фірми на різних рівнях — рівні окремого працівника, рівні колективу/підрозділу/групи/

команди, а також організації у цілому. Відповідно ефективною «нова фірма» стає лише за умов постійного безперервного трансферу знань, кооперації інтелектуальної праці.

Водночас необхідність комерціалізації інформації та отриманих знань змушує «нову фірму» обмежувати витoki інформації, суворо оберегати ту її частину, яка належить до комерційної таємниці. Відповідно обмін інформацією із зовнішнім середовищем ускладнюється. Оскільки нове знання — це результат кооперації попередньої інтелектуальної праці усього суспільства, то ефективність застосування інтелектуальних продуктивних сил суспільства знижується. У подальшій перспективі це може призвести до зменшення обсягу суспільно доступних знань та інформації, гальмування процесу їх подальшого отримання та накопичення. Таким чином, мета «нової фірми» — отримання комерційного ефекту від створення знаннємісткого продукту заперечується способом її досягнення: активізувавши внутрішній трансфер знань, необхідний для отримання принципово нових продуктів, «нова фірма» змушена обмежити обмін інформацією із зовнішнім середовищем, що руйнує передумови подальшого накопичення знань. За таких умов знижується й ефективність самої «нової фірми».

Загострення цих суперечностей на рівні фірми може відбуватися не тільки внаслідок витoku комерційної інформації, а й через кадрові зміни. Невідчужуваність інтелектуальних надбань фірми від працівників, а також необхідність постійно підтримувати безперервний рух знань посилюють залежність «нової фірми» від її співробітників-носіїв інтелектуального капіталу. За таких умов звільнення працівників може спричинити значні економічні втрати для фірми. По-перше, пошук претендентів на робочі місця, що з'явилися, зумовлює значні транзакційні витрати. По-друге, іноді специфіка діяльності фірми передбачає неможливість залучення нових співробітників через зовнішній ринок праці, а на внутрішньому ринку всередині фірми пропозиція обмежена. По-третє, фірма змушена нести додаткові витрати на навчання.

4. Суперечності між загальною ефективністю «нової фірми» та індивідуальною ефективністю окремого працівника. У сучасних умовах створення та виробництво знаннємісткого продукту потребує застосування все більш складних методів та засобів наукових досліджень. Стійку тенденцію до подорожчання демонструє і вартість процесу накопичення нових знань та інформації. Усе це змушує «нову фірму» шукати шляхи оптимізації цього процесу. Одним із таких шляхів стає глибокий поділ інтелектуальної праці, спеціалізація працівника на певному напрямі роботи. Водночас відбувається інтеграція інтелектуальної праці, адже результати роботи окремих працівників необхідно об'єднувати у єдине ціле.

З одного боку, інтеграція сприяє підвищенню ефективності нової фірми, оскільки дозволяє повною мірою скористатися перевагами кооперації інтелектуальної праці, більш повно використати наявний у фірми та її співробітників інтелектуальний капітал. З другого боку, у результаті інтеграції інтелектуальної праці робітник-носії інтелектуального капіталу перестає бути самодостатньою одиницею у процесі створення та накопичення знань. Це посилює залежність працівника від «нової фірми», знижує рівень його професійної мобільності. Як зазначають А. Скобарев та В. Лячин, «постійне виконання, хоча і складних, але таких, що постійно повторюються операцій, знижують зацікавленість робітника у результатах роботи, нівелюють творчий компонент виробничих завдань, послаблюють мотивацію щодо пошуку нестандартних шляхів їх розв'язання, не сприяють виявленню ініціативи» [9]. У результаті індивідуальна ефективність інтелектуального працівника знижується на тлі підвищення загальної ефективності «нової фірми». Засобами пом'якшення цієї суперечності найчастіше виступає створення гнучких організаційних структур матричного типу.

Слід зазначити, що зростання індивідуальної ефективності працівника, зайнятого генеруванням і використанням знань та інформації, у деяких випадках може призвести до часткових втрат загальної ефективності фірми. Можна виділити декілька причин цього явища. По-перше, природним проявом зростання особистого інтелектуального капіталу співробітника є вихід за межі компанії та створення особистої «нової фірми». Таке явище особливо поширене у консалтингових фірмах. По-друге, потрапляючи до організації, нові працівники користуються інтелектуальним капіталом організації, навчаючись за її рахунок. Тому накопичення особистого інтелектуального капіталу багато у чому здійснюється за рахунок фірми. У такому випадку «нова фірма» змушена «закріпити» працівника. Зазвичай це пов'язано з додатковими витратами, які не завжди призводять до бажаного результату [12, с. 223].

Висновки. Специфіка продуктів, що виготовляються «новою фірмою», а саме: їх знаннемісткий характер, глибока індивідуалізація, невіддільність від носіїв, — потребує значних змін як в організаційній будові фірми, так і в її взаємодії із зовнішнім середовищем. З'являється необхідність у створенні гнучких організаційних структур, глибокому поділі інтелектуальної праці з її подальшою кооперацією, забезпеченні безперервного руху знань та інформації всередині фірми, поєднанні матеріальних та нематеріальних стимулів.

Нові організаційні принципи зумовлюють загострення численних соціально-економічних суперечностей всередині фірми. Серед них, зокрема, можна виділити такі: 1) між нетоварною сутністю продуктів «нової фірми» та товарною формою їх реалізації, у результаті розвитку якого значно зростають трансакційні витрати, пов'язані із захистом прав власності, виникають нові

форми недобросовісної конкуренції; 2) між підвищенням ступеня економічної незалежності найманого працівника та посиленням експлуатації творчої праці капіталом, яке призводить до викривлення процесів розподілу як на рівні фірми, так і у суспільстві в цілому; 3) між активізацією внутрішньофірмового трансферу знань та обмеженням зовнішнього обміну інформацією, в результаті розвитку якого мета «нової фірми» — отримання комерційного ефекту від створення знаннємісткого продукту заперечується способом її досягнення: активізувавши внутрішній трансфер знань, необхідний для отримання принципово нових продуктів, «нова фірма» змушена обмежити обмін інформацією із зовнішнім середовищем, що руйнує передумови подальшого накопичення знань та зумовлює зниження її власної ефективності; 4) між загальною ефективністю «нової фірми» та індивідуальною ефективністю окремих працівників.

Пом'якшення означених суперечностей можливе за умов глибоких змін у середовищі «нової фірми». Зокрема, йдеться про подальшу соціалізацію економічних відносин всередині «нової фірми», розбудову гнучкої корпоративної культури, спрямованої на розвиток нематеріальних стимулів, забезпечення організаційних можливостей для зростання особистісного потенціалу працівників. У зовнішньому середовищі інституціональними передумовами пом'якшення суперечностей виступають: створення законодавчої бази для чіткої та всебічної специфікації прав інтелектуальної власності, підвищення ступеня готовності суспільства до споживання знаннємісткого продукту, широке залучення «нових фірм» до державно-приватного партнерства, суспільно важливих громадських, екологічних проєктів тощо. Тому перспективи подальших досліджень у цій сфері тісно пов'язані з визначенням напрямів розвитку інститутів нематеріальної економіки, пошуком шляхів їх удосконалення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тоффлер Э. Адаптивная корпорация [Електронний ресурс] / Э. Тоффлер // Новая постиндустриальная волна на Западе : пер. с англ. ; под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – Режим доступу: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/postindustrializm/conception/corporation/>.
2. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы [Електронний ресурс] : монография / В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – Режим доступу: <http://www.litmir.net/br/?b=57861&p=1>.
3. Марченко О. С. Интегратори знань: місце і роль у інноваційному процесі / О. С. Марченко, О. В. Ярмач // Вісн. Нац. юрид. акад. України. Серія: Економічна теорія та право. – 2010. – № 3. – С. 44–54.
4. Марченко О. С. Фірма в економіці знань: знаннєвий підхід до визначення економічної природи / О. С. Марченко // Вісн. Нац. юрид. акад. України. Серія: Економічна теорія та право. – 2010. – № 1. – С. 63–71.

5. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / П. Сенге ; пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. – 408 с.
6. Базилевич В. Д. Интеллектуальна власність: креативи метафізичного пошуку : монографія / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с.
7. Бузгалин А. Эксплуатация XXI века [Электронный ресурс] / А. Бузгалин, А. Колганов // Свободная мысль. – 2012. – № 7–8. – Режим доступа: <http://svom.info/entry/284-ekspluatatsiya-xxi-veka/>.
8. Ранде Ю. Социально-экономические противоречия интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] / Ю. Ранде // Креативная экономика. – 2013. – № 8. – С. 83–88. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/29389/>.
9. Скобарев А. А. Двойственность и противоречия интеллектуальной собственности в развитой рыночной экономике [Электронный ресурс] / А. А. Скобарев, В. И. Лячин // Молодой ученый. – 2012. – № 2. – С. 139–144. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/37/4168/>.
10. Фокин Г. В. Социальный паразитизм на результатах интеллектуальной деятельности работников [Электронный ресурс] / Г. В. Фокин // Вопр. инновацион. экономики. – 2014. – № 1 (15). – С. 3–8. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/31940>.
11. Нематеріальна економіка та управління формуванням і використанням інтелектуального капіталу : навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська та ін. ; за заг. ред. Л. С. Шевченко // Вісн. НУ «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право. – 2013. – № 3. – С. 220–349.
12. Безпека людського розвитку: економіко-теоретичний аналіз [Текст] : монографія / [Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін.] ; за ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
13. Мясникова Л. Экономический кризис и парадигма нового времени [Электронный ресурс] / Л. Мясникова // Свободная мысль. – 2012. – № 7–8. – С. 166–179. – Режим доступа: <http://www.svom.info/entry/267-ekonomicheskij-krizis-i-paradigma-novogo-vremeni/>.
14. FT Global 500 2013 : World's Largest Companies Rating [Электронный ресурс] // Financial Times. – Режим доступа: <http://www.ft.com/intl/indepth/ft500>.
15. Mullin J. The year in patent litigation: more trolling, more Texas [Электронный ресурс] / Joe Mullin // Lex Machina. – Режим доступа: <http://arstechnica.com/tech-policy/2014/05/the-year-in-patent-litigation-more-trolling-more-texas/>.
16. Шевченко Л. С. Соціальні ризики та соціальна безпека праці : монографія / Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2009. – 280 с.
17. Корн М. Где предпочитают работать выпускники элитных бизнес-школ [Электронный ресурс] / М. Корн // Ведомости. – 2013. – 7 ноября. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/career/news/18436361/mba-zajmutsya-tehnologiyami>.
18. Зайцев Ю. Проблеми дослідження системи мотивації найманої праці в умовах становлення постіндустріального суспільства / Ю. Зайцев, Д. Верба // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 8. – С. 13–19.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2014.

О. В. ОВСИЕНКО

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории Национального юридического университета имени Ярослава Мудрого, Харьков

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ
«НОВОЙ ФИРМЫ»**

В статье выявлены и раскрыты социально-экономические противоречия «новой фирмы», обусловленные ее местом и ролью в нематериальной экономике, а также спецификой интеллектуально ориентированного производства. Доказано, что развитие противоречий приводит к снижению экономической эффективности «новой фирмы». Определены предпосылки смягчения противоречий на микро- и макроуровне.

Ключевые слова: новая фирма, нематериальная экономика, интеллектуальный капитал, знаниеемкий продукт, интеллектуальный труд, корпоративная культура.

O. V. OVSIENKO

Ph. D. in Economics, associate Professor, associate Professor of the Economic Theory Department, Yaroslav the Wise National Law University, Kharkiv

**SOCIAL AND ECONOMIC CONTRADICTIONS
OF THE «NEW FIRM»**

Problem setting. Formation of the intangible economy stipulates sufficient changes of the methods of economic activity organization. Especially, the so-called “new firms”, which produce knowledge intensive goods and services, primarily use intangible assets, and have flexible organizational structures, are widespread. These peculiarities lead to escalation of numerous social and economic contradictions within such firms, sufficiently decreasing efficiency of firms’ activity.

Recent research and publications analysis. The phenomenon of the “new firm” is actively researched in the scientific literature (A. Toffler, V. Inozemtsev, O. Marchenko, and P. Senge etc.). A wide range of researches is also devoted to contradictions of intellectual ownership (V. Bazylevych, A. Buzgalin, A. Kolganov, Yu. Rande, A. Skobarev, V. Liachin, and G. Fokin etc.). However, their implementation at the level of particular companies, especially in the intangible economy, is not sufficiently researched.

Paper objective. The objective of the article is to reveal and disclose social and economic contradictions of the “new firm” stipulated by peculiarities of intellectual-oriented production and to determine directions of overcoming of these contradictions.

Paper main body. The main social and economic contradictions of the “new firms” comprise the next ones: 1) a contradiction between the non-trade essence of goods of the “new firm” and a trade form of their realization, development of which leads to increase of transaction costs related with protection of ownership rights and appearance of new forms of unfair competition; 2) a contradiction between increase of a degree of economic

independence of an employee and enforcement of exploitation of creative labor by capital leading to distortion of distribution processes both at the level of a firm and at the level of a society in general; 3) a contradiction between activation of an intra-company transfer of knowledge and limitations for exterior exchange of information, which causes denying of the purpose of the “new firm”, that is — gaining of commercial effect due to creation of knowledge intensive products, by a method of its achievement: having activated the interior transfer of knowledge, which is essential for creation of principally new products, the “new firm” is obliged to limit exchange of information with the exterior environment; such actions destroy pre-conditions of further accumulation of knowledge; 4) a contradiction between general efficiency of the “new firm” and individual efficiency of an employee.

Conclusions of the research. Overcoming of contradictions is possible in terms of considerable changes in the environment of the “new firm”, which include socialization of economic relationships within the firm, transition to flexible corporate culture aimed at development of intangible incentives, providing of organizational opportunities for increase of individual potential of employees. In the exterior environment institutional pre-conditions of relaxation of contradictions encompass comprehensive specification of rights for intellectual ownership, increase of a degree of willingness of a society for consumption of knowledge intensive products and participation of the “new firms” in a public-private partnership.

The main abstract of a paper

Abstract. Social and economic contradictions of the “new firm” stipulated by its position and role in the intangible economy and peculiarities of intellectual-oriented production are revealed and disclosed in the article. The author proved that development of contradictions causes decrease of economic efficiency of the “new firm”. The pre-conditions of relaxation of contradictions at the micro-level and at the macro-level are determined.

Key words: “new firm”, intangible economy, intellectual equity, knowledge intensive product, intellectual labor, corporate culture.