

УДК 330.142

Структура человеческого капитала



Колесникова Ю.С.

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления человеческими ресурсами
Казанского (Приволжского) федерального университета

В статье рассматривается строение человеческого капитала, выраженное через такие виды нематериального капитала как: витальный, социальный, интеллектуальный и репутационный капитал. Выделяется такой вид нематериального капитала как неидентифицируемый капитал. Человеческий капитал рассмотрен на микро-, мезо- и макроуровне.

Ключевые слова: человеческий капитал, социальный капитал, репутационный капитал, неидентифицируемый капитал.

В информационной экономике возрастает роль знаний, умений, информации, в информационном обществе особое внимание уделяется способностям и навыкам человека, в связи с чем приобретает особую актуальность изучение человеческого капитала. В настоящее время существует две научные школы, одна из которых рассматривает человеческий капитал как составной элемент интеллектуального капитала (К. Брадди [1, с. 37], Э. Брукинг [2, с. 288], Т. Стюарт [3, с. 157], К.-Э. Свейби [4, с. 173], Л. Эдвинссон [5, с. 12-16], М.А. Бендигов [6], А.Л. Гапоненко [7, с. 77], Е.В. Джамай [6], В.Л. Иноземцев [8, с. 112], А.Н. Козырев [9, с. 215]), другая научная школа придерживается мнения, что интеллектуальный капитал непосредственно связан с мыслительной деятельностью, а помимо нее существуют такие активы как: здоровье, связи, репутация и др., что напрямую не связано с интеллектуальной деятельностью. Данной точки зрения придерживаются: В.А. Гойло [10, с. 25-27], М.М. Критский [11, с. 17], С.А. Курганский [12, с. 73-75], Т. Сакайя [13, с. 81], И.В. Скоблякова [14, с. 7], Е.В. Фахрутдинова [15, с. 69-76]. Мы разделяем вторую точку зрения и считаем, что существует нематериальный капитал, который выступает объектом нематериальной собственности, частью которого является человеческий капитал, включающий, в свою очередь, интеллектуальный капитал. Целью нашей работы является рассмотрение структуры человеческого капитала.

Мы считаем, что, классифицируя человеческий капитал, необходимо рассматривать его как синтез других нематериальных капиталов, кроме того, понятие интеллектуальный капитал настолько обширно, что оно требует отдельной классификации. Существует классификация видов человеческого капитала, данная Г.Н. Тугускиной и И.В. Скобляковой [16, с. 7-9], которая представляет человеческий капитал через другие нематериальные капиталы, что позволяет оценить объемы категорий и их взаимодействие, оправдано и рассмотрение человеческого капитала на различных уровнях, данный подход позволяет рассмотреть синергетические эффекты взаимодействия. Тем не менее, на наш взгляд, в данном подходе присутствуют недочеты, так, интеллектуальный капитал должен присутствовать в классификации человеческого капитала как на микро-, мезо- так и на макроуровне, кроме того, на наш взгляд, в данной классификации рассмотрены не все составляющие человеческого капитала. При классификации считаем необходимым соблюдать принцип однородности и не сопоставлять одновременно активы, капитал, собственность и потенциал. К примеру, собственность есть по своей сущности право, а капитал – актив, способный приносить доход.

Когда мы придерживаемся теории о том, что более широким понятием является человеческий капитал, считаем целесообразным рассматривать его строение через интеллектуальный капитал, который подразделяется на социальный и организационный.

По нашему мнению, интеллектуальный капитал включает в себя организационный, часть социального капитала в форме клиентского или потребительского капитала. К организационному капиталу относятся права интеллектуальной собственности, технологии, информационные ресурсы, системы управления, инструкции и методики работы, техническое и программное обеспечение, система организации фирмы, патенты, лицензии. Организационный капитал – суммарные знания и человеческий капитал, накопленные в организации и воплощенные в ее деятельности.

Рассмотрим более подробно строение социального капитала, как одного из видов нематериального капитала. Социальный капитал – феномен, имеющий общественную, а не индивидуальную природу. Социальный капитал не может находиться в чьей-либо собственности, он представляет собой общественное благо, которым могут пользоваться все. Виды социального капитала могут формироваться на нескольких уровнях: макроуровне, мезоуровне и микроуровне.

Социальный капитал – это связи и взаимоотношения с людьми, его, по нашему мнению, можно рассматривать на микроуровне как совокупность ценностей, норм, взаимоотношений, моральных и культурных ценностей конкретного индивидуума. Если рассматривать социальный капитал на уровне фирмы, то это совокупность связей между фирмой и ее поставщиками, потребителями, посредниками и конкурентами. Мы считаем, что социальный капитал на мезоуровне включает в себя клиентский капитал: торговые марки, бренды, логотипы, которые обеспечивают взаимосвязь между производителем (фирмой) и потребителями, также к клиентскому капиталу можно отнести репутацию компании. Социальный капитал на уровне государства представлен общественными ценностями, национальным самосознанием, репутацией и уровнем культуры всего общества. По нашему мнению, социальный капитал может существовать в виде институциональной структуры, включающей формальные (нормы права) и неформальные институты (мораль, культура, самосознание). Мы придерживаемся мнения, что социальный капитал можно рассматривать как составляющую человеческого капитала, так и как самостоятельную составляющую нематериального капитала. С одной стороны, моральные ценности, национальное самосознание, репутационный капитал связан с деятельностью человека, с другой стороны, данные нематериальные объекты зависят в целом от общества и групп людей и не подчинены отдельным индивидам.

Таким образом, на основе подходов Г.Н. Тугускиной, И.В. Скобляковой мы выработали собственный подход к структуре челове-

ского капитала. Считаем, что целесообразно рассмотреть человеческий капитал как сумму других нематериальных капиталов на трех уровнях (рис. 1). Основными составляющими при данном подходе выступают витальный, социальный и интеллектуальный капитал. Данные категории в рамках человеческого капитала могут пересекаться в определенной мере и не являются взаимоисключающими.

Система является упрощенной, поскольку в ней не расписывается полное строение отдельных видов нематериального капитала, а лишь определяются виды капиталов, входящих в нематериальный капитал.

Таким образом, человеческий капитал на микроуровне включает в себя витальный капитал и социальный капитал. Витальный капитал – это совокупность способностей, жизненной энергии, времени, а также знаний, т.е. интеллектуального капитала, которыми обладает каждый человек в определенной мере. Также каждый человек обладает свойством к взаимодействию с другими людьми, определенным уровнем социализации, что позволяет ему извлекать выгоду от данного взаимодействия – социальный капитал человека. Благодаря определенным действиям и событиям человек формирует вокруг себя определенную репутацию, что затрудняет или облегчает его взаимоотношения с социумом. Так, человеку, имеющему судимость, сложно устроиться на работу, а человеку с положительными рекомендациями с прошлого рабочего места – проще. В структуру витального капитала входят интеллектуальный капитал и время индивида, жизненная энергия, способности, что в совокупности можно назвать неидентифицируемым капиталом. В данном случае неидентифицируемый капитал – это совокупность нематериальных ценностей, являющихся разностью между объемами понятий витальный и интеллектуальный капитал, социальный и репутационный капитал.

Человеческий капитал на уровне фирмы и государства можно подразделить на интеллектуальный

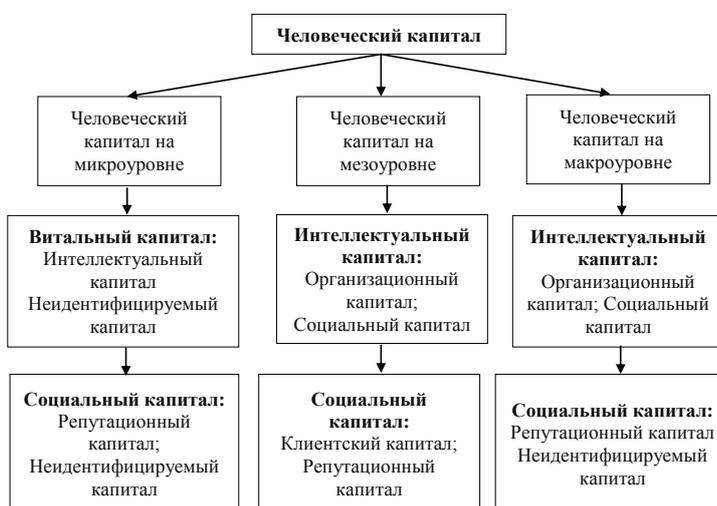


Рис. 1. Структура человеческого капитала [17]

и социальный капитал. Под интеллектуальным капиталом фирмы понимаются ее накопленные знания, ноу-хау, патенты, лицензии т.е. организационный капитал и связи с клиентами и поставщиками, узнаваемость фирмы, лояльность клиентов, бренды – клиентский капитал, также необходимо выделить отдельный вид – репутационный капитал – восприятие фирмы ее покупателями, работниками и другими агентами рынка, часто его называют также имиджевым капиталом. В социальный капитал государства, помимо входящего в него репутационного капитала (отношение к стране, привлекательность страны для мигрантов) включают неидентифицируемый капитал. В социальный капитал войдут связи с другими странами, а также история, национальное самосознание, культура, совокупность данных нематериальных благ можно охарактеризовать как неидентифицируемый капитал.

Таким образом, неидентифицируемый капитал – часть нематериального капитала, проявляющаяся в его структуре на различных уровнях и аккумулирующая разнородные нематериальные ценности. Выделение неидентифицируемого нематериального капитала позволяет объединить разнородные по сущностному содержанию объекты нематериальной собственности, которые смогут быть выделены в будущем при их идентификации. В настоящее время часть нематериальных ценностей, таких как национальное самосознание, уровень культуры, способности, уровень активности, синергетические эффекты взаимодействия не могут быть идентифицированы, а значит, и коммерциализированы, отсутствует четкое понимание их проявления в деятельности, однако в ряде случаев они могут обеспечивать конкурентное преимущество, поэтому считаем целесообразным объединить их в группу неидентифицируемого нематериального капитала. Причем неидентифицируемый нематериальный капитал может проявляться как в структуре человеческого капитала, так и за его пределами. Изучение структуры нематериального капитала необходимо для разграничения категорий, в него входящих, изучения их сущности и факторов, на них воздействующих.

Литература:

1. Albert S. and Bradley K. Intellectual Capital as the Foundation for New Conditions relating to Organizations and Management Practices, Working Paper Series No. 15, Milton Keynes, Open University Business School, 1996. – 256 p.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Под ред. Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
3. Stewart T. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. – N.Y.: Currency Doubleday, 1997. – 169 p.
4. Sveiby K.-E., Lloyd T. Managing Knowhow. – London, 1987. – 35 p.
5. Edvinsson L. Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000 // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1. – № 1. – P. 12–16.
6. Джамай Е.В., Бендиков М.А. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – URL : <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml> (дата обращения 01.04.2011)
7. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации / Под ред. А.Л. Гапоненко, Т.М. Орловой. – М.: Соц. отношения, 2003. – 177 с.
8. Иноземцев В.Л. Постиндустриальный мир Даниела Белла // Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999. – 640 с.
9. Козырев А., Макаров В. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: Интерреклама, 2003. – 352 с.
10. Крутин Е.В. Формирование национального интеллектуального капитала в условиях перехода к хозяйственной системе инновационного типа: дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2013. – 181 с.
11. Критский М.М. Теория человеческого капитала как приоритетный фактор реформирования экономики // Экономическая теория и хозяйственная реформа: Сб. науч. трудов. – СПб.: СПбГИ-ЭА, 1995. – С. 5-28.
12. Курганский С.А. Интеллектуальный капитал: сущность, структура, оценка. – Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1999. – 288 с.
13. Sakaiya T. The Knowledge-Value Revolution, or A History of the Future. – N.Y.: KodanshaAmericaLtd., 1991. – 185 p.
14. Скоблякова И.В. Воспроизводство индивидуального и общественного человеческого капитала в постиндустриальной экономике: автореф дис ... док. экон. наук. – Орел, 2008. – 48 с.
15. Тугускина Г.Н. Человеческий капитал предприятия: теория, методология, оценка: автореф. дис. ... док. экон. наук. – М., 2011. – 21 с.
16. Фахрутдинова Е.В., Колесникова Ю.С. HR-бренд, бренд и репутация компании как объекты нематериальной собственности // Креативная экономика. – 2013. – № 2 (74). – С. 69-76.

The Structure of Human Capital

Yu.S. Kolesnikova
Kazan (Volga Region) Federal University

The paper dwells upon the structure of human capital expressed by such types of non-material capital as vital, social, intellectual and reputational capital. The author distinguishes such type of non-material capital as unidentifiable capital. The human capital is analyzed on micro-, meso- and macro-levels.

Key words: human capital, social capital, reputational capital, unidentifiable capital.

