

КЛАССИФИКАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Кобоев Ф.М., аспирант, Кыргызско-Российский Славянский Университет, Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Киевская 44, 720000, faruk.koboev@mail.ru

Аннотация. Предметом статьи является исследование понятия «человеческий капитал» и распределение его по видам. Рассмотрен каждый вид капитала и связь их с развитием компаний. Сделан вывод о том, что при существовании большого количества определений, форм и видов человеческий капитал является важнейшей составной частью современного производительного

капитала; основным фактором существования и развития человеческого капитала являются инвестиции в человеческий капитал.

Ключевые слова: человеческий капитал, систематизация, виды, классификация, капитал здоровья, культурно-нравственный капитал, трудовой капитал, интеллектуальный капитал, организационно-предпринимательский капитал, социальный капитал, асоциальный капитал, знания

CLASSIFICATION OF THE HUMAN CAPITAL

Koboev F.M., graduate student, Kyrgyz-Russian Slavic University, Kyrgyz Republic, Bishkek, ul. Kiev 44, 720000, faruk.koboev@mail.ru

Annotation. The subject of the article is the study of the concept of «human capital» and its distribution by type. Each type of capital and their relationship with the development of companies are considered. The conclusion is drawn that with the existence of a large number of definitions, forms and types, human capital is the most important component of modern productive capital; The main factor in the existence and development of human capital is investment in human capital.

Keywords: human capital, systematization, types, classification, health capital, cultural and moral capital, labor capital, intellectual capital, organizational and entrepreneurial capital, social capital, asocial capital, knowledge.

Спецификация вариантов человеческого капитала выполняется в виде многообразных оснований и в многообразных целях.

Предназначение систематизации складывается в обосновании целевых программ как простейшие положения выработки и накопления человеческого потенциала.

Систематизацию или классификацию человеческого капитала возможно изобразить как структуру его вариантов по уровням и обстановки (собственности).



Рис. 1. Классификация человеческого капитала по уровням и собственности

Предоставленная спецификация вариантов человеческого капитала дает возможность определять ценность человеческого капитала на уровне отдельного человека (микроуровень – самобытный человеческий капитал), отдельного предприятия или группы предприятий (мезоуровень – человеческий капитал организации, фирмы) и публичного – государства в едином (макроуровень – государственный человеческий капитал). В структуре персонального человеческого капитала возможно распределить капитал здоровья, культурно-нравственный капитал, рабочий интеллектуальный и организационно-предпринимательский капитал (рис.1).

Виды человеческого капитала

Основной капитал – *здоровье*. Физическая сила, выносливость, работоспособность, удвоение периода функциональной трудовой деятельности нужны каждому человеку в любом поле деятельности. Ограничение (снижение) капитала здоровья воздействует на демографическую ситуацию, в данный момент можно дать оценку ситуации в нашей стране как достаточно сложную.

Экономические потери от заболеваемости сотрудников, из-за не лучшего состояния здоровья у всего населения Кыргызстана, можно установить по каждому предприятию. Как показывает статистика, примерно на 100 человек, обратившихся за медицинской помощью в медучреждения в течение 1 года, лечение требуется 67 больным. Потери трудового времени в области заболеваний в среднем оформляют 20 дней в год. Значит, сотрудник за это время ничего не производит, не принимает участие в обеспечении прибыли. Ему необходимо платить больничные, нести расходы по его подмене на производстве. Для стимулирования прироста капитала здоровья многие компании употребляют вознаграждение к отпускным (больничным) работника, не болевшим на протяжении года. Стимулирующее свойство имеет в распоряжении применение способа организации добровольного медицинского страхования посредством работодателя с учетом реалистичной экономии трудового периода по болезни в сравнении с посредственными или нормативными уровнями.

Культурно-нравственный капитал обозначает сумму умственных способностей, образованности, умений, навыков, нравственных качеств, квалификационной подготовки индивида, которые употребляются в ходе социально-трудовой деятельности.

Цивилизованные характеристики индивида имеют ценностную оценку: общественную — высококачественные и численные характеристики знаний, умений, квалификации, морально-нравственные качества, способности, характер и образ жизни, имидж, общественные связи индивида; экономическую – совокупность затрат, объединенных с выработыванием цивилизованных черт индивида. Применение человеком своего культурно-нравственного потенциала в ходе социально-трудовых усилий реализует его в свойстве человеческого капитала, позволяющего человеку стать типом труда и захватить соответствующую своему цивилизованному уровню профессиональную нишу, унаследовать профессиональный статус, путь к добавочным доходам, превышающим затраты, объединенные с воспроизводством сотрудника и его семьи. Только при обусловленных соглашениях деятельного употребления культурные ценности, воплощенные в человеке, изменяют его высококлассный статус, оборачиваются в культурный капитал. Культурные потребительные цены оборачиваются в культурный капитал, лишь водясь интегрированными в такие социальные отношения, при которых они становятся источником власти их собственника над другими соучастниками социального взаимодействия. По этой причине проявления человеческих качеств в форме культурно-нравственного капитала исполняются в рамках всей совокупности общественных отношений публичного воспроизводства через систему рационального разумного воздействия человека.

Таким образом, высокая культура и нравственность человека безостановочно необходимы в управлении и производстве, так же как квалификация и интеллект. Медицинская деонтология, преподавательская и деловая этика, кодекс почтительности руководителя и работников, трудовая и бытовая нравственность основывают здоровый нравственно-психологический климат в коллективах, увеличивают продуктивность труда и доходы. Репутация работника, образ компании в такой же степени важны с целью привлечения покупателей и инвестиций, насколько важны исключительно деловые показатели бизнеса. Деловая честь, совесть, порядочность, серьезность ценятся возвышенно в цивилизованных деловых отношениях.

Трудовой капитал материализуется в труде обученных работников, для которых он зависит от применения современных технологий. Чем выше уровень механизации, автоматизации, компьютеризации, тем выше условия к трудовому капиталу. Чем сложнее труд, тем выше условия к квалификации, знаниям, эксперименту и ответственности работника. Как отмечал академик С. Г. Струмилин – «Высококвалифицированный труд производительнее простого труда в 2–3 раза. Специальность сама по себе представляется обязательной частью трудового капитала и есть ступень профессиональной годности работника». [1] Трудовой капитал складывается всю жизнь по мере наличия у трудящихся навыков, умений, опыта и, наиболее важное, образования. Просвещение представляется генеральным методом воспроизводства обученных работников.

Интеллектуальный капитал (с латинского языка – мыслительная способность, восприятие) присущ только человеку, который не только обладает высокими мыслительными способностями, но и тонко чувствует и воспринимает красоту внешнего и внутреннего мира человека» [2].

Интеллект – это система абсолютно всех познавательных возможностей индивида (ощущение, восприятие, память, представление, мышление, воображение), используемых с целью заключения

проблем и достижения целей. Интеллектуальная, творческая активность представляется уникальным атрибутом человеческого ума, изобретательности, смекалки. Продукт умственной деятельности патентуется и закрепляется авторским правом как исключительная собственность автора, которому принадлежит право атрибута течений и конфигураций ее финансового использования. Предметы умственной принадлежности вовлекаются в хозяйственный кругооборот как нематериальные активы предприятий и усиливают средства к существованию компании и владельцев предоставленных активов.

Профессиональные высококвалифицированные ученые, научные работники зарабатывают высокие доходы от интеллектуальной собственности. В современном обществе люди, располагающие огромным размером знаний, информации, занимают более выгодные места в трудовой и общественной жизнедеятельности. Представление интеллектуального капитала и взаимосвязанное с ним понятие интеллектуальной принадлежности неотделимы от новой экономики. Это немаловажные компоненты, которые в максимальной границе идентифицируют новую экономику. На этапе научно-технического выработки они проявляются с такой интенсивностью, которая дает возможность утверждать об исконном различии новой экономики от экономики промышленной индустрии, опирающейся на природно-сырьевые средства и труд так называемого промышленно-производственного персонала.

Следовательно, интеллектуальный капитал предполагает необходимую сумму тех знаний человеческих ресурсов организации, предприятия, компании, которые обеспечивают их конкурентность. Средства знаний человек скапливает средством долговременного образования. Образованию уделяется особое внимание в любом современном обществе. Вкладывая имущества в образование, просто необходимо запомнить то, что эти инвестиции неоднократно производительнее вложений в любой другой фактор производства. В частности в США прогресс образованности цивилизации дает обеспечение 15% прироста государственного дохода. Принимая во внимание что расходуется на образование 6–7% от ВВП, видно, что инвестиции в образование представляются высокоэффективными. Намечаемое повышение численности учащихся в профессиональной системе доставляет начало с целью жизнерадостных оценок, объединенных с воспроизводством интеллектуального капитала и в целом человеческого потенциала.

Тенденция зависимости образования и заработка человека приблизительно одинакова практически во всех странах. Это говорит о том, что в данный момент не только выгодно получать образование, но также выгодно закладывать в него деньги, так как просвещение вдобавок ко всему напрямую воспроизводится на производительности труда, на эффективности изготовления в целом.

Организационно-предпринимательский капитал. Труд предпринимателя и менеджера имеет в распоряжении значительную специфику в области сопоставлению с прочими вариантами труда. Для ведения бизнеса или управления необходимы предприимчивость и деловая хватка, новаторство, организаторские способности и высокая ответственность, чувство расчетливости и экономии, умение рассудительно рисковать, деятельность и крепость воли.

Предпринимательские привилегии владение огромными ресурсами, ноу-хау, коммерческими секретами, дают возможность оборотить их в особый вид человеческого капитала – организационный, предпринимательский капитал. Предпринимательством и управлением занимаются не только сами руководители, но также менеджеры среднего и линейного звена. Японский стаж удостоверяет о благородной творческой предприимчивости рабочих в кружках качества. В западных компаниях во всю ширь употребляются способ организации интрапренерства – внутрифирменного предпринимательства. Это все говорит о том, что предпринимательскими возможностями обладает не только небольшой привилегированный разряд владельцев фирмы, но также наемные менеджеры, специалисты, рабочие. Уровень предпринимательских возможностей реализуется в величине личного и регулируемого капитала. Это позволяет выделить малый, средний и крупный бизнес. Свойство предпринимательских способностей оценивается по эффективности употребления капитала и устойчивости прогрессивного выработки бизнеса. Интервалы доходности вложений капитала и темпы экономического роста организаций говорят о реальной капитализации организационно-предпринимательских возможностей работников.

Организационно-предпринимательский капитал – один из наиболее многообещающих и величественных вариантов человеческого капитала. Инвестиции вето формирование представляются все более продуктивными. Предприимчивостью располагают не все люди. Искусство управлять, организовывать и вести благополучный бизнес – сложная способность, проведением исследования которой занимаются психологи, социологи, экономисты. В развитых странах доля бизнесменов во взрослом населении доходит до 7–10%, в Кыргызстане – менее 2%.

Все эти варианты человеческого капитала имеют одну корпоративную черту. Все они

неотделимы от человека. Впрочем, образующие человеческого капитала неоднородны, т. е. в структуре предоставленного капитала акцентируются такие, которые имеют все шансы отводиться от человеческой личности.

Социальный капитал может быть определен как некоторый комплект коллективных отношений, который минимизирует операционные траты информации в рубежах всей экономики. К. Маркс считал: «Капитал безвозмездно присваивает преимущества науки, так же как и разделение труда. Разделение труда как элемент коллективной компании изготовления представляется образчиком общественного капитала, эффект от употребления которого присваивается субъектами хозяйствования» [3].

К элементам общественной системы относятся общественные нормы, доверие, так называемые общественные сети – совокупность общественных неформальных объединений, интерперсональные связи (личные, семейные, деловые). Их задача состоит в создании соглашений для координации и кооперации труда ради взаимной выгоды. Социальный капитал объединен с тем, что каждый человек встроен в систему общественных отношений. Это капитал общения, сотрудничества, взаимодействия, двустороннего доверия и взаимопомощи, создаваемого в пространстве межличностных (интерперсональных) экономических и трудовых отношений. Диалог, открытость дают возможность людям учиться друг у друга. Данный ход может быть охарактеризован как общественное обучение. Действительно, человеческие интеллектуальные преимущества состоят в знании, которое вручается сообществом и приобретается в процессе социализации, интеграции в способ организации коллективных отношений. Эти знания характеризуют общественную квалификацию.

Асоциальный капитал – это знания, которые переходятся и развиваются посредством отношения между работниками, партнерами, поставщиками и покупателями. Он создается вследствие обмена знаниями, а это требует присутствия общей организационной среды, в которой мог бы беспрепятственно и неизменно воплощаться в действительность подобный обмен. Как отмечает М. Армстронг: «Такую среду с большей возможностью можно заметить в организациях «без границ», где основное увлечение уделяется горизонтальным процессам, инструктивной службе и целевым группам, что дает возможность транслировать сведения в ходе профессиональной деятельности» [4].

В это время социальный капитал имеет ряд своеобразных особенностей:

1. Социальный капитал – это всегда результат организованного взаимодействия, поэтому он имеет общественное, а не индивидуальное происхождение. А. Портере отмечает: «Экономический капитал располагается на народных банковских счетах, человеческий капитал – в головах людей, социальный капитал присущ структуре их отношений. Чтобы быть обладателем социального капитала человек вынужден быть связан с другими, и эти некоторые люди представляются практическим источником его преимуществ» [5].

2. Социальный капитал не может быть частной собственностью, потому что он есть общественное благо. При этом социальный капитал является частью структуры активов компании и применяется каждой организацией по мере возможности, даже не смотря на тот факт, что он не собственность этой компании.

Таким образом, социальный капитал страны, по мнению В. А. Скворцова: «... состоит из вида совместной работы, коллективизма, собранности» [6]. А вот участие в каких то криминальных группах, злоупотребление своим исключительным положением и другое схожее являются примерами негативной стороны социального капитала. Значит, к социальному капиталу относятся факторы, которые дают возможность происхождению и формированию общественных связей и обеспечивает их сохранность. Следовательно, используемые компанией природные ресурсы и технологии могут не меняться, а вот у ее социального капитала есть все возможности для роста и развития с улучшением внешних связей и репутации компании.

Бренд-капитал. Еще один из видов человеческого капитала – клиентский или бренд-капитал, который является отчуждаемым видом. Работа компании, владеющей бренд-капиталом, перерастает в социально-экономическую работу. При этом саму компанию мы можем именовать «мета-предприятием», которая привлекает своих пользователей восзданием и изменением потребительских ценностей вместе, так как именно покупателю приходится играть роль судьи в последней инстанции абсолютно всех разработанных организацией продуктов и услуг.

Э. Гроув в свое время, еще в 1993 году, смог дать определение одному из нужных условий выживания несовершенного конкурента в сильно конкурентной среде. Главные и ведущие корпорации, а за ними и другие компании, среди несовершенной конкуренции были принуждены изготавливать не просто определенные продукты и услуги, а сложные общественные комплексы типа «материальные продукты и услуги + их потребители + их предпочтения», которые давали

возможность расти спросу по принципу положительной обратной связи, в то время когда рост спроса увеличивает спрос. У общества появляется мощный повод и дальше продолжать покупать другие формы определенного продукта, когда этот продукт уже покорила большую часть рынка [7].

Образцом результативного применения бренд-капитала считается ОС Windows, которая есть на большинстве компьютеров. С этим связан тот факт, что разработчики программного обеспечения устремляются разрабатывать программы прежде всего для этой системы, а затем уже для менее распространенной системы 05/2. Это приводит к тому, что в глазах пользователей компьютеров увеличивает привлекательность данной системы множество новых прикладных программ для нее. В связи с этим появляется эффект увеличивающейся положительной обратной связи. Разрушить эту связь не получается даже еще больше совершенному продукту, если он появляется на рынке слишком поздно. При всем этом, эту связь можно наоборот укрепить, увеличив разными методами объем продаж.

Единым правилом для многих фирм должен стать следующий принцип: передать в бесплатное пользование покупателю какой-нибудь продукт, но при помощи которого покупатель будет продолжительное время использовать платные услуги. Следуя этому принципу, в США уже началась выборочная бесплатная раздача персональных компьютеров населению. Попытки и желание получить рост клиентского капитала преобразует несовершенную конкуренцию определенных компаний в инновационно-конкурентное содружество изготовителей и потребителей, воздействующее на весь сложный комплекс общественных отношений.

Направленность компаний на доходы в будущем принуждает их участвовать в решении общественных задач, переделывает их из чисто экономических в социально-экономические субъекты рыночных отношений. Этому помогает и активность следующих образований: общества потребителей, народных меньшинств, представителей разнообразных субкультур, ориентированная на приобретение представительства в правлениях компаний. Наличие бренд-капитала особенно наглядно проявляется для страховых организаций и прочих экономических предприятий, где фундаментом деятельности является портфель договоров с клиентами, устанавливающий масштабы, структуру и динамику деятельности.

Структурный капитал. Конкурентная среда, в которой компании ведут свою деятельность в современной экономике, неизменно изменяется под влиянием инноваций. Высокие темпы таких изменений усложняют условия, при которых компания может стать успешно развивающейся. Структурный капитал является одним из подобных условий. Структурный капитал – такое дееспособность компании управлять своей организационной структурой, адаптируясь к меняющейся конъюнктуре рынка и при этом изменяя ее в выгодном для компании направлении. Чем выше значительность свободы работников компании, носителей человеческого капитала, тем больше такой капитал. И тем ценнее, чем выше неопределенность и конкурентоспособность среды, в которой работает компания. Действительно результативный структурный капитал компании может появиться исключительно вслед за тем, где идеи ценятся выше, чем положение на иерархической лестнице. Например, компания с огромным структурным капиталом – лидер по всему миру по производству микропроцессоров компания Intel. Чтобы закрывать свои затраты и увеличивать доходы, компании Intel необходимо реализовать все больше и больше процессоров каждой новой серии. Подобная ситуация одинакова для любого несовершенного конкурента. Текущие затраты увеличиваются так быстро, что угрожают свести к нулю все будущие доходы и превратить компанию в неприбыльную. Для того, чтобы предотвратить подобное новая цена должна увеличиваться быстрее, чем расходы. Это приводит к тому, что существование компании становится зависимым от пожеланий покупателей. Если рынок насыщен и довольно конкурентен, то чем больше эти пожелания, то больше инновационная добавленная стоимость, и чем эти пожелания слабее, тем она меньше. Добавленная цена проходит в момент, когда продукт или услуга перестают быть привлекательными в глазах потребителей.

В сущности организационный капитал – это систематизированная и формализованная компетентность предприятия и системы, которая усиливает ее творческую результативность, и организационные внутренние резервы, направленные на создание продукта и стоимости. Организационный капитал охватывает в себя:

- во-первых, капитал инновации (защищенные коммерческие права, умственную собственность и прочие нематериальные активы и ценности), который обеспечивает возможности предприятия к обновлению;
- во-вторых, капитал процессов (производства, сбыта, послепродажного сервиса и др.), деятельности, который формирует цену продукта.

Организационный капитал состоит из знаний, обладающими компанией, а не ее отдельными сотрудниками. Его можно определять как внедренные знания (институционализированными знаниями),

которые можно сохранять посредством информативных технологий в доступных и легко расширяемых базах данных. Данный вид человеческого капитала может включать в себя некую информацию.

Каждые процессы в компании построены на базе познаний определенных людей. Как замечают Дэвенпорт и Прусак, теоретически: «... эти внедренные сведения самостоятельны от людей, которые их вырабатывают – и, следовательно, они относительно стабильны – конкретный сотрудник может исчезнуть, но это не уменьшит запаса знаний, внедренных в компании» [8]. Организационный капитал основывают люди. Но также он принадлежит компании и его можно совершенствовать посредством управления знаниями.

Таким образом, при существовании большого количества определений, форм и видов человеческий капитал является важнейшей составной частью современного производительного капитала, который представлен свойственным человеку богатым запасом знаний, развитых способностей, определяемых интеллектуальным и творческим потенциалом. Основным фактором существования и развития человеческого капитала являются инвестиции в человеческий капитал.

Список литературы

1. Струмилин С.Г. Избранные произведения: В 5 т. - М.: Наука, 1963. - Т. 3: Проблемы экономики труда. - 527 с.
2. Шрейдер, Ю. А. Концепции интеллектуальных систем. Научно-аналитический обзор / Ю. А. Шрейдер. - М., 1988. - 55 с.
3. Маркс К., «Капитал» Т.3, К. Маркс и Ф. Энгельс, Сочинения. Изд.2-е, Т. 25-1, с. 266-267)
4. Майкл Армстронг «Практика управления человеческими ресурсами» Издательство: "ПИТЕР", — 2010
5. Портер М. Е. Конкурентное преимущество народов. Нью-Йорк, The Free Press, 1990.
6. Скворцова, В. А. Интеллектуальная собственность: экономическая трактовка / В. А. Скворцова // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. - 2006. - № 6. - С. 49-54.
7. Гроув Э. Высокоэффективный менеджмент. М.: Наука, 1996.
8. Давенпорт Т.Х., Прусак Л. (1998) Рабочие знания: как организации управляют тем, что они знают. Гарвард Бизнес Пресс.