

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

### *Экономические науки*

#### Экономическая теория

*Чередниченко И.А., кандидат фило-  
софских наук, доцент*

*Дудкина Е.И.*

*(Волжский политехнический инсти-  
тут (филиал) Волгоградского госу-  
дарственного технического универ-  
ситета)*

#### **УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ И СОЦИАЛЬНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Статья посвящена исследованию адекватных рыночным отношениям подходов к управлению конкурентоспособностью предпринимательских структур с использованием методов кадрового менеджмента, напрямую или опосредованно, влияющих на способность предприятия выигрывать на рынке предложения.*

*This article is devoted to the exploration of appropriate market economy approaches to the management of competitive business structures using methods of personnel management, directly or indirectly, affect the ability of the enterprise to win in the market.*

В посткризисное время в научной литературе уделяется значительное влияние ключевым факторам конкурентоспособности предприятия. Думается, что к таковым следует отнести не только платежеспособность, прибыльность, стратегичность управления, адаптивность системы управления, финансовую и управленческую прозрачность, управляемость бизнеса, инвестиционную привлекательность, но и качество человеческого капитала предпринимательской структуры.

Компетентность, профессиональные знания и индивидуальные способности высококвалифицированных работников служат залогом выживания предприятия и успеха на рынке. С другой стороны, важную роль играет слаженность работы, так как при наличии внутренних противоречий, конфликтов и т.д. часть времени и усилий сотрудников уйдет на их преодоление. Таким образом, конкурентоспособность напрямую связана с такой категорией как управление человеческим капиталом и социальными отношениям. Знания и навыки персонала, а также организационные и управленческие способности фирмы в определенной специализированной сфере использования ресурсов следует рассматривать как конкурентные преимущества фирмы, приносящие более высокие доходы, чем у конкурентов.

Современный потребитель все большее внимание обращает на соотношение цены с такими факторами как качество товаров и услуг, уникальность и престижность товарной марки, сервисное обслуживание, социальный имидж предприятия и т.п. Эти составляющие называют «мягкими» факторами конкуренции. Они тесно связаны с социальными аспектами предприятия, т.к. могут быть реализованы только с участием высококвалифицированного и естественно хорошо оплачиваемого труда<sup>1</sup>.

Меняется и сама концепция фирмы. Если традиционно ее основной функцией считалось производство товаров, то теперь – производство знаний, ноу-хау, разработка новых техноло-

---

<sup>1</sup> Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. СПб: Питер, 2011. С. 213–215.

гий, непрерывное совершенствование и обновление продукции для завоевания рынков сбыта. Основным производственным ресурсом современной фирмы становятся человеческие знания, информация и основанный на них высококвалифицированный труд. Дж. Гелбрейт отмечал: «Процесс производства все больше зависит от качества, а не от количества капитального оборудования, от интеллекта и искусства того, кто употребляет это оборудование. Другими словами речь идет о деятельности управляющих, инженеров, ученых и рабочих»<sup>1</sup>.

Продукты и услуги становятся все более «интеллектуальными», основанными на знании, а не на непосредственном (физическом) труде. Поэтому в современных условиях усложнившейся конкурентной борьбы менеджмент предприятия должен обладать стратегическим мышлением, творческим характером, опираться на социальный аудит<sup>2</sup>.

Необходимо учитывать и возросшее качество рабочей силы. Основная ценность современных работников состоит уже не столько в возможности использования двигательных функций вкупе с простейшими мыслительными операциями, сколько в мобилизации творческого и интеллектуального потенциала. Исследовать, анализировать, разрабатывать, организовывать, управлять, консультировать, информировать — вот типичные для постиндустриальной экономики формы трудовой деятельности<sup>3</sup>.

Человеческий капитал представляет собой благо длительного пользования, требует расходов по содержанию и ремонту, может устаревать морально еще до того, как произойдет его физический износ. В течение многих десятилетий оплата труда наемных работников, различные социальные выплаты и другие расходы на персонал воспринимались предпринимателями главным образом как издержки производства. Зачастую сокращение именно этих издержек являлось важным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий. В постиндустриальном обществе ситуация изменилась: теперь именно персонал — основной стратегический ресурс предприятия. Высокая оплата квалифицированного и инновационного труда персонала становится гарантией обеспечения предпринимательского дохода, а расходы на образование и здравоохранение рассматриваются как рентабельные инвестиции в человеческий капитал, т.е. вложения в способности индивидуумов приносить больший доход в будущем.

Благодаря теории человеческого капитала вложения в человека стали рассматриваться как источник экономического роста, не менее важный, чем «обычные» капиталовложения. Т.Шульц, Э.Денисон, Дж.Кендрик и др. произвели количественную оценку вклада образования в экономический рост<sup>4</sup>. Было установлено, что на протяжении 20 века накопление человеческого капитала опережало темпы накопления физического капитала. По расчетам Э.Денисона, прирост душевого дохода в США в течение послевоенного периода был на 15–30% обусловлен повышением образовательного уровня рабочей силы. Опыт таких стран как Гонконг, Сингапур, Южная Корея подтверждает, что ставка на инвестиции в образование и здравоохранение является наиболее эффективной стратегией экономического развития.

Таким образом, важнейшей стратегической задачей предприятия является развитие человеческих ресурсов. Главная роль здесь принадлежит образованию.

Возрастающая роль образования нашла отражение в концепции «обучающейся фирмы». В соответствии с ней, процесс обучения становится непрерывным и выходит за формальные рамки определенных программ, включая в себя выработку и накопление индивидуального и коллективного опыта в ходе практической деятельности. Глубокий анализ проблем произ-

---

<sup>1</sup> Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. М. : Academia, 2006. С. 50.

<sup>2</sup> Минервин И.Г. Культура и этика в экономике. Социокультурные факторы экономического роста / Центр социальных науч.-информ. исслед. Отд. экономики. М. : ИНФРА-М, 2011. С. 64-66.

<sup>3</sup> Минцберг Г., Куинн Дж., Гошал С. Стратегический процесс. СПб: Питер, 2011. С. 125.

<sup>4</sup> Асаул А.Н., Рыбнов Е.И., Егорова О.А., Левченко Т.М. Создание знания и информационной инфраструктуры субъектов предпринимательства / Асаул А.Н., Рыбнов Е.И., Егорова О.А., Левченко Т.М. СПб : Питер, 2010. С. 78-83.

водственной подготовки был дан в работах Дж. Минцера<sup>1</sup>. Согласно его оценкам, объем инвестиций в подготовку на производстве сопоставим с объемом инвестиций в формальное образование. Нормы ее отдачи также не уступают нормам отдачи формального образования.

Внутрифирменное обучение обладает целым рядом достоинств<sup>2</sup>: образовательные программы разрабатываются и реализуются, исходя из стратегических задач конкретной организации; эти программы могут решать задачи командообразования в коллективе, согласования множественных интересов, повышения качества взаимодействия между подразделениями компании; с их помощью решаются вопросы создания в организации «единого поля» — понятийного, информационного, ценностного; внутрифирменное обучение может выступать как метод организационной диагностики, позволяя оценить кадровый состав, уровень его интеллектуального развития, восприимчивость к инновациям, степень соответствия организационной структуры и используемых методов кадровой работы целям и задачам организации, социальный климат на предприятии и т.п.; такого рода программы позволяют руководителям и ведущим специалистам самой компании выступать в роли преподавателей, донося до работников свои идеи, представления, ценности.

К. Нордстрем и Й. Риддерстрале в связи с этим отмечают: «В мире, где поиск конкурентного преимущества смещается в сферу нематериальную, где все решают знания, образование должно стать непрерывным и продолжаться всю жизнь. Образование — это оружие в конкурентной борьбе, как для индивидуумов, так и для компаний. Образование — это не только заполнение голов голыми фактами. Образование — это эмоции и душа. Образование должно быть персональным. Если вы хотите привлечь и удержать лучших людей, вы должны предоставить им возможность учиться»<sup>3</sup>.

Специальный человеческий капитал отражает особенности деятельности (товары, технологии, организационные структуры) той или иной фирмы. Поэтому специальная подготовка финансируется в основном самими фирмами. Усложнение технологий, необходимость создания инновационной и отличной от других производителей продукции требует все больше специальных внутрифирменных навыков. Специальный человеческий капитал сильнее связывает работодателя и работника. Предприятие уже не может с легкостью заменять одного работника другим, т.к. это связано с потерей потенциальных доходов от уже сделанных инвестиций в человеческий капитал, а также необходимостью новых. Работник в свою очередь отдает себе отчет в том, что значительная часть его профессиональных навыков имеет ценность только в рамках данной фирмы.

В тейлористско-фордистской системе интеллектуально-созидательная составляющая производственного процесса была прерогативой управленческого аппарата, т.е. рядовые работники были, по сути, исключены из борьбы за производительность, качество продукции<sup>4</sup>. В современных условиях это неприемлемо. Широкое развитие получило «внутрифирменное предпринимательство» («интрапренерство»), — управленческая практика, связанная с культивированием предпринимательского духа в рамках компании, стимулированием творческой активности работников. Еще Й. Шумпетер отмечал: «Мы считаем предпринимателями не только тех «самостоятельных» хозяйственных субъектов рыночной экономики, которых принято так называть, но всех тех, кто реально выполняет основополагающую для нашего

---

<sup>1</sup> Журавлев П. В., Кулапов М. Н., Сухарев С. А. Мировой опыт в управлении персоналом. М.: Наука, 2008. С. 142-145.

<sup>2</sup> См.: Преобразование предприятий. Американский опыт и российская действительность. / Под общей ред. Д. Лоуга, С. Плеханова, Дж. Симмонса. СПб: Вече, Персей, 2007. С. 87-94.

<sup>3</sup> Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб: Питер, 2010. С. 222.

<sup>4</sup> Вильховченко Э. О «посттейлоризме» и «человеческом капитале» // Мировая экономика и международные отношения. 2005. №11. С. 12-13.