

ЛЮДСЬКИЙ РЕСУРС – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

У зв'язку з можливим вступом України в СОТ умовою виживання вітчизняної економіки стає забезпечення конкурентоспроможності товаровиробників. Фундаментальні зміни, що відбуваються в економіці, зумовлені інтелектуалізацією суспільного виробництва. Знання та інтелектуальна спроможність людини є найефективнішим чинником економічного зростання. Інтелектуальні здібності людини в практичній діяльності осіб є соціалізованою силою, яка набуває суспільного характеру, соціальної значимості й економічної цінності.

Ще А. Сміт розглядав знання як різновид власності, запас особливого роду, елемент, що належить до основного капіталу, який “приносить дохід і прибуток, не будучи в обігу і не змінюючи власника” [2]. Тільки в другій половині ХХ століття вчені почали глибоке вивчення проблем відтворення знань, ролі науки і освіти та накопичення людського капіталу.

Категорію “людський капітал” ми розуміємо як якісний аспект, що характерний рівнем освіти, здатністю збільшувати прибутки, робити внески в загальний економічний розвиток. Якщо людський капітал – це вартісна категорія, що має ціну на ринку праці, то людський ресурс – це сукупність фізичних і розумових здібностей, які застосовують у трудовій діяльності [3].

Людські ресурси мають освітні якості. від яких залежить ефективність вико-

ристання всіх інших ресурсів. Вони виступають як трудові ресурси, як працездатне населення, обмежене певними віковими категоріями.

Умовно людські ресурси можна поділити на дві категорії:

- працездатне населення в працездатному віці;
- працююче населення в непрацездатному віці.

Окрім цього, вони мають якісні та кількісні характеристики, і сукупно створюють абсолютну міру, що доповнює трудовий потенціал підприємства.

Кількісний аспект характерний наступними параметрами [3]:

- загальною чисельністю працездатного населення;
- кількістю робочого часу, який відпрацьовує населення за існуючого рівня виробництва та інтенсивності праці;
- станом здоров'я, фізичною дієздатністю працездатного населення;
- якістю працездатного населення з точки зору рівня його освіти і професійно-кваліфікаційної підготовки.

Якщо ми говоримо про потребу в персоналі на державному рівні, то, як правило, маємо на увазі кількісні показники. Коли ж йдеться про методи визначення потреби в персоналі на рівні підприємства, то під ними розуміємо визначення певних компетенцій, які необхідні конкретному підприємству. До поняття компетенцій належать не тільки найменування професії, а й інші характеристики, якими повинні володіти робітники: блок знань, навичок, умінь, особисті характеристики. Наприклад, якщо підприємство стабільне, й управління на ньому має адміністративний стиль, то базові знання за спеціальністю мають поєднуватися з високою виконавчою дисципліною, вмінням чітко і високоякісно виконувати службові обов'язки. Якщо підприємство виходить на новий рівень розвитку, втілює нові методи управління, то компетенції спеціаліста мають бути ширшими, ніж вміння виконувати службові обов'язки. Це можуть бути вміння працювати в

Кількість працівників підприємства, їх професійний рівень і блок компетенцій планують так само, як і інші ресурси, наприклад, сировину та фінанси.

При плануванні людських ресурсів необхідно встановити:

- завдання, що підприємство має виконати за певний період;
- компетенції працівників, необхідні для високоякісного виконання функцій;
- функції працівників, які сприяють найефективнішому виконанню завдань;

Основою вивчення перспективної потреби в кадрах на рівні держави має стати вміння кадровиків кожного підприємства володіти технологіями планування персоналу на рівні своїх організацій. Для цього на підприємствах необхідно розробити систему управління персоналом як маркетингову систему.

Маркетинг персоналу – нове поняття і нова термінологія в кадровому менеджменті. Поки що мало підприємств виділяють у структурі служби управління персоналом спеціалізовані групи, які займаються планомірним вивченням ринку праці, освоєнням нових кадрових технологій, практикою освоєння новітніх методик. Розглянемо п'ять основних напрямків роботи з інформацією з точки зору маркетингу персоналу:

- аналіз внутрішнього середовища;
- аналіз зовнішнього ринку праці;
- вивчення застосовуваного на інших підприємствах технологій кадрового менеджменту;
- порівняння власних технологій із передовими;
- втілення на підприємстві кращих методів і технологій управління персоналом.

На основі отриманої внутрішньої та зовнішньої інформації здійснюють SWOT-аналіз у сфері управління людськими ресурсами. Виділяючи сильні й слабкі сторони, можливості та ризики, розробляють план розвитку людських ресурсів для виконання стратегічних завдань підприємства. Основну увагу приділяють обміну технологій управління персоналом, а саме бенчмаркінгу².

Визначальними джерелами відкритої інформації для аналізу є: професійні спілки; участь у семінарах і конференціях; професійна література, преса, Інтернет; обмін досвідом; робота з консультантами; замовлення інформації у спеціалізованих фірмах; застосування аутсорсингу³.

Важливим аспектом є втілення нових методів і технологій управління персоналом, застосування яких тісно пов'язане зі змінами в організації. І тут служба управління персоналом відіграє передову роль в управлінні змінами.

Людські ресурси служать носієм інтелектуальних ресурсів підприємства, які, в свою чергу, мають специфічні властивості:

- визначальною властивістю є нематеріальна природа;
- основна властивість, яка забезпечує активне використання інтелектуальних ресурсів у виробництві, – це властивість тиражування, тобто їх можна використовувати в довільному масштабі.

Таким чином, економічною суттю інтелектуального капіталу є виражений ефект зростаючої віддачі. Оскільки інтелектуальні ресурси невичерпні, необмежені, то вони не володіють властивістю рідкості.

Поштовхом для розвитку системи ринкового регулювання інтелектуального капіталу є зростаюча роль ренти як джерела доходів робітників і прибутку під-

² Бенчмаркінг – інструмент комунікативної політики.

³ Аутсорсинг – залучення ресурсів із зовні.

приємства. Вона – об'єкт економічних інтересів і лежить в основі мотивації нагромадження і використання інтелектуального капіталу. Ринок праці дає змогу робітникам отримати інформацію про поточну оцінку інтелектуального капіталу конкретних видів професійної діяльності. Його динамічність, а також високі темпи старіння знань сприяють виникненню диспропорції в нагромадженні інтелектуального капіталу, оскільки його особливість – продовжуючий термін часу і значні затрати для підготовки спеціалістів. Ринкові відносини створюють для підприємств альтернативні можливості нагромадження і використання інтелектуального капіталу. Основна тенденція, що відображає розвиток ринків, полягає в підсиленні процесу нагромадження інтелектуального капіталу, коли підприємства віддають перевагу формуванню інтелектуальної власності за рахунок власних ресурсів, виробляючи при цьому розвинену систему його нагромадження і використання. Як основні форми нагромадження інтелектуального капіталу можна виділити:

- систему підготовки і навчання персоналу;
- розвиток науково-дослідних і досвідно-конструкторських робіт;
- внутрішній трансферт знань, навиків і ноу-хау;
- підвищення ділової репутації підприємства (гудвілу).

Створення нових знань, використання їх у наукомістких товарах і послугах, просування цих знань на ринок – усе це є комерціалізацією інновацій. Процес комерціалізації інтелектуальних активів – основа управління інтелектуальною власністю. Комерційний успіх такого складного і багатоаспектного процесу обумовлений насамперед специфікою відносин власності в інтелектуальному виробництві.

Література

1. Гапоненко А. Л., Орлова Т. М. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: Социальные отношения. – М., 2003. – 184 с.
2. Дайнеко В. Г. Интеллектуальный капитал: Проблемы накопления и регулирования в экономике, основанной на знаниях. Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2004. – № 1.
3. Джинджолия А. Развитие человеческого капитала: новая модель //Человек и труд. – 2001. – № 10.