



М. И. Бубнова

## **Человеческий капитал как процесс трансформации интеллектуальной услуги в экономический ресурс<sup>1</sup>**

Понятие «человеческий капитал» в многообразном сочетании экономического, культурного, информационного, социального капитала прочно вошло в научный оборот экономической социологии.

С подачи К. Маркса, в экономической социологии эволюционирует представление о том, что индивидуальный интеллектуальный продукт имеет общественную полезность, воплощая и социальное начало (знание, приобретенное в общественной организации) и свойство как человеческого капитала быть предметом «для других». В «Капитале», Марксом было проведено наиболее полное и логически законченное исследование понятия «капитал». Интересным для данного случая является то, что оно раскрыто не только как материальная вещь, экономически идентифицированная и пребывающая в покое, но и как экономический процесс, в развитии которого может быть задействован как ресурс и человеческий капитал [1; 23].

Базовая теоретическая модель человеческого капитала была разработана Г. Беккером, который указывает на то, что социальный и человеческий капиталы способны влиять друг на друга. Так, знания, технические навыки человека и его зарплата зависят от физического и социального капиталов. Но вложения в человеческий капитал позволяют скорректировать влияние других форм капитала [2; 49-144; 3; 34].

Сам по себе интеллектуальный потенциал личности не является в полной мере человеческим капиталом. Формами реализации человеческого капитала как интеллектуального продукта являются интеллектуальные услуги в виде: образовательных услуг, консалтинговых услуг, юридических услуг, аудиторских, бухгалтерских услуг; финансового консалтинга, реинжиниринга бизнеса, франчайзинга, управленческого консалтинга и др.

Интеллектуальный продукт, как ресурсо-обеспечивающий процесс, продуцирует себя в виде знаний, не ординарных идей, открытий, ноу-хау. Интеллектуальный труд, затраченный в определенной конкретной и полезной форме, есть конкретный труд, источник потребительной стоимости (полезности) объектов интеллектуальной собственности. Вопрос в том, каким образом измерить и оценить, что аккумулирует в себе огромный экономический ресурс. Стержень экономических отношений — это то,

---

<sup>1</sup> В терминах экономической социологии.

что в условиях рыночной экономики объекты интеллектуальной собственности представляют собой специфичный товар. Как товар они имеют потребительную стоимость.

Введение объектов интеллектуальной собственности в экономический оборот при наличии исключительных прав на них обусловлено экономическим интересом, который состоит не только в наличии полезности технико-экономических и коммерческих свойств, не только в монопольном их владении и использовании, но и в том, что исключительные права дают возможность получать исключительно монопольную прибыль. Интеллектуальная собственность может стать и составляющей частью человеческого капитала, и экономическим ресурсом при условии юридической компетентности, которая должны быть составляющей частью интеллектуального продукта.

## **Литература**

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. ч. 1. — М.: Политиздат, 1988, 23 с.
2. Беккер Гэри С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. — М.: ГУ ВШЭ, 2003.
3. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии. — М.: Новый учебник, 2004.