

**Влияние качества человеческого капитала на формирование  
социальных потребностей**

*Гаврикова А.В., к.г.н.,*

*Мигунова Ю.В., к.с.н.*

*Институт социально-экономических исследований*

*Уфимского научного центра РАН,*

*Россия, Уфа*

*e-mail: avgavrikova@mail.ru, ignatenko\_isei@mail.ru*

Рост экономики в первую очередь зависит от возможностей производства и связан с использованием основных видов производственных ресурсов - трудовых, капитальных, природных, имеющих в ограниченном количестве. Они использовались и используются на всех этапах развития общества. В последние десятилетия все больше внимания уделяется анализу влияния новых факторов, таких как знания, наука, информация. Особое значение имеют исследования влияния человеческого капитала на экономический рост. Интеллектуализация хозяйственной деятельности и признание человеческого капитала основным фактором производства является важнейшим направлением развития экономики. Качество человеческого капитала становится основой успешной деятельности современных фирм и превращается в ведущий показатель уровня развития стран и регионов.

Значение человеческого капитала как фактора развития экономики возрастает и в связи с переориентацией экономической системы на социальную составляющую. Социализация рыночной экономики, как приобретение ею социальной ориентированности - одна из ключевых составляющих мировой экономической трансформации. Центром социально-экономического развития становится личность с ее разнообразными потребностями. Происходят качественные сдвиги в системе потребностей, структуре спроса и потребления, образе и качестве жизни, условиях развития человека [1].

Оценка потребностей социальных групп должна производиться на основе анализа совокупных нужд общества, сформированных в русле определённой системы ценностей данного социума, норм, реализации его трудовых потребностей функционирования и развития. Таким образом, происходит процесс трансформации потенциальных свойств общества в его культурный капитал [2]. Массовая культура, в настоящее время, формирующаяся под влиянием информационного общества и является одним из факторов, влияющих на развитие качества человеческого капитала. С одной стороны, происходит информатизация сферы культуры путем оцифровки научного и культурного наследия, создания электронных библиотек и предоставлением открытого доступа к ним. Это повышает

уровень информированности и знаний в области культуры и искусства. С другой стороны, происходит формирование низкого уровня массовой культуры, который принимает самые причудливые формы и отсутствие этических и эстетических норм сетевой культуры. В результате чего появились специальные программы, которые помогают подготавливать молодое поколение к жизни в информационном обществе [3, 4]. В этом плане важную роль играют социальные потребности, представляющие собой сложный комплекс совокупных нужд личности и её потребительских предпочтений. В целях исследования и оценки данной группы потребностей необходимо учитывать изменчивость социальных нужд человека, а следовательно, и социального потребления целом.

Ранее считалось, что личность реализует свои потребности исходя из стремления в разумном использовании имеющихся благ. Однако поведенческие практики современного человека доказывают обратное. Современное потребление представляет собой систему иррационального использования располагаемых ресурсов. В угоду возникших социальных потребностей престижа в обществе, ради его поддержания нередко люди приобретают ненужные им товары и услуги. Причём данное поведение продиктовано жесткой необходимостью в кругу определённых социальных групп, хотя такая стратегия бывает крайне обременительной с экономической точки зрения [5].

Таким образом, современное потребление в первую очередь обусловлено социальной компонентой, т.е. оно представляет собой систему отношений по поводу использования продукта или услуги в процессе удовлетворения социально-экономических потребностей личности, при этом иногда социальное выступает важным стимулом удовлетворения определённой потребности, оставляя на заднем плане экономическую рациональность. Некоторые исследователи считают, что общественное потребление можно представить как своеобразное отрицательное производство, ведь в процессе общественного потребления происходит уменьшение или уничтожение полезности произведенного материального и духовного продукта [6].

Косвенными показателями социальных потребностей могут являться не только ценности акторов, но и их интересы, интерпретируемые как заинтересованность в удовлетворении той или иной потребности. В действительности потребление и потребности многогранны и сложны. С одной стороны, по существу потребительские приоритеты людей демонстрируют определённые стили потребления, с другой – в их проявлении обнаруживаются и некоторые отличия. Поэтому в разных странах наблюдаются различные взаимосвязи потребления и потребностей населения. Эта разница обусловлена процессом трансформации потребностей в сложную систему потребления, складывающуюся в определённую систему отношений по поводу данных потребностей. В этом случае понимание социальных потребностей и интересов базируется на философии П. Бурдьё, отмечавшего, что потребительная деятельность

предшествует процессу реализации совокупности вкусов общества. С точки зрения исследователя, вкусы в свою очередь основываются на габитусе, представляющем собой совокупность объективных социальных отношений и субъективный источник действий людей, механизм порождающий различные социальные практики [7].

Поэтому исследование потребностей различных социальных групп может происходить в рамках анализа социальных традиций, знаний, культуры и иных предпочтений.

Того же мнения придерживается и В. Дильтей, обосновывая, что потребности по сути дела отражают сложившиеся в обществе потребительские социокультурные практики. Причём многообразие социальных потребностей социума обусловлено его социокультурным контекстом. Таким образом, совершая социальные действия, прежде всего индивиды стремятся к удовлетворению личных, групповых, организационных, общественных потребностей, а следовательно, к достижению социальных интересов. Поэтому социальные потребности необходимо трактовать сквозь призму социокультурных целей личности. Если речь идёт о трудовом коллективе, то с точки зрения исследования процесса достижения социальных интересов работника, а также отдельных трудовых групп, социальной организации в целом. Значит, нужда как таковая не может выступать определяющим показателем социальных потребностей. Без анализа ценностных ориентаций, интересов, мотивации характеристика социальных потребностей была бы не полной [8].

По существу, социальные потребности представляют собой культурное богатство личности, они воплощаются в комплексе знаний, умений, навыков, способностей, деятельной реализации самого актора социального взаимодействия. Человек здесь предстаёт как личность, обладающая определённой системой социальных норм, ценностей, представлений и принципов, осуществляющая целевую социальную деятельность для удовлетворения своих потребностей, подчиняясь социальным правилам. Следовательно, ключевым понятием оптимального социального взаимодействия являются акторы с набором социокультурных потребностей, удовлетворяемых в процессе данного взаимодействия. Человек в современном мире не просто винтик, механически действующий в соответствии с законами общества, прежде всего он – субъект, свободно осуществляющий социальную деятельность, реализующий собственные интересы.

Исследование выполнено в рамках госзадания ИСЭИ УНЦ РАН по теме: «Социализация экономической системы, формирующая новые траектории социального развития региона» (№ гос. регистрации АААА-А17-117021310208-8).

#### Список литературы

1. Гаврикова А.В. Факторы формирования качества человеческого капитала в условиях информационного общества // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2017. № 4. С. 87–90.

2. Ишмуратова Д.Ф. Социальная активность молодежи в воспроизводстве своего образовательного потенциала // Вестник ВЭГУ. – 2013. – № 4 (66). – С. 182-186.

3. Мигунова Ю.В. Социальный потенциал молодёжи в инновационном обществе// Региональная экономика: взгляд молодых: Сборник научных трудов молодых ученых и специалистов. – Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2014. – С. 167-173.

4. Шагиева Л.А. Тенденции развития социального потенциала в современном российском обществе //Трансформация социальных систем: проблемы и поиски путей решения: материалы Всеросс. научно-практической конф. международным участием (Ковылкино, 17-18 декабря 2014 г.). – Изд-во: Мордов. ун-та, 2015. – С. 161-163.

5. Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. – 2005. – № 1. – С. 5-18.

6. Быченко Ю.Г. Управление развитием человеческого капитала. – Саратов, 2005. – 190 с.

7. Шматко Н.А. «Габитус» в структуре социологической теории // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Т. 1., № 2. – С. 6-70.

8. Баландина Т.М. Социальный механизм управления развитием организационной культуры // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2012. – № 2. – С. 169-173.