

ИНТЕРЕСНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ

Наскоро излезе от печат книга на доц. д-р А. Миланова и доц. д-р П. Найденова, резултат от плановия им проект в Института за икономически изследвания при БАН, която е посветена на актуален проблем на управлението на човешкия капитал във фирмата.¹ Основен фокус в труда е определянето на динамиката и закономерностите на връзката между социо-антропологичната² детерминираност на процеса на управление на човешкия капитал във фирмата и прилаганите мотивационни техники за реализиране на успешна фирмена организация и ефективно фирмено управление. Дискусионността и сложността на тази актуална интердисциплинарна проблематика, с която все още са ангажирани малко автори в България, се възприемат като научно предизвикателство от доц. Миланова и доц. Найденова. Това прави книгата им интересна, четивна и провокативна. Тя не натоварва читателя, а напротив, деликатно го ориентира в проблемите и опциите за тяхното решаване, като същевременно апелира за размисъл и изграждане на собствена позиция.

В първата глава е проследен генезисът на концепцията за човешкия капитал и са представени подходите и моделите за управлението му във фирмена среда. Направен е обзор на тезите, моделите и динамиката в неговото развитие, като е отделено заслужено внимание както на утвърдени имена в световната научна литература, така и на български учени, които в една или

¹ Аделина Миланова, Павлинка Найденова (2013). Управление на човешкия капитал във фирмена среда. Социоантропологична и мотивационна детерминираност. С.: АИ „Проф. М. Дринов“, 115 с.

² Съчетаването на социалноантропологичните изследвания с тези за управлението на фирмата изисква уточнение на аспекта на използване на първите. Социалноантропологичните изследвания започват да се развиват интензивно през първата четвърт на XX в., като получават различни названия. В САЩ учените предпочитат да говорят за „културна антропология“, в Германия и Франция - за „етнология“ в Англия се използва терминът „социална антропология“. Това се дължи на факта, че направлението обединява огромно разнообразие от изследвания в областта на антропологията, на етническите процеси и на много други, които се стремят към холистично познание на човека в неговата географска и историческа пространственост. Днес социалната антропология е клон на антропологията, която изучава поведението на хора в съвременността и в рамките на социалните групи, както и на различните култури (Вж. *Evans-Pritchard, E. E. Social Anthropology. Routledge, 2004 (reprint), p. 3*) Социалните антрополози изследват - често чрез дългосрочни и интензивни проучвания на място (вкл. с методи на наблюдение чрез участие), социалната организация на определен брой хора, обичаи, икономическа и политическа организация, право и разрешаване на конфликти, моделите на потребление и размяна, родство и семейната структура, отношения между половете и социализация на децата, религията и т.н. Социалната антропология разглежда също и ролята на значенията, неяснотите и противоречията на социалния живот, моделите на социалност, насилие и конфликти и основната логика на социалното поведение. Социалните антрополози адресират разнообразието на позиции и гледни точки, които могат да бъдат открити в дадена социална група. Когато тази група е съставена от заетите във фирмата, както е в случая, се говори за бизнес-антропология.

друга степен са се ангажирали с проблема. Интерес провокира тезата за необходимостта от разработване на модел, който да обвърже оперативното управление на знанието, на способностите, на професионалните умения на хората, на мотивацията и на комуникационните мрежи и технологии, както и на конкретната фирмена култура с процеса на разработване на стратегия за управление на знанието.

Втората глава е посветена на връзката между мотивационните техники и организационните културни измерения. Най-напред е аргументирана идеята на авторите относно мотивирането като функция на ефективния мениджмънт. След това върху основата на критичен анализ на съдържателните и процесуалните теории за мотивацията са представени мотивационните модели. Характеризирани са моделите на икономическа целесъобразност, на социалните отношения, на човешкото саморазвитие, на комплексния човек, както и японският мотивационен модел, които според А. Миланова и П. Найденова имат съществена роля при изясняване на връзките между мотивационните техники и организационните културни измерения на фирмата. Авторите разглеждат една много интересна и уникална релация – между организационните културни измерения и операционализирането на различните мотивационни техники. Концептуализирането на тази връзка се прави на базата на идентифициран статус на фирмената (корпоративната култура) в България.

В третата глава са представени резултати от проведено от авторите изследване в български фирми на основата на разработен от тях въпросник и анализ на качествена информация. Това изследване дава възможност за оформянето на конкретни изводи и за извеждането на тенденции относно социо-антропологичната детерминираност на конкретни мотивационни техники и ролята им за развитието и управлението на човешкия капитал във фирмена среда. Анализът показва, че тази специфична характеристика на управлението на човешкия капитал във фирмена среда е с определен превес над мотивационните модели и панелите от мотивационни техники поради слабата динамика при организационните културни измерения в сравнение с модерните тенденции (с. 92). Наред с негативните индикатори се представят и положителните моменти.

Според авторите българските фирми имат осезаема потребност от мотивиране на работещите в тях. Тя се определя от необходимостта от максимално мобилизиране на вътрешнофирмените конкурентни предимства, които неминуемо се свързват с човешкия капитал на фирмата и с организационната култура. В унисон със съвременната литература звучи категоричното послание на авторите, че игнорирането на културния компонент при идентифицирането и утвърждаването на имиджа на стопанската единица, както и при гарантирането на адекватното ѝ функциониране, е недомислие и архаизъм.

Във връзка с казаното дотук може да се обобщи, че има всички основания книгата да бъде препоръчана на интересуващите се от проблемите на корпоративното управление.

Проф. д-р ик. н. Росица Чобанова