

УДК 331(477)(05)

Дем'янчук О. І.,*кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів Національного університету "Острозька академія"*

ФОРМУВАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто питання формування властивостей соціального капіталу, обґрунтовано зміст категорії "соціальний капітал підприємства" та його властивості, розкрито складові ознаки кожної властивості соціального капіталу підприємства та вказано на одержання зисків (вигід) від формування соціального капіталу підприємством.

Ключові слова: соціальний капітал підприємства, властивості соціального капіталу підприємства, ресурсність, прибутковість та нагромадження.

В статье рассмотрено вопросы формирования свойств социального капитала предприятия, обосновано сущность категории "социальный капитал предприятия" и его свойства, раскрыто составляющие признаки каждого свойства социального капитала предприятия и указано на получение выгоды от формирования социального капитала предприятием.

Ключевые слова: социальный капитал предприятия, свойства социального капитала предприятия, ресурсность, прибыльность и накопление.

In the article it is examined the question of properties of social capital, the reasonable content of the category of "social capital enterprise" and its characteristics and components of the social features of each property's capital that are set to receive benefits of social capital formation.

Keywords: social capital of the company, properties of social capital companies, resursnist, profitability and accumulation.

Постановка проблеми. В сучасних умовах економічної діяльності підприємств з кожним роком посилюються позиції нематеріальних активів, які містять: людський, інноваційний та соціальний капітал. Під час формування соціально-трудова відносин на підприємствах відбувається соціалізація працівників. Цей процес характеризується низкою ознак: відбувається засвоєння працівником зразків поведінки, дотримання соціальних норм та цінностей, формування корпоративної культури, комунікацій та навчання. Все це допомагає працівнику розвивати свою соціальну природу та здібності працювати в колективі, а підприємство на основі процесу соціалізації формує соціальний капітал та його властивості, які забезпечу-

ють підприємству одержання значної кількості зисків, саме тому обрана тема дослідження є актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питання використання та формування нематеріальних активів підприємством у формі соціального капіталу займається значне коло як вітчизняних, так зарубіжних вчених. Так, на думку О. В. Степанова, це цінність, що створюється підприємством через соціальні відносини як всередині підприємства, так і зовні [4, с. 208]. О. А. Грішнова розглядаючи три рівні соціального капіталу, мікро-, мезо– та макрорівень, стверджує, що носієм мікрорівня є підприємства, установи, організації. На її думку, соціальний капітал підприємства є нематеріальним активом, що створює організацію через систему соціальних відносин на внутрішньо організаційному, міжорганізаційному та організаційно-інституціональному рівні та чинить системний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати [2]. Ф. Фукуяма, розкриваючи зміст соціального капіталу, вказує, що це загальноприйняті норми і цінності, які практикуються певною групою людей і дозволяють їм співпрацювати; професійні стандарти стають вищими за власні інтереси професіонала [6]. Відповідно до визначення Світового банку, соціальний капітал підприємства – складається перш за все з горизонтальних зв'язків між людьми, і включає соціальні мережі та відповідні норми, які впливають на його продуктивність [7]. Л. В. Швець, розкриваючи соціальний капітал підприємства, вказує на те, що він є чинником підвищення його конкурентоспроможності. Зокрема автор вказує, що в час інформаційнотехнологічної революції від працівника вимагають не лише набуття нових професійних, але й морально-психологічних якостей: здатності приймати оперативні рішення, здатності до колективної взаємодії координації праці [5]. Тобто, як зазначають Л. Г. Смоляр та А. А. Холімон, вчасно накопичений на різних рівнях організації соціальний капітал сприяє підвищенню рівня інноваційності компанії, інтенсивності і швидкості навчання її співробітників, скороченню часу на пошук і обмін інформацією, швидкістю реагування на запити споживачів, зменшення витрат на підготовку контрактів [3].

Проте вимагає подальших досліджень питання формування властивостей соціального капіталу підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є дослідження питання формування властивостей соціального капіталу підприємства. Основними завданнями є: поглиблення методології категорії “соціальний капітал підприємства” та формування його властивостей, зиски підприємства від їх використання.

Виклад основного матеріалу. В умовах, коли на підприємствах значно зростає роль нематеріальних активів, успішний розвиток будь-якого підприємства неможливий без формування соціального капіталу з його чіткими та необхідними властивостями. Виходячи із попередньо викладе-

них методологічних досліджень, соціальний капітал підприємства варто розглядати як сукупність мережі соціальних зв'язків, норми взаємності та довіри, навички колективних дій, соціальні цінності, через призму концепції, що відома під назвою "радіус довіри". Соціальний капітал підприємства формує низку важливих властивостей: ресурсність, прибутковість та нагородження.

Ресурсність соціального капіталу підприємства відображає потенціал взаємодії між його працівниками на основі професійних та особистих відносин, шляхом перетворення системи зв'язків із простого набору контрактів у важливий засіб передачі інформації.

Отже, першою важливою складовою ознакою ресурсності соціального капіталу є формування відносин. Цей процес містить створення особистих і професійних відносин. Перетворення системи зв'язків із простого набору контрактів у важливий засіб передачі інформації в кінцевому результаті приводить до підвищення взаємної довіри як між працівниками, так і партнерами підприємства, а також підвищується якість праці.

На професійному рівні зв'язків у працівника формується чітке представлення про навички і знання інших. Таке явище призводить до того, що формується чітке розуміння до кого, коли і за якою інформацією можна і бажано звертатись. Таким чином, з плином часу взаємодія стає більш успішною і характеризується ознаками довіри у прийнятті управлінських рішень на кожному рівні керівництва як всередині підприємства, так і зовні.

Чим більш глибокі знання про рівень знань виробничих навичок одного працівника про іншого, тим ступінь довіри у одержанні професійної консультації. Дуже важливий є вибір – зрозуміти, як одержати доступ до цих знань груп професіоналів або індивідів.

На цьому рівні управління підприємством, колективом важливими стають особисті зв'язки, тому що при їх наявності ми можемо одержати швидше інформацію ніж при наявності професійних.

Розвиток особистісних зв'язків у соціальній мережі об'єднань дають можливості підвищувати ефективність професійних зв'язків (цінна інформація і найважливіші професійні зв'язки складаються в межах неформальних взаємин при обговоренні не професійних питань).

Розглядаючи сутність ресурсності соціального капіталу підприємства, варто зазначити, що він не вичерпується в процесі його використання, а також може бути навпаки втраченим у разі його не використання.

Другою ознакою властивості ресурсності є інтерактивність соціального капіталу підприємства – яка дозволяє встановлювати прямі та зворотні міжособистісні зв'язки як між працівниками підприємства, їх групами, колективами, так і між економічними агентами, до яких належать споживачі, конкуренти, фірми.

Третьою ознакою властивості ресурсності є соціалізація – наближення до цінностей корпоративної культури, як включення у співтовариство, кра-

ща співпраця та налагодженість спільний дій. Оцінити цю складову можна на визначенні ступеня довіри та взаємної підтримки між членами колективу. Формування єдиної ідеї та цілі, яку бажають досягнути всі, є важливою цінністю будь якого колективу працівників, при цьому ніхто не заперечує наявність індивідуальних особистісних точок зору та ідей. Проте лише ті підприємства отримують значні моральні зиски, у яких високий рівень корпоративної культури, а це можливо лише за умови значного рівня соціального капіталу колективу, де існує достатня довіра та правила поведінки. Корпоративна культура стає важливим нематеріальним ресурсом підприємства, який суттєво впливає на ефективність діяльності.

Соціальний капітал підприємства як і інші форми капіталу являє собою довгострокову цінність, яка стає важливим чинником розвитку, підвищує вартість підприємства та його конкурентоспроможність.

Прибутковість як друга властивість соціального капіталу підприємства розкриває зміст через економію трансакційних витрат підприємства або одержання соціальної ренти (підвищення продуктивності праці за умов справедливого перерозподілу створеної вартості). Формування моделі соціальної відповідальності на підприємстві забезпечує краще ставлення суспільства до нього і, як наслідок, підвищення довіри споживачів до продукції, яку виробляє підприємство, що, своєю чергою, створює довгострокову перспективу зростання його прибутків. Накопичення підприємством соціального капіталу дає можливість розширити доступ до сировинно-ресурсної бази, сформувати сфери впливу і розвинути мережі взаємокорисних зв'язків, швидко реагувати на запити споживачів, зменшує витрати на підготовку контрактів – все це забезпечує підвищення одержуванних доходів та зростання прибутків підприємства. Тобто соціальний капітал стає чинником зростання ефективності діяльності як країни в цілому, так і окремого підприємства. Про це свідчить аналіз індикаторів стійкого розвитку більш ніж 100 країн світу та 25 тисяч корпорацій за методикою, розробленою спеціалістами Світового банку, який підтвердив вагомість соціального капіталу у зростання прибутковості підприємства. Під соціальним капіталом підприємства при цьому розуміли “сукупність мереж, взаємовідносин, норм та інститутів, які впливають на продуктивність праці на підприємстві”. Результати аналізу досліджень фахівців Світового банку дозволили зробити висновок, що ключове місце у підвищенні продуктивності праці на підприємстві та його прибутковості належить людським ресурсам, які пов'язані з соціально-трудовими відносинами, соціальним капіталом [7].

Наступною властивість соціального капіталу підприємства є нагромадження, що відображає створення мереж соціальних зв'язків, які містять соціальні зобов'язання: соціальний захист праці, соціальну інфраструктуру та мережі організаційної структури. Соціальний захист працівників на підприємстві як складова нагромадження повинен включати в себе такі напрями:

– створення безпечних умов праці, які б давали можливість заробляти кошти для гідного існування та виключали отримання травм і професійних захворювань працівників на виробництві;

– запровадження необхідних заходів щодо охорони праці та соціального захисту громадян у випадку професійних захворювань та нещасних випадків, доступ громадян до національних систем охорони здоров'я, реабілітації та професійної освіти;

– забезпечення працівників та членів їх сімей прожитковим мінімумом матеріальних засобів у разі безробіття, втрати або зниження доходу внаслідок хвороби, народження дитини, нещасного випадку в побуті, виробничої травми або професійного захворювання, інвалідності, старості, втрати годувальника. Забезпечення соціального захисту кожного працівника повинно бути підкріплено укладеним трудовим договором чи контрактом, з чітким дотриманням трудового законодавства, пропозицією роботодавцем соціального пакету, подальшою можливістю професійного росту та розвитку.

На результативність діяльності підприємства помітно впливає соціальна інфраструктура як чинник зовнішнього середовища і друга складова властивості нагромадження соціального капіталу підприємства. Виходячи із цих умов, сучасні підприємства об'єктивно мусять спрямовувати певну частину своїх зусиль і ресурсів на вирішення як внутрішніх, так і зовнішніх проблем соціального характеру. Соціальні потреби працівників підприємства охоплюють широке коло питань: поліпшення умов праці та охорони здоров'я, побуту працівників і членів їх сімей, соціально-культурного обслуговування. Забезпечення соціальних потреб трудових колективів здійснюється сукупністю певних підрозділів соціальної інфраструктури підприємства, до складу яких можуть входити: 1) ідальні, кафе, буфети; 2) лікарні, поліклініки, медпункти; 3) власні житлові будинки, заклади побутового обслуговування; 4) школи, професійно-технічні училища, факультети та курси підвищення кваліфікації; 5) дитячі дошкільні заклади, бібліотеки, клуби (палаці культури); 6) бази та будинки відпочинку, спортивні споруди тощо. Утримання всієї можливої (необхідної) сукупності об'єктів соціальної інфраструктури кожним підприємством потребує чималих коштів. За умов кризового стану і зв'язаної з цим обмеженості фінансових ресурсів багато підприємств змушені передати створені раніше окремі об'єкти соціальної інфраструктури в підпорядкування місцевих органів влади – районних, міських та обласних держадміністрацій. Проте й нині існують і навіть створюються нові заклади освіти, охорони здоров'я та відпочинку галузевого підпорядкування. Управління діяльністю підрозділів соціальної інфраструктури здійснює заступник директора підприємства (віце-президент фірми) з кадрових і соціальних питань. Йому підпорядковано відділи: кадрів, технічного навчання, адміністративно-господарський та житлово-комунальний, які вже безпосередньо керують діяльністю установ соціальної інфраструктури підприємства.

Таким чином, формування підприємством належного рівня соціальної інфраструктури забезпечує соціальний розвиток колективу підприємства та формування його соціального капіталу, що є найважливішим чинником підвищення ефективності виробництва, високої результативності виробничо-господарської та комерційної діяльності.

Третью важливою складовою властивості нагромадження є мережі організаційної структури підприємства, що розглядають як сукупність взаємопов'язаних елементів, які знаходяться між собою в сталих відношеннях, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого. Елементами структури є окремі робітники, служби та інші ланки апарату управління, а відношення між ними підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні та вертикальні. Горизонтальні зв'язки носять характер погодження і є, як правило, однорівневими. Вертикальні зв'язки – це зв'язки підпорядкування, і необхідність в них виникає при ієрархічності управління, тобто, за наявності декількох рівнів управління.

Створення мережі організаційної структури є важливим елементом в організаційній діяльності підприємства. Вибір ефективної методики департаменталізації і формування усього комплексу організаційних структур – також життєво важливий елемент в діяльності менеджерського корпусу. Як правило, в таких корпораціях при ознаках недоліків у функціонуванні вищої ланки менеджмент вирішує питання про необхідність реорганізації в управлінській структурі.

У теорії західного менеджменту, основаної на концепціях організаційної поведінки, структура фірми розглядається як найважливіший чинник, що визначає і форми поведінки (діяльності) усього колективу і окремих його членів. В цьому плані в організаційну структуру включаються такі управлінські поняття, як співвідношення відповідальності та повноважень, делегування повноважень, централізація і децентралізація, відповідальність і контроль, норми керованості, організаційна політика фірми, моделі управлінських рішень, проектування загальних і індивідуальних завдань та деякі інші. По суті, йдеться тут про змістовну сторону структури менеджменту: якій меті вона служить і які управлінські процеси вона забезпечує.

Таким чином, даючи загальну характеристику мережі організаційної структури підприємства як складової властивості нагромадження соціального капіталу, можна виділити декілька положень, що визначають її значимість:

- мережа організаційної структури підприємства забезпечує координацію всіх функцій менеджменту;
- структура організації визначає права і обов'язки (повноваження і відповідальність) на управлінських рівнях;
- від мережі організаційної структури залежить ефективна діяльність підприємства, його виживання і процвітання;
- структура, прийнята в цьому конкретному підприємстві, визначає ор-

ганізаційну поведінку її співробітників, тобто стиль менеджменту і якість праці колективу.

Висновки. Таким чином, ми можемо стверджувати, що зиски (вигоди), які отримує підприємство від високого рівня сформованого соціального капіталу з його властивостями, включають таке:

– краще поширюється інформація та професійні знання між працівниками підприємства, на основі сформованих професійних та особистісних зв'язків;

– зниження транакційних витрат;

– низька плінність кадрів в умовах належного рівня соціального захисту, соціальної інфраструктури та мережі організаційної структури як складових властивості нагромадження соціального капіталу підприємства;

– висока організованість дій, що формується на основі довіри, соціальної відповідальності та сформованої корпоративної культури підприємства.

Література:

1. Горожакіна М. Є. Соціальний капітал суспільства в умовах трансформації економічної системи (питання теорії і методології). – автореферат. – Донецьк, 2008. – С. 16.

2. Грیشнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу // Україна: аспекти праці. Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – № 3. – 2009. – С. 19-24.

3. Роль соціального капіталу у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства [Текст] / Л. Г. Смоляр, А. А. Халімон // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 2.

4. Степанова О. В. Організаційно-економічні принципи соціального капіталу підприємства // Науковий вісник. – Національний лісотехнічний університет України, 2005. – Вип. 15. 6 – С. 207-212.

5. Швець Л. В. Соціальний капітал як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства // Вісник НТУ, ТAU. – 2009. – Вип. 19. – С. 254-262.

6. Fukuyama F. Social Capital and Global Economy // Foreign Affairs. – Volume 75, September-October, 1995. – P. 89-103.

7. Raiser M., Haerpfer C., Nowotny T., Wallace C. Social capital in transition: a first look at the evidence // European Bank for Reconstruction and Development. Working Paper. – 2001. – № 61.