

Коваленко М.А.

д. е. н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Дарієнко Д.Р.

студентка,

Херсонський національний технічний університет,

м. Херсон, Україна

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Завдання та забезпечення розвитку підприємства мають враховувати і зростаючу роль соціальних чинників виробництва.

У працях багатьох сучасних, в тому числі і вітчизняних економістів-дослідників, зокрема, Г. Бардиша, Н. Дієвої, С. Івашини, В. Кушера, С. Мочерного, І. Нагорної та інших, соціалізація розглядається і обґрунтовується як важливий чинник виробництва. Автори пов'язують соціалізацію з проблемами інноваційного розвитку виробництва, розглядають її як чинник інновацій, що зароджуються у виробничому колективі.

Н. Дієва пропонує розглядати соціалізацію як результат і водночас як умову соціально-економічного розвитку підприємства. Соціалізація представляється авторкою як соціально-економічна категорія, як сукупність відносин щодо підготовки людини до суспільної діяльності і забезпечення її життя на рівні цивілізаційних стандартів.

Соціалізація, на її думку, - це проникнення у сфери економічної та позаекономічної діяльності таких відносин, що сприяють як безпосередньому поліпшенню добробуту людини, так і опосередкованому – через формування умов для самовираження людини [1, с. 113].

Розглядаючи соціалізацію як умову розвитку творчої активності працівників, бачиться необхідною розробка такої системи управління підприємством, яка поєднувала б інтереси всіх груп працівників, незалежно від їх відносин до власності підприємства, і спрямовувала їх на пошук резервів підвищення ефективності виробництва, якості випускаємої продукції, на динамічний розвиток підприємства [2, с. 9].

Соціалізація економіки – це не просто процес становлення людини на виробництві, засвоєння нею знань, цінностей і норм, притаманних суспільству, окремому трудовому колективу. В умовах інформаційної економіки цей процес перетворюється в умову і один із базових чинників розвитку виробництва. Соціалізація як інструмент управління виробничим колективом може й має використовуватись вітчизняними підприємствами для вирішення завдань підвищення ефективності виробництва [2, с. 10].

Технічні, технологічні, інформаційні зміни, пов'язані з діяльністю людей, зумовлюють і комунікаційні зміни, що виявляються у більш високій соціальній згуртованості працівників, солідарних діях у реалізації завдань розвитку підприємства.

Поглиблений аналіз сутності інтелектуального капіталу показує, що це не тільки сума знань, досвід, професійна підготовка та інтуїція всіх працівників підприємства. До цього слід додати напрацьовані людські зв'язки, що забезпечуються, у тому числі, інформацією у вигляді баз даних, комп'ютерною мережею, що миттєво опрацьовує і передає інформацію всім працівникам відповідної структури тощо, завдяки чому вдається і адекватно реагувати на зміни [3].

Важливою, на наш погляд, є інтерпретація інтелектуального капіталу як процесу [4, с. 131]. Звертаючись до теорії динамічного аналізу продуктивного потенціалу підприємства, інтелектуальний капітал дослідники визначають як послідовний процес обміну знаннями та інформацією. Саме такий хід думок дозволяє оцінити корисний ефект від співпраці працівників підприємства (внутрішній аспект), підприємства у галузі, регіоні, на внутрішньодержавному і міжнародному товарних ринках (зовнішній аспект).

Внутрішні аспекти процесу обміну знаннями та інформацією регулюються комунікаційним менеджментом (як, відносно чого і якими засобами слід підтримувати комунікацію між співробітниками, а також між співробітниками і зовнішнім середовищем) [5, с. 5].

Ці та інші вказані елементи сутності людини на виробництві можуть бути виділені в окрему групу елементів інтелектуального капіталу підприємства, який носить назву соціальний капітал.

Соціальний капітал (СК) як форма взаємовідносин між працівниками підприємства, соціальних зв'язків, які можуть виступати ресурсом отримання вигод, умова прояву синергетичного ефекту взаємодії людського, структурного та ринкового капіталів, дозволяє цілеспрямовано використовувати відносини між працівниками для розвитку їх виробничої творчої активності, вирішення завдань з підвищення ефективності, розвитку підприємства. Поняття соціальний капітал введене Пером Бурдьє у статті «Фірми капіталу» у 1983 році, розвинуто у наш час Френсісом Фукуяма.

Доцільність виділення у структурі інтелектуального капіталу його окремої складової – соціального капіталу підтверджується й іншими авторами. Так, А. Чухно та інші автори, визначаючи інтелектуальний капітал, вказував, що він включає також спілкування працівників, нагромаджений досвід, тобто елементи, які таж визначають імідж фірми та зміст її бізнесу [6, с. 48].

Н. Маркова під соціальним капіталом розуміє зв'язки, а також визнані норми і цінності, що сприяють взаємодії усередині груп чи між ними, та при застосування яких можливе отримання певного соціально-економічного ефекту, вказує на тісний зв'язок інтелектуального і соціального капіталів, розглядає останній як одну із складових інтелектуального капіталу [7, с. 78].

В умовах соціально орієнтованої економіки критеріями ефективної діяльності підприємства, наголошує О.Артюшина, стають не тільки економічні показники, але й соціально взаємодія членів колективу [8, с. 93].

Соціальний капітал приє обміну інформацією, колективному прийняттю рішень, колективним діям. Він знижує трансакційні затрати. Локальні мережі

між працівниками знижують ціну інформації і роблять її більш доступною, особливо в тій її частині, що стосується продукції, ринків, нових можливостей. Високий рівень взаємної довіри і співпраці сприяє більш швидкому і ефективному прийняттю колективних рішень. Емпіричні дослідження доводять, що активність працівників в рамках локальних асоціацій, а також рівень громадської довіри сильно корелюють з результатами економічного розвитку.

Формування соціального капіталу підприємства здійснюється у процесі історично сформованої соціальної потреби людей в організації процесу їх спільної діяльності. При цьому виділяють такі форми виявлення цього процесу:

- міжособистісна взаємодія, яка проявляється в певній ситуації за допомогою комунікаційного процесу і спрямована на досягнення спільних цілей;

- вплив керівників, лідерів на групи працівників з метою забезпечення досягнення групою, колективом загальних цілей.

Формуванню соціального капіталу сприяють встановлення неформальних і формальних стандартів з управління творчим кліматом, в якому працівники зорієнтовані на досягнення визначених цілей, атмосфера взаємної поваги, яка співвідноситься з особистими цінностями.

Список літератури

1. Івашина С.Ю. Соціалізація економічного розвитку / С.Ю. Івашина, О.Ф.Івашина // Вісник ХНАУ.Серія «Економіка АПК і природокористування». - 2009. - №5. - с.113 - 118.
2. Коваленко М.А. Соціалізація економіки й фінансові цілі підприємства / М.А. Коваленко, І.І. Нагорна // Процес фінансування зростання економіки України: стан і перспективи: збірник статей молодих вчених і студентів. – Херсон: ПП Вишемирський В.С.,2012. – с.7-10.
3. Житченко Г.О. Сутність та визначення поняття «інтелектуальний капітал» [Електронний ресурс] //Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання. – 2007. - №12. – с.255-257. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>.
4. Звіргзде Д.І. Інтелектуальний капітал: еволюція та перспективи/Д.І. Звіргзде// Бюлетень Міжнародного економічного форуму. – 2012. - № 5. – т.2. – с.125-132.
5. Ткач І. Аналіз методів та механізмів управління інтелектуальним капіталом підприємства. / І. Ткач // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 8, ч. 2. – с. 348-350.
6. Чухно А. Інтелектуальний капітал: сутність та закономірність розвитку / А.Чухно// Економіка України. – 2001. - №11. – с. 48-50.
7. Маркова Н.С. Соціальні аспекти формування інтелектуального капіталу підприємства / Н.С. Маркова// Економіка Криму. – 2006. - № 7. –с. 78-81.
8. Артюшина О. Чинники формування людського капіталу в системі корпоративного управління / О.Артюшина // Вісник КНТЕУ. – 2006. - № 1. – с. 89-94.