

власне динамічний аспект логіки його розвитку визначається як особливий так званий «сценарний драйвер» [3].

6. «Очищення» сценаріїв технічного розвитку. Повернення до ключових факторів рівня кроку 3 і кроку 2. Такі фактори за кожним сценарієм повинні стати предметом окремого цільового дослідження кожного напрямку технічного розвитку підприємства.

Література

1. Моделювання варіантів сценаріїв розвитку подій при формуванні стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства / М. І. Романишин, Н. О. Шпак // Економіка пром-сті. — 2011. — № 2. — С. 144—151.

2. Полянська А. С. Сценарний метод формування напрямків розвитку організації / А. С. Полянська // Економічний простір. — 2008. — № 13. — С. 208—214.

3. *Schoemaker, Paul J. H. ScenarioPlanning: A Tool for Strategic Thinking. Sloan Management Review* [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.favaneves.org/arquivos/scenarioplanning.pdf>.

Долгова Л. І.,

канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана»

Lyudmila dolgova

Candidate of economic science,
assistant Professor SHEE «KNEU
named after V. Getman»

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

THE SOCIAL CAPITAL DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Проведено теоретичний аналіз визначення соціального капіталу. Розглянуто проблему діагностики соціального капіталу підприємства.

The theoretical analysis of the social capital was carried out. The diagnostic problem of the enterprise social capital was considered.

Загальноосвітні тенденції економічного розвитку постіндустріального суспільства вимагають від національних підприємств особливу увагу приділяти можливостям застосування досвіду розвинутих країн по формуванню соціального капіталу підприємства як необхідної умови його конкурентоспроможності в сучасних умовах. Вивчення феномену соціального капіталу як економічної категорії та ступені його ефективності стають однією з найважливіших проблем сучасної економічної теорії.

Термін «соціальний капітал» тільки недавно увійшов у науковий обіг. Є певні спроби систематизації основних методологічних підходів до вивчення соціального капіталу як наукової категорії. Ці дослідження потребують продовження, у тому числі і в напрямі такого визначення сутності та змісту поняття «соціальний капітал», яке б дозволяло використовувати його в управлінні на рівні підприємства.

Аналіз і узагальнення літератури дає підстави дати наступне визначення соціальному капіталу як предмету менеджменту на рівні виробничої організації. На рівні організації соціальний капітал можна визначити як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати. При цьому організація виступає в ролі колективного актора, носія певного соціального капіталу. Особливістю цього визначення є виокремлення двох форм існування соціального капіталу виробничої організації, а саме: взаємодії співробітників у системі внутрішнього середовища організації та зовнішньої взаємодії організації як соціального утворення з суб'єктами зовнішнього середовища.

Особливу роль і функції соціального капіталу можна зрозуміти, порівнюючи його з іншими формами капіталу.

Для соціального капіталу характерні деякі властивості, якими він схожий на інші форми капіталу, особливо людський капітал. Однак є кілька суттєвих відмінностей між соціальним і іншими формами капіталу. На відміну від них соціальний капітал втілюється не в певних об'єктах або суб'єктах, а соціальних відносинах суб'єктів. Тому він не являється власністю суб'єкта що його використовує. Як інші форми капіталу соціальний капітал є довгостроковим ресурсом, для збереження і відтворення якого необхідні інвестиції в його розвиток. Як і людський капітал, соціальний капітал збільшується в процесі його використання.

Соціальний капітал підприємства є наслідком соціалізації кожного працівника в умовах колективної праці. Соціалізація — це процес засвоєння працівником зразків поведінки, психологічних механізмів, соціальних норм та цінностей, які необхідні для успішної взаємодії його з іншими членами колективу. Вона охоплює всі процеси наближення до цінностей корпоративної

культури, комунікацій і навчання, за допомогою яких людина розвиває свою соціальну природу та здібність працювати в колективі. Процес соціалізації носить об'єктивний історичний характер, але це не означає що його не можна формувати і розвивати у межах певних підрозділів підприємства чи організації в цілому.

Соціалізація може відбуватися спонтанно і планово. Останній шлях вимагає розуміння менеджерами сутності соціального капіталу, технологій його формування та розвитку.

Управління цими процесами вимагає кількісної оцінки соціального капіталу. Така оцінка має певні проблеми. Проблема вітчизняних менеджерів полягає в тому, що не існує науково обґрунтованих технологій його оцінки. Застосування класичних економічних чи статистичних методів щодо цього об'єкту управління неможливо, оскільки всі вони орієнтовані на матеріальну природу явищ, які вони оцінюють. Соціальний же капітал — це нематеріальний ресурс, його оцінка можлива тільки із застосуванням інструментів тих наук, які працюють з нематеріальними явищами і процесами. При створенні механізму вимірювання соціального капіталу за технологіями соціології необхідно на першому етапі сформулювати гіпотези, потім — виконати структурну та факторну операціоналізацію явищ і процесів, що досліджуються.

Структурна операціоналізація поняття соціальний капітал включає соціалізацію працівника, організаційну культуру, довіру, психологічну сумісність, роль кожного працівника в колективі.

Для розроблення механізму управління соціальним капіталом підприємства необхідно виконати не тільки структурну, а й факторну операціоналізацію цієї категорії. Ці процеси дозволяють перейти до системи конкретних індикаторів. На їх основі менеджери отримують можливість оцінити такі фактори соціального капіталу, як емоційно-психологічний клімат в колективі, довіра членів колективу один до одного та до керівників, рівень розвитку взаємопідтримки та ін. Ці оцінки дозволять отримати інтегральну оцінку розвитку соціального капіталу на підприємстві і сили впливу факторів на нього. Первинна інформація для оцінки соціального капіталу збирається за допомогою методів, розроблених в соціології — анкетування та інтерв'ю.