

УДК 005.33:330.1:658.3

*Ліва Ольга Миколаївна****СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ
СОЦІАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. У статті показано еволюцію соціального капіталу підприємства як економічної категорії. Висвітлено основні теоретичні доробки щодо трактування соціального капіталу провідними вченими та надано авторську концепцію визначення даного поняття. Здійснено порівняльний аналіз соціального та людського капіталів. Визначено ключові складові соціального капіталу та відображено економічні ефекти від управління соціальним капіталом підприємства.

Ключові слова: соціальний капітал, концепція, організаційний розвиток, довіра, ділова репутація, соціальні мережі, соціальні норми та цінності.

Вступ. У процесі флуктуації зовнішніх детермінант діяльності підприємства, на фоні нестабільної макроекономічної ситуації все більшого значення набувають нематеріальні інструменти менеджменту. Посилення уваги до таких складових соціально-економічного розвитку компанії, як формування соціальних мереж, норм і цінностей, довіри, зовнішньої ділової репутації, спровокувало виникнення концепції соціального капіталу.

Останнім часом активізувалося дослідження соціального капіталу у науковій спільноті, що обумовлено поступовим переходом від класичної теорії використання ресурсів до постмодерністичної економічної теорії, заснованої на впровадженні інтелектуальних і соціальних важелів управління. Беззаперечним залишається факт існування соціального капіталу на мікро-, мезо- та макрорівнях, що спричиняє сутнісно-змістовну дефініцію теоретичних доробок учених. Адже зовсім різні методології будуть використовуватися щодо визначення та оцінки соціального капіталу з боку держави та з боку підприємства. Саме тому особливо актуальним є формування та відмежування концепції соціального капіталу в теорії та на практиці управління підприємством.

На протязі останніх десятиліть проблематика соціального капіталу знаходилася в полі зору таких зарубіжних вчених, як В.Бейкер, П. Бурд'є, Дж. Коулман, Р. Патнем, Ф. Фукуяма. Щодо розвитку і формування теорії соціального капіталу в Україні та країнах СНД, значний вплив мали вчені-економісти А. Л. Баланда, В. М. Геєць, О. А. Грішнова, М. Е. Горожанкіна, О. А. Демянчук, М. С. Дороніна, А. В. Ланцман, М. Д. Лесечко, Н.М. Лебедева В. І. Надрага, А. І. Нечепуренко, Л. Г. Смоляр, Л. В. Стрельникова, Т. В. Шаповалова, Л. В. Швець, П.Н. Шихерева та ін.

Постановка задачі. Добре продуманий бізнес-план, наявність матеріальних і фінансових ресурсів не завжди є гарантими успішного розвитку підприємства. Нерідко при реалізації проектів менеджери зустрічаються з труднощами організаційного характеру, які здебільшого спричинені відсутністю соціальних контактів, незлагодженою роботою колективу та низьким рівнем довіри. Вирішення даних практичних проблем зумовлює введення в економічний апарат підприємства категорію соціального капіталу. Неоднозначність підходів науковців до визначення соціального капіталу обумовлює необхідність його подальшого дослідження з метою уніфікації даного поняття в економіці та управлінні підприємствами.

* **Ліва Ольга Миколаївна** — аспірантка кафедри стратегії підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», olivam@ukr.net

Результати. Витоки концепції соціального капіталу беруть свій початок з американського дослідника Л. Дж. Ханіфана, який у 1916 році вперше вжив термін «соціальний капітал». У своїй роботі автор наголошує про важливість взаємодії в колективі з метою підвищення успішності, надаючи таке трактування соціального капіталу: «Ті нематеріальні субстанції, які найбільше використовуються в повсякденному житті людей, а саме: добра воля, братерство, взаємна симпатія та соціальне спілкування серед окремих осіб і сімей, які становлять соціальну одиницю... Якщо людина може вступити в контакт з ближніми своїми, а вони з іншими сусідами, то буде нагромадження соціального капіталу, яке може одночасно задовольнити її соціальні потреби та може нести соціальну потенцію, достатню для істотного поліпшення умов життя у всьому світовому співтоваристві» [1].

У першій половині XIX століття були здійснені вагомі дослідження таких елементів соціального капіталу, як соціальні мережі та ділова репутація. На даному етапі проводилися соціально-психологічні експерименти щодо особливостей взаємодії в групах, специфіки зав'язування нових знайомств і впливу суспільної думки на поведінку людей. І хоча дані дослідження несли суто соціальний характер, проте з точки зору індуктивного вивчення соціального капіталу вони є джерелом економічних ефектів для організації. Інклюзивність соціального капіталу полягає в тому, що практично неможливо обмежитися суто мікроекономічними інструментами, не застосовуючи існуючих макроекономічних, соціальних і психологічних наукових розробок.

Слід зауважити, що ключовий терміном, з якого витікає поняття соціального капіталу, є «взаємодія» і за змістовним характером, вимагає інтеграції економічної та соціальної науки. Тому існує необхідність у використанні соціологічних досліджень при розробленні економічної моделі соціального капіталу.

Відомий соціальний психолог Д. Карнегі, який є одним із засновників теорії спілкування, у 30-х роках минулого століття першим звернув увагу на економічну сутність соціального капіталу, сформувавши концепцію безконфліктної та успішної взаємодії [2]. Продуктивне спілкування дозволяє знайти підхід до ключових контрагентів, досягнути компромісу у вирішенні проблеми з партнерами та співробітниками та створити позитивний імідж для підприємства. Налагоджені комунікації з постачальниками та споживачами надавали менеджерам можливість значно розширити свої збутові мережі та отримати доступ до цінних ресурсів. Таким чином, ефективна взаємодія стає стержнем фінансово-матеріального розвитку підприємства, а соціальний капітал переходить з соціального до економічного об'єкта вивчення.

На рис. 1 відображено концептуальну дилему дефініції соціального капіталу в економічній науці. Необхідність аналізу соціального капіталу підприємства за мікроекономічним підходом обумовлена його здатністю впливати на ефективність використання ресурсів, хоча спусковим механізмом для активації є використання його соціально-психологічних особливостей. Наукові експерименти 50—60-х років окреслюють психологію взаємодії та акцентують увагу на залежність особистої думки від суспільних тверджень. Саме тут починається простежуватися тонка грань соціального капіталу, який є локатором ефективних рішень та інноваційних змін. Зародження та розвиток ідеї формує людський капітал, проте стимули до дій та прийняття управлінських рішень генеруються під впливом соціального капіталу. Соціальний капітал — це своєрідне середовище плину бізнес-процесів. І якість кінцевого продукту, конкурентоспроможність підприємства в значній мірі залежать від злагодженості, налагодженості та ефективності комунікацій між праців-

никами та з клієнтами компанії. Сформована корпоративна думка, згуртованість, довіра — ті психологічні та соціальні чинники, під впливом яких нарошуються інтелектуальні рішення компанії. Під тиском думки та дій більшості співробітників окремий індивід формує своє світосприйняття підприємства та обирає відповідну поведінку: пасивну чи активну, прагнення до знань і розвитку чи до матеріального винагородження. Якщо в організації присутній високий рівень соціального капіталу, то генерування інновацій та організаційних рішень відбуватиметься в правильному руслі, а працівники відчуватимуть свою значимість і задоволення від роботи. Якщо соціальний капітал перебуватиме на низькому рівні, то співробітники будуть практично позбавлені мотиваційних стимулів і відчуватимуть тягар напружених відносин у колективі. Таким чином, етап соціально-психологічних досліджень виносить таку економічну особливість соціального капіталу, яка проявляється в емпіричній єдності взаємовідносин, мотивації та імплементації рішень.

Поступовий перехід від суспільно-економічного до організаційно-підприємницького значення соціального капіталу починається саме з П. Бурд'є, який першим провів системний аналіз соціального капіталу. У своїй праці «Форми капіталу» [3] П. Бурд'є на рівні з економічним і культурним виділяє соціальний капітал і визначає його як «агрегацію дійсних чи потенційних ресурсів, пов'язаних з включенням до міцних мережевих або більш-менш інституціоналізованих відносин взаємних зобов'язань і визнань». Бурд'є розглядає соціальний капітал у формі певного підсилювача культурно-економічних активів через примноження економічного та культурного капіталу шляхом налагодження комунікаційних мереж підприємства. Проте дослідження П. Бурд'є має чисто метафоричний характер і виключає прикладні аспекти економічного застосування концепції соціального капіталу.

Паралельно до П. Бурд'є, Дж. Колмен розробляє теоретичну парадигму, яка обумовлюється функціями соціального капіталу, та поряд з людським і фізичним капіталом включає різновид соціального капіталу в економічну систему організації. Дж. Колмен зазначає: якщо фізичний і людський капітал є відчутними, то соціальний капітал є майже непомітним, оскільки структурно проявляється у взаємодії індивідів у соціальних мережах і не є безпосередньо зосередженим на засобах виробництва. Базис соціального капіталу складають соціальні зв'язки та внутрішньогрупова довіра [4]. А. Портес на основі виявлених недоліків у визначенні Дж. Коулмена пропонує встановити чітку межу між членством в соціальних структурах і ресурсами, які набуваються в результаті такого членства [5].

У підтвердження ефективності соціального капіталу та соціальної взаємодії виступає науковий доробок Р. Патнема «Боулінг наодинці» [6]. Р. Патнем наводить аргументи про збільшення соціального капіталу там, де наявний високий рівень довіри та високий відсоток членства у добровільних об'єднаннях. Він проводить асоціативний ряд організації гри в боулінг у лігах по відношенню до становлення та розвитку соціального капіталу. Р. Патнем припускає, що є два механізми створення соціального капіталу: «склеювання» — встановлює зв'язки всередині підприємства, «міст» — наводить зовнішні контакти із зацікавленими групами. Р. Патнем вказує на соціальну значущість горизонтальних зв'язків, які є запорукою розвитку організації. Проте він змішує засоби та цілі, і незрозуміло, що призводить до кінцевого результату: взаємодія людей на основі довіри та моралі чи навпаки благополуччя суспільства є основою досягнення високого рівня соціального капіталу [3]. Якщо П. Бурд'є та Дж. Коулмен розглядають соціальний капітал через особистісні аспекти, то Р. Патнем зображає його атрибутами співтовариства.

А. Портес запропонував концептуальну модель походження і природи соціального капіталу та надає йому таке визначення: «очікування щодо колективних дій, які впливають на економічні цілі та мету поведінки своїх членів, навіть коли ці очікування не орієнтовані на економічну сферу» [5]

А. Портес і Дж. Сенсеберенер визначають чотири джерела соціального капіталу [7]:

1) ціннісна інтроекція — встановлення таких відносин між індивідами, коли ціннісні установки колективу сприймаються працівником як свої власні;

2) взаємообмін операціями — накопичення ділової репутації та норм взаємності за рахунок раніше здійснених добрих справ по відношенню до інших суб'єктів;

3) гранична солідарність — сфокусована на ситуативних обставинах, які можуть призвести до принципової групової поведінки. Зародженням граничної солідарності можна вважати інформованість робітників про капіталістичну експлуатацію. Гранична солідарність виникає, коли працівники стикаються із загальними негараздами на підприємстві, та позитивно проявляється у вигляді дотримання норм взаємної підтримки;

4) чинність довіри — врахування відмінностей між сутнісною та формальною раціональністю при здійсненні ринкових угод. Формальна раціональність пов'язана з операціями на основі загальновизнаних норм і відкритого обміну; сутнісна раціональність припускає партикуляристські зобов'язання членів монополій, які утворюють конкретну групу.

Концепція соціального капіталу А. Портеса є особливо ціннісною, оскільки вказує на відмінності в характеристиках соціальних зв'язків серед осіб, пояснюючи ці відмінності як результат різноманітних характеристик соціальної мережі, і як результат ступеня або типу вбудованості в мережу. А. Портес наводить приклад різних типів мотивації відносно структурування соціального капіталу, уникаючи односпрямованого раціонального вибору, запропонованого Дж. Коулменом.

Із загальнонаукової точки зору Ф. Фукуяма [8] розглядає соціальний капітал як певний потенціал суспільства чи його частини, який виникає внаслідок довіри між його членами. Він може бути втілений у найдрібнішому соціальному колективі — сім'ї, та самому великому колективі із можливих — нації, і всіх колективах, які існують у проміжку між ними. Соціальний капітал відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що зазвичай він створюється та передається шляхом культурних механізмів — таких як релігія, традиція, звичаї.

Важливим є встановлення зв'язку соціального капіталу по відношенню до інших форм капіталу підприємства. Соціальний капітал слід відрізнити від людського, який базується на індивідуальних знаннях, здібностях і навичках, у той час як соціальний капітал виникає на платформі соціальної взаємодії колективу та не може продукувати додану вартість для підприємства за рахунок окремо взятої особи. Відмінності між людським та соціальним капіталом наводить С. Барон, який визначає соціальний капітал як «якість, створену поміж людьми, коли людський капітал є якістю індивідів» (табл. 1) [9]. Дослідники відмічають певну синергетичність взаємодії людського та соціального капіталу, яка має позитивний вплив на фінансові результати організації. Останнім часом спостерігається тенденція, коли топ-менеджери шукають працівників не тільки з високим людським, а соціальним капіталом, таким чином збільшуючи свої нематеріальні активи. Адже працівники з високим соціальним капіталом мають більший доступ до необхідної інформації, здатні глибше зрозуміти проблему та знайти функціональне рішення [10].

Таблиця 1

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ ЛЮДСЬКОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

		Людський капітал	Соціальний капітал
Фокус		Індивід	Взаємовідносини
Вимірювання		Тривалість Кваліфікація	Членство/участь Рівень довіри
Результати	Прямі:	Дохід, продуктивність	Соціальна згуртованість
	Непрямі:	Здоров'я, громадська активність	Економічні досягнення Збільшення соціального капіталу
Модель		Лінійна	Інтерактивна/циклічна
Політика		Знань та вмінь, доступності та норм прибутку	Членства, нарощування потенціалу та розширення прав та можливостей

Джерело: [9]

Х. Гоулд [11] висвітлює культурний капітал як форму соціального капіталу, розглядаючи культурний взаємообмін як зміцнення партнерських відносин та соціальних мереж.

С. Адлер і С. Квон виділили внутрішній, зовнішній і змішаний прояв соціального капіталу (табл. 2) [12]. Коли окремо взята персону підтримує зв'язок з іншими колегами, то буде спостерігатися внутрішній рівень соціального капіталу, якщо ж розвивається мережа відносин між суб'єктами в колективі, то це є зовнішнім проявом соціального капіталу, відповідно виникає змішаний тип прояву соціального капіталу на основі комбінації індивідуальних і колективних зв'язків. Також було виділено 3 виміри соціального капіталу: структурний, когнітивний, реляційний. Структурний вимір соціального капіталу вказує на взаємовідносини між співробітниками, на обмін інформацією між ними та включає в себе модель організаційних зв'язків у мережі. Соціальні мережі дозволяють скоротити часові затрати та видатки, необхідні для збору інформації, а також налагоджують організаційне навчання, прискорюють інноваційний розвиток підприємства, сприяють активній взаємодії співробітників. Реляційний вимір соціального капіталу концентрується на природі відносин, на характері та якості комунікацій на підприємстві. Реляційний вимір включає довіру, норми, зобов'язання та ідентифікацію учасників [13]. Чим вищий рівень узагальненої довіри, тим вищий рівень корпоративної поведінки та продуктивності, і тим швидше відбувається обмін ресурсами. Якщо люди здатні сприймати та застосовувати знання, мають спільне бачення та розуміння колективних цілей та інтересів, то формується когнітивний вимір соціального капіталу. Коли співробітники поділяють спільні цілі і мають однакові уявлення про те, як взаємодіяти один з одним, то у них виникає більше можливостей для обміну знаннями та ресурсами [14].

Таблиця 2

ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Вид прояву	Автор	Визначення соціального капіталу
Зовнішній прояв	Бейкер (1990)	Ресурс, який актори отримують від конкретних соціальних структур, а потім використовують для досягнення своїх інтересів; він створюється через зміни у відносинах між учасниками
	Беліє, О'Рейлі, Вейд (1996)	Персональна мережа індивіда та елітна приналежність до організацій
	Бурд'є (1985)	Сукупність фактичних або потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства або визнання. Складається з соціальних зобов'язань, які можуть бути конвертовані, в певних умовах, в економічний капітал і закріплені у вигляді дворянського титулу
	Бурд'є і Вакан (1992)	Сума коштів, фактичних або віртуальних, що дістається особі або групі через володіння міцною мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства або визнання
	Боксмен, Де Грааф, Флеп (1991)	Кількість людей, від яких можна очікувати надання підтримки та ресурсів, які вони мають у своєму розпорядженні
	Барт (1992; 1997)	Друзі, колеги та загальніші контакти, через які ви отримуєте можливості для використання вашого фінансового і людського капіталу. Можливості посередництва в мережі
	Кнок (1999)	Процес, при якому соціальні суб'єкти створюють і мобілізують свої мережеві зв'язки всередині та між організаціями, щоб отримати доступ до ресурсів інших соціальних акторів
	Портес (1998)	Здатність акторів забезпечувати переваги на підставі членства в соціальних мережах або інших соціальних структурах
Внутрішній прояв	Брехм та Рахн(1997)	Мережа кооперативних відносин між громадянами, яка полегшує вирішення проблеми колективних дій
	Коулман (1990)	Соціальний капітал визначається його функціями. Він — не єдине ціле, а безліч різних суб'єктів, що мають дві спільні характеристики: всі вони складаються з соціальної структури, і всі вони сприяють певним діям окремих осіб, які знаходяться в структурі
	Фукуяма (1995)	Соціальний капітал — здатність людей заради реалізації спільної цілі працювати разом в групах та організаціях. Соціальний капітал можна просто визначити як існування певного набору неформальних цінностей чи норм, яких дотримуються члени групи, що дає можливість співпрацювати один з одним
	Інглхарт (1997)	Культура довіри і толерантності, в якій з'являються обширні мережі добровільних асоціацій
	Портес та Сенсенбренер (1993)	Ті очікування щодо дій колективу, які впливають на економічні цілі та пошук мети поведінки його членів, навіть якщо ці очікування не орієнтовані в напрямку економічної сфери
	Патнем (1995)	Особливості соціальної організації, такі як мережі, норми і соціальна довіра, які полегшують координацію та кооперацію взаємовигідної співпраці
	Томас (1996)	Ті добровільні засоби та процеси, розроблені в рамках громадянського суспільства, що сприяють розвитку цілого колективу

Закінчення табл. 2

Вид прояву	Автор	Визначення соціального капіталу
Змішаний прояв	Лоурі (1992)	Природні соціальні відносини між людьми, які сприяють або допомагають у придбанні навичок і цінних рис на ринку. Актив, який може бути настільки значним, як фінансове заповідання майна в бухгалтерському обліку для підтримання нерівності в нашому суспільстві
	Нахапєт та Гошел (1998)	Сума фактичних і потенційних ресурсів, вбудованих, доступних та отриманих з мережі взаємовідносин, якими володіє індивідуальна або соціальна одиниця. Соціальний капітал, таким чином, включає в себе як мережу, так і активи, які можуть бути мобілізовані через цю мережу
	Пенар (1997)	Мережа суспільних відносин, яка впливає на індивідуальну поведінку і тим самим впливає на економічне зростання
	Шіфф (1992)	Множина елементів соціальної структури, яка зачіпає відносини між людьми, і є затратною чи аргументованою виробництвом та/або функцією корисності
	Вулкок (1998)	Інформація, довіра і норми або взаємності, властиві соціальним мережам
	Адлер і Квон (2002)	Соціальний капітал є ділова репутація, представлена для окремих осіб чи груп. Його джерело знаходиться в структурі та змісті суспільних відносин актора. Його ефективність витікає з інформації, впливу та солідарності, які він робить доступними для актора

Джерело: [12]

За Е. Буено, консолідація таких понять, як довіра, солідарність, відповідальність, чесність, прозорість, лояльність, компроміс, етика конструює нову категорію соціального капіталу [15]. Причому, автор виділяє чотири основні підходи:

- 1) впливає із теорії економічного розвитку;
- 2) концепція етики та соціальної відповідальності;
- 3) кодекси корпоративного управління;
- 4) інтелектуальний капітал.

Деякі науковці схиляються до визначення соціального капіталу як взаємної довіри. Наскільки легко людям працювати один з одним — це те, що формує русло трансакційних витрат, це прямий зв'язок між соціальним капіталом і бізнес-процесами організації [16]. Соціальний капітал накопичується шляхом взаємодії учасників підприємницької діяльності.

Вітчизняними вченими проводиться активне дослідження та формуються різноманітні трактування соціального капіталу, найпоширеніші серед яких представлено в табл. 3.

Таблиця 3

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ВЧЕНИМИ ПОСТРАДІАНСЬКОГО ПРОСТОРУ

Автори	Визначення соціального капіталу
Грішнова О. А.	Соціальний капітал підприємства є нематеріальним активом, що створює організацію через систему соціальних відносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні та чинить системний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати [17]

Закінчення табл. 3

Автори	Визначення соціального капіталу
Мачерінскене І., Мінкуте-Генріксон Р., Іманавічене Ж.	Усвідомлене користування індивіда, організації, соціальної групи чи всього суспільства соціальними мережами, які завдяки довірі, спільним нормам чи правилам, стають засобами досягнення цілі... Соціальний капітал формують такі три елементи: соціальні мережі, спільні норми та переконання, і виділяють два необхідних для формування соціального капіталу фактори: довіра та правила [18]
Радаєв В.В.	Сукупність відносин, які зв'язані з очікуваннями того, що інші агенти будуть виконувати свої обов'язки без застосування санкцій [19]
Татарко А.Н., Лебедева Н.М.	Соціальний капітал — товар чи спосіб, який дозволяє максимізувати корисність та знизити транзакційні витрати [20]
Тяжов А.І., Шапошнікова В.В.	Соціальний капітал — це таке економічне явище, яке виникає в умовах гомогенного середовища, де формується взаємна довіра між економічними суб'єктами, на основі якої складаються зв'язки і формується їх мережева структура, яка прискорює процес громадського руху економічних благ на ринку і у виробництві та мінімізує як транзакційні, так і трансформаційні витрати, економія яких розширює економічні можливості для виходу на вигідніші ринки збуту товарів і закупівлі ресурсів, що сприяє створенню нових мережевих зв'язків і безперервному підвищенню доходів ринкових агентів [21]

На нашу думку, також у даному дослідженні неможливо оминати робоче визначення Світового банку: «Соціальний капітал належить до інституцій, відносин і норм, які формують якість і кількість соціальних зв'язків у суспільстві. Нагромадження даних показує, що соціальна згуртованість має вирішальне значення для суспільства, економічного процвітання та стабільного розвитку. Соціальний капітал є не тільки сумою інститутів, що лежать в основі суспільства, це клей, який скріплює їх разом. Соціальні мережі можуть підвищити продуктивність за рахунок скорочення витрат у провадженні бізнесу. Соціальний капітал сприяє координації та співпраці» [22]. Світовий банк розглядає прояв соціального капіталу у невід'ємній єдності від інститутів, які є організаціями, формальними та неформальними правилами, що формують механізми координації поведінки працівника. Таким чином, соціальний капітал має глибоку інституціональну природу за своєю змістовною наповненістю.

У вузькому змісті соціальний капітал — це горизонтальні взаємозв'язки між особами, які включені у соціальні мережі та пов'язані з ними норми поведінки, які впливають на продуктивність виробництва та благополуччя організації. У широкому розумінні соціальний капітал представлений не тільки горизонтальними, а й вертикальними зв'язками, які виникають на основі взаємовідносин «керівник-підлеглий» та зовнішніх контактів (мостів).

А.Т. Коньков [23] виділяє п'ять основних підходів щодо розгляду феномену соціального капіталу: ресурсний, мережевий, інституціональний, комунікаційний і синергетичний підходи. Так, ресурсна теорія соціального капіталу, розроблена здебільшого Н. Лін, передбачає інвестиції індивідів у соціальні відносини, опосередковано через які вони отримують доступ до ресурсів, унаслідок чого очікуються підвищення доходів від інструментальних та експресивних дій [24]. Мережевий підхід висвітлює соціальний капітал через спрощену взаємодію всередині колективу. Інституціональний підхід ґрунтується на нормативно-ціннісних характеристиках соціального капіталу, таких як довіра, соціальні норми та інститути. Комунікаційний підхід акцентує увагу на всіх тих характеристиках соціального капіта-

лу, які полегшують кооперацію. Розвиток соціального капіталу сприяє збільшенню вартості усіх інших форм капіталу на підприємстві, у чому і проявляється синергетичний ефект.

За сутнісно-змістовною наповненістю соціальний капітал слід відрізнити від соціальної відповідальності. Тоді як соціальна відповідальність впливає тільки на формування позитивного іміджу підприємства, то соціальний капітал є значно ширшим поняттям, яке додатково охоплює налагодження комунікаційних мереж та встановлення довіри. Відповідно політику соціальної відповідальності доцільно розглядати лише як елемент управління соціальним капіталом організації.

Таким чином, доцільно виділити такі складові соціального капіталу підприємства: довіра, соціальні мережі, соціальні норми та цінності та ділова репутація (рис 2).

Довіра як елемент соціального капіталу є економічним активом, який проникає у всі підрозділи підприємства. Високий рівень довіри привносить на підприємство дивіденди за рахунок пришвидшення операцій, зростання мотивації праці та активізації інноваційних рішень. Процес формування культури довіри в організації висуває до контрагентів її взаємодії вимоги прозорих відносин, виконання взятих зобов'язань, демонстрації поваги, демонтування минулих конфліктних ситуацій, привілеювання лояльності, прояснення очікувань щодо досягнення результатів.

Соціальні норми та цінності є неформальними правилами, які формують моделі поведінки працівників у колективі. Соціальні норми повинні фокусуватися на створенні довіри в організації, а соціальні цінності повинні відображати ідеальну картину бачення діяльності підприємства. Використання неформальних цінностей і норм сприяє скороченню затрат і збільшенню виробництва за рахунок ефективнішої координації та кооперації групи індивідів через соціальні мережі.

Соціальні мережі — це канали поширення інформації та знань. На основі соціальних мереж формується інституціональна основа соціального капіталу — приналежність працівника до окремого кола спілкування, членства в певній групі. Налагодження соціальних каналів сприяє зменшенню часу та інвестицій, необхідних для збору необхідної інформації. Матеріальна форма прояву соціального капіталу може втілюватися через соціальні мережі шляхом списків необхідних контактних даних (телефонів, електронних адрес) і присутність у соціальних інтернет-мережах (LinkedIn, Фейсбук). Відповідно і вимірюватися соціальний капітал може через рівень приналежності до тих чи тих мереж, а також через характеристику даних мереж: їх розмір і частоту відвідувань, силу та інтенсивність мережових зв'язків [19]. Знайомства та рекомендації інсайдерів є важливими для побудови міцної соціальної мережі компанії.

Ділова репутація. Управління соціальним капіталом як системним елементом усього капіталу підприємства вимагає взаємодії із споживачами та іншими контрагентами. Соціальний капітал виражається у сприйнятті бренду очима клієнтів компанії. Високий рівень соціального капіталу спонукає не тільки до купівлі та продажу продукції фірми, а надає її виробництву більш глибокого змісту. Ділова репутація — це прояв соціального капіталу на рівні ринкових відносин.

Отже, соціальний капітал підприємства — це нематеріальний фактор виробництва, який формується завдяки комунікаційним зв'язкам, в основу яких покладено довіру, соціальні норми та цінності; та який трансформує людські, організаційні та фінансові ресурси у додану вартість завдяки поширенню інформації та знань, зниженню рівня невизначеності, ризиків і трансакційних витрат, активізації ділової активності та вдосконаленню перебігу бізнес-процесів.

Висновки. Проведені теоретичні дослідження відображають становлення та розвиток концепції соціального капіталу підприємства як економічного активу, який існує в структурах і процесах соціального обміну. Соціальний капітал відображає якість відносин в організації, вимірює взаємозв'язок між її членами та посилює здатність фірми до збереження та залучення клієнтів. Значний запас соціального капіталу організації — це імпульс до підвищення ефективності управління знаннями, активізації інноваційної діяльності підприємства та посилення людського та інтелектуального капіталу підприємства. Ефективне використання соціального капіталу призводить до зменшення трансакційних витрат і пришвидшення оборотних процесів на підприємстві.

Література

1. Hanifan L. J. The Rural School Community Center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* / L. J. Hanifan. — Vol. 67, New Possibilities in Education (Sep., 1916). — P. 130—138.
2. Карнегі Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей [Текст] : пер. с англ. / Д. Карнегі ; ред., предисл. В. П. Зинченко, Ю. М. Жуков. — Новосибирск : Наука, 1990. — 259 с.
3. Bourdieu P. The forms of capital, in J. Richardson (ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* / P. Bourdieu — New York: Greenwood, 1986 — pp.241—258.
4. Coleman J. S. *Foundations of Social Theory* / Coleman J. S. — Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
5. Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology // A. Portes — *Annual Review of Sociology*, 1998. — №24. — P. 1—24.
6. Putnam R. D. *Bowling Alone* / R. D. Putnam — The Collapse and Revival of American Community, Simon & Schuster — New York, NY — 2000.
7. Portes A. & Sensenbrenner J. Embeddedness and immigration. Notes on the social determinants of economic action / A. Portes. — *American Journal of Sociology* 98 (6), 1993. — P. 1320—1350.
8. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. — 640 с.
9. Baron S., J. Field & T. Schuller (eds.), *Social capital. Critical perspectives* / S. Baron — Oxford: Oxford University Press, 2000.
10. Laužikas M., & Dailydaitė, S. Benefits of social capital for sustainable innovation capabilities / M. Laužikas // *Journal of Security & Sustainability Issues*, 2013 — 2(3).
11. Gould H. Culture and social capital, in F. Matarasso (ed.), *Recognising culture* / H. Gould — Bridging papers on culture and development, Gloucester: Comedia, 2001. — P. 85—92.
12. Adler S. P., Kwon S-W. Social Capital: Prospects for a New Concept / S. P. Adler — *Academy of Management Review*, 2002 — 27(1). — P. 17—40.
13. Nahapiet J. and Ghoshal S. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahapiet — *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, 1998 — P. 242—266.
14. Pastoriza D. Antecedents and Consequences of the Internal Social Capital of Organizations: an Empirical Study.
15. Bueno E., Paz Salmador M. & Rodríguez ?. The role of social capital in today's economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital / *Journal of Intellectual Capital*, 2004. — 5(4). — P. 556—574.
16. Lischalk C. Building Social Capital through Creative Interchange. (2002). [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.ciinstitute.com/content/cii_social_capital_working_paper.pdf
17. Грішнова О. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / О. Грішнова, Н. Полив'яна // *Україна: аспекти праці*. — 2009. — № 5. — С. 19—23.

18. Мачеринскене И., Минкуте-Генриксон Р., Иманавичене Ж.С. Социальный капитал организации: методология исследования // СОЦИС– 2006. — № 3. — С. 29–39.
19. Радаев В.В. Еще раз о предмете экономической социологии Экономическая социология / В. Радаев. — Том 3, № 3 — 2002. — С. 21—35.
20. Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Социальный капитал: теория и психологические исследования / Монография. — М.: РУДН, 2009. — 233 с.
21. Тяжов А.И., Шапошникова В.В. Формирование внутрипроизводственных связей как механизм приращения социального капитала. Текст / А.И. Тяжов, В.В. Шапошникова // Вестник КГТУ. — Кострома: 2010. — № 2(24) — С. 7—10.
22. World Bank on Social Capital (2003) [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.worldbank.org/poverty/scapital/methods/
23. Коньков А.Т. Социальный капитал и эффективный бизнес: анализ предпринимательского успеха национальных меньшинств // Вестник МГУ. Серия 18 — Социология и политология. — 2006, № 4.
24. Lin N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action./N. Lin — New York: Cambridge Univ. Press, 2001.

References

1. Hanifan, Lyda J. *The rural school community center*. Annals of the American Academy of political and Social Science, 1916.
2. Karnegi, D. “*Kak zavoevyvat’ druzej i okazyvat’ vlijanie na ljudej*” Novosibirsk, Nauka, 1990.
3. Bourdieu, Pierre. *The forms of capital*. (1986). Cultural theory: An anthology, 2011.
4. Coleman, James S., and James Samuel Coleman. *Foundations of social theory*. Harvard university press, 1994.
5. Portes, Alejandro. *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*. Lesser, Eric L. Knowledge and Social Capital. Boston: Butterworth-Heinemann, 2000.
6. Putnam, Robert D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster, 2000.
7. Portes, Alejandro; Sensenbrenner, Julia. *Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action*. American journal of sociology, 1993.
8. Fukujama, F. «*Doverie: social’nye dobrodeteli i put’ k процветанию*.» М. ООО «Izdatel’stvo ACT», 2004.
9. Baron, Stephen, John Field, and Tom Schuller, eds. *Social Capital: Critical Perspectives: Critical Perspectives*. Oxford University Press, 2000.
10. Laužikas¹, Mindaugas, and Simona Dailidaitė. *Benefits of social capital for sustainable innovation capabilities*, 2013.
11. Gould, Helen. *Culture and social capital*. Recognising Culture—A series of briefing papers on culture and development, 2001.
12. Adler and Kwon, *Social capital: Prospects for a new concept*. Academy of Management Review, 2002.
13. Nahapiet, J. *Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage*, 2011.
14. Pastoriza, D. *Antecedents and Consequences of the Internal Social Capital of Organizations: an Empirical Study*.
15. Bueno E., Paz Salmador M., & Rodriguez ?. *The role of social capital in today’s economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital*. Journal of Intellectual Capital, 2004.
16. Lischalk, Carol. *Building Social Capital through Creative Interchange*, 2002.
17. Grishnova, O. “*Social’nyj kapital: сутnist’, zachennja, vzajemov’jazok z inshimi formami kapitalu*” Ukraïna: aspekti praci, 2009.
18. Macherinskene I., Minkute-Genrikson R., Imanavichene Zh.S. “*Social’nyj kapital organizacii: metodologija issledovanija*” SOCIS, 2006.

19. Radaev, V.V. "Eshhe raz o predmete jekonomicheskoy sociologii Jekonomicheskaja sociologija" Tom 3, 2002.
20. Tatarko A.N., Lebedeva N.M. "Social'nyj kapital: teorija i psihologicheskie issledovanija" Monografija, 2009.
21. Tjzhov A.I., Shaposhnikova V.V. "Formirovanie vnutriprouzvodstvennyh svyazej kak mehanizm prirashhenija social'nogo kapitala". Vestnik KGTU. Kostroma, 2010.
22. World Bank on Social Capital, 2003.
23. Kon'kov, A.T. "Social'nyj kapital i jeffektivnyj biznes: analiz predprinimatel'skogo uspeha nacional'nyh men'shinstv" Vestnik MGU. Serija 18, Sociologija i politologija, 2006.
24. Lin, Nan. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. New York: Cambridge Univ. Press, 2001.

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лива О. Н.,

аспирант кафедры стратегии предприятий
ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет
имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье показана эволюция социального капитала предприятия как экономической категории. Освещены основные теоретические разработки относительно трактовки социального капитала ведущими учеными и предоставлено авторскую концепцию определения данного понятия. Осуществлен сравнительный анализ социального и человеческого капиталов. Определены ключевые составляющие социального капитала и отражены экономические эффекты от управления социальным капиталом предприятия.

Ключевые слова: социальный капитал, концепция, организационное развитие, доверие, деловая репутация, социальные сети, социальные нормы и ценности.

THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE MANAGEMENT CONCEPT OF SOCIAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE

Liva O., PhD.² Student,

SHEI "Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

Abstract. Increased attention to the following components of socio-economic development of the company as the formation of social networks, norms and values, trust, external business reputation, led to the emergence of the concept of social capital. The ambiguity of scientific approaches to the definition of social capital causes further research in order to unify this concept in economics and management. The term «social capital» was used first in 1916 by L. J. Hanifan, but the founder of the concept of social capital as an economic category is considered Bourdieu. Further scientific interpretation of social capital has found place in the writings of such scholars as Adler and Kwon, Fukuyama, Putnam, Portes, Woolcock and etc. It was highlighted the following elements of the social capital of the enterprise: trust, social networks, social norms and values and goodwill.

Theoretical studies show the formation and development of the concept of social capital enterprise as an economic asset that exists in the structures and processes of social exchange. Social capital reflects the quality of relationships in the organization, measures the relationship between its members and enhances the firm's ability to preserve and attract customers. A significant stock of social

capital is an impulse to improve the efficiency of knowledge management, activation of innovative activity of enterprise and strengthen human and intellectual capital of the company. Effective use of social capital leads to a reduction of transaction costs and acceleration of working processes in the enterprise.

Key words: social capital, concept, organizational development, trust, goodwill, social networks, social norms and values.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2015

УДК 330.341

Пономаренко Тетяна Вадимівна*

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СТІЙКОСТІ

Анотація. У статі актуалізовано проблематику ототожнення категорій «стійкий розвиток», «стійкий розвиток корпорацій», «корпоративна стійкість». Встановлено, що сучасне змістовне наповнення останньої має обмежений та атрибутивний характер. Досліджено еволюцію концепції корпоративної стійкості, в рамках якої виокремлено етапи її становлення та теоретичної аргументації; розвитку у взаємозв'язку з аналогічними за змістовним наповненням соціально-орієнтованими концепціями; органічний симбіоз з сучасними управлінськими концепціями. Визначено проблемні аспекти становлення концепції, що обмежують можливості її використання у практиці реального бізнесу.

Ключові слова: стійкий розвиток, корпоративна стійкість, соціальна відповідальність, стейкхолдери, соціально-екологічна діяльність.

Вступ. Масштабні дослідження економічної стійкості характерні для періоду глобальних енергетичних криз (1973—1979 рр.), коли вперше гостро постала проблема обмеженості природних ресурсів. Їх результати сформували базис концепції стійкого розвитку (*sustainabledevelopment*), що орієнтована на забезпечення гармонізації взаємовідносин суспільства та навколишнього середовища. Понятійний апарат парадигми стійкого розвитку поглиблений у працях Д. Деневізюка, Г. Дейлі, Р. Констанці, Б. Євінга, А. Ріда, А. Гейлі, Д. Львова, Д. Медоуза, Й. Рондерса, А. Урсула, К. Холінга. Актуальність і важливість цієї проблематики, а також необхідність її адаптації до рівня підприємств зумовили появу широкого спектру економічних напрямів, репрезентованих у працях Д. Вуд, Т. Ділліка, Дж. Елінгтона, М. Каптейна, А. Конрада, М. Ленджера, А. Мартінуці, Дж. Уемпа, Н. Фінча, К. Хокертса, Р. Штойера та інших. Однак, на сьогодні як у науковому, так і в бізнес-середовищі терміни «стійкий розвиток» (*sustainabledevelopment*), «стійкий розвиток корпорацій» (*corporatesustainabledevelopment*), «корпоративна стійкість» (*corporatesustainability*) розглядаються переважно в якості синонімів, що підтверджують результати досліджень Ч. Марревіка [1, с. 102]. Унаслідок цього виникає класична проблема підміни понять, що унеможливлює розроблення ефективного управлінського інструментарію забезпечення корпоративної стійкості.

* Пономаренко Тетяна Вадимівна — канд. екон. наук, доцент кафедри обліку та фінансів Міжнародного науково-технічного університету імені академіка Юрія Бугая, dvnz@inbox.ru