

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КЕРОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито сутність понять соціального капіталу та соціального потенціалу підприємства як взаємозалежних категорій. Розглянуто формуючі складові соціального капіталу. Надано визначення соціального потенціалу підприємства з позицій забезпечення його керованості.

The article deals with the essence of the concepts of social capital and social potential of enterprises as interdependent categories. Considered formoutvoryuyuchi components of social capital. Provided the definition of social enterprise with the potential position of its manageability.

Ключові слова: потенціал, соціальний потенціал, соціальний капітал, соціальні зв'язки, керованість, управління.

Вступ. В сучасних умовах динамічних перетворень, посилення рівня конкуренції, а разом з тим підвищення економічних ризиків підприємства, обов'язковою умовою забезпечення ефективності керованості є формування соціального потенціалу того чи іншого підприємства, який дозволить досягати поставлених цілей з мінімальними витратами. З огляду на це керівництво підприємства має прийняти ряд заходів задля підвищення ефективності керованості шляхом зміни пріоритетів соціальної політики на підприємстві, формування злагодженої системи взаємодії у колективі, створюючи при цьому нові моделі і типи управління.

Постановка завдання. Метою статті є уточнення сутності соціального потенціалу у забезпеченні керованості підприємства.

Результати дослідження. Поняття керованості слід відрізнити від поняття керування (управління). Якщо звернутись до контекстного вживання поняття керування у рамках класичної теорії управління, то можна отримати досить різні смислові навантаження даної категорії. Так, М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі під управлінням розуміють «процес планування, організації, мотивації і контролю, необхідний для того, щоб сформулювати і досягти цілей організації» [1, с. 25].

Натомість, П. Друкер розглядає управління як «особливий вид діяльності, що перетворює організований натовп в ефективну цілеспрямовану і продуктивну групу» [2, с. 14]. Саме Друкер виділив соціальну складову в процесі керування, який визначив стимулюючим елементом і прикладом значних соціальних змін. В залежності від системи, в якій має здійснюватись процес управління, дана категорія набуває нового сутнісного відтінку, але, з позицій такої економічної системи як підприємство, управління в сучасних умовах слід розглядати як механізм здійснення влади шляхом комунікативних навиків керівництва задля досягнення поставлених цілей.

У даному ракурсі поняття керованості є похідним від поняття керування. В теорії управління під керованістю розуміють можливість перевести систему з одного стану в інший. Оскільки, керованість підприємства ми розглядаємо також з позицій його соціальної складової, то, слід зазначити, що в соціології управління дане поняття розглядають як якісну характеристику соціального середовища, яке дозволяє соціалізованим суб'єктам встановлювати та досягати певних цілей у взаємодії один з одним [3].

Складність керованості організації полягає в її обмеженому характері, оскільки система керування завжди менша за масштабами від системи підпорядкування (виконання), має більш просту організаційну структуру та при цьому характеризується вищим рівнем інформаційного забезпечення та динамічною реакцією на зміну станів внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Керованість – відносна категорія, оскільки рівень і логіка сприйняття управлінських завдань системою підпорядкування різняться від первинних уявлень системи керування. Тому ефект від реалізації поставлених цілей не завжди виправдовує очікування, виключаючи таким чином абсолютний характер категорії керованості.

Не зважаючи на значну концентрованість використання терміну «керованість» у науковому світі, його теоретичне обґрунтування носить поверхневий характер і тлумачиться в залежності від галузі використання та об'єкта дослідження. Якщо мова йде про машини та механізми, то керованість слід розглядати як здатність підлягати керуванню або реагувати машинному механізму на дію керма. З позицій суднобудівної галузі керованість – це здатність судна рухатись за заданою траєкторією [4].

Розглядаючи керованість у синонімічному аспекті, варто зазначити, що дане поняття асоціюють з координованістю, контрольованістю, регульованістю та підконтрольністю [5]. На наш погляд, перелічені терміни є ознаками категорії керованості, але ні в якому разі не являються її синонімами.

Як зазначалось, керованість виникає у процесі відносин системи керуванні і підпорядкування і характеризує здатність об'єкта підлягати керуванню суб'єкта дії. У свою чергу, координованість – це лише узгодженість між діями відносно автономних ієрархічних ланок апарату управління і підпорядкування за поставленими цілями і в часі. Координованість є свідомою постійної взаємопов'язаності і взаємодоповнюваності цих двох систем.

Регульованість, навпаки, не являється постійною чи систематичною складовою процесу управління,

а, скоріше, носить періодичний характер. Вона представляється здатністю об'єкта підлягати коректуванню зі сторони апарату управління у випадку виникнення відхилень від заданих параметрів даного об'єкта, які перешкоджають досягненню поставлених цілей.

Контрольованість і підконтрольність – елементи однієї понятійної системи. Під контрольованістю необхідно розуміти ступінь впливу апарату управління на результативність виконуваних цілей шляхом використання ревізійного механізму і рівень здатності системи підпорядкування реагувати на даний вплив. Натомість, підконтрольність – це засіб забезпечення контрольованості апарату управління, який передбачає несення відповідальності системою підпорядкування за якість здійснених заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що керованість підприємства – це рівень еластичності самоорганізованої системи управління підприємства до зміни поставлених цілей розвитку, що має на меті досягнення оптимального результату діяльності за рахунок узгодженості взаємодії елементів систем керування та підпорядкування на підприємстві. Тобто, керованість не передбачає пасивного підпорядкування, оскільки виражає активні дії усіх сторін у процесі вирішення поставленої задачі.

Трансформаційні процеси в українській економіці створюють умови для становлення і формування конкурентного середовища, прояви якого повсякчас набувають агресивнішого характеру та створюють дестабілізуючі моменти життєвих циклів організації. Досвід іноземних країн свідчить про потребу реалізації ефективності керованості організації шляхом використання потенційних можливостей її соціального капіталу. Тому основну увагу слід приділити питанням розвитку вітчизняного підприємства та процесам формування і реалізації поставлених завдань, розробляючи уніфікований підхід управління соціальним потенціалом.

Визначення категорії «соціальний потенціал» доцільно розпочинати з вивчення підходів сутнісно-змістового обґрунтування поняття потенціалу підприємства у науковій літературі.

В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського слова «*potentia*», що в перекладі означає «приховані можливості», «міць», «сила». Іншими словами, потенціал – це джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення будь-якої задачі, досягнення певної мети [6].

На сьогодні у вітчизняній і зарубіжній економічній думці існує багато досліджень і розробок проблематики управління потенційними можливостями підприємства. Зокрема, до цих питань долучились такі науковці, як Абалкін Л.І., Ареф'єва О.В., Архангельський В.М., Белоусов Р.А., Бланк І.О., Божко Е.А., Гавва В.Н., Гарбуз С.В., Герасимчук З.В., Должанський І.З., Євдокімов Ф.І., Загорна Т.О., Клейнер Г.Б., Ковальська Л.Л., Краснокутська Н.С., Лапін Є.В., Лисяков В.П., Мізіна О.В., Мочерний С.В., Одінцева Г.С., Олексюк О.І., Ращупкіна В.М., Ревуцький А.Д., Репіна І.М., Селезньова Г.А., Старовойтов М.К., Удалих О.О., Федонін О.С., Фомин П.А., Харчук Т.В. та інші.

Аналізуючи трактування поняття потенціалу підприємства, можна дійти висновку, що досі немає єдиного цілісного уявлення щодо сутності, змісту, складових характеристик та функціональних ознак категорії потенціалу як такої. Причиною цього є те, що кожен автор дає визначення з точки зору окремого критерію, через призму якого й розглядається потенціал підприємства.

Узагальнення найпоширеніших підходів визначення змісту поняття «потенціал підприємства» представлено в таблиці 1.

Розглянувши основні підходи визначення терміну «потенціал» в економічній літературі, можна виокремити такі основні підходи:

- 1) визначення потенціалу як ресурсної складової як основного елементу реалізації можливостей підприємства;
- 2) потенціал є результативним фактором і направлений на досягнення конкретної мети підприємства;
- 3) потенціал направлений на здійснення виробничої діяльності і досить часто трансформується у виробничу складову діяльності підприємства;
- 4) потенціал визначається як системно-трансформаційна категорія;
- 5) потенціал є елементом управління підприємством та характеризується вмінням використовувати усі менеджеріальні стратегії для здійснення ефективної діяльності.

На наш погляд, в умовах підвищення ролі управління у всіх ланках економічної діяльності, потенціал варто розглядати як граничні можливості підприємства в обраний проміжок часу, направлені на досягнення оптимального результату за рахунок його ресурсної бази та вірно обраної управлінської стратегії.

З точки зору підприємства потенціал розглядається як певний трансформаційний інструмент процесу адаптації до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, тобто потенціал є динамічною характеристикою діяльності підприємства, яка в повній мірі відображає результати його розвитку та ефективності апарату управління.

У найбільш загальному значенні потенціал підприємства чи організації характеризується чотирма основними рисами [17, с. 12]:

1. Потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з будь-яких причин.

2. Можливості будь-якого підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених для використання.

3. Потенціал підприємства визначається не тільки і не стільки наявними можливостями, але ще й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи.

4. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства (обсяги виробленої продукції або отриманого доходу (прибутку)) визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою.

Таблиця 1

Зміст поняття «потенціал підприємства» в економічній науковій думці

№ п/п	Автор	Зміст поняття
1.	Абалкін Л.І. [7, с. 25]	узагальнена збірна характеристика ресурсів, прив'язана до місця і часу
2.	Белоусов Р.А. [8, с. 3]	спроможність господарської системи освоювати, переробляти народне багатство для задоволення суспільних потреб
3.	Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. [9, с. 28]	максимальні можливості об'єкта функціонування з урахуванням чинників впливу шляхом раціонального використання всіх видів ресурсів для досягнення поставлених цілей
4.	Євдокімов Ф.І., Мізіна О.В. [10, с. 58]	сукупна здатність здійснювати виробничу діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого фінансового результату за умови забезпечення високого ступеня фінансової стійкості і платоспроможності
5.	Клейнер Г.Б. [11]	сукупність ресурсів і можливостей підприємства, визначаючих перспективи його діяльності за тих чи інших сценарних варіантів зовнішніх умов
6.	Краснокутська Н.С. [12, с. 7]	можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів
7.	Лапін Є.В. [13, с.4]	максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг при найбільш ефективному використанні за часом і продуктивністю наявних економічних ресурсів
8.	Мочерний С.В. [14, с.13]	наявність у економічного суб'єкта ресурсів, їх оптимальна структура та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети
9.	Одінцова Г.С., Селезньова Г.А. [15, с. 74]	система взаємопов'язаних елементів, які виконують визначені функції у процесі забезпечення виробництва продукції та досягнення підприємством своєї мети
10.	Старовойтов М.К., Фомин П.А. [16, с. 175]	відносини, які виникають на мікрорівні між працівниками самого підприємства з приводу отримання максимально можливого виробничого результату, який може бути отриманий при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів, при наявному рівні техніки і технологій, передових формах організації виробництва і не залежно від стану зовнішнього середовища
11.	Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. [17, с. 11]	інтегральне відображення (оцінка) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси

Знаючи, що ціль будь-якого підприємства – отримання прибутку з оптимальними витратами, можна зробити висновок, що процес формування його потенціалу полягатиме у створенні і організації системи ресурсів і ключових компетенцій, які у взаємодії мали б можливість досягти оптимального результату діяльності підприємства.

Фундаментальні засади управління потенціалом можна вважати доцільними за умови, якщо «процес формування та мобілізації ресурсів починається з того, що механізм використання ресурсного потенціалу організації узгоджується з наявною стратегією» [18, с. 110]. Саме з цього тлумачення випливає, що поняття «ресурс» і «потенціал» різняться мірою залежності від ефективності їх використання. Тобто, наявні ресурси підприємства існують не залежно від міри їх використання, натомість потенціал є невіддільним елементом процесу ефективного управління.

Оскільки, нас цікавить окремий вид потенціалу організації – соціальний потенціал як критерій ефективності керуваності, розглянемо першочергову структурну форму цього поняття – соціальний капітал.

При розгляді особливостей управління організацією в умовах впливу на процеси керуваності інтелектуальної і креативної складової індивіда сучасного світу, слід визнати, що він увійшов у стадію безпосереднього соціального розвитку, яка, в свою чергу, вимагає відповідних методів керування. Сучасні погляди з приводу розвитку організації зосереджені на створенні клімату взаємодовіри і співробітництва не тільки у виробничій діяльності, але й у рішення соціальних проблем колективу, тому реалізація соціального потенціалу є ресурсом розвитку будь-якої організації.

Основоположниками теорії соціального капіталу вважаються П. Бурдьє, Дж. Коулман, Р. Патнем, Ф. Фукуяма. У розкритті принципів формування і використання поняття соціального капіталу як елементу

соціального потенціалу організації внесли суттєвий вклад такі видатні зарубіжні вчені як М. Вулкок, Е. Гідденс, П. Друкер, Дж. Джейкобс, Г. Лоурі, Д. Нараян, А. Портес, Л.Д. Хеніфен, Дж.С. Хоманс, М. Шіфф, Р.Б. Шо, Дж. Якобс, а також українські науковці О.А. Грішнова, Г.А. Дмитренко, Г.В. Назарова, Л.Г. Панченко та ін. Проте наукові дослідження за даною тематикою на даний момент не набули систематичного характеру і вимагають подальших розробок.

Вперше поняття «соціальний капітал» з'явилося в працях Л.Д. Хеніфен (1920 р.) [19, с. 20]. У дискусіях з приводу суспільних центрів у сільських школах «соціальний капітал» використовувався для визначення «субстанцій, важливих у повсякденному житті людей». Такими «субстанціями», згідно Хеніфен, були солідарність і соціальні зв'язки між тими, хто утворює соціальну групу [20, с. 2].

Надалі наукове обґрунтування соціального капіталу здійснила Дж. Джейкобс, яка вивчала соціальні відносини в урбанізованому середовищі. Зазначений термін вона використовувала у своїй роботі «Життя та смерть великих американських міст», де стверджувала, що міцна мережа соціальних зв'язків, існуюча в більш старих кварталах змішаного міського типу, утворювала форму соціального капіталу, яка сприяла суспільній безпеці [21, с. 138].

Перший сучасний систематичний аналіз соціального капіталу провів П'єр Бурдьє, який визначав даний вид капіталу як «сукупність актуальних і потенційних ресурсів, пов'язаних з наявністю міцних мереж зв'язку, більш-менш інституціолізованих відносин взаємного знайомства і визнання» [22, с. 66]. Згідно П. Бурдьє, специфіка соціального капіталу полягає у взаємному обміні очікуваннями.

Найбільш широкий розголос поняття «соціальний капітал» отримало після розширеного трактування Джеймсом Коулменом у своїй фундаментальній роботі (1990 р.). На думку автора, соціальний капітал – це потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, який цілеспрямовано формується в міжособистісних відносинах: зобов'язання та очікування, інформаційні канали і соціальні норми. Як і інші форми капіталу, соціальний капітал є продуктивним, проте, на відміну від них, він має місце у структурі відносин між людьми і серед людей. Соціальний капітал визначається Дж. Коулменом як ресурси соціальних відносин і мереж зв'язків, полегшуючих дії індивідуумів за рахунок формування довіри, визначення обов'язків і очікувань, формулювання норм, створення асоціацій. Тому цінність соціального капіталу полягає у ресурсах, які можна використовувати для досягнення своїх цілей [23, с. 123].

Роберт Патнем визначає соціальний капітал як ресурс, який відноситься до зв'язків між людьми: соціальним мережам і нормам взаємності і довіри, виникаючим на основі зв'язків [24, с. 38]. Дослідження Р. Патнема зосередили акцент на природі соціального капіталу як суспільного блага, а не на його економічній функції, як було раніше. Даний підхід, який отримав подальший розвиток у роботах А. Портеса, Ф. Фукуями та інших науковців, багато в чому визначає сучасний стан наукових дискусій у заданій галузі.

У фундаментальній роботі Р. Патнема, Р. Леонарді та Р. Нанетті. Науковці дослідили негативні явища в економічній сфері Італії, які виникли через недовіру і нездатність співпрацювати заради досягнення спільного блага. Необхідність дотримання угод у суспільстві, де панує цілковита недовіра, вимагає залучення третьої сторони (мафії), що спричинює більші витрати порівняно з добровільним співробітництвом, механізмом якого виступає соціальний капітал. Завдяки останньому забезпечується ефективність розвитку суспільства, полегшується координованість дій, стимулюється розвиток спонтанної кооперації [25, с. 204].

У 2000 році була опублікована легендарна книга Роберта Патнема «Боулінг поодиноці», в якій автор аналізує різницю між двома видами соціального капіталу: зв'язку капіталу і подолання капіталу. Поєднання цих двох понять відбувається під час соціалізації з людьми, схожими один з одним, наприклад, за показниками віку, релігії, смаків і т.п. Проте, для створення належних і ефективних умов співпраці, необхідно мати інший вид капіталу – подолання [24, с. 76]. Подолання полягає у становленні та зміцненні стосунків між людьми, погляди і цінності яких можуть суттєво відрізнятись. На думку вченого, при поєднанні цих двох видів капіталу, їх сумарний ефект впливу збільшується у рази, що підвищує економічні результати такої взаємодії, оскільки люди ефективно і цілеспрямовано працюють на досягнення спільної мети.

У своїй роботі Р. Патнем доводить, що у другій половині ХХ століття багато аспектів соціального життя знизились до загрозливого рівня. Назва книги виникла із того факту, що у 1980–93 рр. командна гра у боулінг у США скоротилась на 40%, в той час як поодинокий боулінг зріс на 10%. В країні спостерігається тенденція все пасивнішої участі громадян в громадських об'єднаннях, зменшується активність виборців, а також відвідування церкви та членство у профспілках, знижується інтерес до діяльності на добровільних засадах. У ситуації, що склалася, вчений вбачає занепад соціального капіталу, дефіцит якого полягає у чотирьох основних факторах:

- по-перше, збільшення тривалості робочого дня та зростаючий брак часу і грошей призводять до зниження кількості соціальних контактів;
- по-друге, безупинне зростання передмість змушує людей оселятись далеко від рідних та друзів, що ускладнює контакти;
- по-третє, телебачення та мережеві ЗМІ поглинають дозвілля, залишаючи все менше часу на активні заняття і добровільчу діяльність;

- по-четверте, це «генераційні зрушення» від цивільної свідомості старшого покоління до егоїзму наступних поколінь.

У концепції соціального капіталу Патнема знайшовся ряд критиків. Найактивніший з них – Річард Флорида – емпіричним шляхом довів всю абсурдність основних положень наукових розробок Р. Патнема. Р. Флорида стверджує, що індивіди сучасного суспільства не потребують стислих контактів з сусідами, рідними та близькими, а, навпаки, віддають перевагу слабким зв'язкам. Типи співтовариств, які гарантують економічне зростання, на сьогодні зазнали значних трансформацій. Необхідні досі соціальні структури, навпаки, перешкоджають успіху. Традиційні уявлення про згуртоване товариство мають тенденцію до придушення економічного зросту та інновацій, і ті суспільні структури, які забезпечували підтримку в минулому, нині стають джерелом обмежень. Суспільству нового типу характерні більш різноманітні дружні контакти, індивідуалізація занять і послаблення зв'язків всередині співтовариств. Статистика підтверджує дані спостереження [26, с. 107]. Таким чином, методи, які використовувались суспільством для забезпечення економічного зростання, пережили трансформацію і на сьогодні є недовірними.

Різнорманітність зовнішніх соціальних зв'язків спричинила їх слабкість, оскільки індивід мав все менше часу на підтримку тісних контактів, зосереджуючи основну увагу на власній інноваційній і креативній діяльності. Вважається, що найбільш технологічно розвинуті регіони з високим рівнем економічного зростання мають, навпаки, низький рівень соціального капіталу.

Доводячи у такий спосіб відсутність залежності між соціальним капіталом і економічним ростом, противники теорії соціального капіталу потрапили у власну пастку. Соціальні структури, які акумулюють соціальний капітал, дійсно втратили свою першочергову актуальність. Але втратили її лише у зовнішньому середовищі підприємства. З розвитком попиту на технологічні інновації соціальний капітал суспільства трансформувалася з громадянської сфери у робочу. Саме тому контакти з рідними, друзями, сусідами носять поверхневий характер. Натомість, соціальні зв'язки стали менш тісними та більш диверсифікованими у трудовому колективі, де необхідний швидкий обмін досвідом і інформацією на довірчій основі задля досягнення спільної мети робітників підприємства.

У перекладі на ситуацію у цілому суспільстві це означає, що стратегічно виграють ті спільноти, де є високий рівень взаємодовіри й відповідальності, тобто – значний соціальний капітал. І навпаки – програють ті спільноти, де соціальний капітал низький: ніхто нікому не довіряє, контракти не виконуються, банки банкрутують або ж перетворюються на шахрайські піраміди, інституції неефективні й безвідповідальні, за кожну послугу доводиться платити хабар [27].

Основна ідея роботи Френсіса Фукуями, який продовжував аналіз соціального капіталу у масштабах суспільства, полягала у тому, що переважання довіри у суспільстві породжує соціальний капітал, який відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що створюється і передається за допомогою таких культурних механізмів, як релігія, традиція чи історична звичка [28, с. 203]. Соціальний капітал – це здатність людей утворювати колектив і працювати у ньому заради загальної мети. Тобто, це сукупність норм, соціальних відносин, які й дозволяють спільно працювати, підпорядковуючи свої інтереси інтересам колективу.

Окремо необхідно виділити дослідження Алехандро Портеса, у ході яких були виявлені множинні джерела формування соціального капіталу. Автор дає наступне визначення: «Соціальний капітал – це здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на підставі свого членства у певній соціальній мережі чи у більш широкій соціальній структурі...» [29, с. 3].

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що у межах існуючої парадигми соціального капіталу можна виділити теорії індивідуального та колективного соціального капіталу. Теорія колективного соціального капіталу представлена дослідниками Дж. Коулменом, Р. Патнемом та ін. В ній соціальний капітал розглядається як надбання, яке створюється спільнотою та приносить їй прибутки. Теорію індивідуального соціального капіталу розробляли такі автори як: П. Бурд'є, Н. Лін, Р. Барт та інші. У межах даної теорії соціальний капітал сприймається у якості феномена мікрорівня – він створюється та приносить прибутки індивідуальним акторам.

Представник напрямку мережевого аналізу Ролан Барт у своїй праці «Соціальний капітал структурних отворів» визначив індивідуальний соціальний капітал як «приятельські контакти між колегами по службі та більш широкі контакти, через які ви маєте змогу використовувати свій фінансовий і людський капітал» [30, с. 149]. В протипагу, Нан Лін трактує соціальний капітал як ресурси, що містяться у соціальних мережах і обраховує об'єм соціального капіталу, сумуючи цінні ресурси (багатство, влада, авторитет) приналежні акторам з якими фокальний (центральный) актор має прями чи опосередковані зв'язки [31, с. 19].

Ми зазначили лише основні, на нашу думку, підходи до визначення сутності соціального капіталу. Більш ширшу класифікацію підходів в залежності від виду класифікаційної ознаки можна зобразити наступним чином (табл. 2), [32, с.86].

Досить часто тлумачення поняття соціального капіталу ототожнюють з такими поняттями як трудовий, людський, інтелектуальний, культурний чи кадровий капітал. У зв'язку з цим спеціалісти не можуть дійти до одноголосного рішення з приводу структурних складових соціального капіталу. Тому розглянемо докладніше кожну вказану категорію капіталу.

Класифікація підходів до визначення сутності соціального капіталу

Класифікаційна ознака	Оціночні підходи	Представники підходу
Метод дослідження	- економічний - соціально-психологічний - статистичний	Ф. Фукуяма, Р. Патнем, Д. Нараян, М. Вуллок
Предмет дослідження	Визначення соціального капіталу як: - нематеріального активу - системи відносин	М. Вуллок, Р. Патнем, М. Скиф, Р. Берт, П. Бурд'є, Дж. Коулмен
Об'єкт дослідження	- общинний - мережевий - інституціональний - синергетичний	А. Портес, Т. Скокпол, С. Нек, П. Еванс, Д. Нараян
Рівень розуміння та оцінки	- макрорівневий - мезорівневий - мікрорівневий	С.П. Боргатті, К. Джонс, М.Г. Еверет, Н. Лин, Ф. Фукуяма
Тип факторів впливу	На основі оцінки: - екзогенних факторів - ендогенних факторів	Д. Нараян, М. Вуллок, О. Демків

Трудовий капітал – категорія ресурсна, тобто це можливість використання трудових ресурсів організації (наприклад, фізичних, інтелектуальних, творчих здібностей людини до праці).

Людський капітал вважається похідною характеристикою категорії «трудовий капітал» і являє собою сукупність якостей, особистісних рис і мотивацій індивіда, які визначають продуктивність праці (освіта, інтелект, здоров'я, знання, природні здібності та ін.). Людський капітал – індивідуальне благо. Це суттєво відрізняє його від соціального капіталу, який формується, відтворюється і реалізується лише у взаємодії індивідів.

Категорія «капітал» набула свого широкого використання після виходу у світ книги Г. Беккера «Людський капітал» (1964 р.). У своїй роботі Гері Беккер провів розрахунок економічної ефективності освіти і визначив людський капітал підприємства як сукупність навичок, знань та вмінь людини, витрати на отримання яких (шляхом освіти, корпоративного навчання та ін.) можуть з часом приносити значний прибуток як співробітників, так і керівників. Але, крім високого рівня освіти, людський потенціал складають такі характеристики, як уміння працювати в команді, довіра, емоційна стійкість, толерантність, адекватний рівень самооцінки кожного співробітника, оптимізм, відповідальність, здатність до співпраці та готовність оперативного реагування на зміни [33, с. 118]. Саме ця соціальна спрямованість на досягнення суспільного ефекту від сумісної діяльності людського потенціалу дістала назву соціального капіталу.

Деякі фахівці вважають, що людський капітал є елементом інтелектуального капіталу підприємства. Фінансовий аналітик Олексій Симулін, наприклад, виділяє три структурні елементи інтелектуального капіталу [34]:

1. Людський капітал, який включає в себе ноу-хау, кваліфікацію, досвід і навички співробітників. Простіше кажучи, людський капітал – це все, що стосується людей: не тільки їх інтелект, знання й досвід, але також і інші якості, такі як лояльність, мотивація та вміння працювати у команді.

2. Внутрішній структурний капітал (або організаційний капітал), який включає в себе системи, політику, культуру компанії, внутрішні бізнес-процеси та інші її можливості, які відрізняють дану організацію від інших, збільшуючи її вартість.

3. Зовнішній структурний капітал (або капітал зв'язку). Цей капітал складається із відносин (зв'язків), які мають люди поза межами організації по відношенню до самої організації, наприклад, лояльність клієнтів до послуг компанії. Частиною такого капіталу є також бренди, торгові марки та ін.

З даної класифікації бачимо, що людський капітал є елементом інтелектуального, але, в той же час, інтелект, як окрема категорія, є структурною компонентою людського капіталу.

Інтелектуальний капітал – це інтелектуальне багатство організації, що визначає її творчі можливості по створенню й реалізації інноваційної продукції [35, с. 23].

Створення інноваційної продукції і додаткової вартості підприємства неможливе без відповідної мотивації персоналу, професіоналізму, знань і відповідних інтелектуальних здібностей. Всі ці елементи характеризують людський капітал. Тому, ми безапеляційно стверджуємо, що людський капітал реалізується шляхом інтелектуального капіталу, однак ні в якому разі не є його структурним елементом. З іншого боку, інтелектуальні ресурси можуть породжувати людський капітал, трансформуючи за рахунок інтелекту отриману інформацію у знання, однак, і в цьому випадку, мова не йде про підпорядкування елементів однієї категорії в іншу.

Культурний капітал являє собою мовну і культурну компетенцію людини, багатство у формі знань, ідей, які легітимують статуси і владу, підтримують встановлений соціальний порядок, існуючу в суспільстві ієрархію. Його накопичення пов'язане з навичками соціалізації в певному суспільному середовищі – засвоєнням і частковою інтеріоризацією інституціональних обмежень, що дозволяють діяти за правилами, прийняти у рамках того або іншого господарчого порядку [36].

Мет Відал у своїй статті «Капітал, влада і клас» проаналізував погляди П'єра Бурдьє на категорію культурного капіталу через призму порівняння з соціальним капіталом у сучасних умовах. На думку автора, соціальний капітал складається з таких ресурсів, які виникають з відносин між людьми, а саме: соціальні мережі, групова приналежність і знайомства зі впливовими у суспільстві людьми. Культурний капітал, натомість, представляє собою більш складне явище, що включає у себе соціальне положення, звички, а також способи пізнання, розуміння і дії. Культурний капітал безпосередньо пов'язаний з володінням інформацією про те, як поводитись у конкретній ситуації чи як споживати, оцінювати і використовувати конкретні речі, чи то об'єкт мистецтва, чи комп'ютерна техніка [37].

Достатньо поширеним у літературі є ототожнення кадрового капіталу з трудовим капіталом підприємства. Якщо розглянути ці два поняття з точки зору потенційних можливостей підприємства, то кадровий потенціал підприємства є меншим трудового потенціалу на величину потенційних можливостей некваліфікованих і малокваліфікованих робітників, нештатних робітників і сумісників, оскільки, як відомо, кадри підприємства – це сукупність його постійних працівників, а трудовий колектив – сукупність усіх осіб, які беруть участь у трудовій діяльності підприємства. В цьому і полягає відмінність цих двох понять.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити наступні висновки:

- 1) кадровий капітал підприємства у поєднанні з капіталом некваліфікованих і малокваліфікованих робітників, нештатних робітників і сумісників формують трудовий капітал;
- 2) трудовий капітал, у свою чергу, поєднуючись з капіталом якостей і особистісних рис індивіда, його мотивацій, утворює категорію людського капіталу підприємства;
- 3) людський капітал знаходиться у постійній взаємозалежній взаємодії з інтелектуальним і культурним капіталом, в результаті чого і виникає соціальний капітал підприємства.

Схематично отримані висновки пропонуємо відобразити за допомогою структурно-логічної моделі формування соціального капіталу підприємства (рис. 1).

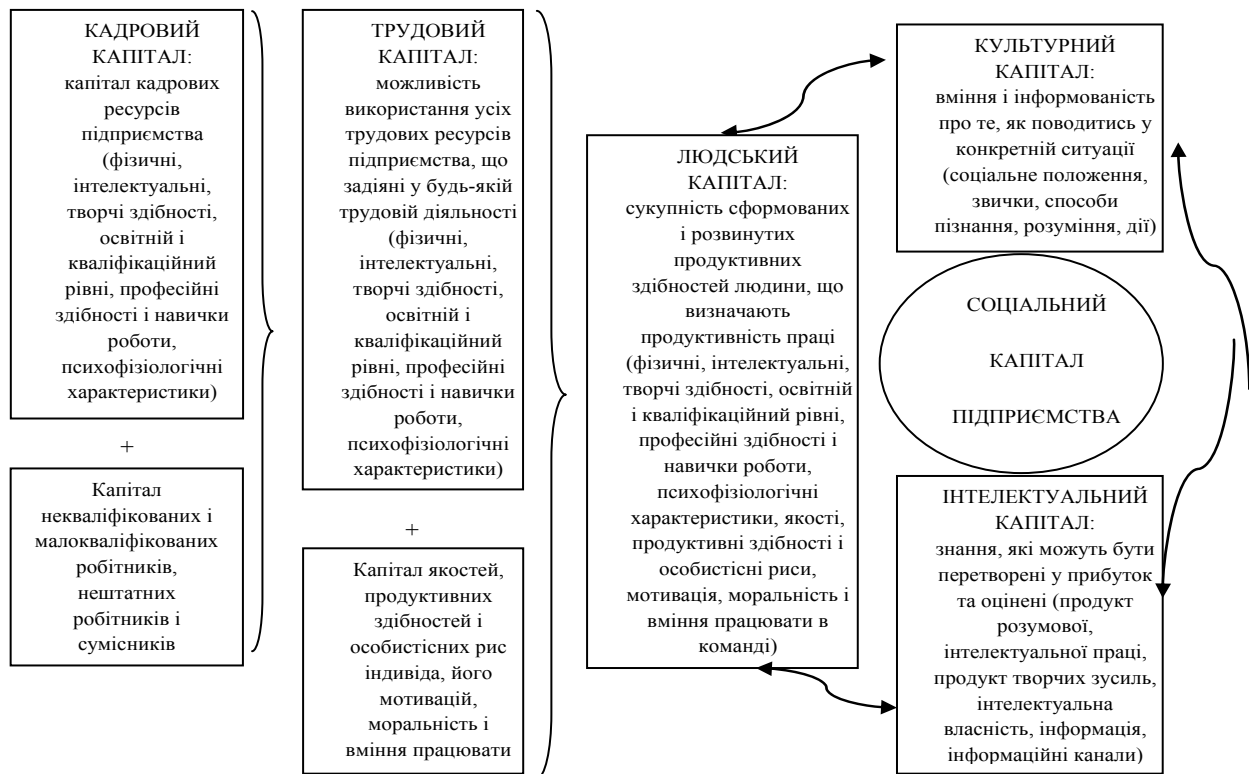


Рис. 1. Структурно-логічна модель формування соціального капіталу підприємства

Таким чином, соціальний капітал представляє собою обмін інформаційними, професійними, інтелектуальними ресурсами, досвідом, знаннями, навичками через канали і технології комунікації або за допомогою безпосередніх соціальних зв'язків і спільних колективних дій на основі взаємної довіри і допомоги, у результаті чого формується культура праці і особлива корпоративна культура колективу підприємства.

Важливою особливістю соціального капіталу є те, що він пов'язує усі існуючі ресурси підприємства, підвищуючи у разі їх потенціал і дозволяючи використовувати їх у взаємозв'язку значно ефективніше, ніж кожний ресурс окремо. З цієї позиції призначенням соціального капіталу є посередництво між суб'єктами соціальних відносин (акторами), ресурсами та капіталами, що пов'язують їх у єдину соціальну мережу.

З нашої точки зору, соціальний капітал є фактором виробництва підприємства, що виникає у результаті довірчих неформальних соціальних зв'язків та проявляється шляхом взаємодопомоги у колективі, формуючи таким чином потужні інформаційні канали та соціальні мережі для досягнення вартісної характеристики майбутнього економічного ефекту.

Висновок. Категорії «соціальний капітал» і «соціальний потенціал» є двоєдиними, тобто взаємозалежними та взаємообумовленими. Якщо соціальний капітал – це, перш за все, кількісна характеристика економічних наслідків неформальних соціальних зв'язків між працівниками на підприємстві, то соціальний потенціал – незалежна інтегральна оцінка кількісних та якісних параметрів здатності збільшувати (або зменшувати) економічний ефект результатів діяльності за допомогою нарощування соціальних зв'язків.

Таким чином, узагальнюючи перераховані аспекти сутнісної характеристики категорій «соціальний капітал», «потенціал» та основних характеристик поняття керованості підприємства, можна дати наступне визначення соціального потенціалу (з позицій забезпечення керованості): соціальний потенціал підприємства – це граничні можливості підприємства шляхом взаємного обміну ресурсами у системі неформальних соціальних зв'язків і колективних комунікацій, які існують на довірчій основі, забезпечувати еластичність самоорганізованої системи управління підприємства до реалізації нових цілей і поставлених завдань задля досягнення оптимального результату у найкоротші терміни.

Дане визначення соціального потенціалу є більш ширшим за усі існуючі, оскільки враховує не лише результативну концепцію потенціалу, але й концепцію керованості підприємства в цілому. Тобто, обрана стратегія керованості визначає той чи інший результат діяльності підприємства, але, у свою чергу, будь-який результат є визначальним для обрання тієї чи іншої управлінської стратегії.

Література

1. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. – [3-е изд.]. – М. : Дело. – 2002. – 720 с.
2. Друкер П. Эффективное управление / Питер Друкер ; [пер. с англ. М. Котельниковой]. – М. : Астрель, 2004. – 284 с.
3. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%8F%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>
4. Энциклопедия социологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/socio/>
5. Словарь синонимов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/
6. Современная энциклопедия. 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/38418>.
7. Абалкин Л. И. Диалектика социалистической экономики : [монография] / Абалкин Л. И. – М. : Наука, 1981. – 352 с.
8. Белоусов Р. А. Рост экономического потенциала : [монография] / Белоусов Р. А. – М. : Наука, 1981. – 218 с.
9. Герасимчук З. В. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізм його нарощування : [монография] / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк : ЛДТУ, 2003. – 242 с.
10. Дослідження категорії «економічний потенціал промислового підприємства» [Електронний ресурс] / Ф. І. Євдокімов, О. В. Мізіна // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Донецьк : ДонНТУ, 2004. – № 75. – С. 54–59. – Режим доступа : http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip75/75_09.pdf
11. Словарь основных понятий стратегического планирования [Электронный ресурс] / [под общ. ред. Клейнера Г. Б.]. – М. : КОНСЭКО, 2002. – 502 с. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/dictionary/89>
12. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Краснокутська Н. С. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
13. Лапін С. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.01 «Економіка промисловості» / С. В. Лапін. – Харків, 2006. – 35 с.
14. Економічна енциклопедія : у 3 т. / [редкол. : Мочерний С.В. (відп. ред.) та ін.] – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.
15. Одинцова Г. С. Некоторые аспекты структуризации потенциала предприятия / Г. С. Одинцова, Г. А. Селезнева // Экономика развития. – 2005. – № 2. – С. 74–75.
16. Старовойтов М. К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием : [монография] / М. К. Старовойтов, П. А. Фомин. – М. : Высшая школа, 2002. – 256 с.
17. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

18. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посібник] / Г. В. Савицька. – [2-е вид.]. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
19. Радаев В. В. Понятия капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2002. – № 4. – С. 20–23.
20. Демкив О. Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры / О. Демкив // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 2–8.
21. Jacobs J. The Death and Life of Great American Cities / Jane Jacobs. – New York : Vintage, 1961. – 458 p.
22. Бурдые П. Формы капитала [Электронный ресурс] / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5 (ноябрь). – С. 60–78. – Режим доступа : <http://ecsoc.hse.ru/>
23. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121–139.
24. Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / Robert Putnam. – New York : Simon & Schuster, – 2000. – 541 p.
25. Патнем Р. Д. Творення демократії: Традиції громадянської активності в сучасній Італії / Р. Д. Патнем, Р. Леонарді, Р.І. Нанетті ; [пер. з англ. В. Ющенко]. – К. : Основи, 2001. – 302 с.
26. Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life / Richard Florida – New York : Perseus Book Groups, – 2002. – 432 p.
27. Рябчук М. Залежність від шляху і коридор можливостей [Електронний ресурс] / Микола Рябчук // Рефлексії. – Режим доступа : <http://www.philosophy.ucu.edu.ua/content.php?id=665>
28. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Френсис Фукуяма – М. : АСТ. – 2008. – 736 с.
29. Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology / Alejandro Portes // Annual Review of Sociology. – 1998. – Vol. 24. – pp. 1-24.
30. Burt R. S. The Social Capital of Structural Holes / Ronald S. Burt, in M. F. Guillén // The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field. – New York: Russell Sage Foundation, – 2002. – P. 148–190.
31. Lin N. Conceptualizing Social Support. Social Support, Life Events, and Depression / [edited by Nan Lin, Alfred Dean and Walter Ensel] – Orlando, Florida: Academic Press, – 1986. – pp. 17-30.
32. Мишенин Е. В. Социальный капитал: теоретические подходы к формированию сущности и содержания / Е. В. Мишенин, Н. В. Олейник // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 3. – Т. 2. – С. 84–91.
33. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education / Gary Stanley Becker. – 3rd Edition. – New York: Columbia University Press, – 1994. – 402 p.
34. Симулин А. Секрет «умной» компании. Управление интеллектуальным капиталом [Электронный ресурс] / Алексей Симулин. – Режим доступа : <http://www.ubo.ru/articles/?cat=132&pub=922>
35. Селезнев Е. Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е. Н. Селезнев // Справочник экономиста. – 2007. – № 2. – С. 23–26.
36. Бобро Н. В. Соціологічний аспект аналізу поняття капітал у сучасній соціологічній теорії [Електронний ресурс] / Н. В. Бобро // Науковий журнал «Український соціум». – 2009. – № 2. – С. 8–13. – Режим доступа : <http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/uisr/2.2009/8-13.pdf>
37. Видал М. Капитал, власть и класс [Электронный ресурс] / М. Видал // Спільне : журнал соціальної критики. – Режим доступа : <http://commons.com.ua/archives/8629>

Надійшла 13.08.2011