

МАРТЯКОВА О.В., д.е.н., проф.,
АЛЕЙНІКОВА У.С., асп.
Наук. кер.: Мартякова О.В., д.е.н., проф.,
Донецький державний університет управління,
м. Донецьк

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовані соціально-економічні особливості соціального капіталу, виявлені об'єктивні причини його розвитку на підприємстві та розглянуті основні принципи формування ефективного соціального капіталу організаційних структур.

Актуальність. Кінець ХХ – початок ХХІ століття характеризується зміною економічної і політичної парадигми управління і переходом на постіндустріальний етап суспільного розвитку, на якому знання та інформація стають базовими ресурсами росту економіки. Особливе значення для ефективного функціонування різних економічних структур в нових умовах господарювання також набувають такі поняття, як «довіра», «культура», «соціальні мережі». У зв'язку з цим широке поширення отримує концепція соціального капіталу. Не зважаючи на те, що поки однозначного визначення поняття соціальний капітал не існує, дискусії щодо цієї категорії демонструють доцільність його використання в області економічної і соціальної теорії.

Мета дослідження. Визначення впливу соціального капіталу на ефективність функціонування підприємства, управління ним та аналіз основних особливостей формування соціального капіталу підприємства.

Основна частина. Вивчення наукового матеріалу, присвяченого дослідженню соціального капіталу, дозволяють покласти в основу розгляду соціального капіталу підприємства наступне його визначення: «соціальний капітал підприємства - це сукупність відносин (зв'язків між індивідами, заснованих на довірі, а також норм, правил, переконань, що обумовлює соціальна взаємодія, мають свідомий і доцільний характер виконання поставлених завдань організації» [1, с.30-33].

Соціальний капітал підприємства є складною категорією. Поняття «соціальний капітал» відображає характер відносин між працівниками, способи та культуру їх спілкування, розвиненість міжособистісних комунікацій. Змістом соціального капіталу є відносини довіри, солідарність, готовність до кооперації та підтримки, вміння працювати в групі, команді.

У сучасних умовах господарювання для бізнесу соціальний капітал є одним з основних інструментів сталого розвитку і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Соціальний капітал є продуктивним ресурсом, який передбачає певні інновації, які можуть виражатися у розробці та впровадженні нових продуктів, вдосконаленні технології, організаційно-правових і соціальних нововведеннях. Особливу увагу соціальний капітал набуває у зв'язку з необхідністю вирішення найважливіших стратегічних

завдань підприємств по зниженню витрат на ведення переговорів і укладення контрактів, захист прав власності та проведення заходів щодо запобігання опортуністичних проявів в колективі; створення умов для полегшення неформального персоніфікованого спілкування при реалізації інвестиційних та інноваційних проектів з високим ступенем невизначеності та інше.

Показниками стану соціального капіталу на підприємстві є показники взаємної довіри всередині організації. Довіра в колективі сприяє успішності спільної роботи, дозволяє колективно вирішувати складні питання, обмінюватися думками, виробляти конструктивні рішення. В умовах довірчої взаємодії члени команди шанобливо ставляться до колег, що працюють задля досягнення спільної мети, зацікавлені в успіху один одного, відчують власну відповідальність у здійсненні спільних дій. Довіра працівників породжує злагодженість у роботі колективу, прискорює процес прийняття та реалізації рішень, підвищує конкурентоспроможність компанії.

При цьому система довіри, на якій будується соціальний капітал, повинна функціонувати без виражених негативних тенденцій, таких як взаємодія без оцінки особистих і ділових якостей, сімейність, корупція «на довірі». Тобто сучасний соціальний капітал підприємства повинен формуватися на основі демократичного конкурентного відбору необхідного для підприємства персоналу та креативних ідей по удосконаленню роботи підприємства та ефективності його функціонування.

Формування довірчих відносин всередині організації є складною для вирішення проблемою, яка вимагає постійної уваги і розуміння складності і значущості досягнення компромісів між усіма структурними елементами організації. В зв'язку з цим, побудова ефективної організаційної структури має базуватися на принципах відкритості, людської гідності, принципах, доповнюваності та співучасті. Тобто цілі, завдання та інші аспекти діяльності корпорації повинні бути відкриті і зрозумілі для співробітників, оскільки тільки в цьому випадку можливе формування ефективної мотивації праці. Необхідно також пам'ятати, що господарська діяльність здійснюється, в першу чергу «в ім'я людини», і в трудовому процесі не повинна обмежуватися його гідність. Це стосується як методів виробництва, так і практики безпосередніх міжлюдських контактів в організації [2].

Керівник повинен постійно своїми діями демонструвати, як виглядає довіра на практиці. Тільки в тому випадку, якщо керівник на особистому рівні вважає за доцільне надавати своїм співробітникам як можна більше самостійності та відповідальності у прийнятті рішень, можливе встановлення довірчих відносин в команді. Основні лідерські якості керівника лежать в основі побудови сприятливої атмосфери міжособистісної взаємодії всередині фірми [3].

Також треба зазначити, що в наш час більшість підприємств перебувають в умовах, коли старі норми співпраці поступово застарівають, а нові ще не повністю розроблені, що свідчить про труднощі в управлінні соціальним капіталом підприємства, так як цей процес є комплексним і досить трудомістким [4]. Тому особливе значення у формуванні соціального

капіталу як основної умови ефективності ведення господарської діяльності організації набуває також наявність розвиненої корпоративної культури. В організаціях з розвиненим соціальним капіталом корпоративна культура стає атрибутом організації, її частиною, має потужний вплив на співробітників, трансформуючи їх поведінку у відповідності з нормами і цінностями, які складають її основу.

Висновки. Процес формування соціального капіталу є комплексним і часто важким, тим не менше, сучасна ринкова економіка буде прагнути створювати соціальний капітал, так як це обумовлено високою конкуренцією і потребами суспільства. Головною умовою створення соціального капіталу окремих компаній є прямі інвестиції в освіту, навчання персоналу корпоративним навичкам, а також активне використання інформаційно-комунікаційних інновацій в організації.

Бібліографічний список

1.Мачеринскене И., Минкуте-Генриксон Р., Симанавичене Ж. Социальный капитал организации: методология исследования/ И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симанавичене // Социс. – 2006. - №3.- С.29-39.

2.Радаев В.В. К обоснованию модели поведения человека в социологии (основы «экономического империализма») / В.В. Радаев // Социологические чтения. Вып. 2. М.: Институт социологии РАН, 1997. - С. 177-189.

3.Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации. Результативность, порядочность, проявление заботы / Р.Б. Шо. – М.: Дело, 2000. – 272 с.

4.Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Пер. с англ. Ф. Фукуяма.— М: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 730 с.