

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті досліджується зміст категорії «соціальний капітал», його сутність, структура, процес формування та функціонування, методи оцінки і способи реалізації, вплив на результати підприємницької діяльності, роль і значення у підвищенні ефективності управління.

Maintenance of the category «social capital», its essence, structure, process of forming and functioning, methods of estimation and realization, influence on the results of business activity, role and value in increasing of management efficiency are considered in the article.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасна економіка, яка заснована на передових технологіях і розгалужених коопераційних зв'язках, вимагає для свого функціонування належного суспільного середовища. Для ефективного менеджменту необхідно знати, як таке середовище створюється і функціонує, як соціальні зв'язки із внутрі і ззовні підприємства можуть впливати на поліпшення результатів його діяльності, як формується і використовується соціальний капітал, які для цього необхідно вживати заходи.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Ідея соціального капіталу була закладена ще в ХІХ ст. у працях А. Токвіля, Е. Дюркгейма і М. Вебера, але як особливе явище сучасної соціально-економічної дійсності соціальний капітал став об'єктом вивчення порівняно недавно – наприкінці ХХ століття. Вивченню феномену соціального капіталу, його структури, способів формування і реалізації присвячені роботи С. Кнека, П. Марседена, Р. Патнама, Ф. Фукуями, А.Т. Конькова, С.Н. Наделя тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на досить широке коло розглянутих у науковій літературі теоретичних та практичних питань, проблема сутності й особливостей розвитку соціального капіталу залишається недостатньо вивченою. Актуальним залишається дослідження механізму формування соціального капіталу, методів його оцінки і використання в управлінській практиці.

Мета статті – здійснити подальше дослідження сутності категорії «соціальний капітал», його складових, процесів формування і функціонування, внести пропозиції щодо методів розвитку і використання з метою посилення ролі у підвищенні ефективності управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток коопераційних мереж між підприємствами як усередині галузей, так і між галузями і сферами виробництва об'єднує постачальників, виробників, споживачів і дослідників. Причому в сучасній економіці неформальні зв'язки і контакти не менш важливі, чим офіційні.

Загальноприйнятого визначення поняття "соціальний капітал", якого б дотримувалися більшість дослідників, поки ще не існує. Нерідко висловлюються сумніви в тому, чи коректно взагалі вживати категорію «соціальний капітал», оскільки капітал – це вартість або цінність, що приносить власникові винагороду понад витрат, пов'язаних з її виробництвом або придбанням. Якщо узяти в цьому відношенні речовий і фінансовий капітал (будівлі, споруди, машини, устаткування, сировина, матеріали, готові вироби, грошові кошти, акції, облигації, інші активи), то і витрати, і винагорода понад витрат, тобто прибуток піддаються виміру.

Але якими вартісними показниками можна виміряти, наприклад, довіру, чесність, порядність й інші морально-етичні норми поведінки? Хоча вони, поза сумнівом, здійснюють благодійний вплив на результативність роботи підприємств. Деякі автори вважають, що соціальний капітал – поняття дуже розпливчате, щоб його можна було застосовувати в розрахунках ефективності виробництва. Швидше за все, вважають вони, це поняття може

бути використане як метафора на зразок "культурного капіталу" і "політичного капіталу".

Але більшість дослідників соціального капіталу вважають, що це є не просто набір суспільних інститутів, відносин і способів їх взаємодії, це – цемент, який скріплює і утримує суспільство разом. Соціальний капітал дозволяє індивідам, групам і співтовариствам ефективніше вирішувати спільні проблеми. Норми взаємної відповідальності і взаємозв'язку допомагають забезпечити поведінку, адекватну вимогам суспільства. У відсутність довіри і взаємозв'язків, що забезпечують взаємні поступки, індивіди не стануть співробітничати, тому що не буде упевненості в аналогічній поведінці інших учасників. Соціальний капітал може бути побічним продуктом різних видів діяльності, здійснюваної без наміру підсилити його. Став уже класичним приклад того, що учасники фабричної хорової студії відвідують її, тому що люблять співати, а не тому, що прагнуть до зміцнення соціальних зв'язків.

Таким чином, в основі поняття «соціальний капітал» закладена ідея про очікувану віддачу від вкладень у соціальні відносини. Індивідууми вступають у соціальні відносини для досягнення якоїсь мети. При цьому розраховують отримати певні переваги, які виникають або посилюються саме завдяки соціальним зв'язкам.

Один з піонерів дослідження соціального капіталу Дж. Колеман вперше визначив його як мережу взаємозв'язків, які можуть бути використані як ресурси у виробництві товарів і послуг. При цьому він підкреслював взаємодоповнення людського і соціального капіталу [1,с.112], хоча очевидно, що взаємозв'язок між людським і соціальним капіталом не є автоматичним, і це підкреслює необхідність його наукового аналізу. Американський соціолог Р. Патнем, автор ряду досліджень з цієї проблематики, вважає, що подібно тому, як фізичний капітал відноситься до фізичних об'єктів, а людський капітал – до властивостей індивідів, соціальний капітал стосується норм взаємності і довіри, що виникають у відносинах між організаціями, об'єднаннями та індивідами на основі спільності інтересів [2,с.30].

У публікаціях Всесвітнього банку соціальний капітал визначається як «сукупність інститутів, стосунків і норм, які формують кількість і якість соціальних взаємодій в суспільстві» [3]. Нові дані, у тому числі дослідження Всесвітнього банку, підтверджують, що соціальний капітал є важливим чинником сталого економічного розвитку.

Найточніше, на наш погляд, дають визначення категорії «соціальний капітал» литовські соціологи І. Мачерінскене, Р.М. Інкуте-Генріксон, Ж. Симанавічене як «інституції, загальні цінності, норми, правила, відносини довіри, сукупність яких складає зв'язки, що підтримують функціонування суспільства. Проте соціальним капіталом ці елементи стають лише в тому випадку, якщо цілеспрямовано використовуються для досягнення певної мети» [4,с.38]. Таким чином, ключовим у визначенні категорії «соціальний капітал» є поняття зв'язків, заснованих на довірі. Мається на увазі довіра як по вертикалі – у відносинах між суб'єктами громадянського суспільства і державою, а також і по горизонталі – між різними суспільними і корпоративними структурами, що складають тканину сучасного соціуму, і між громадян один до одного. Міра взаємодовіри залежить від багатьох чинників: тут й історичні коріння, і культурні традиції (у тому числі культура бізнесу), і норми моралі, й етичні цінності.

Зміцнення і розширення соціальних зв'язків, створення клімату законності та взаємної довіри у край важливі не лише для підвищення ефективності діяльності суспільних і державних інститутів, зміцнення стабільності та єдності суспільства, успішного економічного зростання, але – в контексті глобальних процесів – і для збереження національної ідентичності і державної цілісності, що є особливо актуальним для України.

Чисельні результати досліджень свідчать про те, що в країнах з високим розвитком соціального капіталу, що виражається у високому ступеню довіри громадян до державних і суспільних інститутів, вище й ефективність управління на макро-, мезо- і мікро-рівні. З іншого боку, діяльність державних, корпоративних і суспільних інститутів по накопиченню соціального капіталу сприяє розвитку так званих «соціальних навиків» – здібності до організації, співпраці і взаємодії, що підсилює трудову, суспільну і політичну активність громадян. В результаті проведених емпіричних досліджень і теоретичного аналізу був виявлений позитивний зв'язок між соціальним капіталом, добробутом, рівнем освіти і

культури, фізичним і психологічним здоров'ям, розвитком демократії і правопорядку, міцністю родинних стосунків (соціальний капітал батьків приносить їх нащадкам не меншу вигоду, чим фінансовий або людський капітал). Однак при певних обставинах соціальний капітал, так само як і інші види капіталу, може використовуватися в антисоціальних цілях. Деякі тісно згуртовані групи, наприклад, нарко-картелі, співтовариства нелегальних іммігрантів, мафіозні і терористичні угруповання можуть володіти високою мірою внутрішньої довіри і взаємної відповідальності. Аналогічним чином, члени даних груп можуть володіти значними людськими, фінансовими й іншими видами капіталу і використовувати їх в соціально деструктивних і небажаних для суспільства цілях. Ці приклади не зменшують, а швидше підкреслюють значення людського і соціального капіталу для суспільства.

Соціальний капітал є важливим не лише для запобігання антисоціальній або кримінальній поведінці, але і для закріплення в суспільстві позитивної оцінки законслухняності. Був виявлений зв'язок між рівнем дотримання в суспільстві певних соціальних норм і цінностей, що формують соціальний капітал, і рівнем злочинності. Існує, наприклад, стійка залежність між кількістю злочинів і «егоцентричною» поведінкою громадян, що виражається в ухиленні від сплати податків, розкраданнях державного і особистого майна, шахрайстві, брехливості, привласненні чужої власності.

Соціальний капітал створюється і функціонує на рівні підприємств і організацій, малих соціальних груп, локальних співтовариств сусідів, шкіл та інших учбових закладів, сім'ї, інститутів громадянського суспільства і держави в цілому. Причому між цими основними сферами соціального капіталу існує взаємодоповнюючий і синергетичний ефект.

Важливу роль у формуванні і функціонуванні соціального капіталу грає міра дотримання принципу соціальної справедливості, що передбачає, перш за все, пом'якшення контрастів в розподілі доходів. Зіставлення результатів соціальних опитувань з даними про розподіл доходів населення дозволяє виявити закономірність: чим сильніше диференціація в доходах, тим слабкіше взаємна довіра, і навпаки. Так, у Скандинавських країнах, де співвідношення доходів 20% багатіших громадян і 20% бідніших складає у середньому 3.6, індекс взаємної довіри дорівнює 56-61% [5]. Високий рівень нерівності веде до зростання злочинності, загрожує політичній стабільності в країні, знижуючи тим самим її інвестиційну привабливість. Така нерівність в доходах негативно позначається на моральних нормах поведінки учасників економічних процесів, перешкоджає виникненню стосунків довіри й обов'язковому виконанню узятих на себе зобов'язань, що заважає всякій діловій активності.

Глибина соціальної диференціації по доходах і чинник взаємної довіри здійснюють істотну дію на інвестиційну активність усередині країни і тим самим - на її соціально-економічний розвиток. Згідно з висновками дослідження, проведеного американськими економістами Дж. Венеріс і Д. Гупта по матеріалах 49 країн, основним джерелом внутрішніх інвестицій служать заощадження не найбагатших верств населення (upper income group), а середнього класу (middle income group). Одна з причин цього полягає в тому, що капітали найбільш багатих шарів населення нерідко є тіншовими і вивозяться за рубіж, а середній клас не має таких цілей і можливостей. Поляризація доходів і розмивання середнього класу ведуть до падіння внутрішньої інвестиційної активності [6, с.9]. Соціальна поляризація українською негативно впливає на формування і реалізацію людського капіталу. Зубожіння значної частини нашого населення позбавляє молодь з бідних сімей можливості досягти високого рівня освіти і професійної підготовки, необхідної для сучасного ринку праці, різко погіршує фізичне і духовне здоров'я низькооплачуваної частини працюючого населення, веде до скорочення тривалості життя. Соціальна поляризація багато в чому обумовлюється низькою долею заробітної плати у ВВП. Це у свою чергу дестимулює творче відношення до праці, перешкоджає професійному розвитку, знецінює людський капітал.

Досліджуючи соціальний капітал, необхідно мати на увазі складність його виміру. Спроби оцінити соціальний капітал нерідко приводять до зміщення його джерел, функцій, результатів. Велика частина того, що пов'язане зі соціальним капіталом, існує в неявній або

відносній формі, що відразу ж позбавляє дослідників можливостей простого виміру або класифікації. Для оцінки соціального капіталу застосовуються як економетричні, так і соціологічні методи досліджень: опити, експерименти, контент-аналіз тощо. Соціальний капітал підприємства (організації) подібно до виробничого, фінансового і людського сприяє зростанню продуктивності праці і здатний принести економічний ефект, оскільки:

1. Внутрішньо-фірмові зв'язки і норми взаємодій, засновані на довірі, сприяють встановленню і розвитку відносин соціального партнерства. Залучення робітників та їх організацій до підготовки і ухвалення управлінських рішень, участі в акціонерному капіталі, розвитку інформаційних та інших внутрішньо-фірмових комунікацій, безперервного навчання виховує у персоналу почуття причетності до справ підприємства, сприяє підвищенню його соціальної свідомості й активності. Природно, працівник такого типу бачить себе не просто "продавцем" робочої сили, але і партнером, а місце, де він працює, сферою не лише трудових, але і ширших – соціальних відносин.

2. Підвищення якості соціального капіталу підприємства сприяє розвитку корпоративної культури і залученню до неї робітників. Найбільш значимими складовими корпоративної культури є лояльність фірмі, ініціативність працівників, їх зацікавленість в успіху компанії. Природно, це вимагає не лише певних зусиль з боку керівництва компанії, але також змін у самій системі внутрішньо-фірмових стосунків.

3. Внутрішньо-фірмові зв'язки і норми взаємодій, засновані на довірі, сприяють покращенню морально-психологічного клімату, відносин колективізму, взаємодопомоги, обміну знаннями і досвідом, що сприяє підвищенню ефективності й якості праці і, тим самим – конкурентоспроможності підприємства.

Принципи наукового управління, сформульовані ранніми школами менеджменту, в основному базувалися на ієрархічних організаційних структурах, суворих формальних правилах і у меншій мірі покладалися на особисту взаємодію і довіру. У сучасній інноваційній економіці, що вимагає постійного оновлення знань і кваліфікації працівників, здобуття цих нових знань і навиків багато в чому відбувається на робочих місцях завдяки обміну знаннями і досвідом на основі неформальних взаємозв'язків. Група працівників, між якими існують стосунки взаємопорозуміння і довіри, працює злагодженіше і ефективніше, ніж та, де немає таких стосунків.

4. Відносини довіри дозволяють встановлювати міцні і довготривалі ділові зв'язки з бізнес-партнерами - постачальниками і споживачами, що стає джерелом конкурентних переваг фірми, оскільки сприяє координації внутрішньо-фірмових і між-фірмових взаємодій, зниженню трансакційних витрат на переговори, поліпшенню комунікацій і позбавленню від зайвих бюрократичних ланок. У цьому контексті довіра набуває багатообразних проявів, включаючи віру в добрі наміри, компетентність і надійність інших учасників операцій. Ділові зв'язки, що охоплюють виробництво і реалізацію продукції, науково-дослідні розробки, маркетинг, навчання персоналу тощо, приносять вигоду в довгостроковому періоді завдяки зниженню сукупних витрат, обміну інформацією і встановленню санкцій за некоректну поведінку.

5. Добра репутація підприємства дає можливість користуватися ресурсами інших організацій шляхом отримання інвестицій, банківського і комерційного кредиту, поручительств, гарантій і т.п.; сприяє встановленню і зміцненню стосунків довіри з державними органами і громадськими організаціями (профспілковими, споживчими, екологічними, правозахисними тощо).

6. Соціальний капітал підвищує привабливість, а, отже, і ціну акцій корпорації.

7. Розширюються джерела корисної інформації. Для ринкових відносин характерні неповнота і недосконалість інформації, тобто її закритість, недоступність, односторонність і, відповідно, високі витрати на здобуття повної, достовірної й об'єктивної інформації. Соціальні зв'язки в певному середовищі і на певних ієрархічних рівнях (що мають в своєму розпорядженні якнайповнішу інформацію про поточні потреби і перспективи розвитку ринку) надають підприємству корисні відомості, не доступні з інших джерел, про

можливості та варіанти найбільш вигідної поведінки на ринку. Аналогічним чином соціальні зв'язки можуть надати інформацію іншим організаціям, агентам і суспільству в цілому про характеристики і властивості суб'єктів економічних відносин. Така інформація дозволяє фірмам знижувати трансакційні витрати при наймі найкращих працівників з точки зору кваліфікації, професійної і загальної підготовки, а працівникові – знайти фірму, де його знання і досвід отримають найбільш адекватне вживання і високу оцінку.

8. Соціальні зв'язки можуть впливати на керівників фірм або менеджерів по персоналу, тобто осіб, що приймають рішення про найм, звільнення, просування працівників. Суб'єктивність оцінок працівника залишається вельми значною, особливо якщо йдеться не про конкретні результати вже завершеної діяльності, а про потенційні можливості людини на новому робочому місці, про його здібності як організатора, лідера, керівника. Сила впливу соціальних зв'язків в цьому випадку залежатиме від стратегічного рівня зв'язків і статусних позицій людини, здатної при ухваленні рішення «замовити слівце». Соціальні зв'язки з тими, хто має в своєму розпорядженні ресурси і реальну владу, сприяють вирішенню питань працевлаштування і розвитку кар'єри не менше, ніж накопичені знання і досвід.

9. Соціальні зв'язки індивіда можуть сприйматися організацією як якісь потенційні можливості, що забезпечують доступ до певних соціальних ресурсів. Соціальні зв'язки, що стоять за людиною, говорять про те, що окрім індивідуального людського капіталу (кваліфікації, знань і досвіду) він має в своєму розпорядженні додаткові ресурси, на які може розраховувати фірма, наймаючи цього працівника.

У сучасних дослідженнях підкреслюється, що соціальний чинник виявляється значимим і привабливим і для працівника, і для працедавця. Соціальні зв'язки, контакти, можливості працівника роблять його більш конкурентоздатним з точки зору працедавця, який може розраховувати в цьому випадку не лише на віддачу від людського капіталу працівника, але і на віддачу від його соціального капіталу. Сучасні гнучкі організації нерідко будують свою стратегію на тому, що не шукають вузьких професіоналів на стандартні робочі місця, а навпаки, міняють сфери і форми роботи залежно від можливостей персоналу. У таких організаціях значення міжособистих зв'язків набагато вище, ніж відповідність вимогам посадових інструкцій.

Соціальний капітал у вигляді зв'язків (контактів) працівника представляє інтерес для працедавця, щоб відстежувати ситуацію в економіці в цілому і в конкретній галузі, розширити круг постачальників і споживачів, отримати доступ до ресурсів, в т.ч. інформаційних, і, нарешті, щоб підтримувати контакти з органами державної влади, профспілками й іншими значимими організаціями. У той же час інформація про соціальні зв'язки працедавця представляє інтерес для працівника, який розраховує не лише на отримання заробітної плати за свою працю, але і планує свою кар'єру, розраховує можливість здобуття додаткових знань і навиків, доступу до нових виробничих ресурсів, споживчих благ. Згідно з сучасними уявленнями про максимізацію корисності, при пошуку робочого місця чоловік прагне до вибору найбільш сприятливого поєднання різних чинників, серед яких розмір, форми і умови оплати праці служать одним з головних, але далеко не єдиним чинником. Майбутньому працівникові важливо мати найбільш об'єктивну інформацію про режим і умови праці, інтенсивність навантажень, міру відповідальності, взаємини в колективі, сумісність характерів співробітників. Соціальний капітал можна розглядати як цінний ресурс на ринках праці. Він не лише розширює інформаційний простір для суб'єктів ринку праці, але, що саме головне, дозволяє здолати або мінімізувати асиметрію інформації. Працівник використовує свої соціальні зв'язки для пошуку найпривабливішого робочого місця. Успішний пошук роботи у великій мірі залежить, навіть, не від кількості зв'язків і контактів, доступних індивідові, а від статусу людини, з якою пов'язаний індивід і на який він може розраховувати у вирішенні питання про роботу. Найбільш яскравим прикладом впливу соціального капіталу на трудові відносини є використання при наймі працівників рекомендаційних листів. Рекомендаційні листи не є винаходом недавнього часу, їх використовують як сигнал на ринку праці вже впродовж декількох століть. Специфіка сучасного етапу використання рекомендаційних

листів, на наш погляд, полягає в тому, що процес виробництва вирушає від конвеєрної безособовості у напрямку гнучких форм організації праці, що швидко адаптуються до мінливих вимог ринку товарів і послуг.

Оцінити якість претендента на робоче місце лише по офіційних довідках і документах неможливо, самооцінка працівників, яку нерідко використовують в анкетах і резюме, страждає необ'єктивністю і вибірковістю, з'ясування ж цих питань вже в процесі роботи може привести до серйозних збитків. Рекомендаційні листи або усні рекомендації можуть підкреслити особливі навички працівника, отримані на попередніх місцях роботи, акцентувати увагу на його досягненнях. В той же час, об'єктивна характеристика покаже можливі недоліки, шкідливі звички претендента на роботу і навіть вкаже шляхи мінімізації витрат по подоланню цих недоліків. З точки зору працедавця рекомендаційні листи дозволяють істотно скоротити транзакційні витрати на наймання працівників, що зв'язані, наприклад, з публікацією оголошень про вакансію в засобах масової інформації, відбором заяв і резюме, проведенням чисельних співбесід та інтерв'ю з тими, хто бажає поступити на роботу, виявленням їх професійних якостей, рівня кваліфікації і загальнолюдських характеристик тощо. Можна взагалі обійтися без розгалуженої служби найму персоналу, звівши кількість працівників у відділі управління персоналом до мінімуму. Крім того, наявність рекомендаційного листа служить сигналом про існування у претендента на роботу соціальних зв'язків, значимих для працедавця.

Рекомендаційні листи використовуються частіше для заміщення рядових вакансій, тоді як при підборі управлінських і керівних кадрів користуються, як правило, рекомендаціями висококваліфікованих професіоналів або професійних асоціацій. В той же час рекомендаційні листи, поряд з безумовними перевагами, таять в собі цілий ряд потенційних небезпек через суб'єктивну оцінку і можуть сприяти протекціонізму, фаворитизму і сімейності. Тому профспілки рішуче виступають за обов'язкове використання об'єктивних методів оцінки, відбору і просування працівників.

Висновки і перспективи подальших розробок. Соціальний капітал, як показують емпіричні дослідження і теоретичні узагальнення на базі даних підприємств України та інших країн, в умовах сучасної економіки є важливим чинником розвитку і здатний сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємств. Правда, відстежувати чіткий зв'язок між соціальним капіталом і економічним зростанням вельми непросто: як і в разі людського капіталу, результати залежать від якості та достовірності вживаних показників, складності взаємовпливу чинників і непорівнянності окремих характеристик. Це викликає необхідність подальших теоретичних досліджень і розробки практичних рекомендацій щодо форм і методів розвитку, накопичення і використання соціального капіталу, насамперед впровадження відносин соціального партнерства і удосконалення соціальної політики підприємств.

Література

1. Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital / J. Coleman // American Journal of Sociology, 1988, Vol. 94, Supplement, P. 95-120.
2. Надель С. Социальные факторы экономического роста / С. Надель // Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – №5. – С. 26-33.
3. The World Bank: Social Capital: Publications & Reports [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.worldbank.org/wbsite/external/topics/extsocialcapital/html>.
4. Мачеринскене И. Социальный капитал организации: методология исследования / И. Мачеринскене, Р.М. Инкуте-Генриксон, Ж.. Симанавичене // Социологические исследования. – 2006. – № 3. – С. 29-39.
5. Human Development Report 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2002>.
6. Лебедев И.В. Социальная ответственность бизнеса в условиях глобализации / И.В. Лебедев // Науковий вісник. – 2006. – №11 (31). – С. 3-13.