

## СОЦІАЛЬНА АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інформатизація суспільства вимагає від підприємств все більше зусиль віддавати накопиченню знань, поліпшенню кваліфікаційного складу персоналу, збільшенню кількості ПЕОМ, що зможе забезпечити при правильній організації стійкі конкурентні переваги. Разом з тим набуває актуальності тенденція соціальної відповідальності керівництва (власників) підприємств перед своїм персоналом. Це означає, з одного боку, що підприємство матиме тим більший рейтинг, чим більші соціальні гарантії воно надаватиме працівникам. З іншого боку, при співпраці, співробітництві працівників між собою підприємство отримує більше, ніж тоді, коли вони працюють поодиночки. Отже, товариськість, дружність, єдність колективу – необхідні умови отримання синергетичного ефекту від роботи. Отже, коли співпраця персоналу, їх комунікації підвищують ефективність діяльності підприємства маємо справу з соціальним капіталом – досить новою полідисциплінарною категорією економіки та соціології.

Багато авторів розглядають соціальний капітал як одну із складових інтелектуального капіталу, тому робота побудована на тісному взаємозв'язку цих двох категорій. В цьому контексті стає актуальним розглядання соціального капіталу як важливого активу підприємства.

Метою роботи є обґрунтування необхідності посилення соціальної складової процесу інтелектуалізації людської праці в умовах інформатизації економіки.

Сталим є представлення активів підприємства як сукупності фізичного та фінансового капіталу (матеріальні активи) і інтелектуального капіталу (нематеріальних активів) (рис. 1).

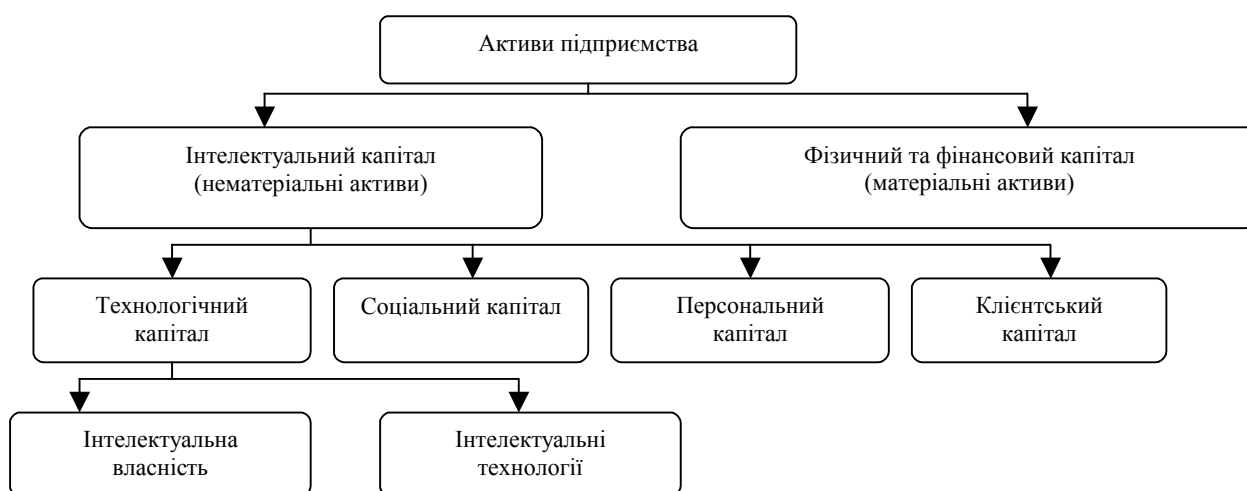


Рис.1. Структура активів підприємства

Економічна категорія “фізичний капітал” є загальноприйнятою та використовуваною, до якої відносять обладнання, устаткування, будівлі, споруди, тобто все те, що має матеріальне вираження, може бути чітко підраховано. Щодо фінансового капіталу, то з цією категорією теж не виникає суперечностей, бо до неї відносять грошові та прирівняні до них кошти.

Відносно інтелектуального капіталу, то ця категорія виникла відносно недавно – наприкінці ХХ ст. і виробленої структури поки що не представлено. Тому спробуємо представити науково обґрунтоване авторське бачення розв’язання цього питання.

Поняття інтелектуального капіталу та його форми не містять будь-яких нововведень або раніше невідомих складових ділової активності. Однак принципово новим є групування ресурсів, що поєднані своєю інтелектуальною природою, з метою мобілізації їх в якості чинника економічного розвитку та його ідентифікація як інтелектуального капіталу. Тому зростає кількість дослідників, які все глибше усвідомлюють природу і роль інтелектуального капіталу, який все ширше охоплює всі ланки народного господарства.

Особливості інтелектуального капіталу полягають і в тому, що зовсім по-іншому розв’язуються проблеми його збереження і нагромадження. Оскільки його основною формою є знання

співробітників підприємства, то виникає необхідність, по-перше, щоб ці знання не стали надбанням конкурентів, по-друге, знайти механізм їх накопичення та кумуляції тільки в межах підприємства. Рішенням першої проблеми є застосування різних заходів, починаючи від укладення керівництвом договорів із своїми співробітниками про нерозголошення таємниць, застосування матеріальних інтересів працівників шляхом різних форм матеріального та нематеріального заохочення у збереженні виробничих і комерційних таємниць, створення сприятливих умов для професійного та особистого кар'єрного зростання.

Щодо рішення наступної проблеми, то розвиток людини можливий за наявності її особистісних якостей та певних дій з боку керівництва. Це можуть бути курси підвищення кваліфікації, програми стимулювання бізнес-лідерства, удосконалення навичок керівництва для спеціалістів нижчої та середньої ланки, і особливо самоосвіта. Отже, якщо у недавні часи керівники підприємств головні зусилля зосереджували на тому, щоб як найбільше отримати від робітника додаткової вартості шляхом застосування "потогінної" системи організації праці, то в умовах процесу інтелектуалізації праці центр уваги переміщується до турботи про створення сприятливих умов праці і життя людини, підвищення рівня її загальної та професійної освіти, посилення її зацікавленості у розвитку та удосконаленні виробництва, зростання його ефективності.

Автор вважає, що інтелектуальний капітал є сукупністю чотирьох елементів: технологічного капіталу, клієнтського капіталу, персонального капіталу та соціального капіталу.

Технологічний капітал – складова частина інтелектуального капіталу, що включає інтелектуальну власність та інтелектуальні технології, яка заохочує персональний капітал створювати, а потім й капіталізувати знання. Майже для всіх підприємств характерно, що комерційні знання та навички бізнесу, перелік постачальників та покупців, збутова мережа, здатність забезпечити сервісне обслуговування та організаторські можливості (клієнтський капітал) доповнюють технічні інновації, що створені персональним капіталом. Їх можна вважати сполучною ланкою між технологією та покупцем. Щодо клієнтського капіталу, то це, складова частина інтелектуального капіталу, яка відображає взаємини підприємства із постачальниками та споживачами його продукції або послуг. Як відмічає Л. Едвінссон, це впевненість в тому, що клієнти підприємства будуть і надалі віддавати йому перевагу [6]. Саме цьому клієнтський капітал називають ще "капіталом відносин". Між клієнтським та персональним капіталом існує декілька спільних рис: по-перше, він також не є власністю підприємства, але кошти та зусилля менеджменту, що вкладаються у нього, дають не меншу віддачу; по-друге, він не має будь-якого матеріального втілення або відображення, причому є запорукою розуміння споживачів та постачальників. Безперечно, міцні відносини із постачальниками та споживачами, їх прихильність до товарів певного підприємства чи торгової марки, тісне співробітництво між ними є джерелом додаткового доходу.

Особливістю персонального капіталу є те, що він не може бути власністю підприємства: людей можна найняти, але їх не можна придбати у власність. У зв'язку з цим персональний капітал не може бути відображений у статтях активів підприємства – він може вважатися тимчасово залученим засобом, який належить до пасивів, подібно до боргових зобов'язань і випущених акцій, і внаслідок своєї невідчутності не може піддаватися вартісним оцінкам. Персональний капітал, будучи у повному розумінні нематеріальним, невідчутним фактором, невіддільним і невідчужуваним капіталом, не може бути скопійованим або відтвореним у жодному іншому підприємстві [2]. Персональний капітал окремо має невелику цінність. Так, група фахівців не зможе реалізувати будь-який проект без наявності певних ресурсів, обладнання, значущої інформації. Отже, то, чого не вистачає персональному капіталу, називається технологічним капіталом.

Під соціальним капіталом розуміємо зв'язки, а також визнані норми і цінності, що сприяють взаємодії усередині груп чи між ними, та при застосуванні яких можливе отримання певного соціально-економічного ефекту. "Соціальний капітал може бути визначений як деякий набір суспільних відносин, що мінімізує операційні витрати інформації у межах всієї економіки" [3].

Соціальний капітал визначається тим, що кожен індивід інтегрований до міжособистісних відносин. Діалог, відкритість дозволяють людям отримувати інформацію один від одного. Такий постійний процес збагачує індивіда і, тим самим, соціальний капітал накопичується та передається від покоління до покоління. Тому стає актуальним виявлення необхідності збагачення та накопичення соціального капіталу в трансформаційних умовах України.

Засновник теорії соціального капіталу Дж. Коулман визначає його як "здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на основі свого членства в певній соціальній мережі або більш широкій соціальній структурі... Здатність до накопичення соціального капіталу не є

індивідуальною характеристикою особистості, вона є особливістю тієї мережі відношень, яку буде індивід. Таким чином, соціальний капітал – продукт включення людини до соціальної структури” [4].

Практично всі наші інтелектуальні переваги – у знанні, що передається суспільством, яке здобувається в процесі соціалізації, інтеграції в систему суспільних відносин. Ці знання характеризують соціальний інтелектуальний рівень. Соціальний капітал не є власністю підприємства, але пов’язаний з інтелектуальним капіталом. При продажу підприємства соціальний капітал (у вигляді досвіду, духовних цінностей) залишається, тому що його носії (персонал) продовжують працювати поза залежністю від зміни власників.

За думкою С.М. Клімова, основний внесок соціального капіталу до інтелектуальної ефективності підприємства складається у підсиленні мережного ефекту [5]. Так чи інакше, потреба введення поняття соціальний капітал обумовлена впровадженням нових інтелектуальних технологій, що вимагають підвищення не тільки творчих здібностей людини, а й вдосконалення соціальної сторони її праці.

Відмінністю персонального капіталу від соціального є те, що перший розглядає зміни в самій людині, а другий – у відносинах між людьми, що сприяють економічним діям. Соціальний капітал подібно фізичному і персональному сприяє зростанню продуктивності праці. Група працівників, між якими існують відносини взаєморозуміння і довіри працює більш злагоджено й ефективно, чим та, де немає таких відносин.

До соціального капіталу мають відношення всі ті чинники, що створюють можливість виникнення і розвитку соціальних зв’язків і забезпечують їхнє збереження. Наприклад, природні ресурси і технології, які використовує підприємство, склад персоналу можуть не змінюватися, а його соціальний капітал може зростати в міру розвитку зовнішніх зв’язків і іміджу підприємства. Таким чином, соціальний капітал тільки сприяє розвитку інтелектуального капіталу, тобто їх органічна взаємодія позитивно впливає на реноме та стан справ на підприємстві.

Загалом, в основі поняття “соціальний капітал” лежить ідея очікування на віддачу від інвестицій у соціальні відносини. Індивідууми вступають у соціальні відносини і включаються у певні стосунки для одержання прибутку. Проведені нами теоретико-методологічні дослідження демонструють те, що основою прибутку можуть стати як мінімум чотири найважливіші групи ресурсів, що виникають та підсилюються саме завдяки соціальним зв’язкам і дозволяють підвищити ефективність економічної діяльності. По-перше, доступ до інформації. Для звичайних ринкових відносин характерна недосконалість інформації, тобто її закритість, недоступність, однобічність і відповідно високі витрати на одержання повної, достовірної та об’єктивної інформації. Соціальні зв’язки у певному середовищі і на певних ієрархічних рівнях (що мають найбільш повну інформацію про поточні потреби і перспективи розвитку ринку) надають індивідууму корисні відомості, які не доступні з інших джерел, про можливості та варіанти найбільш вигідної поведінки на ринку. По-друге, соціальні зв’язки можуть впливати на менеджерів з персоналу чи керівників підприємства, тобто на осіб, які приймають важливі кадрові рішення про наймання, звільнення, просування працівника. Суб’єктивність оцінок працівника залишається дуже значною, особливо якщо мова йде не про конкретні результати вже завершеної діяльності, а про потенційні можливості людини на новому робочому місці, про її здібності як організатора, лідера, керівника. По-третє, соціальні зв’язки індивіда можуть сприйматися підприємством як деякі соціальні гарантії, що забезпечують доступ до певних соціальних ресурсів. По-четверте, соціальні зв’язки підсилюють і прискорюють процес визнання й адаптації нового працівника на підприємстві. Приналежність до певної соціальної групи автоматично має на увазі поділ її інтересів і цінностей, що у свою чергу, забезпечує не тільки емоційну підтримку, але і високий ступінь довіри до новачка в колективі.

Вважаємо, що доцільність виділення соціального капіталу не викликає сумнівів в умовах зростання значення інтелектуальної власності, а також підвищеної уваги до соціалізації праці, зокрема інтелектуальної, новаційної. Разом з тим, формування і розвиток творчих здібностей людини не можуть відбуватися у вакуумі, бо завжди існують певні чинники, що є визначальними у цьому процесі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у необхідності вивчення соціального капіталу в якості активу підприємства та систематизація ресурсів підприємства, що підсилюють дію соціального капіталу.

#### Література

1. Edvinsson L., Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company’s True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – N. Y.: Harper Business, 1997.

2. Чухно А. А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития // Экономика Украины. – № 11. – 2002. – С. 48 – 55.
3. Скворцова В.А. Социальный капитал как фактор экономического развития Национальная идея и национальная безопасность современной России: Материалы международной научно-практической Интернет-конференции / Под ред. к.и.н., доц. А.Л. Елисеева. 1 ноября – 30 декабря 2002г., ОрелГТУ. – Орел: типография ОрелГТУ, 2003. – С. 230 – 233.
4. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121 – 139.
5. Климов С.М. Формирование, использование и стратегическое управление интеллектуальными ресурсами общества в условиях рыночной трансформации российской экономики / Автореф. на соиск. уч. ст. докт. экон. наук – С.-Пб.: С.-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2001.

УДК 330.8+681.3.06

И.В. Пенькова

### СИСТЕМА И СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ

Современный этап развития социально-экономических отношений ставит перед учеными и всем человечеством ряд нерешенных проблем, среди которых осмысление и исследование многообразия разноуровневых и разнонаправленных информационных потоков, возникающих в результате широкого целенаправленного информационного обмена.

В. Моргунов пишет, что «Информационный обмен необходим для возникновения, поддержания и укрепления различных сторон согласия. Согласие понимается как единство в понимании и принятии сотрудниками целей деятельности организации и способов их достижения. Такое согласие может возникнуть как функция правильно организованного информационного обмена. Через информационный обмен происходит идентификация между различными сторонами намерений партнеров. Он позволяет создавать и развивать механизмы кооперативной взаимопомощи, координацию действий и организацию всей структуры деятельности большой сложности» [1, с.171]. А. Александров полагает, что «в современном мире коммерческий успех любого предприятия все в большей степени зависит от оперативности и мобильности бизнеса. А это невозможно без надежного и качественного информационного взаимодействия между различными участниками бизнес-процессов» [2, с. 17]. Тем не менее, наряду с важностью информационного обмена, теоретиками и практиками подчеркивается неисследованность структуры и системы информационных потоков, составляющих основу анализируемого обмена.

Национальный доклад, подготовленный согласно решению Государственной комиссии по информатизации при Госкомсвязи России от 16 декабря 1997 г. № 8 ставит целью «формирование целостного представления о состоянии и тенденциях развития информационных ресурсов, позволяющего сформулировать и определить пути реализации эффективной государственной политики в области формирования, защиты и использования информационных ресурсов» [3, с.5].

В то же время, эмпирическое исследование, посвященное созданию методики реструктуризации бизнеса и ориентации его на рынок и внутреннее взаимодействие и проведенное D&P Consulting Group на основании пятилетней работы с крупными, средними и мелкими, производящими, обслуживающими и торгующими компаниями Украины, привело к выводу, что нормальное функционирование требует хороших информационных коммуникаций. Серьезную проблему представляет собой отсутствие управляемых информационных потоков.

Исходя из изложенного, отметим, что структура и системность информационных потоков представляет собой актуальную глобальную проблему для современного бизнеса и науки.

Система и структура информационных потоков связана с различными аспектами функционирования хозяйственно-экономических единиц, одним из которых являются цели субъектов хозяйственной деятельности, определяющие в свою очередь величину транзакционных издержек. Подчеркнем, что проблема взаимозависимости системы и структуры информационных потоков и величины транзакционных издержек в период формирования информационной экономики является недостаточно изученной.