

Однак, не зважаючи на понад 50-річну історію розвитку поняття «соціальна відповідальність», його визначення не є досконалим. Деякі автори не надають чіткого тлумачення природи соціальної відповідальності підприємства та не пропонують варіанти якісної оцінки цієї категорії. Інші розглядають «соціальну відповідальність» тільки з погляду великих підприємств, оминаючи увагою малі та середні, що може призвести до ще більшого розшарування соціальних обов'язків різних підприємств та зростання соціальної напруги.

У джерелі «Бізнес за соціальну відповідальність» наведено, на нашу думку, найбільш вдале визначення, але його недолік полягає у відсутності чіткого забезпечення результативності. Тобто, визначення соціальної відповідальності підприємства повинно містити не тільки результат, а й джерело засобів для забезпечення соціальної відповідальності.

Деякі вчені дотримуються точки зору, згідно з якою підприємство – це щось більше, ніж економічна цілісність. У відповідності до такого підходу сучасне підприємство є складною частиною оточення, що включає безліч складових, від яких залежить саме існування підприємства. До таких складових належать працівники підприємства, власники акцій, місцеве населення, споживачі, постачальники, засоби масової інформації, громадські рухи, союзи, партії та інше. Суспільне середовище може суттєво впливати на досягнення підприємством його цілей, тому підприємству доводиться врівноважувати суто економічні цілі з економічними і соціальними інтересами учасників бізнес-процесу.

Підприємства повинні спрямовувати частину своїх ресурсів і зусиль для вирішення соціальних проблем. Крім того, вони повинні відшкодовувати кошти на благо суспільства і його вдосконалення.

Враховуючи вищезазначене пропонуємо соціальну відповідальність підприємства розуміти як взаємодію підприємства з учасниками бізнес-процесів, яка реалізується через добровільне зобов'язання власників та керівництва запроваджувати заходи щодо відповідності соціально-значимим очікуванням суспільства за рахунок збалансованості економічної, екологічної та соціальної результативності підприємства.

Отже, соціальна відповідальність є комплексною категорією, що передбачає наявність різноманітних форм та видів. В даний час змістовна сутність соціальної відповідальності підприємства не є досконалою, що не дозволяє адекватно проаналізувати процеси її формування та функціонування, оцінити роль менеджменту організацій у цих процесах. Розроблені концепції соціальної відповідальності не відповідають сучасним соціально-економічним процесам і не дають можливості оцінити реальний вплив факторів, що її формують і сприяють її підвищенню.

Завдання підвищення соціальної відповідальності підприємства полягає в подоланні суперечності між виробничими потребами підприємства і очікуваною суспільством соціально-значимою поведінкою підприємства. Вирішенню зазначеного завдання буде сприяти вивчення і використання механізму формування соціальної відповідальності підприємства як необхідного атрибуту системи управління.

Література

1. Туровец О.Г. Теория организации социального партнерства: учеб. Пособие / О.Г.Туровец, В.Н. Родионова. – М.: Инфра-М, 2004. – 213 с.
2. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003, – 208 с.

658:331

*Савіна Г.Г., д.е.н., професор,
Старінська В.С., асистент,
Херсонський національний технічний університет*

КЛАСИФІКАЦІЯ ЕЛЕМЕНТІВ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку суспільних відносин підприємствам для забезпечення ефективного функціонування необхідно якісно розвивати соціальний потенціал. Актуальність дослідження проблематики соціального потенціалу обумовлена зростанням його економічної важливості в умовах забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки працівники мають реагувати на зміни зовнішнього середовища підприємства, адаптуватись і реалізовувати нову стратегію розвитку. Для ефективного управління соціальним потенціалом необхідно знати його структурні елементи.

Метою статті є визначення структурних елементів соціального потенціалу підприємства з обґрунтуванням їх класифікаційних принципів.

Не зважаючи на значну кількість у науковій літературі досліджень, присвячених проблематиці соціального капіталу, залишаються питання, які недостатньо розкриті і потребують подальшого вивчення. Серед них – склад структуроутворюючих компонентів соціального капіталу. На сьогодні дослідниками соціального капіталу не було комплексно визначено його структуру, оскільки аналіз потенційних можливостей соціального капіталу здійснювався науковцями в межах окремих проявів соціального потенціалу.

Категорії «соціальний капітал» і «соціальний потенціал» підприємства є системними за своєю природою. Оскільки у процесі генезису наукових поглядів першочергове значення отримала категорія «соціальний капітал», яка вже пізніше стала тлумачитись як незалежна складова потенціалу будь-якого підприємства, то дослідження сутності соціального потенціалу слід розпочати з аналізу складових характеристик соціального капіталу в цілому.

Існують різні підходи в межах економіки, менеджменту, соціології, теорії ігор та психології, які трактують природу соціального капіталу. Здебільшого він розглядається як ресурс, який за рахунок ефективного використання соціальних зв'язків дозволяє індивідові реалізовувати свої задачі. Зрозуміло, що соціальні зв'язки не можуть бути ефективним джерелом отримання нових переваг без довіри. Але як окрема складова, довіра не є гарантом професійної мотивації, проте вона є необхідною умовою формування цієї мотивації.

Звертаючись до питання формування соціального капіталу підприємства, видатний російський соціальний психолог П.М. Шихірев виділяє його основні характеристики [1, с.27]:

- 1) довіра як «інтегральне вираження стану внутрішніх суспільних зв'язків підприємства»;
- 2) репутація як «вираження стану зовнішніх зв'язків»;
- 3) стратегія і тактика ділових переговорів як «вираження ціннісної орієнтації суб'єкта соціальних відносин»;
- 4) корпоративне управління як «слідування принципам і цінностям».

На думку Р. Патнема, структурних компонентів соціального капіталу можна виділити три [2, с.56]: моральні принципи і норми; соціальні цінності; соціальна інфраструктура.

Ю. Савко виділяє наступні три елементи соціального капіталу [3]:

соціальні відносини, завдяки яким індивіди можуть мати доступ до ресурсів їхніх партнерів по спілкуванню;

обсяг і якість доступних ресурсів партнера по спілкуванню;

відносини взаємності обміну.

Більш широка поелементна характеристика соціального капіталу на рівні держави представлена А. Бовою [4, с.28]: членство у громадських та політичних організаціях, довіра до формальних і неформальних зв'язків, освіта, вільний доступ до інформації, норми, традиції, цінності.

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що соціальний капітал – це довіра, принципи, норми і цінності, соціальні неформальні зв'язки, інформованість, організаційна структура і культура, освіта персоналу та ін.

Та все ж, ставлячи за мету визначення і характеристику структурних елементів соціального потенціалу підприємства, розпочнемо з дефініції даного терміну у розрізі забезпечення керованості: соціальний потенціал – 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.

Виходячи з приведеного формулювання, основним елементом соціального потенціалу є саме неформальні соціальні зв'язки у колективі, які утворюються на довірчій основі. Деякі автори тлумачать даний вид комунікацій не тільки як соціальні зв'язки, але й як соціальні мережі, соціальні відносини, соціальну взаємодію персоналу. Проте, не завжди є доцільним шукати споріднення між зазначеними категоріями.

Соціальна мережа – соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відображає розмаїті зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними вузами [5].

У теорії соціальних мереж розглядаються соціальні відносини у термінах вузлів і зв'язків, де вузли – відособлені актори у мережі, а зв'язки – стосунки між цими акторами.

Соціальні відносини – це відносно стійкі зв'язки між індивідами і соціальними групами, обумовлені їх неоднаковим положенням в суспільстві та роллю в суспільному житті [6].

Соціальний зв'язок, як основа соціальних відносин, є результатом взаємних соціальних дій, які виражають залежність людей між собою. Соціальні зв'язки залежать від соціальних умов життя індивідів і можуть виявлятися у формі соціального контакту чи соціальної взаємодії.

Соціальні контакти носять короткочасний, поверхневий характер, наприклад, контакти під час здійснення щоденних покупок, оплати послуг і т.п. Соціальна взаємодія, навпаки, передбачає систематичний, взаємний вплив індивідів. Під час соціальної взаємодії відбувається обмін діями.

Соціальна дія, на відміну від соціальної взаємодії, характеризується відсутністю зворотного зв'язку, оскільки її суб'єктом може виступати лише один індивід. За умови отримання індивідом-суб'єктом зворотної реакції на свою дію від індивіда-об'єкта виникає соціальна взаємодія.

Таким чином, формування соціального потенціалу підприємства здійснюється на різних стадіях розповсюдження інформації у колективі. Умовно поділимо весь процес передачі інформації на два рівні:

1. Рівень формування індивідуально-комунікативного соціального потенціалу підприємства – це обмін досвідом, знаннями, інформацією на рівні соціальної дії, соціального контакту, взаємодії, соціального зв'язку. Передача інформації носить випадковий, несистематичний характер і розповсюджується у масштабах малих соціальних груп.

2. Рівень формування інформаційно-мережевого соціального потенціалу підприємства – це обмін досвідом, знаннями, інформацією на рівні розвинених соціальних відносин та соціальних мереж підприємства. На цьому етапі обмін інформаційними ресурсами носить стабільний, систематичний характер і здійснюється за допомогою інформаційних каналів і соціальних мереж.

Графічно модель рівнів формування соціального потенціалу підприємства представлена на рис.

1.

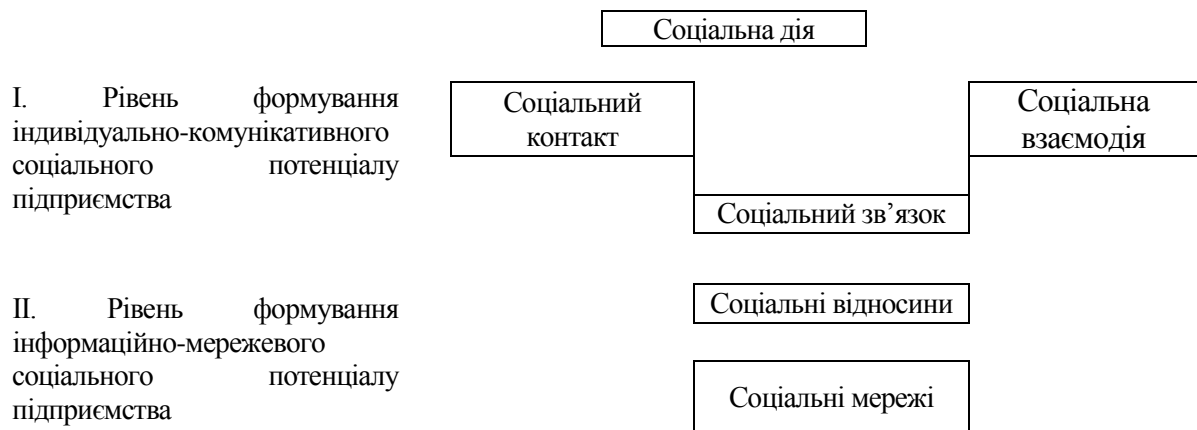


Рис. 1. Рівні формування соціального потенціалу підприємства

Оскільки, як вже зазначалось, соціальний потенціал виникає у системі неформальних соціальних зв'язків та комунікацій у межах неформальних груп підприємства, варто розглянути категорії неформальних груп, виділені українськими науковцями В.В. Стадник та М.А. Йохна [7]:

- 1) неформальні групи на основі спільних інтересів, що не стосуються основної діяльності;
- 2) неформальні групи на основі психологічної спорідненості;
- 3) неформальні групи на основі протистояння формальній владі чи іншим групам.

Кожна із запропонованих неформальних груп має власну природу соціального потенціалу, тому наступна класифікація елементів соціального потенціалу характеризуватиметься за формою об'єднання у групи. Згідно даного принципу розрізнятимуть три форми соціального потенціалу:

- 1) соціальний потенціал груп за інтересами;
- 2) соціальний потенціал груп психологічної спорідненості характеру;
- 3) соціальний потенціал груп протистояння.

Виходячи з форм об'єднання у групи і мотивів кожного окремого індивіда до взаємодії у даній неформальній групі, В.П. Слагін вивів сумарний ефект взаємодії двох індивідів, що володіють власними людськими капіталами і мають різний ступінь довіри один до одного. На думку вченого, сумарний соціальний капітал може змінюватись від максимально позитивного до максимально негативного значення [8].

Розглянутий підхід інтерпретації позитивної і негативної складової соціального капіталу має місце у науковій літературі, однак, виникає як мінімум дві досить суттєві проблеми такого трактування. По-перше, капітал в економіці – це чинник виробництва у вигляді вартості, здатної приносити прибуток або збиток [9]. Тому, сам по собі капітал – це лише ресурс, і він априорі не може

мати від'ємного значення. По-друге, від'ємного значення у вигляді збитків набувають результати діяльності підприємства (використання капіталу). Таким чином, рівень соціального капіталу є визначальним для отримання прибутків чи збитків.

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що не існує позитивного чи негативного соціального капіталу, а є тільки високий чи низький його рівні. І саме від рівня розвитку соціальний капітал може як позитивно, так і негативно впливати на результати діяльності організації. Тому, задля забезпечення керованості підприємством необхідно організувати співробітництво у колективі таким чином, щоб діяльність неформальних груп носила не деструктивний, а конструктивний характер. З огляду на це, черговим принципом класифікації форм соціального потенціалу є його характер прояву, який поділяє соціальний потенціал підприємства на конструктивний і деструктивний.

Наступними класифікаційними ознаками, за якими характеризуватиметься соціальний потенціал, є рівні його реалізації та рівні консолідації.

За рівнем реалізації соціального потенціалу він поділяється на фактичний (реалізований) потенціал та перспективний (планований).

Основним завданням вивчення фактичного соціального потенціалу підприємства є з'ясування наявного на період аналізу рівня даного потенціалу, що є визначальним у виконанні планових та програмних завдань підприємства у поточному періоді. Головним джерелом інформації слугує періодична та річна звітність минулих господарських процесів та наявного на кожний окремий період часу відносного рівня соціального потенціалу. У ході аналізу виявлені резерви означають для даного періоду вже втрачені можливості покращання результатів діяльності. Однак для майбутніх періодів усунення викритих, але ще діючих негативних причин, дозволить уникнути їх негативного впливу на реалізацію цілей підприємства.

Аналіз перспективного соціального потенціалу підприємства здійснюється у перспективній або довгостроковій системі управління. Він покликаний забезпечити обґрунтування прогнозованого рівня соціального потенціалу, досягнення планованих результатів господарської діяльності за рахунок керованості і гнучкості соціального потенціалу підприємства, що відображено в довгострокових планах підприємства на 5, 10, 15 та більше років. За допомогою аналізу перспективного соціального потенціалу визначаються можливі у майбутньому результати розвитку системи неформальних соціальних зв'язків, розробляються науково обґрунтовані програми соціального розвитку підприємства, оптимальні управлінські рішення, які забезпечують досягнення стратегічних цілей.

Наступною характеристикою соціального потенціалу підприємства є рівень консолідації колективу (згуртованість). В залежності від ступеня консолідації розрізняють три типи колективів [10]:

1) консолідований (згуртований) – характеризується тісним взаємозв'язком його членів, солідарністю та дружбою, постійною взаємодопомогою. Склад такого колективу є відносно стабільним. Такий колектив має, як правило, високий рівень виробничих показників трудової дисципліни та активності працівників;

2) розчленований (слабозгуртований) – складається з низки соціально-психологічних груп, що неприязно ставляться одна до одної та мають своїх лідерів. Групові показники, рівень виробничої дисципліни, ціннісні орієнтації, активність таких груп є дуже різними;

3) роз'єднаний (конфліктний) – за своєю сутністю є формальним колективом, у якому кожен сам по собі, особисті дружні контакти між його членами відсутні, вони пов'язані чисто офіційними відносинами. У таких колективах часто виникають конфлікти, спостерігається досить високий рівень плинності кадрів.

Черговою класифікаційною ознакою форм соціального потенціалу є рівень керованості. За даним принципом умовно поділимо соціальний потенціал підприємства на керований, слабокерований та некерований.

Під керованим соціальним потенціалом слід розуміти систему неформальних соціальних зв'язків підприємства, яка є еластичною по відношенню до системи керування підприємством. Керований соціальний потенціал характеризується якісними довгостроковими соціальними зв'язками, які створюють можливість обміну ресурсами та інформацією.

Слабокерований соціальний потенціал характеризується нижчим рівнем довіри між неформальними групами, розпорошеністю цілей кожної групи. В такому колективі треба застосовувати ефективніші мотиваційні важелі аби зосередити персонал на цілях, поставлених керуючою системою.

І, нарешті, некерований соціальний потенціал характерний для новостворюваного підприємства, у якому ще не сформовані соціальні відносини і принципи поведінки у колективі, а

також для підприємства, яка знаходиться на стадії банкрутства і має високу плінність кадрів, недовіру до керівництва, незадоволеність соціальними умовами роботи на підприємстві.

У загальному вигляді класифікація перелічених форм соціального потенціалу підприємства за різними принципами представлена у табл.1.

Таблиця 1

Класифікація форм соціального потенціалу підприємства за різними принципами

№ п/п	Принцип	Елементи
1.	За рівнями формування	1) індивідуально-комунікативний; 2) інформаційно-мережевий.
2.	За формою об'єднання у групи	1) соціальний потенціал груп за інтересами; 2) соціальний потенціал груп психологічної спорідненості характеру; 3) соціальний потенціал груп протистояння.
3.	За характером прояву	1) конструктивний; 2) деструктивний.
4.	За рівнем реалізації	1) фактичний (реалізований); 2) перспективний (планований).
5.	За ступенем консолідації колективу	2) консолідований (згуртований); 3) розчленований (слабозгуртований); 3) роз'єднаний (конфліктний).
6.	За рівнем керованості	1) керований; 2) слабкокерований; 3) некерований.

При розгляді форм соціального потенціалу підприємства показовим є міркування, що поняття керованості соціального потенціалу має пряму залежність від інших класифікаційних принципів, таких як консолідація, характер прояву та рівні формування соціального потенціалу на підприємстві.

Так, низький рівень консолідації колективу, слабкі зв'язки і висока конфліктність унеможливають обмін ресурсами та інформацією між членами колективу через відсутність довіри та розпорошеність цілей кожної неформальної групи. У цьому контексті видно, що чим вищим є рівень згуртованості працівників, тим, відповідно, вищим буде рівень керованості подібним трудовим колективом.

Аналогію варто провести у порівнянні форм соціального потенціалу в залежності від характеру прояву та від рівнів керованості соціальним потенціалом. Очевидним є те, що при деструктивному ефекті соціального потенціалу за умов зростання рівня корупції, непотизму, зловживання службовим становищем та зниження рівня довіри до формального керівництва підприємство характеризуватиметься слабким рівнем керованості соціальним потенціалом, і навпаки.

Крім того, важливим є аналіз взаємозалежності рівня формування соціального потенціалу та рівня керованості даним потенціалом на підприємстві. На перший погляд, на рівні формування індивідуально-комунікативного соціального потенціалу підприємства обмін ресурсами між індивідами носить випадковий, несистематичний характер і розповсюджується у масштабах малих соціальних груп. Очевидно, що рівень керованості соціальним потенціалом ще не злагодженого колективу буде низьким. Проте, формування інформаційно-мережевого соціального потенціалу здійснюється лише за умови, якщо неформальні соціальні зв'язки на індивідуально-комунікативному рівні сягнуть найвищої стадії розвитку і соціальний потенціал на даному рівні характеризуватиметься еластичністю до системи керованості підприємства. Таким чином, тільки розвиток рівня керованості соціальним потенціалом дозволить створити потенційно новий рівень формування даного потенціалу – інформаційно-мережевий.

Аналізуючи виділені форми соціального потенціалу та принципи їх класифікації, можна стверджувати, що класифікація форм соціального потенціалу підприємства є класифікаційною характеристикою неформальних соціальних зв'язків і відносин у колективі. Оскільки дані зв'язки є основним елементом соціального потенціалу, то рівень керованості підприємства та результати його діяльності залежать від того, в якій формі запропонований даний елемент.

Сучасні дослідники розглядають соціальний потенціал як один із факторів ефективної діяльності підприємства. Дискусійним у науковій літературі залишається поняття та структурні

складові соціального потенціалу, оскільки для різних вчених та галузей наук це поняття інтерпретується з принципово різних точок зору і аналізується із застосуванням різних підходів.

Аналітичні міркування вчених з питань класифікації елементів соціального потенціалу потребують уточнення. Кожен елемент характеризується своєю природою і виконує окремі функції. В залежності від функцій, які виконують структурні елементи соціального потенціалу, їх (елементи) можна згрупувати наступним чином:

1. Засоби реалізації соціального потенціалу: норми; цінності; традиції; довіра; вміння працювати в команді.

2. Шляхи реалізації соціального потенціалу: неформальні соціальні зв'язки, відносини та соціальні мережі; інформаційні канали.

3. Ресурси обміну: продукти інтелектуальної праці та творчих зусиль; інтелектуальна власність; освіта; професійний рівень працівників; продуктивні здібності; інформація.

При цьому слід зробити акцент, що елементи соціального потенціалу утворюють єдину систему і мають функціонувати одночасно і в сукупності, оскільки закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті окремо, а лише у поєднанні, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами.

З огляду на вищезазначене, принципово важливим буде зробити наступні висновки. На сьогоднішній день управління підприємством не можливе без урахування явищ і процесів, що мають об'єднуючий, інтегруючий характер, а саме: розвитку соціального потенціалу, довіри, а також корпоративної культури, пошуку спільного знаменника у діловій взаємодії, аналізу не тільки зовнішнього, а й внутрішнього середовища організації задля реалізації стратегії підприємства.

Основою соціального потенціалу є соціальні зв'язки, відносини, соціальні мережі, сформовані на підприємстві, які при адекватному перетворенні досягають поставленого кінцевого результату. При цьому на вході в систему соціального потенціалу надходять певні невикористані можливості, а на виході визначаються кінцевий результат використання потенціалу. Іншими словами, система управління формує соціальний потенціал, залучає його і відслідковує результат цього залучення. Тобто, керованість на підприємстві, яку має забезпечувати соціальний потенціал, не залежить від стратегії, обраної підприємством. Стратегія за своєю природою може бути змінною, при цьому керованість в ідеальному варіанті має бути постійною складовою, оскільки в іншому випадку функціонування підприємства неможливе. Тому, керованість підприємства – це інструмент адаптації стратегії до викликів зовнішнього середовища.

Література

1. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход / П.Н. Шихирев // *Общественные науки и современность*. – 2003. – № 2. – С. 17-32.
2. Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* / Robert Putnam. – New York: Simon & Schuster. – 2000. – 541 p.
3. Савко Ю. Громадянське суспільство, соціальний капітал і політична участь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franko.lviv.ua/faculty/Phil/Visnyk/Visnyk4/Politologija/Savko.htm>
4. Бова А. Соціальний капітал в Україні: досвід емпіричного дослідження / А. Бова // *Економічний часопис XXI*. – 2003. – № 5. – С. 24–37.
5. Вільна енциклопедія «Вікіпедія» // [Електронний ресурс]: Соціальна мережа. – Режим доступу до ресурсу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
6. Вербець В.В. Соціологія. – [Електронний ресурс]: http://pidruchniki.com.ua/12590605/sotsiologiya/sotsialni_zvyazki_sotsialni_vidnosini
7. Стадник В.В. Менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу до посібника: <http://library.if.ua/book/36/2442.html>
8. Слагін В. П. Про сутність поняття «соціальний капітал» та його роль у процесі розбудови соціальної держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-1/doc/1/05.pdf>
9. Вільна енциклопедія «Вікіпедія» // [Мережевий ресурс]: Капітал. – Режим доступу до ресурсу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB>
10. Залежність трудових конфліктів від характеристики колективу [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua.textreferat.com/referat-10852-1.html>