

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Скрипняк Д, Чорній Д., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.М. Кудінова**
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Оскільки інтелектуальна складова підприємства стає все більш і більш важливою, нематеріальні ресурси все більше потрібні для успішної роботи підприємства, не тільки технології та виробничі секрети, але й корпоративна культура, соціальна репутація та налагоджені та стабільні відносини з постачальниками. нематеріальна цінність об'єднується в єдину концепцію соціального капіталу, об'єднуючи мережі, клієнтів, партнерів та інші види капіталу як важливі чинники створення вартості. В умовах гібридної війни значно зростає потреба фірм у формуванні та накопиченні соціального капіталу.

Дані процеси пояснюється тим, що соціальний капітал є результатом встановлення стабільних ділових відносин із зацікавленими сторонами та визначає перехід від управління виробництвом до управління відносинами. Популярність цієї концепції пов'язана з її високою цінністю як одного з ключових факторів економічного розвитку підприємств, а також концепції Ф. Фукуями, що пояснює причини економічного прогресу [1]. Тому питання аналізу соціального капіталу та його відображення в обліку та звітності є особливо актуальним.

Відповідно до Міжнародного стандарту інтегрованої звітності (International Standard for Integrated Reporting, 2013), соціальний капітал – це інститути та відносини всередині та між громадами, між групами зацікавлених сторін та іншими групами, а також здатність обмінюватися інформацією для підвищення індивідуального та колективного добробуту.

Загалом, соціальний капітал – це репутація компанії в очах зацікавлених сторін; соціальні відносини – це ресурси для отримання вигоди, які сприяють створенню цінності та сталому розвитку, а одним із трьох ключових елементів соціального капіталу є довіра, тобто розумна розумність зацікавлених сторін очікування. На основі певних цінностей формується соціальний капітал групи, підприємства та всього суспільства, який є основою системи соціальної взаємодії та соціокультурним регулятором з вищим системним рівнем, ніж інші складові соціального капіталу. Усі компоненти соціального капіталу можуть бути відтворені лише на основі комунальних, групових і корпоративних цінностей. На підприємстві механізмом відтворення соціального капіталу є корпоративна культура, яка включає систему цінностей, норми та правила поведінки, особливо норми та правила довіри та взаємодопомоги.

Корпоративна культура є основою для соціально-економічного співробітництва, об'єднуючих процесів всередині та поза організацією, особливо в умовах гібридної війни. Розвиток корпоративного соціального капіталу передбачає розвиток соціальних відносин, головним чином у таких напрямках:

- розвиток соціальної взаємодії на підприємстві;
- формування соціальні відносин, які відповідають цінностям і нормам, пропагованим корпоративною культурою;
- підняття рівня міжособистісної довіри.

Через такі чинники, як несправедлива оплата праці та неузгодженість слів і вчинків, рівень довіри падає, і працівники вважають, що для підвищення ефективності роботи непотрібно витратити фізичну енергію чи навіть час. Також зростає усвідомлення того, що довіра – це ще не все. У багатьох випадках це необхідно, але недостатньо для успіху [1].

Горизонтальні зв'язки та відповідні цінності/норми у відносно закритих групах дуже потужні – це соціальний капітал, який варто розвивати у своїй команді чи компанії. Саме тут вступають у дію принципи та цінності зрілої організаційної культури, створюючи репутацію, бажаність в очах послідовників та залученість членів команди. Соціальний капітал також накопичується через горизонтальні зв'язки індивідів, що належать до різних груп. Натомість ці зв'язки за своєю суттю крихкі, але об'єднують людей і дозволяють будувати довіру поза межами вузьких кіл.

Постійне партнерство є важливим фактором у формуванні важливості соціальних мереж. Партнерські взаємодії в умовах гібридної війни мають значні наслідки для економічної стабільності та сприяють інвестиційній привабливості. Такі мережі характеризуються тим, що підприємства об'єднані спільними цілями і працюють над спільними проблемами, але в той же час вони не обов'язково мають спільний вид діяльності або належать до однієї галузі.

Багато компаній відновлюють соціальний капітал шляхом прямих інвестицій в освіту та навчання діловим навичкам, щоб покращити соціалізацію працівників. Сьогодні в розвинутих країнах менше 1/3 працівників мають безпосередній вплив на матеріальний об'єкт праці, замість 9/10 в індустріальних економічних умовах [2]. Основною частиною людської діяльності є «гра між особами» (гра між особами), продуктами якої є знання та інформація.

Інформаційні джерела:

1. Davidson, K. (2017). Employers Find 'Soft Skills' Like Critical Thinking in Short Supply. *The Wall Street Journal*, [online]. Available at: <http://www.wsj.com/articles/employers-find-soft-skills-like-critical-thinking-in-short-supply-1472549400?emailToken=JRr8f/p9YX2SgdY9Z8wx0UUsabgFEfTMSFLRIDXRPUbQ8WfWoOal3OAxhti65Gi1RFp77NkAqnI/RDvSgWxlGc6X3qV/lk24PmJAtonAwEjSZhuBwRLbIbJE>
2. Тимохова Г.Б. (ред.). Соціальний капітал як фактор економічного зростання суспільства: інституційний аспект аналізу. Харків. 2019: Вид-во НУА, 180с.