

**Кирикович К.В.**  
студентка ФММ НТУУ «КПІ»  
**Круш П.П.**  
ФММ НТУУ «КПІ»

## ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

*В статті проаналізовано ряд чинників, які сприяють формуванню соціального капіталу на підприємствах країни, а також показано неоднозначність в тлумаченнях термінології соціального капіталу світовими економістами та його об'єктивного застосування серед персоналу будь-якої компанії. Авторами проведено аналіз використання норм соціального капіталу на провідних підприємствах вітчизняного ринку та зазначено цінність його впливу для економічного розвитку підприємств України.*

**Ключові слова:** соціальний капітал, феномен довіри, чинники формування соціального капіталу, соціально-економічний розвиток.

**Вступ.** Дослідження вчених в області економіки, соціології, політології показують, що співтовариства, підприємства та організації засновані на довірі і співпраці, сприяють реалізації людського потенціалу. Все ширше в науковій літературі визнається той факт, що соціальні зв'язки і довіра виконують важливу роль в підтримці соціально-економічного розвитку

**Постановка завдання.** Мета статті – показати вплив соціального капіталу на конкурентоспроможність підприємства, його економічний розвиток та розмір доходів.

**Результати дослідження.** Сьогодні не існує єдиного визначення соціального капіталу, оскільки кожен вчений розуміє та трактує його по-своєму. Автором виокремлено визначення, які найчастіше зустрічаються в економічній літературі:

- інститути, відносини і норми, які формують якість і кількість соціальних зв'язків в суспільстві (визначення Світового банку, 1999 р.) [1];
- соціокультурний простір та інституційна інфраструктура [1];
- просторові відносини, взаємодії і мережі між групами людей, а також рівень довіри (зобов'язання і норми) усередині групі або співтовариства [1].

Перша відома згадка про соціальний капітал в сучасному значенні була пов'язана з освітою і належить Л. Ханіфану. З того часу соціальний капітал вивчався Дж. Джекобсом (1961), де соціальний капітал визначався як мережа сусідських відносин, Дж. Пассероном (1970) і П. Бурдье (1979), які застосовували дуже близьку за змістом концепцію культурного капіталу, Дж. Лорі (1987) – при дослідженні ринку праці, Дж. Коулменом

(1988), який підкреслював взаємодоповнення людського і соціального капіталу, Р. Патнемом (1993) і Ф. Фукуямою (1995), що застосували концепцію на рівні держави і регіону, причому Р. Патнем підкреслював роль громадської залученості у розвитку демократії і соціальної єдності, Дж. Дьюї розглядав соціальний капітал у своїй концепції соціального прагматизму [1].

Прийнято розрізняти дві форми існування соціального капіталу:

– *структурний*: громадські інститути, мережі, асоціації, правила, яким підпорядковане їх існування

– *когнітивний*: довір, відносини, цінності, норми і способи поведінки.

Ці дві форми відносні незалежні: може існувати певне формальне об'єднання, серед працівників якого не існуватиме довіри, або, навпаки, люди, не об'єднуючись в інститути чи групи, можуть цілком довіряти й покладатися один на одного [2].

Дослідження вчених в області економіки, соціології, політології показують, що співтовариства, підприємства та організації засновані на довірі і співпраці, сприяють реалізації людського потенціалу. Все ширше в науковій літературі визнається той факт, що соціальні зв'язки і довіра виконують важливу роль в підтримці соціально-економічного розвитку.

Соціальний капітал визначається через свої функції. Існуючи в формі соціальних структур, він полегшує суб'єктам, що знаходяться всередині цих структур ті чи інші дії [3]. Такими суб'єктами можуть бути як індивіди, так і групи, наприклад, корпорації. Соціальний капітал, як і фізичний капітал, може представлятися як запас, але його відмінність у тому, що він не витрачається по мірі використання, а навпаки, не будучи використовуваним, він втрачає свою цінність. При цьому, як і фізичний капітал, він вимагає вкладень у формі соціальної взаємодії та дій, що підтримують довіру [3]. Соціальний капітал стимулює економічний розвиток, сприяючи зв'язкам між підприємцям, працівниками, і полегшуючи доступ до інформації, прийняття колективних рішень та ефективні колективні дії. Високий рівень загального взаємної довіри, співробітництво, спілкування, взаєморозуміння – все це складає соціальний капітал корпорації, і чим краще він розвинений, тим більших успіхів ця корпорація здатна досягти. Умови для розвитку соціального капіталу можуть спеціально створюватися і підтримуватися.

Існує ряд факторів, які деструктивні для розвитку соціального капіталу в організації. До них відносяться:

– Прийнята в організації практика відсутності суто особистих робочих місць, коли кожен може зайняти будь-яке вільне. Така практика заважає людям відчувати свою особисту зв'язок зі своєю організацією і висловити її.

– Різкі і радикальні зміни процесів в організації, які проводяться за будь-яку ціну, на шкоду сформованим у колективі нормам, цінностям і відносинам.

– Надмірна концентрація уваги на лідера корпорації, переоцінка його ролі і значимості.

– Лицемірство: подвійні і непрозорі стандарти політики корпорації, невідповідність реальних дій керівництва заявленим цінностям компанії.

Не важко помітити, що на всіх рівнях розвитку соціального капіталу в корпорації згадується довіра [3].

Довіра – це те, на чому ґрунтується соціальний капітал, його необхідна умова. Можна виділити декілька найбільш істотних ознак існування феномена довіри:

– Довіра – це моральне ставлення між людьми. У довірі необхідне знання один одного [3].

– Довіра – це цілком добровільна прояв, воно не може бути викликано насильно [3].

– Довіра здійснюється як передача таємних думок і почуттів [3].

Тому, можна зробити висновок, що соціальний капітал – це форма існування довіри. Без довіри в співтоваристві стануть неможливими численні форми взаємодії та обміну знаннями. Економічні структури, в тому числі й корпорації, відчувають життєво важливу потребу в тому, щоб викликати до себе довіру, інакше ніхто не стане мати з ними справу, вкладати в них гроші.

Соціальний капітал тісно переплітається із людським, оскільки останній становить його тіло, основу. Розуміючи цей факт можна виділити основні чинники формування соціального капіталу в корпораціях.

Соціальний капітал не є, як його часто зображають, рідкісним культурним багатством, що передається від одного покоління до наступного, і у випадку його втрати він не поновлюється. Навпаки, він твориться спонтанно і постійно людьми, які живуть своїм щоденним життям. Він створений традиційними суспільствами і генерується на щоденній основі окремими людьми і фірмами у сучасному капіталістичному суспільстві.

У Китаї і Латинській Америці сім'ї сильні і взаємопов'язані, проте їм складно довіряти чужинцям, а рівень чесності і співпраці у громадському житті є значно нижчим. І як наслідок – непотизм і поширена державна корупція.

Той факт, що соціальний капітал інколи може бути використаний у деструктивних цілях чи застаріти, не заперечує того, що в принципі для суспільства він корисний. Фізичний капітал, врешті-решт, також не завжди є позитивним. Він не тільки може застаріти, але й може бути використаний для виробництва бойових рушниць, вульгарних розваг та всього різноманіття інших соціальних «гидот» [4].

Саме соціальний капітал дозволяє неурядовим організаціям надавати послуги у галузі освіти, охорони здоров'я, та забезпечувати всі види соціального захисту для решти суспільства, без потреби звертатися безпосередньо до урядових структур. Наприклад, у США, багато

соціальних послуг не перебуває у компетенції держави, тому одна з причин того, що США мають відносно мало державних програм соціального забезпечення порівняно із Західною Європою, полягає у тому, що велика кількість соціальних послуг надається безпосередньо інститутами громадянського суспільства [5].

Таблиця 1

### Чинники формування соціального капіталу

Чинники	Суть чинників
Економічні	Економічні чинники ґрунтуються на підставі отримання доходів шляхом досягнення якнайбільшої продуктивності праці, ефективної діяльності трудового колективу тощо. Всього цього можна досягнути, створивши певний клімат, сприятливу ділову атмосферу між працівниками. До економічних чинників можна віднести інвестиції, систему матеріального стимулювання на підприємстві, інфляцію, стан грошового ринку, ринку кредитних ресурсів, податкову політику країни, обсяг виробництва ВВП, обсяг грошової маси та капіталовкладень тощо.
Соціальні	Соціальні чинники ґрунтуються на взаємозв'язку та взаємовпливі членів колективу, спільній їх діяльності та спілкуванню на робочому місці, а також підтримці та заохоченні працівників керівниками, в тому числі й матеріально. Особливий статус у групі соціальних належить суспільному чиннику, що відображає не соціальне забезпечення, як первинне мотиваційне джерело, а соціальні відносини, як наслідок суспільних змін.
Трудові	Трудові чинники формують вплив через доходи носіїв людського капіталу.
Національні	Національні ж чинники виявляються шляхом традицій, поведінки та менталітету працівників, їх приналежності до певної країни, нації
Екологічні	Завдяки екологічним чинникам формується політика щодо зменшення викидів та негативного впливу на атмосферу та на природу в цілому, особливо якщо це стосується виробничих підприємств.
Політичні	Під політичними чинниками мається на увазі політична ситуація та політичний клімат у країні, оскільки всі ці фактори мають значний вплив на діяльність будь-якого підприємства та організації, і є основними блукаючими потоків інвестицій у країну.

Використання соціального капіталу безумовно підвищує якість діяльності, ефективність управління та забезпечує конкурентоспроможність будь-якого підприємства чи організації. Тому його запровадження відіграє неабияку роль у сучасних стратегіях управління. Якщо говорити про Україну, то звичайно, соціальний капітал, як такий, не набуває значного поширення навіть на регіональному чи національному рівні, порівняно із іншими розвиненими державами, наприклад, такими як Японія. Якщо ж говорити про окремі об'єднання, то соціальний капітал стоїть на початковому рівні розвитку.

Зародження функціонування соціального капіталу в Україні можна спостерігати на такому прикладі, як корпорація «Оболонь». Про це свідчить, зокрема, їхній звіт зі сталого розвитку (2010-2011pp.).

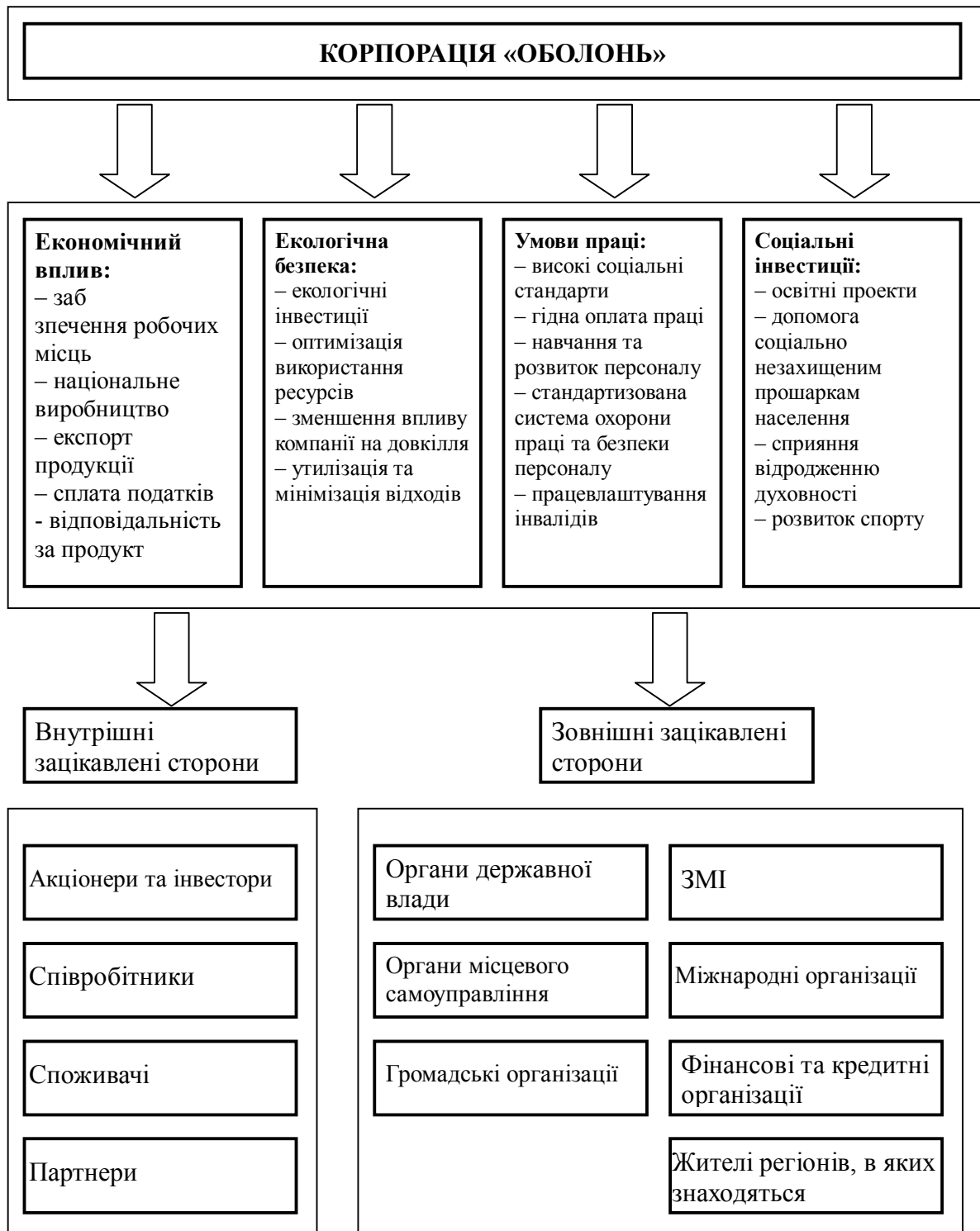


Рис.1. Карта корпоративної соціальної відповідальності корпорації «Оболонь» [6]

Ще однією компанією, яка проводить соціальну політику та створює соціальний капітал є ДТЕК. ДТЕК – найбільша приватна вертикально-інтегрована енергетична компанія України. Синергія вугледобувних, енергогенеруючих та дистрибуційних підприємств, впровадження передових технологій, професійний менеджмент, зважена соціальна

політика дозволяють ДТЕК зберігати лідерські позиції на паливно-енергетичному ринку України.

На даний момент 15 підприємств ДТЕК мають сертифікати відповідності СЕМ міжнародному стандарту ISO 14001:2004. Ведеться активна робота з впровадження корпоративної СЕМ в нових компаніях, що увійшли в структуру Холдингу в звітному періоді. Наприклад, розпочато роботи з побудови системи екологічного менеджменту у ПАТ «ДТЕК Донецькобленерго»: у січні 2012 року тут створено сектор з охорони навколишнього середовища у складі виробничо – технічної служби, планується впровадження діючих на підприємствах ДТЕК процедур (управління екологічними ризиками, організація роботи Комітету з охорони навколишнього середовища та ін.) [7].

Якщо ж говорити про Кока-Колу, то можна сказати, що кожна осінь для компанії – пора аудитів. У жовтні 2011 Кока-Кола пройшла аудит на відповідальність до міжнародного екологічного стандарту ISO 14001-2004 року та підтвердили його дію. Цього року від аудиторів Кока-Кола отримує лише позитивні відгуки щодо заводської системи Екологічного Менеджменту (СЕМ)[8].

**Висновки.** Виходячи із вищенаведеного матеріалу, можна зробити висновки, що соціальний капітал вивчався й вивчається сьогодні як економістами, так й соціологами різних країн світу. Саме тому не існує єдиного та однозначного визначення соціального капіталу.

*Одні автори визначають* його як соціально-культурний простір, *інші* – як набір норм та взаємовідносин між людьми. Але майже всі науковці стверджують, що соціальний капітал насамперед ґрунтується на довірі у всіх її проявах, при цьому не має різниці, чи це нація із своїм менталітетом, чи невелика корпорація із своїм соціальним кліматом та традиціями.

Соціальний капітал, поряд із іншими матеріальними капіталами компанії, відіграє важливу роль у забезпечення конкурентоспроможності на будь – якому ринку та досягненні максимального прибутку.

В Україні поняття соціального капіталу не є таким поширеним, як у ін. розвинених країнах світу(Японія, США), але ж, все ж таки, його застосування можна спостерігати у таких великих об'єднаннях як «Оболонь», ДТЕК та Кока-Кола.

#### Список використаних джерел

1. Гассий В. В. Социальный капитал, гражданское общество и демократия в теории социального прагматизма Дж. Дьюи // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология, 2005. – № 3. – С. 169-179.
2. Електронний ресурс /Режим доступу: <http://www.smart-edu.com/intellektualnyy-kapital/sotsialnyy-kapital-v-strukture-intellektualnogo-kapitala.html>
3. Електронний ресурс /Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/subscribe.html>
4. Соціальний капітал / Френсіс Фукуяма, американський соціолог і політолог, директор програми міжнародного розвитку в Університеті ім. Дж.Хопкінса докто (переклад Лілії Шевчук).

5. Соціальний капітал і проблеми забезпечення соціального порядку і стабільності в Україні /Діденко Н.Г., д. держ. управ. доцент, декан факультету менеджменту, завідувач кафедри філософії і психології Донецького державного університету управління.

6. Звіт зі сталого розвитку корпорації «Оболонь»: 30 років успіху (період звітності: 2010-2011pp.).

7. Отчет деятельности в области устойчивого развития 2010–2011 (Міжнародна компанія ДТЕК).

8. Звіт соціальної відповідальності Іноземного підприємства Кока-Кола Бееріджиз Україна за 2010-2011pp.

---

**Кирикович К.В.**

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

**Круш П.П.**

ФММ НТУУ «КПІ»

## **ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ**

*В статье проанализирован ряд факторов, которые способствуют формированию социального капитала на предприятиях страны, а также показано неоднозначность в толковании терминологии социального капитала мировыми экономистами и его объективного применения среди персонала любой компании. Авторами проведен анализ использования норм социального капитала на ведущих предприятиях отечественного рынка и указано ценность его влияния для экономического развития предприятий Украины.*

**Ключевые слова:** социальный капитал, феномен доверия, факторы формирования социального капитала, социально – экономическое развитие.

**Kyrykovych K.V., Krush P.P.**

## **EXAMPLES OF SOCIAL CAPITAL IN THE UKRAINE**

*The paper analyzes a number of factors that contribute to the formation of social capital in enterprises of the country, and shows the ambiguity in the interpretation of the terminology of social capital and its global economists objective application of the staff of any company. The authors analyzed the use of norms of social capital at the leading enterprises of the domestic market and its impact the value specified for the economic development of enterprises in Ukraine.*

**Keywords :** social capital, the phenomenon of trust factors in the formation of social capital, social and economic development.

---

**Круш П.В.**

*к.е.н., професор завідувач кафедри економіки і підприємництва НТУУ  
«КПІ»*

**Токова С.І**

*студентка ФММ НТУУ «КПІ»*

## **ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЗАТ «ОДЕСЬКИЙ КОНЬЯЧНИЙ ЗАВОД»**

*В цій статті розглянуто основні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств та сформовані рекомендації щодо її підвищення. Особливої уваги заслуговує стратегія конкуренції у сфері торгівлі лікєро-горілчаною продукцією та розробка програми маркетингу. В даній науковій статті також було здійснено аналіз сильних та слабких сторін підприємства, проаналізовано діяльність основних конкурентів-виробників на ринку коньячних виробів.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємство, якість, продукція, реклама.

**Вступ.** *Конкуренція* (термін «конкуренція» походить від латинського слова *concurrere*, що означає «зіштовхуюсь») – одна з головних рис ринкового господарства. Саме конкуренція створює умови для розробки і створення нових товарів та послуг. Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням. Виділяють чотири основні умови виникнення конкуренції, а саме:

– наявність на ринку великого числа незалежно діючих виробників будь-якого конкретного продукту або ресурсу. Якщо виробництво зосереджено в руках одного власника, то панує монополія, яка по суті заперечує конкуренцію. Монополія і конкуренція – це антиподи;

– свобода вибору господарської діяльності виробників. Кожний з них не тільки визначає що виробляти, а й має право вносити будь-які зміни у виробництво, визначати його обсяги тощо;

– відповідність між попитом і пропозицією. Якщо, припустимо, попит перевищує пропозицію, то у покупця немає свободи вибору, оскільки через дефіцит уся продукція реалізується. Там, де є дефіцит, немає вільної конкуренції;

– наявність ринку засобів виробництва. У конкурентній боротьбі велике значення має встановлення високої норми прибутку, яка, по суті, є орієнтиром у виборі господарської діяльності. Однак вибір діяльності показує тільки можливість виробництва. Для того, щоб ця можливість перетворилась на дійсність, потрібно, маючи грошовий капітал, перетворити його на засоби виробництва [1].

У своєму розвитку конкуренція пройшла певний шлях удосконалення від простих до складніших форм.