

**Білявський Валентин Миколайович**  
*аспірант кафедри менеджменту Київського національного  
торговельно-економічного університету*

## **ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА РІВНІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Належне ставлення до інтелекту і творчих здібностей особи є передумовою серйозного прогресу в сфері розвитку високих технологій, що у свою чергу, є запорукою процвітаючої економіки. Подібний прогрес призводить до змін не лише в сфері технологій, але і в соціальній сфері, змушуючи відшуковувати нові способи суспільної регуляції. За такої постановки проблеми важливого значення набуває формування соціального капіталу.

Під соціальним капіталом ми розуміємо потенціал взаємної довіри та взаємодопомоги працівників, цілераціонально сформований у міжособистісних відносинах, який дозволяє мобілізувати додаткові ресурси, що у свою чергу створюють умови для координації і кооперації заради взаємної вигоди усього колективу загалом.

Збільшення вартості соціального капіталу потребує виділення пріоритетів в реалізації суттєвих соціальних інтересів працівника або колективу будь-якого торговельного підприємства і є основою для визначення стратегічних цілей соціальної політики, визначення соціальних орієнтирів реформування, вироблення будь-якого виду політики, що виражає інтереси працівника або колективу торговельного підприємства. Процес його формування припускає об'єктивний науковий аналіз сформованої соціально-економічної ситуації та тверезу оцінку минулого історичного досвіду, вивчення зовнішніх факторів. На цій основі збільшення вартості соціального капіталу:

- *по-перше*, потребує виділення основних інтересів працівників торговельного підприємства, що відповідають перспективним цілям колективу;
- *по-друге*, серед них потребує визначення ряд інтересів, від задоволення яких, у першу чергу, залежить безпека подальшого розвитку цього підприємства;
- *по-третє*, потребують визначення ті першочергові ресурси, що можуть бути використані для досягнення стратегічних соціальних цілей, збереження та розвитку колективу торговельного підприємства (для підвищення якості життя і його працівників).

На багатьох підприємствах, у тому числі і торговельних, відбувається збільшення вартості соціального капіталу як певної основи не лише соціальної, але й інших видів політики підприємства. Соціальний капітал розкриває найбільш загальні уявлення: про соціальну сферу, про соціальні цілі колективу торговельного підприємства і принципові механізми його реалізації.

Логіка формування соціального капіталу включає декілька етапів:

- визначення меж соціальної сфери, що є об'єктом управлінських впливів;
- оцінка проблемної ситуації в цій сфері;
- розробка соціальної програми дій, як довго-, так і середньострокової;
- виявлення принципових механізмів соціальної облаштованості колективу, якими керуються при розробці концепції соціальної безпеки.

Загальним вектором формування соціального капіталу на рівні торговельного підприємства, на наш погляд, є корпоратизм<sup>1</sup>.

Саме слово “корпоратизм” походить від “корпорація” (лат. corporatio – об'єднання). У літературі корпорація переважно була відома як економічна, тобто такий вид взаємодії працівників, що характеризується акціонерним капіталом, де цей капітал утворюється шляхом продажу акцій та облігацій. Однак розвиток корпоративної власності як однієї з головних у всьому різноманітті її форм корпорація розглядається не тільки як певний тип економічної і соціальної організації, зі своїми нормами, специфічними інтересами та цілями діяльності, але і як особливий тип облаштованості всієї господарської діяльності. Він заснований на принципах співволодіння і спільного розпорядження корпоративною власністю, договірних відносин між керівником та підлеглими. Таким чином, під корпоратизмом розуміється певний спосіб організації, де не лише адміністрація торговельного підприємства ініціює соціальний розвиток, а і самі працівники включаються в активне громадське життя колективу торговельного підприємства.

На наш погляд, в основу сучасного соціального управління на рівні торговельних підприємствах повинна бути покладена інша парадигма розвитку, не ліберально-ринкова, а корпоративна.

Тому, саме корпоратизм є теорією сучасного соціального управління, саме він визначає соціальні цілі відродження та подальшого розвитку соціального управління. Поки що, соціальні цілі в українській Конституції і на більшості підприємств декларуються, але не реалізуються, відбувається зниження якості життя у населення в цілому, і у працівників підприємств зокрема. Корпоратизм як основний метод формування соціального капіта-

---

<sup>1</sup> Чернышев С.Б. Корпоративное предпринимательство: от смысла - к предмету, - М.: “Молодая гвардия”, 2001., - с. 338-339.

лу став світовою практикою соціально-економічного розвитку країн та підприємств. Саме на його принципах розроблялися та реалізовувалися “проривні” проекти виведення країн та провідних підприємств із кризи (країни: Південна Корея, частково Російська Федерація й ін.; підприємства: Фольцваген, Деу тощо). Корпоратизм на даному етапі є певною системою, що визначає економічну, соціальну, екологічну, політичну і культурну долю більшої частини людства.