

УДК 005.336.4:657.471

А.І.НЕЧЕПУРЕНКО, канд. екон. наук
Харківський національний економічний університет

ТЕРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаються роль та значення соціального капіталу в рамках сучасного підприємства. Обґрунтовано необхідність його фінансової оцінки та запропоновано теоретичний розгляд комплексу сучасних методик фінансової оцінки соціального капіталу підприємства.

Рассматриваются роль и значение социального капитала в рамках современного предприятия. Обоснована необходимость его финансовой оценки и предложено теоретическое рассмотрение комплекса современных методик финансовой оценки социального капитала предприятия.

Considers the role and importance of social capital in the modern enterprise. Justified the necessity of its financial assessment and proposed a theoretical analysis of the complex of modern methods of financial evaluation of the social capital of the enterprise.

Ключові слова: соціальний капітал підприємства, оцінка соціального капіталу підприємства, фінансова оцінка соціального капіталу підприємства, система збалансованих показників, методика оцінки соціального капіталу.

У сучасних умовах господарювання поняття соціального капіталу все частіше використовується для пояснення різних соціальних та економічних процесів, що відбуваються в суспільстві. Соціальний капітал можна визначити як «ресурс, що належить соціальним відносинам і здатний збільшити продуктивність цілеспрямованих дій» [1, с. 148], також як система взаємодії між працівниками підприємства на основі довіри для досягнення поставлених перед підприємством цілей. Популярність даного поняття пов'язана з тим, що воно має високу пояснювальну цінність в якості одного з ключових чинників економічного розвитку підприємства, а також як концепт для пояснення причин економічного прогресу [2]. Теоретичні аспекти соціального капіталу та економічні ефекти його функціонування в межах підприємства продемонстровані в досить великій кількості досліджень, цим питанням займалися такі відомі зарубіжні вчені, як: Д. Коулман, Ф. Фукуяма, Дж. Хауберер [1-3]. Серед вітчизняних вчених можна відмітити таких, як М. Дороніна, О. Мартякова та ін. [4,6]. Ці дослідження показують, що наявність соціального капіталу сприяє економічному зростанню підприємства.

Роль соціального капіталу для сучасних підприємств отримує свою адекватну оцінку, але існує проблема його фінансової оцінки. Існують певні методики, але вони не до кінця розроблені і не отримали в достатній мірі застосування на вітчизняних підприємствах. Як від-

значають деякі вчені – сама спроба оцінки нематеріального капіталу і вимір його вартості здаються дещо некоректними. Проте слід визнати, що існують об'єктивні причини необхідності його формалізації і виміру для подальшого ефективного управління [5].

Метою даної роботи є розгляд значення і ролі соціального капіталу в рамках сучасного підприємства, а також запропоновано теоретичний розгляд основних методик його фінансової оцінки. Ми можемо управляти тільки тим, що ми можемо вимірювати.

Для досягнення поставленої мети у процесі роботи було сформульовано та вирішено такі завдання:

- визначення значення та ролі соціального капіталу в рамках сучасного підприємства;
- обґрунтування необхідності фінансової оцінки соціального капіталу;
- виявлення сучасних методик фінансової оцінки соціального капіталу підприємства.

Новизна одержаних результатів: узагальнено методи фінансової оцінки соціального капіталу підприємства.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки в Україні підприємство є важливою інституційною одиницею суспільства. Зростає роль соціального капіталу, це обумовлено тим, що сьогодні неможливо уявити собі досягнення необхідних фінансових результатів без скоординованої взаємодії між працівниками підприємства для досягнення поставлених перед ними цілей.

Поняття соціального капіталу прийшло в фінансову науку відносно недавно – наприкінці двадцятого століття. Соціальний капітал представляє з себе мережу внутрішньої взаємодії співробітників організації на основі взаємної довіри та відкритості і зовнішньої взаємодії організації на цій же основі з партнерами та іншими суб'єктами зовнішнього середовища для передачі й розвитку знань, необхідних для прийняття рішень в умовах суттєвих змін ситуацій господарювання [6, с. 19]

В рамках підприємства існують різні види капіталів, як матеріальних так і нематеріальних, таких як фінансовий, інтелектуальний, структурний та ін. Але ефективне використання будь-яких активів можливо тільки завдяки спільній діяльності колективу підприємства.

Капітал як ресурс розвитку може приймати найрізноманітніші форми. У нашій країні протягом багатьох років основна увага приділялася збільшенню та ефективному розподілу матеріалізованої форми капіталу, який розглядався в якості основного джерела економічного зростання. З розвитком ринкових відносин прийшло розуміння значу-

щості фінансових ресурсів для забезпечення кількісних і якісних перетворень як на рівні країни в цілому, так і для окремих територій. Усвідомлення значущості та необхідності розвитку соціального капіталу підприємства відбувається досі [7].

В останні роки вчені-економісти закликають приділяти цьому виду капіталу більш пильну увагу, особливо в сучасних економічних умовах. На українських підприємствах працівник, колектив, відносини між працівниками продовжують розглядатися сьогодні як найменш цінний ресурс. Як правило, не створюються умови для розвитку довіри, повноцінної взаємодії між членами колективу. Не приділяється увага створенню певної організаційної культури, норми та цінності якої повинні відображати точку зору керівництва з цього питання. У багатьох підприємств відсутні мотиваційні важелі для підвищення рівня розвитку соціального капіталу. Винятком є організації, що пов'язані зі сферою інформаційних технологій або використовують зарубіжні технології управління. Для подібних організацій актуально підвищення якості власного соціального капіталу.

У таких умовах соціальний капітал, як правило, взагалі не розглядався в якості ресурсу розвитку. Це може бути обумовлено наступними обставинами. По-перше, дослідження сутності соціального капіталу та його ролі в процесі розвитку почалося порівняно недавно. У зв'язку з цим багато вітчизняних керівників не мають про нього комплексного уявлення, не знають, як і навіщо його використовувати. По-друге, соціальний капітал складно піддається фінансовій оцінці [7]. Беручи до уваги ці обставини, необхідна розробка та впровадження певних дій, метою яких буде формування у керівників уявлення про роль соціального капіталу в сучасних умовах та розробка системи індикаторів для оцінки ступеня його розвитку і особливо впливу соціального капіталу на процес соціально-економічного розвитку підприємства.

Незважаючи на те, що вимірювання соціального капіталу є поки відносно новою справою, що не прийняв ще масового характеру, на практиці вдалося встановити певні стадії, які проходять компанії перед тим, як досягти в цій справі видимих успіхів:

- 1) виробити спільну мову для тлумачення понять та категорій, що відносяться до галузі соціального капіталу;
- 2) визначити найбільш відповідні для компанії ключові показники соціального капіталу;
- 3) розробити на їх основі відповідну модель вимірювання;
- 4) ввести в компанії систему фінансової оцінки;
- 5) залучити об'єктивних консультантів і спостерігачів для виконання ключових операцій процесу фінансової оцінки [8].

Це велика підготовча робота, але її необхідно виконати для того щоб зрозуміти, як соціальний капітал створюється, використовується, розвивається, оцінюється.

Принциповою особливістю соціального капіталу є те, що на відміну від матеріальних ресурсів, експлуатація яких зменшує їх кількість або якість, соціальний капітал як нематеріальний актив в процесі активної експлуатації зростає і скорочується, якщо не використовується.

Соціальний капітал може давати імпульс розвитку і сприяти підвищенню економічної ефективності підприємства. Він дозволяє:

- використовувати додаткові, нематеріальні чинники довіри, відкритості;

- проявляти ініціативу;

- здійснювати вільний інноваційний пошук;

- створювати нові форми ефективної взаємодії, спрямованої на досягнення вагомих для підприємства цілей [7].

У сучасних умовах господарювання висока ступінь розвитку соціального капіталу є необхідною умовою успішного управління підприємством. Ефективне управління соціальним капіталом дає можливість мінімізувати витрати фінансових ресурсів при впровадженні, наприклад, будь-яких інновацій, а також збільшити фінансовий прибуток підприємства. У зв'язку з цим розробка методів фінансової оцінки соціального капіталу набуває першочергового значення.

Фінансові показники відображають успішність діяльності підприємства загалом та по окремим секторам його функціонування. З їх допомогою можливо оцінити відповідність стратегічних та тактичних дій підприємства загальному плану його розвитку. До головних фінансових показників відносяться прибуток, прибутковість зайнятого капіталу, рентабельність та ін.

Соціальний капітал є конкретним, хоча і нематеріальним ресурсом компанії, який піддається управлінню, який вносить свій внесок у розвиток фінансових показників діяльності підприємства.

Необхідно відзначити, що фінансова оцінка соціального капіталу має деякі складності, які пов'язані з необхідністю переходу від абстрактних нематеріальних складових соціального капіталу до певних фінансових показників.

У фінансовій оцінці соціального капіталу можна застосувати підходи двох основних концепцій, одна з яких умовно отримала назву «скандинавської», яка зосередила свою увагу на оцінці, перш за все нефінансових характеристик соціального капіталу. Друга концепція отримала назву «північноамериканської», представники даної течії

зосередилися саме на фінансовій оцінці та обліку нематеріальних активів, важливе місце серед яких займає і соціальний капітал.

Компонентами соціального капіталу, що підлягають фінансовій оцінці, виступають деякі важливі для компанії аспекти її колективної діяльності, а вимірником є вибраний інструментарій, який дозволяє виміряти їх за кількісними та якісними критеріями.

Зокрема показниками соціального капіталу (рис.1), які підлягають фінансовій оцінці, можуть виступати:

- потенціал довіри в колективі;
- ефективність взаємодії в колективі;
- стан організаційної культури;
- Я-концепція.

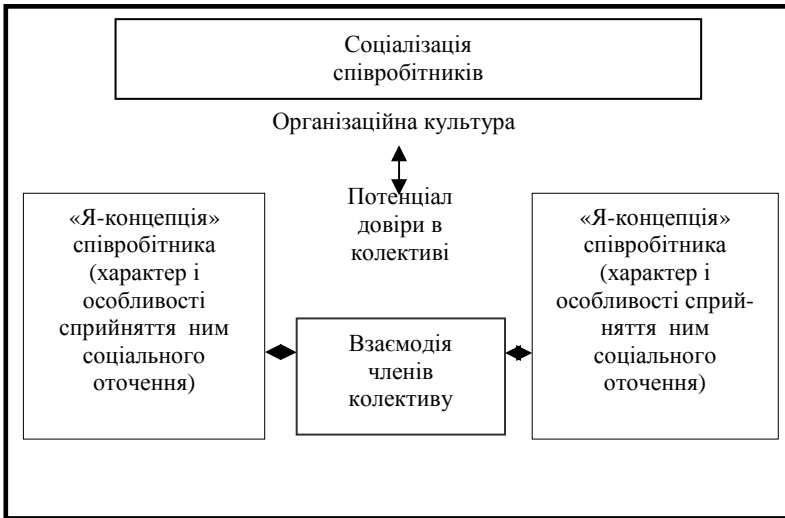


Рис. 1 – Складові соціального капіталу промислового підприємства

Існує кілька причин, з яких варто проводити фінансову оцінку нематеріальних ресурсів, а зокрема соціального капіталу підприємства:

- це більш адекватно відображає вартість підприємства;
- процес вимірювань дозволяє заглянути вглиб – на рушійні сили, що підтримують продуктивність підприємства;
- зростають вимоги до ефективного управління невідчутними активами – як самого керівництва компанії, так і з боку інших зацікавлених осіб, у тому числі держави і суспільства;

- зростання інвестицій в підприємство збільшується, якщо система звітності забезпечує існуючих і потенційних інвесторів більш повною інформацією про підприємство [8].

При оцінці соціального капіталу компанії з використанням фінансових показників виділяються методики, орієнтовані на економічні показники: рентабельність активів (ROA), інвестицій (ROIC), додану економічну вартість (EVA) і ін.

Для прикладу розглянемо такий метод, як EVA (Economic Value-Added). У цьому випадку люди розглядаються не з позиції вартості, а, швидше, як активи. Хоча дана методика ефективна у визначенні «невловимих цінностей», вона не дає відповіді на питання про те, як ці цінності створюються і розвиваються. Спочатку показники, потім – вимірювачі. Ця група методів базується на розгляді різних показників соціального капіталу, на основі яких розробляються самі вимірники.

Варіантом даного підходу виступає відома методика Navigator шведської страхової компанії Skandia. Тут виділяється декілька категорій соціального капіталу: рівень взаємодії членів колективу (соціально-психологічний клімат, компетенції, досвід, горизонтальні і вертикальні комунікації), потенціал довіри (довіра до своїх колег, відповідність винагороди за свою роботу, довіра до керівництва, досягнення цілей, що стоять перед підприємством), організаційна культура (норми, цінності, ритуали та ін.), Я-концепція (знання, досвід, компетентність).

Взаємозв'язок наведених вище понять полягає у наступному. Процес формування та розвитку соціального капіталу виробничої організації починається з входження індивідів у соціум, що є процесом соціалізації, який базується на довірі людей один до одного. Довіра між людьми можлива за наявності у них розвиненої «Я-концепції», яка відтворює самосприйняття людини та її ефективну взаємодію з іншими членами колективу. Довіра робітників один до одного сприяє вільному обміну інформацією та покращує їхню роботу як у короткостроковому періоді, так і у довгострокових відрізках часу. Якщо людина довіряє іншій людині, то це свідчить про те, що вона має зрілу «Я-концепцію» і може бути повноцінним членом команди, сприяючи розвитку соціального капіталу підприємства. Без довіри не можна створити повноцінних взаємовигідних відносин з партнерами і ефективних комунікацій між ними. Це стає можливим, якщо в організації є організаційна культура, що сприяє розвитку відповідних цінностей та процесів. Дослідження охарактеризованих компонент соціального капіталу дозволяє визначити передумови і резерви його подальшого розвитку.

Одним з ефективних методів оцінки соціального капіталу є збалансована система показників, яка може включати такі групи показників:

- персонал;
 - склад персоналу в організації та управління ним;
 - задоволеність працівників;
 - додана вартість та обсяг продажу на кожного зайнятого;
 - робота в команді;
 - досвід роботи персоналу в даній професії, кількість відпрацьованих років;
 - соціально-психологічний клімат у колективі;
 - рівень довіри до колег;
 - рівень довіри до керівництва;
 - плинність персоналу.
- Внутрішня структура:
- інформаційні системи, їх застосування, функції, масштаб;
 - обладнання, склад і ефективність адміністративних систем і організаційних структур;
 - інвестиції в нові методи управління та філії; в дослідження і конструкторські роботи; в інформаційні системи і технології;
 - корпоративна культура, цінності, традиції, символи;
 - стабільність організації: термін її існування, частка персоналу з маленьким стажем роботи, плинність управлінських кадрів [9].

Клієнти:

- кількість клієнтів; як довго вони є клієнтами даної організації;
- прибуток у розрахунку на клієнта;
- склад клієнтів, зв'язок з ними, ступінь їх задоволеності;
- обсяг продажу на одного клієнта;
- іміджеві клієнти організації;
- повторні замовлення [9].

Запропоновані методи фінансової оцінки соціального капіталу не мають на увазі універсальності, але орієнтовані на адаптацію показників оцінки для кожного конкретного підприємства у кожному конкретному випадку. Це комплексний підхід фінансової та нефінансової оцінки активів, який дає можливість довгострокового планування створення вартості і розвитку організації в цілому [9].

Показники клієнтської складової характеризують «зовнішній» соціальний капітал, тобто формування відносин підприємства як суб'єкта економічних відносин у зовнішньому середовищі.

Групи показників «персонал», «внутрішня структура» характеризують «внутрішній» соціальний капітал, тобто є безпосередньо характеристиками системи відносин усередині колективу підприємства.

Ще кілька прикладів з цієї групи: методика IAM (Intangible Assets Monitor), яка виділяє в рамках нематеріального активу зовнішню структуру, внутрішню структуру і компетенцію людей. Вибір показників вимірювання за цими напрямками залежить від цілей і завдань, поставлених перед підприємством. На основі цієї методики багато іноземних підприємств будують свою оцінку нематеріальних ресурсів, у тому числі і соціального капіталу.

Методика оцінки – IC Index: виділення чотирьох структурних підгруп соціального капіталу (взаємодія, персонал, інфраструктура, організаційна культура) і представлення їх у вигляді ієрархічної структури. Сюди ж відноситься і методика IC Rating, вона являє собою ту ж ієрархічну структуру, але з додаванням фактора ризику.

Особливістю методик IC Index і IC Rating є те, що вони дозволяють не тільки проводити оцінку окремо деяких частин вартості, але також виконують прогностичну функцію, звертаючи увагу на деякі чинники, що лежать в основі певної ситуації, і тенденції їх розвитку.

Система збалансованих показників у рамках фінансової оцінки соціального капіталу є компромісним варіантом, тому що враховуються як фінансові показники, так і нефінансові.

Це дуже важливо, тому що оцінка соціального капіталу як нематеріального активу, з використанням фінансових звітів, не відображає реалій сучасної економіки. Соціальний капітал розширює поняття нематеріальних активів, вводячи в розгляд такі активи, які не піддаються кількісній оцінці або не відображаються у стандартах обліку [7]. Це нематеріальні активи компанії, які включають в себе ефективність взаємодії між співробітниками, рівень довіри між ними, організаційну культуру та інше.

Представляє також інтерес метод співвідношення ринкової та балансової вартості підприємства (Market-to-Book ratio) [10], який досить популярний завдяки простоті та доступності.

Основна гіпотеза полягає в тому, що фінансова оцінка нематеріального ресурсу компанії являє собою різницю між величиною ринкової вартості фірми і її балансовою вартістю, взятої з фінансових звітів. Зазвичай використовується відношення двох величин для того, щоб усунути зовнішні макроекономічні фактори (наприклад, рівень процентної ставки), які, як очікується, надають приблизно однаковий вплив на зміну ринкової вартості (капіталізації) компаній [10]. Однак тут необхідно зробити акцент на тому, що нематеріальні ресурси компанії

(рис. 2) включають в себе крім соціального капіталу такі види капіталів, як: інтелектуальний, людський, організаційний [11, с. 64]. Виходячи з цього, представляє певні труднощі точна фінансова оцінка саме соціального капіталу.

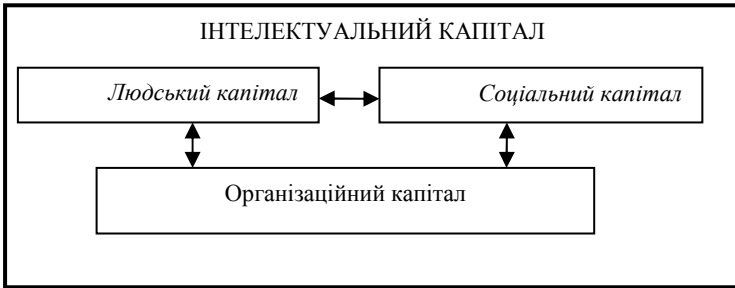


Рис. 2 – Структура нематеріальних капіталів підприємства

Варто відзначити, що навіть якщо не брати до уваги сукупність форм нематеріальних капіталів і не враховувати зовнішні макроекономічні фактори, різниця між ринковою і балансовою вартістю відображає не тільки величину соціального капіталу, а й очікування інвесторів з приводу стратегії і майбутніх прибутків – фактор, який не має прямого відношення до соціального капіталу. Розділити ці два ефекти в методиці неможливо. В Україні з її нерозвиненим фінансовим ринком і малим числом емітентів використання таких методів для оцінки соціального капіталу практично неможливо [10].

У роботі були розглянуті теоретичні основи фінансової оцінки соціального капіталу компанії. В даний час існує певна кількість методик фінансової оцінки соціального капіталу. Методи фінансової оцінки соціального капіталу в Україні не отримали ще широкого застосування, але ця тема є актуальною в сучасних умовах інформаційної економіки, коли роль нематеріальних ресурсів зростає рік від року, і цьому необхідно приділяти пильну увагу. У роботі було розглянуто теоретичні основи фінансової оцінки соціального капіталу, наступним кроком є розробка і застосування конкретних методів, отримання конкретних показників. Але в той же час необхідно пам'ятати про те, що певні компоненти соціального капіталу точно виміряти дуже складно. Як, наприклад, точно вимірювати взаємодію в колективі або рівень довіри? Тому оцінка може носити досить суб'єктивний характер. І все ж обговорення різних методів фінансової оцінки соціального капіталу необхідно, оскільки допомагає зрозуміти, як насправді працює підпри-

ємство і його співробітники, які цілі стоять перед підприємством, в якому напрямку воно рухається. Все це впливає на показники, які вибираються для фінансової оцінки соціального капіталу. Керівництво підприємства має розуміти, що на них покладається конкретне завдання з впровадження в практику підприємства процесів з управління і виміру соціального капіталу. Керівники повинні розуміти, як всі ці процеси допоможуть поліпшити ефективність компанії і забезпечити стабільне фінансове зростання.

1. Hauberer J. Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation. Wiesbaden: VS Verlag for Sozialwissenschaften. – 2011. – 148 p.
2. Fukuyama F. Social capital // Culture matters: How values shape human progress / Eds. L. Harrison, S. Huntington. N.Y.: Basic Books. – 2000. – P. 98-111.
3. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122-139.
4. Мартьякова О.В. Развитие социальной направленности управления организациями. / Управление производством: Проблемы теории и практики: Монография (под общей ред. О.В. Мартьяковой) Донецк: ДонНТУ, 2008. – 590 с.
5. Арабян К.К. Измерение человеческого капитала / К.К. Арабян // Российское предпринимательство. – 2007. – № 4 Вып. 2 (89). – С. 105-109.
6. Дороніна М.С. Соціальний капітал виробничої організації: сутність та зміст / М.С. Дороніна, А.І. Нечепуренко // Економіка розвитку. – 2005. – № 2 (34). – С. 16-20.
7. Педанов Б.Б. Проблемы использования социального капитала в качестве ресурса развития муниципальных образований // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.krc.karelia.ru/doc_download.php?id=4873&table...
8. Андрусенко Т. Измерение интеллектуального капитала: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/stati-intellektualnyu-kapital-izmerenie-intellektualnogo-kapitala.html>
9. Оценка интеллектуального капитала: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/intellektualnyu-kapital-otsenka-intellektualnogo-kapitala.html>.
10. Лукичева Л.И. Подходы к оценке стоимости интеллектуального капитала / Л.И. Лукичева // Менеджмент в России и за рубежом – 2006. – №4. – С. 114-122.
11. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами; пер. с англ. / под ред. С. К. Мордвинова. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 832 с.

Отримано 21.05.2013