

## ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ЗМІНИ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

БЛЯВСЬКИЙ В., асистент кафедри менеджменту КНТЕУ

Обсяги отримуваних результатів від господарської діяльності торговельного підприємства й обсяги зміни кожного виду капіталу, у тому числі соціального, є взаємозалежними та взаємообумовленими.

Аналіз літературних джерел свідчить, що здійснювалися дуже різнобічні дослідження: Л. Харрісон<sup>1</sup> розглядав концепцію "радіуса довіри", тоді як М. Грановеттер у своїй роботі<sup>1</sup> акцентував увагу на

---

<sup>1</sup> *Lawrence Harrison in underdevelopment is a state of mind: The Latin American case.* — New York : Madison Books, 1985. — P. 7–8.

<sup>1</sup> *Granovetter M. The strength of weak ties / Mark S. Granovetter // American journal of sociology.* — 1973. — № 78.

концепції "слабких зв'язків", а Р. Путнама<sup>2</sup> пропонував вимірювати соціальний капітал шляхом підрахунку соціальних груп на підприємствах.

Якщо основний та фінансовий капітали втілені в очевидних фінансово-матеріальних формах, то людський капітал проявляється в навичках і знаннях, надбаних працівниками торговельного підприємства, а соціальний капітал існує лише у взаємовідносинах членів колективу. Соціальний капітал має певні якості, що вимірюються ринковою вартістю (ціною). Крім того, як і будь-який інший капітал, соціальний має властивість зростати або знецінюватися, тобто збільшуватися або зменшуватися залежно від свого положення в системі соціальних і ринкових відносин між суб'єктами соціального управління. Соціальний капітал має тенденцію до зростання, з підвищенням інтенсивності процесів кооперації та взаємодопомоги, укріплюється солідарність і взаємна довіра. Так само як інші форми капіталу, соціальний капітал сприяє вдосконаленню господарської діяльності торговельного підприємства. Наприклад, колектив, в якому спостерігається повна надійність й абсолютна довіра, зможе здійснити більше (отримає вищі результати) порівняно з тим, який не має таких властивостей.

Для оцінювання потенційних можливостей зміни соціального капіталу торговельного підприємства пропонується методика, в основу якої покладено експертне опитування. Розрахунки відбуваються за етапами, розглянутими нижче<sup>3</sup>.

*I етап.* Нескінченну множину можливостей збільшення або зменшення соціального капіталу обмежуємо до реальної для певного торговельного підприємства упродовж року кількості, тобто такої, що відображує особливості його господарської діяльності.

*II етап.* Визначаємо перелік головних факторів, що безпосередньо впливають на формування можливостей зростання або знецінювання, тобто збільшення або зменшення соціального капіталу (*табл. 1*). На динаміку соціального капіталу впливають усі ті фактори, що зумовили можливість виникнення та розвитку соціальних зв'язків і забезпечують їхнє збереження. Хоча, наприклад, техніка і технології, що використовуються торговельним підприємством, можуть не змінюватися, а його соціальний капітал може зростати з розвитком зовнішніх зв'язків і підвищенням іміджу торговельного підприємства.

---

<sup>2</sup> Putnam R. D. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America / R. D. Putnam // Political Science and Politics. — 1995. — Vol. 28. — № 4. — P. 664–683.

## Фактори, що впливають на зміни соціального капіталу

№ пор.	Спричиняють збільшення	Спричиняють зменшення
1	Збільшення матеріальних і не матеріальних активів торговельного підприємства	Зменшення матеріальних і не матеріальних активів торговельного підприємства
2	Впровадження нових технологій	Використання застарілих технологій
3	Впровадження нової техніки	Використання застарілої техніки
4	Залучення нових споживачів товарів чи послуг	"Втрата" існуючих споживачів товарів чи послуг
5	Залучення нових постачальників товарів	"Втрата" надійних постачальників товарів
6	Вдосконалення організації праці персоналу торговельного підприємства	Використання застарілих підходів до організації праці персоналу торговельного підприємства
7	Збільшення довіри керівника до підлеглих	Зменшення довіри керівника до підлеглих
8	Посилення мотивації праці	Послаблення мотивації праці
9	Збільшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства	Зменшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства
10	Збільшення довіри підлеглих до керівника	Зменшення довіри підлеглих до керівника

Математичною інтерпретацією важливості впливу кожного фактору на зміни соціального капіталу є визначення коефіцієнтів вагомості, здійснюване в такій послідовності:

- формується група кваліфікованих експертів. Кожен експерт оцінює важливість факторів у балах за 10-бальною шкалою. При цьому оцінка, надана експертом кожному фактору, не пов'язана з іншими. Результати проведеного експертного оцінювання надані в *табл. 2*.
- оцінки в балах трансформуються в коефіцієнти вагомості кожного фактору. Узагальнення отриманих результатів здійснюється шляхом розрахунку середнього значення коефіцієнта вагомості для кожного фактору ( $R_n$ ), середнього квадратичного відхилення ( $S$ ) і коефіцієнта варіабельності ( $CV$ ), який дозволяє оцінити узгодженість думок експертів.

<sup>3</sup> Курицький Б. Поиск оптимальных решений средствами Excel 7.0. / Б. Курицький. – СПб. : BHV, 1997. — С.235–244.

Таблиця 2

**Експертна оцінка важливості факторів, що спричиняють зміни соціального капіталу торговельного підприємства**

Фактори, що спричинили зміни соціального капіталу *	Експертна оцінка важливості факторів, що спричиняють															
	збільшення соціального капіталу								зменшення соціального капіталу							
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
1	9	9	10	9	9	8	10	9	10	9	10	9	10	8	10	10
2	10	9	9	8	9	9	7	10	9	9	9	8	7	9	8	10
3	8	8	9	6	8	9	8	10	7	7	9	7	8	9	6	8
4	6	7	10	9	7	6	7	6	6	8	10	9	9	6	7	10
5	3	6	8	4	5	5	6	3	5	8	8	7	8	5	6	2
6	9	5	5	6	7	4	7	8	8	6	5	6	5	4	9	5
7	10	4	6	7	8	6	10	8	10	4	6	7	8	6	10	6
8	9	8	5	5	7	9	4	8	8	8	5	3	9	9	6	6
9	7	7	7	6	8	2	6	9	7	7	7	6	5	2	7	8
10	5	8	7	7	5	4	9	7	4	7	7	7	4	4	9	8
Сума балів	76	71	76	67	73	62	74	78	74	73	76	69	73	62	78	73

Примітка. \* Порядковий номер факторів зазначено за табл. 1.

Коефіцієнти вагомості кожного фактору, що впливають на збільшення або зменшення соціального капіталу (табл. 3), коливаються від 0.070 до 0.131.

Після проведеного ранжування отриманих значень коефіцієнтів вагомості можна стверджувати, що найбільший вплив на збільшення соціального капіталу мають фактори, пов'язані зі збільшенням матеріальних і не матеріальних активів торговельного підприємства (0.127), впровадженням нових технологій (0.123), використанням нової техніки (0.115), збільшенням довіри керівника до підлеглих (0.102), і залученням нових споживачів товарів чи послуг (0.101). За цими факторами середньоквадратичні відхилення становлять: 0.064, 0.063, 0.059, 0.056, 0.052, відповідно; а коефіцієнти варіабельності є найменшими: 0.502, 0.511, 0.512, 0.548, 0.514, тобто оцінки всіх експертів, що брали участь в опитуванні, збігаються.

Значення коефіцієнта варіабельності показує межі експертних оцінок. По першому, другому та третьому за рангом факторам, думка експертів майже однакова, тоді як для факторів четвертого і частково п'ятого рангу помітна незначна неузгодженість в оцінках. Значно менший вплив, на думку експертів, мають фактори з рангом від шостого до десятого. При цьому найбільш вагомими з них є фактори посилення мотивації до праці (0.096), збільшення довіри підлеглих до керівника (0.090), а також збільшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства (0.089). Удосконалення органі-

зації праці персоналу торговельного підприємства (0.088) і залучення нових постачальників товарів (0.070) визнані експертами найменш впливовими. За цією групою факторів середні квадратичні відхилення дещо більші, ніж для групи сильно впливових факторів, й становлять 0.054, 0.050, 0.049, 0.047, 0.039, відповідно. Те ж саме стосується коефіцієнтів варіабельності, значення яких дорівнюють: 0.563, 0.547, 0.567, 0.533, 0.557. Тобто думки експертів щодо оцінки впливу цих факторів певною мірою збігаються. Для більш точного визначення коефіцієнтів вагомості цих факторів доцільно залучати більшу кількість експертів, тоді і значення середніх квадратичних відхилень, а також коефіцієнтів варіабельності будуть у межах нормального розподілу.

Таблиця 3

**Середні коефіцієнти вагомості та ранги факторів,  
які впливають на зміни соціального капіталу**

Фактори, які спричиняють збільшення соціального капіталу	Коефіцієнт вагомості	Ранг	Фактори, які спричиняють зменшення соціального капіталу	Коефіцієнт вагомості	Ранг
Збільшення матеріальних і не матеріальних активів торговельного підприємства	0.127	1	Зменшення матеріальних і не матеріальних активів торговельного підприємства	0.131	1
Впровадження нових технологій	0.123	2	Використання застарілих технологій	0.120	2
Впровадження нової техніки	0.115	3	Використання застарілої техніки	0.106	4
Залучення нових споживачів товарів чи послуг	0.101	5	"Втрата" існуючих споживачів товарів чи послуг	0.112	3
Залучення нових постачальників товарів	0.070	10	"Втрата" надійних постачальників товарів	0.085	8
Вдосконалення організації праці персоналу торговельного підприємства	0.088	9	Використання застарілих підходів до організації праці персоналу торговельного підприємства	0.082	10
Збільшення довіри керівника до підлеглих	0.102	4	Зменшення довіри керівника до підлеглих	0.098	5
Посилення мотивації праці	0.096	6	Послаблення мотивації праці	0.094	6
Збільшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства	0.089	8	Зменшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства	0.084	9
Збільшення довіри підлеглих до керівника	0.090	7	Зменшення довіри підлеглих до керівника	0.086	7

За результатами експертного оцінювання з'ясовано, що найбільше впливають на зменшення соціального капіталу такі фактори: зменшення матеріальних і нематеріальних активів торговельного підприємства (коефіцієнт вагомості становить 0.131); використання застарілих технологій (0.120); "втрата" споживачів товарів чи послуг (0.112); використання застарілої техніки (0.106); зменшення довіри керівника до підлеглих (0.098). Відповідні їм середні квадратичні відхилення дорівнюють 0.066, 0.062, 0.059, 0.056, 0.055; а також коефіцієнти варіабельності – 0.501, 0.516, 0.524, 0.528, 0.555, що характеризують у невеликому обсязі межі значень. Тобто для цих подій оцінки експертів значною мірою збігаються.

Інші фактори розподілилися таким чином: послаблення мотивації праці (0.094), зменшення довіри підлеглих до керівника (0.086), "втрата" надійних постачальників товарів (0.085), зменшення соціальної відповідальності керівника торговельного підприємства (0.084), використання застарілих підходів до організації праці персоналу торговельного підприємства (0.082). Ці фактори отримали від шостого до десятого рангу; значення середніх квадратичних відхилень для них становлять 0.053, 0.048, 0.049, 0.047, 0.045, а для коефіцієнтів варіабельності – 0.557, 0.563, 0.579, 0.565, 0.543. Отже, на думку автора, зазначені фактори цілком придатні для розрахунку величини зміни соціального капіталу в грошовому еквіваленті.

*IV етап.* Для кожного фактору вибираємо відповідні значення коефіцієнта вагомості з підсумкової *табл. 3*.

*V етап.* Ураховуючи строк, упродовж якого відбувався вплив кожного фактору у звітному періоді, визначаємо скориговане значення коефіцієнтів вагомості за формулами (1–2):

$$k_{sk}^{gr} = \frac{j}{12} \cdot k^{gr}, \quad (1)$$

де  $k_{sk}^{gr}$  – скоригований коефіцієнт вагомості певного фактору, що впливає на можливості збільшення соціального капіталу;  
 $j$  – кількість місяців, протягом яких справляв вплив фактор упродовж року;  
 $k^{gr}$  – коефіцієнт вагомості певного фактору, що впливає на збільшення соціального капіталу.

$$k_{Sk}^{dec} = \frac{j}{12} \cdot k^{dec}, \quad (2)$$

де  $k_{Sk}^{dec}$  – скоригований коефіцієнт вагомості певного фактору, що впливає на можливості зменшення соціального капіталу;  
 $k^{dec}$  – коефіцієнт вагомості певного фактору, що впливає на можливості зменшення соціального капіталу.

*VI етап.* Визначаємо загальні коефіцієнти вагомості, призначені відображати в цілому вплив сукупності факторів на потенційно існуючі можливості збільшення або зменшення соціального капіталу, як суму коефіцієнтів вагомості за переліком зазначених факторів. Розрахунок здійснюється за формулами (3–4):

$$Sk_{pgr} = \sum_{i=1}^n k_{Sk_i}^{gr} + A^{gr}, \quad (3)$$

де  $Sk_{pgr}$  – загальний коефіцієнт вагомості, що відображає вплив сукупності факторів на можливості збільшення соціального капіталу;  
 $n$  – кількість факторів, що впливають на можливості збільшення соціального капіталу;  
 $k_{Sk_i}^{gr}$  – скоригований коефіцієнт вагомості, що впливає на можливості збільшення соціального капіталу;  
 $A^{gr}$  – вплив інших факторів на можливості збільшення соціального капіталу, значення коефіцієнтів яких не визначалися, але в разі необхідності можуть бути розраховані методом експертних оцінок.

$$Sk_{pdec} = \sum_{i=1}^n k_{Sk_i}^{dec} + A^{dec}, \quad (4)$$

де  $Sk_{pdec}$  – загальний коефіцієнт вагомості, що відображає вплив сукупності факторів на можливості зменшення соціального капіталу;  
 $n$  – кількість факторів, що впливають на можливості зменшення соціального капіталу;  
 $k_{Sk_i}^{dec}$  – скоригований коефіцієнт вагомості, що впливає на можливості зменшення соціального капіталу;  
 $A^{dec}$  – вплив інших факторів на можливості зменшення соціального капіталу, значення коефіцієнтів яких не визначалися, але в разі необхідності можуть бути розраховані методом експертних оцінок.

Можливості зміни соціального капіталу є основою для формування певного критерію якості, що контролює відповідність новостворених благ. Практичне використання цих показників дозволяє розмежовувати результати від господарської діяльності торговельного підприємства на позитивні та негативні. Позитивними доцільно вважати реально та потенційно існуючу економічну сутність, що є наслідком і джерелом функціонування та розвитку торговельного підприємства. Позитивні результати відповідають певному критерію якості, що висувається суспільством відносно рівня задоволення особистих потреб. Під негативними доцільно розуміти реально та потенційно існуючу економічну сутність, якість якої не відповідає вимогам і потребам розвитку та функціонуванню торговельного підприємства.

*VII етап.* Величину показника збільшення соціального капіталу в грошовому еквіваленті знаходимо як добуток значень загального коефіцієнта вагомості сукупності факторів, що впливають на збільшення соціального капіталу та річного обсягу позитивних результатів від господарської діяльності торговельного підприємства (надходження); вона може бути визначена за формулою (5):

$$P^{gr} = Sk_{pgr} \cdot W^0, \quad (5)$$

де  $P^{gr}$  – показник величини можливостей збільшення соціального капіталу в грошовому еквіваленті;

$W^0$  – річний обсяг позитивних результатів від господарської діяльності торговельного підприємства (надходження).

*VIII етап.* Величина показника зменшення соціального капіталу в грошовому еквіваленті визначається як добуток загального коефіцієнта вагомості сукупності факторів, що впливають на зменшення соціального капіталу та річного обсягу негативних результатів від господарської діяльності торговельного підприємства (видатків). Розрахунок проводиться за формулою (6):

$$P^{dec} = Sk_{pdec} \cdot W^{0-}, \quad (6)$$

де  $P^{dec}$  – показник величини можливостей зменшення соціального капіталу в грошовому еквіваленті;

$W^{0-}$  – річний обсяг негативних результатів від господарської діяльності торговельного підприємства (видатки).

Визначено зміни соціального капіталу за допомогою модифікованої методики (з урахуванням галузевої специфіки об'єкта дослідження), частиною якої є знаходження коефіцієнтів вагомості впливу факторів на ці можливості методом експертних оцінок. Ця методика дозволить не лише визначити можливості зростання соціального капіталу, а й нейтралізувати загрози виникнення негативного соціально-психологічного клімату в колективі торговельного підприємства, що має практичне значення для адміністрацій торговельних підприємств.

Викладені концептуальні положення щодо узагальнюючої системи показників ефективності діяльності торговельного підприємства, її функціональної змістовності можуть бути використані як теоретичне та методичне підґрунтя подальшого дослідження впливу соціальних факторів на результати діяльності торговельного підприємства.