

KAPITAŁ SPOŁECZNY W PRZEDSIĘBIORSTWIE – ZASADY I UWARUNKOWANIA POMIARU

Elżbieta JĘDRYCH^{1*}, Dariusz KLIMEK²

^{1*}Akademia Finansów i Biznesu VISTULA w Warszawie, Wydział Biznesu i Stosunków Międzynarodowych;
e.jedrych@vistula.edu.pl

²Politechnika Łódzka, Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji; dariusz.klimek@p.lodz.pl

*Autor do korespondencji

Streszczenie: Autorzy prezentują doświadczenia związane z pomiarem kapitału społecznego. Jako przykład podają pomiar kapitału wykonany przez nich w I połowie 2018 roku w jednej z polskich spółek giełdowych. Opis empiryczny poprzedzony jest analizą przesłanek, które wskazują na celowość takich pomiarów oraz problemów i uwarunkowań metodologicznych, które występują w tym procesie.

Słowa kluczowe: kapitał społeczny, pomiar kapitału społecznego, metoda pomiaru kapitału.

SOCIAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE – RULES AND CONDITIONS OF MEASUREMENT

Abstract: The authors present the experiences related to the measurement of social capital. For example, they give the capital measurement made by the authors in the first half of 2018 in one of Polish listed companies. The empirical description is preceded by an analysis of the premises that indicate the legitimacy of such measurements, the problems and the methodological conditions that occur in this process.

Keywords: social capital, social capital measurement, capital measurement method.

1. Wprowadzenie

W ostatnich latach kapitał społeczny stał się jednym z ważniejszych problemów zarówno w naukach społecznych i ekonomicznych, jak i w praktyce gospodarczej wielu krajów świata. Uważany jest za czynnik, który w istotny sposób sprzyja rozwojowi społecznemu

i gospodarczemu. Jego jakością tłumaczy się sukcesy i porażki gospodarcze i społeczne, innowacyjność i konkurencyjność.

Teoria kapitału społecznego rozwijała się początkowo przede wszystkim w odniesieniu do społeczeństwa (ujęcie makroekonomiczne), stopniowo przechodząc na poziom biznesu i organizacji (ujęcie mikroekonomiczne) – stając się kluczem do wyjaśniania i rozwiązywania różnych problemów społecznych, ekonomicznych i organizacyjnych wynikających z relacji między pracownikami. Jego rozwój jest kojarzony z publikacjami klasyków tej tematyki (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988, 1990; Fukuyama, 1995, 1997, 2003).

Wyróżnia się kapitał społeczny wewnątrzorganizacyjny, przedstawiający relacje między pracownikami, między pracownikami a menedżerami/właścicielami oraz kapitał społeczny zewnętrzny, obrazujący relacje między organizacjami (przedsiębiorstwa, banki, kontrahenci itp.). Rozróżnienie to jest istotne, ponieważ opisuje różne, niekoniecznie ze sobą skorelowane relacje. Niniejsza publikacja dotyczy kapitału wewnątrz organizacji.

Istnieje kilka powodów dla których należy podejmować próby pomiaru kapitału społecznego w przedsiębiorstwie:

1. Ma on istotny wpływ na wyniki ekonomiczne. Kapitał społeczny uważany jest za siłę napędową wysoko rozwiniętych gospodarek. Ekonomiści szacują, że determinuje on tempo wzrostu aż o 53%. Siła kapitału społecznego tkwi w tym, że jest oparty na zaufaniu, co ułatwia negocjacje, obniża koszty transakcyjne, sprzyja przepływowi wiedzy, zwiększa zaangażowanie i przedsiębiorczość ludzi, solidarność międzygrupową, zapobiega nadużywaniu dobra wspólnego. Silny, pozytywny związek kapitału społecznego z dobrobytem społecznym jest bardzo dobrze udokumentowany empirycznie (Halpern, 2005; Sztaudynger, Ambroziak, i Starosta, 2016).
2. Prowadzone w Polsce badania wykazują istnienie deficytu kapitału społecznego, zarówno w skali makro (społeczeństwa), jak i w skali mikro (organizacji gospodarczych). W zestawieniach międzynarodowych badających indeksy kapitału społecznego Polska plasuje na końcu różnych rankingów. Zdaniem ekspertów stoimy w Polsce u progu takiej rzeczywistości, w której niski kapitał społeczny uniemożliwi nam szybki dalszy wzrost gospodarczy (Czapiński, i Panek, 2015).
3. Brak wiedzy na temat poziomu tego kapitału oznacza, że nie ma możliwości jego kształtowania. Przedsiębiorstwo składa się z kilku kapitałów, przy obecnym stanie wiedzy jesteśmy w stanie dokonać pomiaru tych kapitałów dla potrzeb zarządzania. Jedynym wyjątkiem jest kapitał społeczny, przy czym o ile można spotkać w literaturze przykłady pomiaru poziom tego kapitału w sposób niewymierny o tyle praktycznie nie są notowane przypadki pomiaru jego wartości w wymierny sposób.

Celem artykułu jest prezentacja doświadczeń związanych z pomiarem kapitału społecznego w kilku różnych polskich przedsiębiorstwach wykonanym w pierwszej połowie 2018 roku. Jako przykład autorzy opisali w skrócony sposób zasady i uwarunkowania pomiaru kapitału społecznego w jednej z polskich spółek giełdowych.

Punktem wyjścia do badań było przyjęcie założenia o kompleksowym badaniu, tj. takim, które powinno być prowadzone równoległe za pomocą dwóch metod: pomiaru poziomu kapitału w sposób wymierny, co pozwoli ustalić poziom (wysoki, niski) w poszczególnych grupach zawodowych oraz pomiaru kapitału społecznego w sposób wymierny, co wprawdzie nie pozwoli na określenie jego poziomu ale umożliwi ustalenie wartości w zł na dany moment. Przy powtórnych pomiarze, np. rok po zastosowaniu ewentualnych rekomendacji będącej rezultatem pierwszej metody, wiadomo będzie czy kapitał społeczny rośnie czy spada.

2. Metodyka i wyniki pomiaru poziomu kapitału społecznego w kategoriach wymiernych w przedsiębiorstwie

Celem pomiaru było:

1. Określenie poziomu kapitału społecznego pracowników, w tym: pracowników na stanowiskach kierowniczych, pracowników na stanowiskach administracyjnych/specjalistów oraz pracowników na stanowiskach produkcyjnych;
2. Identyfikacja silnych i słabych stron kapitału społecznego;
3. Rekomendacja działań, mających na celu wzmocnienie kapitału społecznego.

Przyjęto, że kapitał społeczny badanego przedsiębiorstwa można scharakteryzować za pomocą trzech wymiarów:

1. Wymiaru strukturalnego (kapitał strukturalny). Wymiar ten opisuje kapitał społeczny z punktu widzenia perspektywy organizacyjnej firmy; rodzaj struktury organizacyjnej sprzyjającej współpracy pracowników w jednostkach i między jednostkami, rodzaj systemu komunikacji – dostęp pracowników do informacji, potrzebnej wiedzy, postawy kierowników wobec działań ułatwiający współpracę.
2. Wymiaru relacyjnego (kapitał relacyjny). Wymiar opisuje jakość kontaktów między pracownikami i rodzaj tych kontaktów, zaufanie, wiarygodność, skłonność pracowników do dzielenia się wiedzą i doświadczeniem.
3. Wymiaru poznawczego (kapitał poznawczy). Wymiar ten opisuje spójność między normami i wartościami pracowników i firmy, wspólne rozumienie problemów firmy, posługiwanie się zrozumiałym dla wszystkich słownictwem itp.

Wymienionym wymiarom kapitału społecznego przypisane są atrybuty i wskaźniki (tabela 1).

Tabela 1.*Atrybuty i wskaźniki kapitału społecznego w wymiarach*

Wymiar kapitału społecznego	Atrybuty i wskaźniki kapitału społecznego		
Wymiar relacyjny	Zaufanie (do współpracowników; innych pracowników; kierowników)	Wzajemność (skłonność do dzielenia się wiedzą; oczekiwanie wzajemności w relacjach; skłonność do pomocy innym)	Motywacja do współpracy (pozytywna energia do pracy; praca z pasją, energią; ocena atmosfery współpracy)
Wymiar strukturalny	Struktura firmy (sposób zorganizowania współpracy; komunikacja w firmie; ocena współpracy z przełożonymi)	Stan relacji w firmie (wiedza o kompetencjach innych; rodzaj kontaktów w dziale; rodzaj kontaktów z pracownikami spoza działu)	Status pracownika (docenianie pracownika; wpływ na otoczenie)
Wymiar poznawczy	Wartości i normy (spójność norm i zasad pracownika i firmy; ocena norm i wartości firmy; jasno określone formy akceptowanych zachowań w firmie)	Proaktywność (dobrowolna aktywność na rzecz firmy)	Wspólny język (zrozumiała komunikacja; wspólna terminologia)

Źródło: opracowano na podstawie koncepcji J. Nahapieta i S. Ghoshala (Nahapiet, Ghoshal, 1998).

Badaniami objęto łącznie 143 pracowników, w tym: 17 na stanowiskach kierowniczych, 49 na stanowiskach administracyjnych, 81 na stanowiskach produkcyjnych.

Do pomiaru kapitału społecznego zastosowano wielowymiarowe narzędzie psychometryczne – kwestionariusz ankiety składający się z 40 pytań, obejmujących atrybuty i wskaźniki przyjęte w modelu. Taka konstrukcja ankiety pozwoliła na tworzenie zagregowanych indeksów kapitału społecznego. Narzędzie psychometryczne to specjalnie skonstruowana skala badająca postawy, cechująca się dobrymi parametrami psychometrycznymi (trafność, rzetelność). Tworząc skalę posłużono się metodą sumowania ocen opracowaną przez R. Likerta. Nadanie polegało na ocenie każdego z 40 stwierdzeń według pięciostopniowej skali wyrażającej różne stopnie akceptacji i oceny danego stwierdzenia, gdzie:

- 5 oznacza: „całkowicie się zgadzam”,
- 4 – „częściowo się zgadzam”,
- 3 – „nie mam zdania”,
- 2 – „nie w pełni się zgadzam”,
- 1 – „całkowicie się nie zgadzam”.

Uzyskane wyniki przedstawiono w tabelach 2-5.

Tabela 2.*Ogólny poziom kapitału społecznego w badanym przedsiębiorstwie (wyniki badań) w %*

Lp.	Poziom kapitału społecznego			
	Kapitał bardzo wysoki	Kapitał wysoki	Kapitał niski	Kapitał bardzo niski
Ogólny poziom kapitału	21,1	23,4	15,5	40,1
Wymiar relacyjny	23,8	24,3	14,6	37,4
Wymiar strukturalny	17,1	24,6	16,0	42,4
Wymiar poznawczy	22,6	20,7	16,1	40,6

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3.*Poziom kapitału społecznego kierowników (wyniki badań) w %*

Lp.	Poziom kapitału społecznego			
	Kapitał bardzo wysoki	Kapitał wysoki	Kapitał niski	Kapitał bardzo niski
Ogólny poziom kapitału	21,1	23,4	15,5	40,1
Wymiar relacyjny	23,8	24,3	14,6	37,4
Wymiar strukturalny	17,1	24,6	16,0	42,4
Wymiar poznawczy	22,6	20,7	16,1	40,6

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4.*Poziom kapitału społecznego kierowników (wyniki badań) w %*

Lp.	Poziom kapitału społecznego			
	Kapitał bardzo wysoki	Kapitał wysoki	Kapitał niski	Kapitał bardzo niski
Ogólny poziom kapitału	21,1	23,4	15,5	40,1
Wymiar relacyjny	23,8	24,3	14,6	37,4
Wymiar strukturalny	17,1	24,6	16,0	42,4
Wymiar poznawczy	22,6	20,7	16,1	40,6

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5.*Poziom kapitału społecznego kierowników (wyniki badań) w %*

Lp.	Poziom kapitału społecznego			
	Kapitał bardzo wysoki	Kapitał wysoki	Kapitał niski	Kapitał bardzo niski
Ogólny poziom kapitału	21,1	23,4	15,5	40,1
Wymiar relacyjny	23,8	24,3	14,6	37,4
Wymiar strukturalny	17,1	24,6	16,0	42,4
Wymiar poznawczy	22,6	20,7	16,1	40,6

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki badań wskazały, że występuje duża grupa pracowników (na różnych stanowiskach), charakteryzująca się niskim kapitałem społecznym. Ta grupa – to potencjalna rezerwa kapitału społecznego. Jednocześnie jest duża grupa posiadająca wysoki kapitał społeczny (zaangażowana, z umiejętnością współpracy, z zaufaniem). To ta część załogi, na którą przedsiębiorstwo może liczyć – stanowiąca faktyczny kapitał – są wśród nich

pracownicy na różnych stanowiskach. Ogółem, największy deficyt kapitału społecznego w firmie występuje wśród pracowników na stanowiskach produkcyjnych.

Analiza wymiarów kapitału społecznego wykazała niski poziom wymiaru strukturalnego we wszystkich badanych grupach (sposób zorganizowania współpracy, dostępu do informacji, przepływu wiedzy, oceny kierownictwa według kryterium organizowania kooperacji między pracownikami różnych działów).

Wskaźniki kapitału społecznego wykazały, że największy deficyt występuje w przypadku:

- poziomu zaufania (zwłaszcza zaufania do przełożonych),
- poziomu więzi między pracownikami różnych grup,
- poziomu dobrowolnej aktywności pracowników na rzecz przedsiębiorstwa (wolontariat),
- sposobu przekazywania pracownikom wartości i norm przedsiębiorstwa.

3. Metodyka i wyniki pomiaru kapitału społecznego w kategoriach wymiernych w przedsiębiorstwie

Celem pomiaru było ustalenie wymiernej wartości kapitału społecznego w przedsiębiorstwie. Brak definicji w jednoznaczny sposób definiujący kapitał społeczny spowodował konieczność zastosowania metody, w której wartość tego kapitału jest różnicą pomiędzy rynkową wartością całego przedsiębiorstwa pomniejszoną o wartość innych kapitałów, tzw. wartością resztową.

Dla potrzeb pomiaru przyjęto, że badany przedsiębiorstwo składa się z następujących kapitałów:

- rzeczowego, którego wartość określają składniki majątku ujęte w aktywach trwałych bez wartości niematerialnych,
- finansowego, utożsamianego z aktywami obrotowymi (zapasy, należności, gotówka) oraz długoterminowymi aktywami finansowymi (akcje, udziały) pomniejszonymi o zobowiązania,
- strukturalnego, wywodzącego się z części wartości niematerialnych, w tym patentów, licencji,
- rynkowego, przypisanego wartościom, które umożliwiają firmie sprzedaż np. marka firmy,
- ludzkiego, składającego się z wiedzy i doświadczenia pracowników,
- społecznego, relacji między pracownikami opisywanymi w poprzednim podrozdziale.

Dla potrzeb pomiaru zastosowano następujące podstawowe założenia.

Ogółem kapitały (wartość całego przedsiębiorstwa) obliczono przy zastosowaniu modelu projektowanych przyszłych strumieni pieniężnych (DCF). Dla obliczeń WACC (średni ważny koszt kapitału) obliczono koszt kapitału obcego z uwzględnieniem tarczy podatkowej na poziomie 10-letnich obligacji Skarbu Państwa. Dla obliczenia kosztu kapitału własnego wykorzystano model CAMP (Capital Asset Pricing Model) gdzie obliczony współczynnik beta miał wartość poniżej 1. Ułatwieniem w tym przypadku było to, że badana spółka notowana była na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie.

Kapitał rzeczowy. Do wyceny aktywów trwałych (ruchomych) zamiast współczynnika popytu i podaży zastosowano stopień przydatności aktywów do generowania przychodów. Ocenę zużycia technicznego maszyn i urządzeń obliczono z wzoru: dotychczasowy okres eksploatacji/założony okres żywotności technicznej przy określonych warunkach eksploatacji. Ocenę stopienia zużycia funkcjonalnego obliczono z wzoru: okres eksploatacji elementu urządzenia/okres funkcjonalnej żywotności urządzenia. Wariantowo w przypadku niektórych aktywów trwałych ich wartość obliczono jako: nakłady finansowe na doprowadzenie urządzenia do pełnej przydatności funkcjonalnej, np. wymiana części lub naprawa/koszt nowego elementu. Stąd wartość każdego wycenianego aktywa trwałego ruchomego była iloczynem: zużycia technicznego x zużycia funkcjonalnego x współczynnika przydatności. Dla wyceny gruntów zastosowano średnie ceny gruntów publikowane przez GUS. Dla wyceny budynków zastosowano metodę dochodową. Wartość nieruchomości obliczono z wzoru: dochód operacyjny netto przyjmowany do kapitalizacji x 1/stopa kapitalizacji.

Kapitał finansowy. Podstawą pomiaru była weryfikacja aktywów obrotowych np. w celu pomniejszenia należności praktycznie nieściągalne. W wycenie nie uwzględniono wartości posiadanych udziałów w dwóch zależnych podmiotach o dość znacznej wartości. Konsekwencją tego było wyłączenie z projekcji przychodów, przy obliczaniu wartości całego przedsiębiorstwa), planowanych dywidend ze spółek zależnych.

Kapitał ludzki. Do obliczeń wartości zastosowano prostą metodę kosztową, w której wartość kapitału ludzkiego obliczono jako iloczyn liczby zatrudnionych i wartości wynagrodzeń w okresie zdobycia doświadczenia zawodowego niezbędnego do wykonywania pracy na poszczególnych stanowiskach. Dodatkowo wartości te zwiększały inne koszty pracy np. studia, kursy, szkolenia.

Kapitał rynkowy. Także wykorzystano prostą metodę kosztową, gdzie wartość tego kapitału wyznaczają poniesione nakłady na reklamę, targi, wystawy, akcje promocyjne. Do tego dołączono wycenę marki wykonaną metodą zdyskontowanych opłat licencyjnych.

Kapitał strukturalny. Analogicznie jak w poprzednich przypadkach wykorzystano metodę kosztową. W badanym przypadku były to przede wszystkim nakłady na dział optymalizacji procesów oraz dział rozwoju. Analizowano przy tym możliwość połączenia w pomiarze kapitału rynkowego i strukturalnego z uwagi na problem z przyporządkowaniem niektórych wydatków do poszczególnych kapitałów.

Kapitał społeczny to różnica pomiędzy ogólną wartością kapitałów (wartością przedsiębiorstwa) oraz kapitałami: rzeczowym, finansowym, ludzkim, rynkowym i strukturalnym.

Tabela 6.

Wartość poszczególnych rodzajów kapitału badanego przedsiębiorstwa w %

Rodzaj kapitału	Udział procentowy w kapitale ogółem
Kapitał rzeczowy	40,9
Kapitał ludzki	27,2
Kapitał rynkowy	17,7
Kapitał finansowy	9,6
Kapitał społeczny	2,4
Kapitał strukturalny	2,1

Źródło: opracowanie własne.

4. Podsumowanie

Badanie poziomu kapitału społecznego w niewymierny sposób wykazało jego relatywnie niski poziom. Badanie poziomu kapitału społecznego w wymierny sposób pozwoliło ustalić jego udział w wartości kapitału. Trudno stwierdzić czy jest to wysoki czy niski poziom, gdyż ten pomiar ma służyć wyłącznie dla oceny (w okresach np. rocznych) wzrostu lub spadku jego wartości. Prawdopodobne jest, że za rok powtórny pomiar wartości kapitałów, z uwagi na niski początkowy poziom wskazywany przez badanych pracowników, przy zastosowaniu przez zarząd wielu rekomendacji mających na celu podniesienie jego poziomu, pokaże wzrost kapitału społecznego w stosunku do innych kapitałów.

Pozytywnym wnioskiem z badań jest to, że możliwe jest określenie poziomu kapitału społecznego w przedsiębiorstwie, co likwiduje lukę w wiedzy na temat wartości wszystkich kapitałów przedsiębiorstwa.

Badania wykazały jednak również to, że pomiar kapitału społecznego, w szczególności przy stosowaniu opisywanych metod ma szereg ułomności:

1. Badanie poziomu kapitału społecznego w niewymierny sposób za pomocą ankiety, w szczególności dotyczy to pytań dotyczących zaufania czy relacji z kierownictwem lub współpracownikami, jest trudne, gdyż powoduje obawy respondentów co do poufności wyników badań. W opisywanym przypadku niemożliwy był podział badanych na komórki organizacyjne, stąd wprowadzono tylko trzy grupy pracowników: kierownictwo, pracowników administracji i produkcji. Utrudnia to jednak formułowanie szczegółowych zaleceń i prawdopodobnie uniemożliwia ustalenie niektórych problemów w zakresie kapitału społecznego występujących np. w relacjach pomiędzy komórkami organizacyjnymi.

2. Badanie poziomu kapitału społecznego w wymierny sposób (w zł) możliwe jest jedynie w przedsiębiorstwach o ustabilizowanej i dobrej sytuacji gospodarczej umożliwiającej zbudowanie dodatniej prognozy na kolejne lata. Tego typu pomiar, jak wspomniano, nie pozwala określić poziomu kapitału a jedynie ocenić efekt działań podejmowanych w celu podniesienia poziomu tego kapitału. Powtórny jednak pomiar, w celu zachowania porównywalności wyników, musi być wykonany przy bezwzględnej zasadzie zastosowania tej samej metody, zasad i w większości tych samych wskaźników.
3. Największym jednak problemem na ten moment jest duża pracochłonność kompleksowego pomiaru kapitału społecznego w wymierne i niewymierne sposoby oraz wykonania tej pracy przez ekspertów zewnętrznych.

Bibliografia

1. Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In (Eds.) J.G. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
2. Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology. Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure*, 94.
3. Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
4. Czapiński, J., i Panek, T. (red.) (2015). *Diagnoza Społeczna*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
5. Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
6. Fukuyama, F. (1997). *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*. Warszawa: PWN.
7. Fukuyama, F. (2003). Kapitał społeczny. W (red.) L. Harrison, i S. Huntington, *Kultura ma znaczenie*. Poznań: Wyd. Zysk i S-ka.
8. Halpern, D. (2005). Silna korelacja między kapitałem społecznym a dynamiką wzrostu kapitału gospodarczego. *Social Capital*, Polity Press Malden.
9. Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 99-120.
10. Sztaudynger, J., Ambroziak, E., i Starosta, P. (2016). Zaufanie, skłonność do pomocy i uczciwość a wzrost gospodarczy w Europie. *Ekonomista*, 5, 647-673.