ЖУРНАЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ №3/2011

# СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

**В. Н. Белкин, И. В. Бочкаева**

*В статье рассматриваются теоретические аспекты социального капитала организации как экономического явления, его влияние на социально-экономическую эффективность организации. Определено место таких понятий, как «социальный потенциал организации», «резервы социального потенциала организации», «социальные сети организации» в концепции социального капитала организации.*

Появление концепции социального капитала продолжает традицию, намеченную в экономической теории работами Г. Беккера, Х. Дж. Джонсона, Т. У. Шульца, обосновавших в 1960-е годы XX века включение в арсенал средств экономической теории категорию «человеческий капитал». Указанный подход пополнил экономическую науку пониманием того, что наряду с материальными средствами и финансами, культурные ценности, в частности образование, способны выступать в роли производительного ресурса, увеличивающего индивидуальную и общественную продуктивность экономической деятельности. Продолжением указанного подхода явилась разработка проблематики роли социальных связей как источника экономических ресурсов, — в этом значении термин «социальный капитал» эпизодически использовался в зарубежной социологии в 1960-е и 1970-е годы, в частности в работах Г. Лоури и Дж. Джонсон.

В России концепция социального капитала стала предметом изучения сравнительно недавно. Как само понятие, так и определение теоретических способов осмысления феномена во многом остаются не освоенными, а соответствующий понятийный и терминологический аппарат находятся в стадии формирования на основе заимствования зарубежного опыта. Тем не менее, публикации в отечественных научных изданиях в последние годы позволили российским исследователям познакомиться с главными «каноническими» работами основоположников теории социального капитала (Дж. Коулман [3], Р. Патнэм [11, 12], П. Бурдье [10], Ф. Фукуяма [8] и другие), включиться в проблематику дискуссий о статусе данной концепции. Содержанию теоретических основ концепции социального капитала посвящены работы Н. Бусовой [1], И. Е. Дискина [2], В. В. Радаева [5, 6], В. Степаненко [7], П. Н. Шихирева [9] и других ученых.

В современной научной литературе ведутся дискуссии о понятии социального капитала организации. Многочисленность определений социального капитала показывает, что для различных ученых и наук это понятие означает различные явления. При определении понятия социального капитала одни ученые выделяют элементы социального капитала, другие — виды, элементы или источники формирования социального капитала. Кроме того, часть ученых больше внимания уделяет внутренним связям социальной группы, другие — внешним, третьи — обоим видам социальных связей. Зачастую социальный капитал ошибочно приравнивается к социальной структуре или ресурсам, которыми можно диспонировать благодаря социальной структуре, доверию или общим системам ценностей, убеждений. Социальный капитал организации нельзя отождествлять с упомянутыми факторами, потому что они представляют собой всего лишь основу, потенциал, благодаря которому может формироваться социальный капитал. Общие ценности или нормы, правила, доверие сами по себе также не являются социальным капиталом. Их совокупность — это связи, поддерживающие функционирование общества. Однако социальным капиталом эти элементы становятся лишь в том случае, если целенаправленно используются для достижения определенной экономической цели.

Понятие «потенциал» (от латинского *potentia*) означает возможность, силу, мощь. Потенциал имеет свою стоимость, и когда его стоимость начинает приносить новую стоимость, потен-

циал становится капиталом, ибо известно, что капитал — это стоимость, порождающая новую стоимость. Таким образом, критерием превращения потенциала в капитал является создание новой стоимости, то есть социальный капитал организации представляет собой реализуемый социальный потенциал. Пока социальный потенциал не приносит дохода, он не является капиталом, как только появляется созданный им доход, социальный потенциал становится социальным капиталом.

Социальный капитал включает существующие в организации социальные отношения. Но до тех пор пока данные отношения не приносят социальной и экономической выгоды, по нашему мнению, они являются только потенциалом. Содержанием социального потенциала являются межличностные связи, отношения доверия, солидарность, готовность к кооперации и поддержке, умение общаться в группе, команде. Социальный потенциал организации включает развитость коммуникаций и культуры общения, навыков эффективного взаимодействия, дает возможность быстро и эффективно координировать деятельность людей, мобилизовывать их на достижение организационных целей, обеспечивает оперативность передачи информации. Реализация данного потенциала в организации может позволить снизить частоту проявлений отклоняющегося поведения, случаев нарушения трудовой дисциплины, недобросовестного отношения к труду, делает излишним текущий внешний контроль за персоналом, что снижает трансакционные издержки и увеличивает производительность и эффективность труда.

Таким образом, все неформальные связи между сотрудниками, которые знают друг друга и оказывают друг другу помощь независимо от статуса, профессии на основе доверия, составляют суть социального потенциала. В то же время данные связи называются социальными сетями. Следовательно, социальный потенциал организации — это потенциал социальных сетей организации.

Некоторые авторы в своих работах указывают, что социальный капитал формируется за счет социальных и «деловых (связанных с бизнесом) сетей» [4, с. 49]. Это не совсем так. Деловые сети — это бизнес-сети. Социальные сети и созданный ими социальный капитал могут повлиять на создание и развитие деловых сетей, но непосредственно сами деловые сети не могут участвовать в формировании социального капитала.

Социальные сети — это социальные контакты, а не вынужденные трудовые отношения работников и коллективов. В социальных сетях сконцентрированы осознанные и неосознанные, необходимые и случайные, устойчивые и спонтанные межличностные контакты людей, обусловленные человеческой деятельностью, не обязательно трудовой. Кроме того, социальные сети включают не просто совокупность отношений и взаимодействий, а организованную систему отношений, которые могут обеспечить совместную деятельность работников и коллективов, объединяя их в функциональное целое, способное к устойчивости и развитию.

Следовательно, социальная сеть организации — это организованная система социальных отношений, основанных на взаимно разделяемых нормах, доверии, обязательствах, участие в которой позволяет получать доступ к разнообразным благам для достижения поставленных личных и коллективных целей.

Как экономическая категория, социальная сеть организации — это неформальные отношения между работниками или коллективами, которые могут способствовать наилучшему раскрытию трудового потенциала персонала организации. В этом раскрывается сущность экономического явления «социальная сеть организации».

Основными причинами входа в социальные сети могут быть:

— потребность в принадлежности к группе;

— взаимопомощь в вопросах личного и профессионального характера;

— потребность в защите своих интересов;

— потребность в дополнительной информации;

— личная заинтересованность и симпатии к членам группы;

— потребность во власти.

Социальная сеть может оказаться для работника средой самоутверждения и самопознания.

Необходимо учитывать, что множество социальных сетей не обязательно перерастает в социальный капитал. Если социальные отношения экономически и социально полезны для работника, коллектива и организации в целом, только тогда они превращаются в социальный капитал.

Также в полной мере потенциал социальных сетей использоваться не может из-за того, что

практически в каждой организации имеют место такие процессы как текучесть кадров, оппортунизм, снижение трудовой активности, демотивация персонала и так далее. Чаще всего это является следствием рассогласования системы мотивов труда персонала и системы стимулов труда организации.

Итак, из множества социальных связей только та часть перерастает в социальный капитал, которая помогают сотруднику достичь определенной цели в трудовой деятельности. Социальная сеть и социальный капитал — это разные понятия.

Та часть социальных контактов, которая не входит в социальный капитал, является резервом социального потенциала организации. С экономической точки зрения данное понятие необходимо для обозначения соотношения части социального потенциала, которая используется и трансформируется в социальный капитал, и той части, которая по каким-либо причинам не используется, чтобы проанализировать эти причины и вовлечь резервный социальный потенциал в трудовую деятельность.

Резервы социального потенциала организации (социальные резервы) — это нереализуемый в данное время в труде, но имеющийся в наличии потенциал неформальных отношений персонала, который может быть задействован в трудовом процессе при изменении условий и содержания трудовой деятельности.

Соотношение понятий «социальный капитал организации», «социальный потенциал организации», «резервы социального потенциала организации» представлено на рисунке.

В связи с вышеизложенным мы считаем целесообразным ввести в научный оборот авторское определение понятия «социальный капитал организации». Социальный капитал организации — это реализуемый потенциал социальных сетей, содействующий получению добавленной стоимости. Новизна предложенного понятия состоит в том, что в нем есть четкое разделение между потенциалом (тем, что может быть, когда-нибудь будет приносить доход) и капиталом (тем, что приносит доход). Мы к капиталу относим исключительно то, что приносит доход, многие авторы не видят разницы между потенциалом и капиталом.

Что касается определения политэкономической сущности социального капитала организации, то на основе анализа литературных источников можно сделать заключение: большинство авторов в своих исследованиях не определяют социальный капитал в качестве экономической категории, затушевывают несовпадения экономических интересов субъектов производственного процесса, ограничиваются понятием «организационно-экономические отношения».

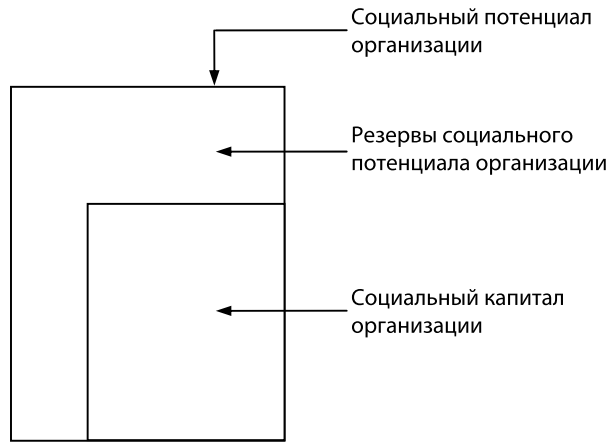



**Рис.** *Структура социального потенциала организации*

Социальный капитал организации в ряду экономических явлений является одним из самых сложных. И в первую очередь это обусловлено тем, что человек во всем многообразии проявлений является существом и природным, и социальным. Социальные отношения на сегодняшний день необходимы для оптимального функционирования организации. В современных условиях высоких технологий, творческих способностей, высокого уровня образования всего того, что мы вкладываем в понятие «человеческий капитал», уже недостаточно. Теперь важно и то, как индивиды, несомненно, обладающие высоким уровнем человеческого капитала, взаимодействуют между собой. Социальный и человеческий капитал тесно взаимосвязаны и отражают важную роль персонала в современной экономике.

Механизм превращения социального капитала в человеческий капитал следующий: социальный потенциал → информация, увеличивающая трудовой потенциал (социальный капитал) → вовлечение добавленного трудового потенциала в производство → увеличение человеческого капитала работника. То есть социальный капитал не может реализоваться сам по себе, без человеческого капитала.

В центре теории человеческого капитала находится добавленная стоимость, которую работники могут создавать для организации. Она

рассматривает работников как активы и подчеркивает, что вложение в них средств будет приносить организации доход. Социальный потенциал становится социальным капиталом только в случае, если он приводит к росту добавленной стоимости. Следовательно, описанный выше механизм становится механизмом функционирования социального капитала.

Итак, социальные сети развивают социальные контакты работников, возникает информация, увеличивающая человеческий капитал работника, что приводит к приросту добавленной стоимости. Так функционирует социальный капитал организации.

На основе сказанного мы предлагаем понятие «социальный капитал организации» в качестве экономической категории.

Социальный капитал организации как экономическая категория — это неформальные отношения между работниками и коллективами структурных подразделений организации по поводу превращения социального потенциала в трудовой потенциал работников, часть которого, в свою очередь, реализуется в человеческий капитал, обеспечивая увеличение добавленной стоимости.

Социальный капитал косвенно влияет на социальную и экономическую эффективность труда через увеличение трудового потенциала. Тем самым он может обеспечивать конкурентные преимущества и увеличивать прибыль организации за счет социальной активности.

Изучение литературы о социальном капитале позволяет выделить главные требования для реализации социального потенциала организации и наращивания позитивного социального капитала организации. Во-первых, это социальные отношения — сотрудничество, взаимопонимание в коллективе, стремление к погашению конфликтов, взаимная ответственность. Во-вторых, нравственная концепция — преобладание в коллективе высоконравственных личностей, для которых характерны оптимизм, самообразование и самовоспитание, целеустремленность к самореализации в труде, скромность, порядочность. В-третьих, отношение к труду, к человеку труда — отношение к труду как процессу самореализации и саморазвития личности, ориентация на постоянное обогащение труда, оценка личности на основе его трудовых достижений, культ человека труда, вознаграждения выдаются в полном соответствии с трудовым вкладом. В-четвертых, новаторство — прогрессивность, современность, креативность, стремление к новым знаниям, нововведениям, постоянному совершенствованию, проявлению инициатив, творчества, предприимчивости. В-пятых, ориентация на эффективность — целеустремленная направленность на высокие конечные социально-экономические результаты.

## Список источников

1. *Бусова Н.* Культурные корни социального капитала // Социологические исследования. — 1999. — № 8. — С. 145-152.

2. *Дискин И. Е.* Социальный капитал в глобальной экономике // Общественные науки и современность. — 2003. — № 5. — С. 150-159.

3. *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. — 2001. — №3. — С. 121-139.

4. *Мясникова Л.* Деловые сети социального капитала // Мировая экономика и международные отношения. — 2007. — №7. — С. 49-55.

5. *Радаев В. В.* Понятие капитала, формы капитала и их конвертация // Общественные науки и современность. — 2002. — Т. 3, № 4

6. *Радаев В. В.* Новый институциональный подход. Построение исследовательской схемы // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2001. — № 3 — С. 109-130.

7. *Степаненко В.* Социальный капитал в социологической перспективе: теоретико-методологические аспекты исследования // Социология. Теория, методы, маркетинг. — 2004. — № 2. — 24-42 с.

8. *Фукуяма Ф.* Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. — М.: АСТ Москва : Хранитель, 2006. — 730 с.

9. *Шихирев П. Н.* Природа социального капитала. Социально-психологический подход // Общественные науки и современность. — 2003. — № 2. — 25-34 с.

10. *Bourdieu P.* The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / Ed. by J.G. Richardson. — N. Y.: Greenwood, 1985. — 437 p.

11. *Putnam R.* The prosperous community. Social capital and public life // American Prospect. — 1993. — Vol. 4. — No 13. — P. 40-45.

12. *Putnam, R.* Tuning in, Tuning out. The Strange Disappearance of Social Capital in America // PS. Political Science and Politics. — December 1995, Vol. XXVIII, № 4. — P. 666-669.

**УДК 330.13**

**ключевые слова:** социальный капитал организации, социальный потенциал организации, резервы социального потенциала организации, социальные сети организации