

УДК 334

К. А. Татаринов

ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», Иркутск,
e-mail: tatarinov723@gmail.com

С. М. Музыка

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского»,
Молодежный, e-mail: ignitmuz@mail.ru

Н. Н. Аникиенко

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского»,
Молодежный, e-mail: anikienkonikolai@mail.ru

И. А. Савченко

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского»,
Молодежный, e-mail: innasava2016@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ В СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЯХ

Ключевые слова: социальный капитал, доверие, сетевые организации, информационное общество, социальные отношения, сплоченность, эмоциональная поддержка.

Переход к гибкому, взаимосвязанному и наукоемкому производству материальных благ и экономике услуг придал сотрудничеству внутри и между компаниями большое значение. Командно-диспетчерское управление не может обеспечить достижение поставленных целей. Необходима «социальная смазка» в виде социальной сплоченности и самостоятельных действий, основанная на доверии и рациональном поведении. Управление проектами, командная работа и децентрализация повышают приверженность и взаимную поддержку и снижают социальное неравенство. Социальный капитал – это ключ к пониманию устойчивого экономического роста, так как он уменьшает дисфункциональные конфликты, развивает предпринимательский дух, создает благоприятную среду для инвестиций. Он занимает важное место в политике развития компании, так как фокусируются на взаимодействиях субъектов и организационных формах. Социальный капитал также может быть характерной чертой откровенно антисоциальных организаций, например, мафия, а в компаниях, построенных по кастовому принципу, сила «особого доверия» мешает развитию общей взаимности и доверительному сотрудничеству. Актуальность темы статьи обусловлена междисциплинарному (социология, менеджмент, психология) вниманию к роли социальных структур в процессе достижения организационных целей. В статье подробно изучены преимущества социального капитала и влияние контекста на эффективность его использования.

К. А. Tatarinov

Baikal State University, Irkutsk, e-mail: tatarinov723@gmail.com

S. M. Muzyka

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodezhnyy,
e-mail: ignitmuz@mail.ru

N. N. Anikienko

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodezhnyy,
e-mail: anikienkonikolai@mail.ru

I. A. Savchenko

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Yezhevsky, Molodezhnyy,
e-mail: innasava2016@mail.ru

SOCIAL CAPITAL IN MODERN COMPANIES

Keywords: social capital, trust, network organizations, information society, social relations, cohesion, emotional support.

The transition to flexible, interconnected and knowledge-intensive production of material goods and the service economy has given great importance to cooperation within and between companies. The command and control cannot ensure the achievement of the set goals. A “social lubricant” is needed in the form of social cohesion and independent action based on trust and rational behavior. Project management, teamwork and decentralization increase commitment and mutual support and reduce social inequality. Social capital is the key to understanding sustainable economic growth, as it reduces dysfunctional conflicts, develops entrepreneurial spirit, and creates a favorable environment for investment. It occupies an important place in the company’s development policy, as it focuses on the interactions of subjects and organizational forms. Social capital can also be a characteristic feature of openly antisocial organizations, for example, the mafia, and in caste-based companies, the power of “special trust” prevents the development of general reciprocity and trusting cooperation. The relevance of the topic of the article is due to the interdisciplinary (sociology, management, psychology) attention to the role of social structures in the process of achieving organizational goals. The article examines in detail the advantages of social capital and the influence of context on the effectiveness of its use.

Введение

Изменения, происходящие в условиях функционирования современных компаний, повлияли на рост значимости нематериальных ресурсов. Наряду со значительной ролью, приписываемой человеческому капиталу, возрастает важность социальных отношений, то есть роль социального капитала [10]. Социальный капитал проявляется во взаимном доверии, общих нормах, ценностях и в сетевой работе. Первоначально теория социального капитала развивалась в отношении общества, однако постепенно развилась и перешла на уровень компании. Таким образом, идея социального капитала, заимствованная из социологии, приобретает значение в мире экономики. Исследователями, сыгравшими первостепенную роль в понимании социального капитала, являются следующие ученые. Так, П. Бурдьё представлял социальный капитал как одну из форм капитала, наряду с экономическим и культурным капиталами; для Р. Патнэма социальный капитал – это фактор повышения эффективности общества; Дж. Коулман формулировал социальный капитал как попытку соединить социологическую и экономическую точки зрения; Ф. Фукуяма считает социальный капитал культурным ресурсом [6, с. 20]. На общенародном уровне социальный капитал приводит к взаимовыгодному взаимодействию между странами и нациями и способствует решению глобальных проблем (потепление климата, угроза ядерной войны, голод и т. д.); на уровне государства – способствует укреплению демократических институтов; на уровне предприятия – способствует развитию доверия между коллегами; на уровне личности – укрепляет психологическое здоровье человека (убирает чувство одиночества, повышает самооценку и удовлетворенность жизнью).

Целью статьи является попытка концептуализировать понятие социального капитала в компании, его сущность и выгоды от использования.

Материал и методы исследования

Предметом исследования выступили механизмы формирования и развития социального капитала на предприятии. Фундаментом исследования послужили научные работы зарубежных и отечественных авторов по вопросам эффективности его использования. В ходе обработки, изучения и анализа накопленных материалов были использованы методы категоризации и детализации, анализа и синтеза.

Результаты исследования и их обсуждение

К стратегическому ресурсу любой компании, помимо лучших показателей первоклассной работы и знаний, можно отнести способность строить и развивать отношения. Сегодня важно не только то, что вы умеете, но также то, кого вы знаете [17]. Растущий информационный поток и все более сложные рабочие отношения требуют новых форм координации [16]. С точки зрения сотрудников умение строить отношения оказывается важным фактором успеха, который влияет на возможности продвижения по службе и на доходы. Для молодых руководителей социальные связи полезны по пяти причинам. Во-первых, новички-руководители, особенно зависят от ценных недokumentированных знаний опытных менеджеров для устранения неопределенности в управленческой работе и обучения адекватному поведению. Во-вторых, неформальные связи подразумевают доступ к знаниям других членов компании, которые необходимы для создания человеческо-

го капитала. В-третьих, отличные отношения с ключевыми лицами становятся катализаторами карьерного роста. В-четвертых, компании целенаправленно внедряют программы наставничества, которые дают возможность создать «ценные» и «устойчивые контакты», а также способствуют быстрому внедрению новых управленческих навыков. Кроме того, сам наставник испытывает удовлетворение от передачи своих знаний, а также от признания со стороны сверстников и начальства. В-пятых, привлечение и обучение в компании квалифицированных молодых руководителей является важным фактором, влияющим на ее конкурентоспособность в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Социальный капитал – это явление гражданского общества с рыночной экономикой. Эффективность его функционирования проявляется только тогда, когда существует сеть формальных и неформальных институтов в форме культурных норм и ценностей. Накопление социального капитала влияет на инновации, предпринимательскую активность и конкурентоспособность и ведет к созданию динамичных сетей взаимоотно-

шений [9]. Сетевые организационные формы определяют качество организационных коммуникаций. Исследования социального капитала проводятся представителями экономики, социологии, менеджмента и политики, что является основной причиной отсутствия единого определения данного феномена (таблица 1).

Из представленной выше таблицы видно, что ученые охватывают одним термином явления с разными типами социальных связей. В ряде случаев концепция социального капитала оправдывает социальное неравенство, так как у некоторых людей в силу происхождения могут быть более развитые социальные связи. Поэтому широкий спектр значений и потенциальные негативные последствия требуют более критического осмысления этого явления. Авторы считают, что социальный капитал интеллектуальной компании – это сеть социальных отношений и норм, существующих внутри компании и позволяющих активизировать использование нематериальных ресурсов (эмоциональная поддержка, вовлеченность, влияние, мотивация и т.д.).

Таблица 1

Дефиниции «социальный капитал»

Понятие	Источник
«...это ресурс, основанный на совокупности социальных норм, связей и отношений, чья работа по облегчению доступа индивидов и социальных групп к прочим ресурсам обеспечена доверием, работой социальных сетей и деятельностью различных неформальных и формальных объединений»	[1, с. 87]
«...это ресурсы, содержащиеся в социальных сетях»	[2, с. 23]
«...это сумма выгод субъектов от информационного обмена в рамках определенной социальной группы»	[3, с. 6]
«...это совокупность коммуникативных связей и ресурсов, которые создают основу для коллективных действий в организации»	[5, с. 48]
«...это социальный ресурс индивидов, возникающий и увеличивающийся посредством взаимодействия участников социальных связей»	[6, с. 26]
«...это капитал, включающий членство, нормы, деятельность и структуру сети управления»	[7, с. 86]
«...это доверие, рациональное поведение, социальные связи»	[8, с. 283]
«...это способность и возможность социальных систем предоставлять своим членам доступ к разнообразным ресурсам и повышать эффективность их совместной деятельности»	[11, с. 66]
«...это единое смысловое социальное пространство, в котором консолидация людей определяется взаимным доверием, приверженностью целям и ценностям организации»	[12, с. 280]
«...это совокупность структурно оформленных социальных отношений, использование которых позволяет получать доступ к разнообразным благам и повышать эффективность коллективной деятельности индивидов»	[13, с. 10]
«...это свойство больших общностей с позиции доверия граждан друг другу, их готовности участвовать в деятельности различных добровольных ассоциаций»	[14, с. 74]
«...это связи и отношения между людьми, основанные на взаимном ожидании определенного поведения, взаимных обязательствах и доверии»	[15, с. 122]

Источник: составлено авторами на основании [1-3, 5-8, 11-15].

Основной причиной интереса экономистов к социальному капиталу являются преимущества, которые компания может получить через него и повысить свою эффективность. Первое преимущество – это снижение транзакционных издержек из-за самого факта существования компаний. Второе – это наличие внутренней мотивации у работников, побуждающих к сотрудничеству из-за социальных норм. Третье – это возможность получить устойчивое конкурентное преимущество, которое невозможно скопировать другим участникам рынка. Социальный капитал, создавая групповую солидарность и способствуя обмену знаниями, повышает эффективность работы сотрудников [4]. Благодаря ему сотрудники хорошо общаются друг с другом, идентифицируют себя с группой и чувствуют поддержку. В результате формируются социальные нормы (например, уровень взаимности), а также связанные с ними социальные санкции (например, групповое давление или угроза отторжения). Прочные групповые связи снижают вероятность оппортунистического поведения и обеспечивают сотрудникам взаимную эмоциональную поддержку, особенно в кризисные моменты. Среди различных косвенных преимуществ социального капитала можно также выделить сокращение числа сотрудников и связанную с этим экономию на затратах на набор, отбор и обучение. Когда «группа» – это «часть компании», а не ее противоположность, тогда происходит извлечение выгоды из социального капитала. Чтобы поддерживать положительную групповую динамику, формальный

руководитель должен быть одновременно и неформальным лидером. В этом случае возникают по-настоящему доверительные отношения. Социальный капитал, связанный с социальными нормами и взаимными ожиданиями объединяет работников разных отделов, занимающих одинаковые или разные должности в иерархии и поддерживает создание нового интеллектуального капитала. Он позволяет сотрудникам выходить за пределы своей группы в поисках новых ресурсов (советы, информация, помощь), которые при должной мотивации могут использоваться в интересах компании. Такая мотивация может исходить из трех источников. Во-первых, это соответствующий контракт между работником и работодателем, во-вторых, это индивидуальные особенности личности, в-третьих, это чувства принадлежности к группе и социальное давление.

Большое влияние на эффективность использования социального капитала оказывает контекст. Там, где производственный процесс не является рутинным, нельзя стандартизировать экспертизу и советы, а внутренние транзакционные издержки – это большая часть общих затрат, индивидуальные социальные связи являются наиболее значимыми для компании. В условиях же неопределенности более выгодны плотные и замкнутые межличностные отношения, способствующие обмену неформализованными знаниями. Для задач с низкой обоснованностью более выгодны разреженные сети с множеством «структурных дыр», дающих доступ к более разнообразным источникам информации.

Таблица 2

Потенциальные выгоды от создания и формирования социального капитала в компании

Связи, необходимые для сбора информации	Связи, необходимые для создания организационной культуры	Связи, необходимые для повышения надежности бизнес-процессов
<ul style="list-style-type: none"> - поиск работы; - создание новых предпринимательских «ячеек»; - разумное восприятие реальности; - профессиональный успех; - чувство принадлежности к коллективу; - межличностные контакты. 	<ul style="list-style-type: none"> - распространение знаний внутри коллектива; - развитие института наставничества; - доступ к прежде «закрытым» ресурсам других отделов; - совместное использование терминов; - формирование сотрудничества; - повышение согласованности и качества действий. 	<ul style="list-style-type: none"> - создание сети партнерских отношений и внутриорганизационное обучение; - создание интеллектуального капитала и управление знаниями; - обмен ресурсами с внешними компаниями; - развитие лидерства; - выход на новые рынки и производство инновационной продукции; - снижение транзакционных издержек и повышение стабильности работы.

Значение социального капитала в компании обусловлена его влиянием на материальные ресурсы. Сущность и размер социальных отношений – это ключ к пониманию перспектив развития. Социальная структура формируется за счет новых связей или расширения уже существующих. Новые социальные связи дают компании возможности для более эффективного использования ресурсов и обмена информацией между внутриорганизационными подразделениями, клиентами, поставщиками и стратегическими партнерами. Эти отношения влияют на улучшение рабочей атмосферы, передачу знаний и сотрудничество, а также позволяют адаптироваться к новым требованиям динамично изменяющейся внешней среды. Все это может принести компании ряд выгод с точки зрения отдельных личностей, подразделений и всего предприятия (таблица 2).

Однако воспринимать однозначно положительно социальный капитал не стоит, так как это может привести к негативным последствиям, например, слишком сильные внутригрупповые взаимодействия мешают

отношениям вне группы или не дают группе увидеть новые тенденции.

Заключение

В заключение следует сказать, что несмотря на трудности, связанные с понятийным моделированием социального капитала, сущность его вытекает из способа взаимной связи отдельных элементов социальной системы компании под влиянием социальных отношений. Основа создания и развития социального капитала – это симбиоз человеческого и реляционного капиталов. В цифровом мире с его динамизмом и неопределенностью, социальный капитал является обязательным в функционировании компании, его нематериальным активом, который означает способность сотрудников взаимодействовать между собой внутри данного предприятия и во вне. Личные сети основателей положительно влияют на шансы их стартапов на выживание и успех, так как сила дружеских отношений оказывает благоприятное влияние на интеграцию и приверженность.

Библиографический список

1. Акулёнок С.В. Социальный капитал в зарубежной Европе: территориальная дифференциация и влияние на социально-экономическое развитие регионов и стран // Региональные исследования. 2023. № 1 (79). С. 86-97.
2. Бардиер Г.Л. Социальные потребности и социальный капитал: аспекты личности и организации // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. 2019. Т. 32, № 2. С. 22-30.
3. Богатырева В.В. Роль социального и человеческого капиталов в формировании и функционировании социально-экономической системы государства // Экономическая наука сегодня. 2020. № 11. С. 5-11.
4. Бурко В.А. О некоторых подходах к операционализации показателя «социальный капитал» (методические указания по разработке шкалы социальный капитал) // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. 2018. Т. 1. С. 43-50.
5. Волкова Н.В. Социально-психологические факторы накопления организационного социального капитала поколений // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2023. № 1 (45). С. 45-51.
6. Игумнов О.А. Социально-экономический смысл концепта «социальный капитал» // Вестник евразийской науки. 2019. Т. 11, № 1. С. 18-28.
7. Королев О.Л. Сетевое управление как инструмент развития социального капитала // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2015. Т. 1(67), № 1. С. 84-90.
8. Кропачева Д.С. Социальный капитал современного общества // Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве. 2019. Т. 2, № 8. С. 282-286.
9. Мартыненко Е.В., Малаховская В.В. Трансформация медиасистемы Франции в начале XXI в. // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12, № 4. С. 673-689.
10. Новолодская Г.И. Воспроизводство конкурентоспособного человеческого капитала как фактор обеспечения экономической безопасности России в глобальной экономике // Baikal Research Journal. 2023. Т. 14, № 3. С. 1128-1142.

11. Почебут Л.Г., Безносков Д.С. Социально-психологические и правовые основы концепции социального капитала организации // *Acta Eruditorum*. 2018. № 25. С. 66-68.
12. Почебут Л.Г., Чикер В.А., Недошивина М.А., Ларькина В.А. Социально-психологическое сопровождение консолидации социального капитала организации // *Организационная психология*. 2023. Т. 13, № 3. С. 275-292.
13. Саидов А.С. Социально-философская интерпретация феномена «социальный капитал» // *Известия Академии наук Республики Таджикистан. Отделение общественных наук*. 2018. № 4 (252). С. 7-12.
14. Селина А.С., Чеджемов Г.А. Социальный капитал в России и его влияние на социальные проблемы // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2019. № 5-3. С. 74-77.
15. Сытых О.Л., Синцова Л.К. Социальный капитал в полиэтническом обществе: представление, понятие и явление // *Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве*. 2019. Т. 2, № 8. С. 121-129.
16. Чупров С.В. Стратегическое планирование промышленного развития Иркутской области в нестационарной среде // *Baikal Research Journal*. 2022. Т. 13. № 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(2).14.
17. Wei M. Platformization of chinese society: capital, labor and technology // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2023. Т. 12, № 2. С. 333-346.