

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

DOI: 10.24290/1029-3736-2021-27-1-263-278

ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

О.А. Игумнов, канд. пед. наук, доц., доц. кафедры экономической теории и менеджмента ФГБОУ ВО “Московский педагогический государственный университет”, просп. Вернадского, д. 88, каб. 505, г. Москва, Российская Федерация, 119571*

В статье представлены результаты исследований внутренних факторов формирования социального капитала российских организаций. Данная проблема рассматривается с точки зрения предлагаемой автором концептуально-теоретической модели, понимающей социальный капитал как специфический управленческий ресурс, на формирование которого оказывает влияние совокупность внешних и внутренних факторов.

Автор отмечает определенную противоречивость проведенных исследований, в частности, неоднородность социальных групп, негативно влияющую на формирование организационного социального капитала в силу отсутствия общей склонности к просоциальному поведению.

Анализ структурного аспекта социального капитала с использованием данных о социальных сетях отражает в большей степени его реляционную составляющую, характеризуя социальные сети с точки зрения содержания и силы связей. В статье выделены типичные ограничения проведенных исследований (ограниченность показателей, неполнота охвата различных аспектов социального капитала, стремление рассматривать организационный социальный капитал как сумму индивидуальных капиталов, недостаточные размеры выборки), обуславливающие их фрагментарность и описательность.

Автором отмечена особая роль системы корпоративной социальной ответственности и социальной политики как фактора формирования социального капитала организации. В качестве фактора формирования социального капитала определена также и корпоративная культура, рассматриваемая как независимый и самостоятельный компонент функционирования организации.

Ключевые слова: социальный капитал, корпоративная социальная ответственность, корпоративная культура, социальная политика, ингрупповой коллективизм, институциональный коллективизм, деловая культура, аффилиация.

* Игумнов Олег Александрович, e-mail: oleg_igumnov@mail.ru

RUSSIAN ORGANIZATIONS SOCIAL CAPITAL FORMATION INTERNAL FACTORS

Igumnov Oleg A., Candidate of Pedagogics, Associate Professor, Associate Professor of the Economic Theory and Management Department of Institute of Social and Humanitarian Education, Moscow State Pedagogical University, prosp. Vernadsky, 88, office 505, Moscow, Russian Federation, 119571, e-mail: oleg_igumnov@mail.ru

The article presents the results of Russian organizations social capital formation internal factors studies. This problem is considered from the conceptual-theoretical model proposed by the author point of view which assumes to consider social capital as a specific management resource the formation of which is influenced by a set of external and internal factors.

The author notes a certain inconsistency of the research in particular heterogeneity of social groups which negatively affects the formation of organizational social capital due to the lack of a general tendency to pro-social behavior.

The analysis of the structural aspect of social capital using data on social networks reflects to a greater extent its relational component characterizing social networks in terms of content and strength of connections.

The article highlights the typical limitations of studies (such as indicators limitation, incompleteness of coverage of social capital different aspects, the aspiration to consider the organizational social capital as the sum of the individual capitals, insufficient sample sizes) contributing to their fragmentation and the narrative.

The author notes the special role of corporate social responsibility system and social policy as a factors in organization social capital formation process. Corporate culture is defined as a factor of social capital formation as well. It is considered as an independent component of organization functioning.

Key words: *social capital, corporate social responsibility, corporate culture, social policy, in-group collectivism, institutional collectivism, business culture, affiliation.*

Социальный капитал организации признается российскими исследователями как важный организационный ресурс и фактор ее эффективности¹. Однако число достаточно глубоких и качественных эмпирических исследований, которые бы позволили судить о социальном капитале российских организаций, сравнительно невелико.

¹ См., например: Базалеев О.А. Социальный капитал как фактор управления. Дисс. ... канд. соц. наук. Саратов, 2002; Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Стимулирование развития социального капитала предприятия // Вестник Челябинского государственного управления. Экономические науки. 2016. № 2. С. 102–114; Ланицман А.В. Социальный капитал как фактор повышения эффективности управленческой деятельности. Дисс. ... канд. экон. наук. М., 2007; Салихов Б.В., Лунева Е.В. Социальный капитал как фактор инновационного развития предприятия: Монография. М., 2011; Сидорина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // Журнал исследований социальной политики. 2007. № 3. С. 319–334.

Рассмотрим основные известные исследования подобного рода с точки зрения представленной концептуально-теоретической модели.

В исследовании, проведенном А.В. Каравай и основанном на анализе данных социологических исследований ИС РАН за 2003–2005 гг., предпринята попытка оценить социальный капитал российских работников². Хотя объектом исследования выступают не организации как таковые, оно косвенно свидетельствует и о некоторых важных аспектах организационного социального капитала. Социальный капитал рассматривается автором как воспринимаемая способность использовать свои социальные связи для получения определенной помощи, т.е. затрагивает, прежде всего, реляционный аспект социального капитала на индивидуальном уровне.

Наиболее важный результат исследования заключается в выявлении структуры социального капитала по уровню его индивидуальной ценности, а также ключевых различий между социальным капиталом работников и руководителей.

Используемая А.В. Каравай классификация является, на наш взгляд, крайне спорной (например, устройство детей в хорошую школу или поиск хорошего врача рассматриваются как факторы удовлетворения социальных потребностей), однако исследование показывает, что для работников характерно доминирование самых простых и незатратных форм социальной поддержки, тогда как руководители обладают заметно большим доступом к более ценным и дефицитным возможностям социальных связей, таким как доступ к должностным лицам, карьерные возможности или получение в долг крупных сумм³.

Отметим, что обе группы являются крайне неоднородными, и в каждой из них присутствует значительное число тех, кто вообще не обладает социальным ресурсом (25% рабочих и 16% руководителей). В обеих группах выявлена очевидная зависимость между наличием и качеством социального капитала и адаптационными возможностями индивидов в условиях экономического кризиса.

С точки зрения внутриорганизационного социального капитала данное исследование важно, прежде всего, как показатель существенной неоднородности персонала организации с точки зрения *индивидуального* социального капитала каждого члена коллектива. Такая неоднородность очевидна как между работниками и руководителями, так и внутри каждой группы в отдельности. При этом, исходя из общетеоретических соображений, можно заключить, что на организационный социальный капитал высокая степень неодно-

² Каравай А.В. Социальный капитал российских рабочих и их установки в отношении его накопления // Мониторинг общественного мнения. 2016. № 3. С. 1–15.

³ Там же. С. 5–6.

родности индивидуального капитала оказывает негативное влияние, поскольку при отсутствии общей склонности к просоциальному поведению будет способствовать реализации преимущественно эгоистических стратегий использования доступных социальных связей.

Если в предыдущем исследовании изучался реляционный компонент социального капитала, то социологи из Пермского государственного университета попытались оценить структурный аспект социального капитала ряда пермских промышленных предприятий⁴. Используя методологию социологического опроса, авторы проанализировали социальные сети, в которых участвуют работники, с точки зрения их размера, числа участников и ресурсов, доступ к которым ими обеспечивается. На наш взгляд, такая трактовка выходит за рамки собственно структурного компонента социального капитала и в большей мере отражает его социальное (реляционное) измерение, поскольку характеризует социальные сети с точки зрения содержания и силы связей.

Согласно результатам исследования, существует явная зависимость между силой связи и размером социальной сети: если медианное значение для социальных сетей с наиболее сильными связями составило два человека, то для сетей с относительно слабыми связями (глубокое знакомство и инструментальная поддержка) показатель равен шести⁵. Этот результат, на наш взгляд, является достаточно тривиальным, поскольку напрямую вытекает из самого понятия силы связей и природы социальных отношений, в которых участие во взаимодействии является ограниченным ресурсом.

Отметим, что полученные авторами данные сами по себе имеют ограниченную ценность, если не учитывать собственно структурный компонент социального капитала. Оценить ценность и эффективность сложившихся социальных сетей невозможно без учета общей численности сотрудников, численности конкретных подразделений, организационной потребности во внутривнутриструктурном взаимодействии и т.п. Тем не менее, тот факт, что размер социальных сетей с наиболее сильными и наиболее слабыми связями различается в три раза, является полезным эмпирическим фактом, который может использоваться в дальнейших сравнительных исследованиях. С точки зрения организационного социального капитала ценность имеют, прежде всего, именно относительно слабые связи, способные вы-

⁴ Германов И.А., Плотникова Е.Б., Булгакова Д.А. Структурный социальный капитал работников российских промышленных предприятий: опыт эмпирической оценки // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2018. Вып. 1. С. 135–145.

⁵ Там же. С. 139.

полнять инструментальные функции (обмен знаниями и опытом, совместное решение рабочих задач и т.п.).

Авторы оценили также общее восприятие работниками социальных отношений и готовность участвовать в социальных обменах различного рода. Большинство опрошенных (80%) оценило отношения в коллективе как положительные, что соответствует преимущественно “женским” ценностям, характерным для российской деловой культуры (измерение “маскулинность” в модели Г. Хофштеде). В сопоставлении с результатами, полученными А.В. Каравай, авторы выявили существенную неоднородность работников с точки зрения включенности в социальные сети: полноценно участвуют в двусторонних обменах 57–59% опрошенных, полностью из них исключены 14–19%, остальные участвуют в асимметричных обменах.

Рост числа тех, кто исключен из социальных обменов, в сравнении с предыдущими периодами, авторы связывают с ростом индивидуализма, что, на наш взгляд, является неверной трактовкой. Индивидуализм как таковой способствует участию в социальном обмене с малознакомыми людьми, если сопровождается формированием системы правил⁶. Скорее, в данном случае мы имеем дело с той же динамикой усиления асимметрии между отношениями аффилиации и отношениями обмена, которые проявляются в увеличении разрыва между специфичным и генерализованным доверием, отмеченном на макроуровне⁷ и которое корректнее интерпретировать в терминах соотношения ингруппового и институционального коллективизма.

Наконец, авторы анализируют интенсивность связей и участие в обмене в зависимости от положения в организационной структуре. Согласно результатам, участие в обменах наиболее распространено среди работников одного подразделения как по горизонтали (70–76%), так и по вертикали (56–65%). Взаимодействие с работниками других подразделений встречается значительно реже (27–38%), а с руководителями (вне своего подразделения) — еще реже (15–25%)⁸.

На наш взгляд, такие результаты хорошо интерпретируются в терминах используемой нами концептуальной схемы, основанной на выделении трех типов социальных отношений, и свидетельствуют о выраженной склонности к формированию достаточно небольших

⁶ Allik J., Realo A. Individualism-collectivism and social capital // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2004. Vol. 35. P. 29–49.

⁷ Алмакаева А.М., Волченко О.В. Динамика социального капитала в России // *Мониторинг общественного мнения*. 2018. № 4. С. 283–284; Кондратьева Е.В. Типы социального капитала и экономическое благосостояние: оценки для России // *Мир экономики и управления*. 2018. № 4. С. 42–54.

⁸ Германов И.А., Плотникова Е.Б., Булгакова Д.А. Указ. соч. С. 141.

и замкнутых социальных подсистем внутри организаций со слабой включенностью во внешние взаимодействия. Однако подобный вывод требует дополнительных сравнительных исследований.

В работе И.Б. Олимпиевой и др. также уделяется внимание социальному капиталу организации с учетом ее внутренней структуры⁹. Несмотря на то что работа носит преимущественно методологический характер, авторы на примере крупной российской ТНК обосновывают необходимость учета разных уровней социального капитала в организационном контексте: уровень подразделения, компании и группы компаний.

С содержательной точки зрения, авторы выделяют три общих компонента социального капитала: доверие, взаимодействие и нормы. Ограничимся полученным ими выводом о существовании выраженных различий в социальном капитале на разном уровне в крупной российской ТНК. Интегральный показатель социального капитала на уровне подразделения (0,46) оказался заметно выше социального капитала компании в целом (0,35) и особенно группы компаний (0,14)¹⁰.

Одновременно исследователи выяснили, что для рядовых сотрудников, как правило, характерен более высокий уровень социального капитала, чем для менеджеров, а показатели уровня социального капитала различались в несколько раз. Последний факт представляет особый интерес, поскольку напрямую свидетельствует о важности корпоративной культуры, управленческих практик и других организационных факторов. Более высокий уровень социального капитала на уровне подразделения лишь частично отражает естественное замыкание социальных контактов и интеракций этим уровнем.

На наш взгляд, учитывая, что сами по себе интеракции — лишь один из элементов социального капитала (в нашей терминологии — структурный), полученные авторами данные могут свидетельствовать и об упомянутой выше склонности российской деловой культуры к формированию преимущественно небольших социальных сетей на основе отношений аффилиации. Важным ограничением исследования И.Б. Олимпиевой и др. является типичное для большинства исследований отсутствие явно сформулированного представления о социальном капитале, основанном на иерархических отношениях. Косвенно о проблеме его формирования свидетель-

⁹ Олимпиева И.Б., Кондаков А.А., Ежова Л.В., Слободской А.Л. Социальный капитал: аналитические подходы и возможности измерения на уровне организации // Петербургская социология сегодня. 2014. № 1–1. С. 10–41.

¹⁰ Там же. С. 36.

ствуется более высокая оценка социального капитала компании среди сотрудников, чем среди менеджеров.

Отдельные аспекты организационного социального капитала изучались и в ряде других эмпирических исследований. Структурный аспект социального капитала ряда промышленных предприятий Пермского края стал предметом исследования Е.Б. Плотниковой и И.А. Германова¹¹. Авторы, основываясь на результатах опроса и глубинных интервью, пришли к выводу о положительной связи между включенностью работников в социальные сети и корпоративной лояльностью, однако отсутствие детального описания количественных результатов не позволяет содержательно интерпретировать этот вывод. Одновременно авторы продемонстрировали значимость разделяемых ценностей и организационных целей, фактически отражающих когнитивный аспект социального капитала, однако представленные количественные данные, к сожалению, также недостаточно конкретизированы и обоснованы.

Когнитивный аспект социального капитала организации стал предметом исследования Д.Б. Демчука, проведенного в рамках психологической парадигмы¹². Однако как показывает более детальный анализ, автор использовал шкалы, которые затрагивают не столько когнитивный, сколько реляционный аспекты социального капитала (в терминах нашей концептуальной модели) и, что еще более существенно, исследование было проведено на примере студенческих групп, а потому вряд ли может рассматриваться как характеристика социального капитала российских профессиональных организаций.

На примере четырех промышленных предприятий Челябинской области В.Н. Белкин, Н.А. Белкина и О.А. Антонова выявили значительные межорганизационные различия в оценке работниками взаимоотношений в коллективе и удовлетворенности отношениями с непосредственным руководителем, однако общий баланс оценок был положительным¹³. Поскольку в обоих случаях речь шла о характере социальных отношений на локальном организационном уровне, полученные данные подтверждают результаты других исследований и соответствуют “женскому” ценностному профилю российской деловой культуры и запросу на стабильные и позитивные социальные отношения именно в локальном контексте.

¹¹ Плотникова Е.Б., Германов И.А. Роль социального капитала в формировании управленческой активности трудового поведения // Вестник Тюменского государственного университета. 2018. № 3. С. 43–58.

¹² Демчук Д.Б. Измерение когнитивного социального капитала в организации: подходы и методы // Социальная и экономическая психология. 2017. № 2. С. 165–184.

¹³ Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Указ. соч. С. 102–114.

В другой работе авторы, используя модель из 24 различных параметров “социальной сферы”, выявили положительную связь между уровнем руководящего персонала крупного завода и оценкой ее благоприятности¹⁴. Однако поскольку используемый набор параметров оказался чересчур широким и охватывал самые разные аспекты “социальной сферы”, от корпоративной лояльности до повышения квалификации и удовлетворенности оплатой труда, на наш взгляд, он не позволяет с достаточной специфичностью охарактеризовать именно социальный капитал и его общепризнанные компоненты. Кроме того, исследование было направлено исключительно на руководящий состав и не содержало вопросов, которые можно интерпретировать как показатель структурного аспекта социального капитала.

Авторы также предприняли попытку установить связь социального капитала (понимаемого как благоприятность “социальной сферы”) с уровнем трудовой мотивации и инновационной активностью. Из-за отсутствия конкретных показателей статистической связи в исследовании невозможно достоверно установить такие зависимости, однако авторы выявили, что ранг руководителей также положительно связан с уровнем трудовой мотивации, и предположили, что недостаточно высокий уровень инновационной активности и инициативности работников связан не только с проблемами материального стимулирования, но и недостаточным социальным капиталом. Хотя такое мнение разделяют и другие специалисты¹⁵, приходится констатировать, что достоверных эмпирических данных, содержательно раскрывающих указанную связь в российских условиях, в данное время нет.

В ряде исследований рассматривается внешний социальный капитал организаций. Например, тюменские специалисты на основе проведенного социологического опроса изучили функционирование предпринимательских сетей и пришли к выводу о том, что прочные социальные связи во внешней среде, в том числе коррупционные, действительно играют существенную роль в обеспечении устойчивости фирм, получении доступа к важной информации и снижении рисков¹⁶. В работе В.А. Бондаренко и О.В. Сулименко на примере оффшорного программирования (связи с зарубежными

¹⁴ Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А., Бочкаева И.В. Теоретико-методологические основы социального капитала организации. Екатеринбург, 2011.

¹⁵ Салихов Б.В., Лунева Е.В. Указ. соч.

¹⁶ Давыденко В.А., Тарасова А.Н., Зыков В.В. Предпринимательские сети и социальный капитал в российских бизнес-организациях (на примере эмпирических исследований фирм малого и среднего бизнеса в Уральском федеральном округе) // Теория и практика общественного развития. 2012. № 6. С. 171–176.

компаниями) социальный капитал рассматривается как механизм экспорта человеческого капитала¹⁷, что, на наш взгляд, является некорректной трактовкой, поскольку она необоснованно “смешивает” индивидуальный, организационный и общественный уровни социального капитала.

Низкий уровень доверия предпринимателей во взаимодействии на рынке выявлен в исследовании Л.В. Халиковой¹⁸, что соответствует общим оценкам низкого уровня общественного доверия в стране. Отдельные аспекты социального капитала российских предприятий рассматривались и в некоторых других исследованиях¹⁹.

Обобщая весь комплекс доступных на сегодняшний день данных о состоянии организационного капитала российских предприятий, нельзя не отметить его крайне фрагментарный и преимущественно описательный характер. Типичные ограничения имеющихся исследований заключаются в недостаточности используемых показателей, неполноте охвата различных аспектов социального капитала, в особенности с точки зрения типов формирующих его социальных отношений, стремлении рассматривать организационный социальный капитал как простую сумму индивидуальных капиталов разных категорий работников, небольших размерах выборки, дефиците обоснованных выводов о связи социального капитала с организационной эффективностью, крайне разнородных подходах к определению, структурированию и операционализации ключевых понятий.

Особенно отметим проблему неполноты охвата различных аспектов социального капитала. Попытки оценить отдельные составляющие, такие как доверие или удовлетворенность социальной средой, хотя и приносят определенную пользу, но с точки зрения раскрытия сущности проблемы социального капитала сравнительно бесполезны. Это объясняется тем, что социальный капитал, именно как капитал и организационный ресурс, может выполнять свои

¹⁷ Бондаренко В.А., Сулименко О.В. “Человеческий” и “социальный” капитал: особенности вывоза из России // Концепт. 2015. № 24. URL: <http://e-koncept.ru/2015/75299.htm>

¹⁸ Халикова Л.В. Доверие как социальный фактор развития малого предпринимательства: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Казань, 2008.

¹⁹ См., например: Балезина Е.А., Булгакова Д.А. Влияние внутриорганизационного доверия на инновационные установки работников: социологический анализ на примере промышленных предприятий г. Перми // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2017. № 1. С. 388–394; Галезник И.А., Черненко И.М., Кельчевская Н.Р. Неформальные отношения на рынке труда и их влияние на доверие работников и их удовлетворенность работой // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 33-1. С. 165–176; Тарасова А.Н., Андрианова Е.В. Проблема доверия в отношениях “работодатель — работник” // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 5. С. 647. URL: www.scienceeducation.ru/111-10358

функции только во всех своих аспектах. Например, доверие среди сотрудников предприятия не имеет никакой организационной ценности, если оно не встроено в систему внутренних коммуникаций по критически значимым векторам взаимодействия (например, внутриорганизационных) и не воплощается в конкретных деловых практиках обмена профессионально значимой информацией, обучении, кооперации и т.д.

Тем не менее, имеющиеся данные позволяют предположить, что для российских предприятий в целом характерны модели организационного социального капитала, тяготеющие к формированию локальных сетей социальных связей и отношений аффилиации, во многом в ущерб эффективным горизонтальным и вертикальным связям за пределами ближнего круга. Такие результаты согласуются с особенностями национальной деловой культуры, ориентированной на высокую дистанцию власти, приоритет ингруппового, а не институционального коллективизма, а также общему сравнительно неблагоприятному состоянию общественного доверия.

Указанное обстоятельство, а также тот факт, что имеющиеся свидетельства показывают, что между разными организациями может наблюдаться значительный разброс в значении показателей социального капитала, обосновывают актуальность и необходимость изучения конкретных организационно-управленческих решений, способных влиять на формирование различных аспектов социального капитала организации. Исследования, посвященные управленческим механизмам формирования социального капитала российских предприятий, также носят достаточно ограниченный характер. Несмотря на то что система HR-менеджмента, корпоративной социальной ответственности, организационного проектирования и другие компоненты современного управления, безусловно, воздействует на условия и возможности развития социального капитала, последний редко становится объектом целенаправленного воздействия.

Например, проблемам источников и институтов формирования социального капитала посвящено диссертационное исследование О.В. Поляковой²⁰, однако тот факт, что в нем изучается социальный капитал на индивидуальном уровне и на базе опроса студентов, не позволяет рассматривать данную работу с организационно-управленческой точки зрения.

В более ранней диссертационной работе А.В. Ланцман, рассматривая источники формирования социального капитала, фактиче-

²⁰ Полякова О.В. Формирование и реализация социального капитала в российской экономике. Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Йошкар-Ола, 2013.

ски смещает объект изучения с организации на общество в целом, а среди собственно организационно-управленческих механизмов называет только корпоративную этику и отдельные способы учета социального капитала работников в системе HR-менеджмента, не приводя, к сожалению, каких-то эмпирических свидетельств их эффективности или способа действия²¹.

В исследованиях Т.Ю. Сидориной формирование социального капитала связывается с социальной политикой предприятия²². На наш взгляд, это обоснованная постановка вопроса, поскольку социальная политика и КСО являются институтами, непосредственно воздействующими на трудовые отношения и общие условия социального взаимодействия организации, однако они, безусловно, охватывают и другие аспекты организационного функционирования, не связанные с социальным капиталом, а потому такие взаимосвязи требуют дополнительных уточнений²³.

Одна из наиболее структурированных попыток описать организационные инструменты формирования социального капитала российской организации предложена В.Н. Белкиным, Н.А. Белкиной и О.А. Антоновой²⁴. Авторы группируют такие инструменты в три категории: корпоративную культуру, организационный капитал (организационная структура, бизнес-процессы и пр.) и лидерство. В данном случае важным представляется признание необходимости комплексного подхода к развитию социального капитала с учетом, в том числе, создания организационного и процессного “базиса” развития социального капитала. Однако, к сожалению, представленная схема не конкретизирует механизмы реализации отдельных компонентов социального капитала организации, а также их взаимосвязь, и носит исключительно поисковый, концептуальный характер, не подкрепляясь эмпирическими свидетельствами.

Корпоративная культура, хотя и является независимым и самостоятельным компонентом организационного функционирования, может рассматриваться как фактор формирования социального капитала. Особенности корпоративной культуры российских предприятий посвящено довольно много исследований, и некоторые из них затрагивают вопросы ее влияния на командную работу,

²¹ Ланицман А.В. Указ. соч.

²² Сидорина Т.Ю. Указ. соч. С. 319–334.

²³ Игумнов О.А. Теоретические аспекты генезиса концепции корпоративной социальной ответственности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2012. № 7(126). С. 74–83.

²⁴ Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Указ. соч. С. 102–114.

корпоративную лояльность и другие составляющие социального капитала²⁵.

Работа В.Н. Белкина и др. — одна из немногих, которые прямо рассматривают корпоративную культуру как основной источник социального капитала организации²⁶. Однако этот тезис, на наш взгляд, не вполне обоснован эмпирически, в том числе из-за отмеченной выше чрезмерно широкой интерпретации понятия “социальный капитал” и тенденции к игнорированию других важных компонентов социального капитала (прежде всего, структурных) и условий его формирования. Более того, в ходе эмпирического исследования авторы фактически рассматривают корпоративную культуру как часть социального капитала, что очевидно противоречит изначальному тезису²⁷.

Таким образом, можно заключить, что в настоящее время отсутствует сколько-нибудь системный и эмпирически обоснованный взгляд на развитие социального капитала организации механизмами корпоративной культуры, который бы учитывал как его сложную внутреннюю структуру, так и другие организационные механизмы, без реализации которых целенаправленное управление социальным капиталом как организационным ресурсом не представляется возможным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Алмакаева А.М., Волченко О.В. Динамика социального капитала в России // Мониторинг общественного мнения. 2018. № 4. С. 283–284.

Аненко С.В. Формирование новой организационной культуры в современной России: социологический анализ: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. М., 2006.

Базалеев О.А. Социальный капитал как фактор управления: Дисс. ... канд. соц. наук. Саратов, 2002.

Балезина Е.А., Булгакова Д.А. Влияние внутриорганизационного доверия на инновационные установки работников: социологический анализ на примере промышленных предприятий г. Перми // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2017. № 1. С. 388–394.

²⁵ Аненко С.В. Формирование новой организационной культуры в современной России: социологический анализ: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. М., 2006; Зродников А.В. Механизмы формирования, воспроизводства и изменения организационной культуры: социологический аспект: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Нижний Новгород, 2007; Литвина С.А., Шрайбер Н.Ю. Опыт трансформации организационной культуры на основе систематических исследований // Психология в экономике и управлении. 2016. № 1–2. С. 25–35; Лысиков М.В. Формирование репрезентативной организационной культуры: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. Саратов, 2011; Яценко Г.В. Корпоративная культура во внутриорганизационном социальном управлении: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2007.

²⁶ Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А., Бочкаева И.В. Указ. соч. С. 58.

²⁷ Там же. С. 107.

Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Стимулирование развития социального капитала предприятия // Вестник Челябинского государственного управления. Экономические науки. 2016. № 2. С. 102–114.

Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А., Бочкаева И.В. Теоретико-методологические основы социального капитала организации. Екатеринбург, 2011.

Бондаренко В.А., Сулименко О.В. “Человеческий” и “социальный” капитал: особенности вывоза из России // Концепт. 2015. № 24. URL: <http://e-koncept.ru/2015/75299.htm>

Галезник И.А., Черненко И.М., Кельчевская Н.Р. Неформальные отношения на рынке труда и их влияние на доверие работников и их удовлетворенность работой // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 33–1. С. 165–176.

Германов И.А., Плотникова Е.Б., Булгакова Д.А. Структурный социальный капитал работников российских промышленных предприятий: опыт эмпирической оценки // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2018. Вып. 1. С. 135–145.

Давыденко В.А., Тарасова А.Н., Зыков В.В. Предпринимательские сети и социальный капитал в российских бизнес-организациях (на примере эмпирических исследований фирм малого и среднего бизнеса в Уральском федеральном округе) // Теория и практика общественного развития. 2012. № 6. С. 171–176.

Демчук Д.Б. Измерение когнитивного социального капитала в организации: подходы и методы // Социальная и экономическая психология. 2017. № 2. С. 165–184.

Зродников А.В. Механизмы формирования, воспроизводства и изменения организационной культуры: социологический аспект: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Нижний Новгород, 2007.

Игумнов О.А. Теоретические аспекты генезиса концепции корпоративной социальной ответственности // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2012. № 7(126). С. 74–83.

Каравай А.В. Социальный капитал российских рабочих и их установки в отношении его накопления // Мониторинг общественного мнения. 2016. № 3. С. 1–15.

Кондратьева Е.В. Типы социального капитала и экономическое благосостояние: оценки для России // Мир экономики и управления. 2018. № 4. С. 42–54.

Ланицман А.В. Социальный капитал как фактор повышения эффективности управленческой деятельности. Дисс. ... канд. экон. наук. М., 2007.

Литвина С.А., Шрайбер Н.Ю. Опыт трансформации организационной культуры на основе систематических исследований // Психология в экономике и управлении. 2016. № 1–2. С. 25–35.

Лысков М.В. Формирование репрезентативной организационной культуры: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. Саратов, 2011.

Олимпиева И.Б., Кондаков А.А., Ежова Л.В., Слободской А.Л. Социальный капитал: аналитические подходы и возможности измерения на уровне организации // Петербургская социология сегодня. 2014. № 1–1. С. 10–41.

Плотникова Е.Б., Германов И.А. Роль социального капитала в формировании управленческой активности трудового поведения // Вестник Тюменского государственного университета. 2018. № 3. С. 43–58.

Полякова О.В. Формирование и реализация социального капитала в российской экономике. Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Йошкар-Ола, 2013.

Салихов Б.В., Лунева Е.В. Социальный капитал как фактор инновационного развития предприятия: Монография. М., 2011.

Сидорина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // Журнал исследований социальной политики. 2007. № 3. С. 319–334.

Тарасова А.Н., Андрианова Е.В. Проблема доверия в отношениях “работодатель — работник” // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 5. URL: www.scienceeducation.ru/111-10358

Халикова Л.В. Доверие как социальный фактор развития малого предпринимательства: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Казань, 2008.

Яценко Г.В. Корпоративная культура во внутриорганизационном социальном управлении: Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2007.

REFERENCES

Allik J., Realo A. Individualism-collectivism and social capital // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2004. Vol. 35. P. 29–49.

Almakaeva A.M., Volchenko O.V. Dinamika social'nogo kapitala v Rossii [Dynamics of social capital in Russia] // Monitoring obshchestvennogo mneniya. 2018. N 4. S. 283–284 (in Russian).

Anenko S.V. Formirovanie novoy organizacionnoj kul'tury v sovremennoj Rossii: sociologicheskij analiz: avtoref. diss. ... kand. socz. Nauk [Formation of a new organizational culture in modern Russia: sociological analysis: author. diss. ... cand. social sciences]. M., 2006 (in Russian).

Balezina E.A., Bulgakova D.A. Vliyanie vnutriorganizacionnogo doveriya na innovacionny'e ustanovki rabotnikov: sociologicheskij analiz na primere promyshlennyx predpriyatij g. Permi [The influence of intra-organizational trust on the innovative attitudes of workers: a sociological analysis on the example of industrial enterprises in Perm] // Social'ny'e i gumanitarny'e nauki: teoriya i praktika. 2017. N 1. S. 388–394.

Bazaleev O.A. Social'ny'j kapital kak faktor upravleniya. Diss. ... kand. socz. Nauk [Social capital as a management factor. Diss. ... cand. social sciences]. Saratov, 2002 (in Russian).

Belkin V.N., Belkina N.A., Antonova O.A. Stimulirovanie razvitiya social'nogo kapitala predpriyatiya [Stimulating the development of the social capital of the enterprise] // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo upravleniya. Ekonomicheskie nauki. 2016. N 2. S. 102–114 (in Russian).

Belkin V.N., Belkina N.A., Antonova O.A., Bochkaeva I.V. Teoretiko-metodologicheskie osnovy social'nogo kapitala organizacii [Theoretical and methodological foundations of the social capital of the organization]. Ekaterinburg, 2011 (in Russian).

Bondarenko V.A., Sulimenko O.V. “Chelovecheskij” i “social'ny'j” kapital: osobennosti vy'voza iz Rossii [“Human” and “social” capital: features of export from Russia] // Koncept. 2015. N 24. URL: <http://e-koncept.ru/2015/75299.htm> (in Russian).

Davy'denko V.A., Tarasova A.N., Zy'kov V.V. Predprinimatel'skie seti i social'ny'j kapital v rossijskix biznes-organizacijax (na primere empiricheskix issledovanij firm malogo i srednego biznesa v Ural'skom federal'nom okruge) [Entrepreneurial networks and social capital in Russian business organizations (on the example of empirical studies of small and medium-sized businesses in the Ural Federal District)] // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2012. N 6. S. 171–176 (in Russian).

Demchuk D.B. Izmerenie kognitivnogo social'nogo kapitala v organizacii: podxody i metody [Measuring cognitive social capital in an organization: approaches and methods] // Social'naya i ekonomicheskaya psixologiya. 2017. N 2. S. 165–184 (in Russian).

Galeznik I.A., Chernenko I.M., Kel'chevskaya N.R. Neformal'ny'e otnosheniya na ry'nke truda i ix vliyanie na doverie rabotnikov i ix udovletvoryonnost' rabotoj [Informal relations in the labor market and their impact on employee confidence and job satisfaction] // *E'konomika i upravlenie v XXI veke: tendencii razvitiya*. 2016. N 33–1. S. 165–176 (in Russian).

Germanov I.A., Plotnikova E.B., Bulgakova D.A. Strukturny'j social'ny'j kapital rabotnikov rossijskix promy'shlenny'x predpriyatij: opyt e'mpiricheskoy ocenki [Structural social capital of workers of Russian industrial enterprises: experience of empirical assessment] // *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psixologiya. Sociologiya*. 2018. Vy'p. 1. S. 135–145 (in Russian).

Igumnov O.A. Teoreticheskie aspekty' genezisa koncepcii korporativnoj social'noj otvetstvennosti [Theoretical aspects of the genesis of the concept of corporate social responsibility] // *Nauchny'e vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: E'konomika. Informatika*. 2012. N 7(126). S. 74–83 (in Russian).

Karavaj A.V. Social'ny'j kapital rossijskix rabochix i ix ustanovki v otnoshenii ego nakopleniya [Social capital of Russian workers and their attitudes towards its accumulation] // *Monitoring obshhestvennogo mneniya*. 2016. N 3. S. 1–15 (in Russian).

Kondrat'eva E.V. Tipy' social'nogo kapitala i e'konomicheskoe blagosostoyanie: ocenki dlya Rossii [Types of social capital and economic welfare: estimates for Russia] // *Mir e'konomiki i upravleniya*. 2018. N 4. S. 42–54 (in Russian).

Lanczman A.V. Social'ny'j kapital kak faktor povysheniya e'fektivnosti upravlencheskoj deyatel'nosti. Diss. ... kand. e'kon. Nauk [Social capital as a factor in improving the efficiency of management. Diss. ... cand. econom. sciences]. M., 2007 (in Russian).

Litvina S.A., Shrajber N.Yu. Opyt transformacii organizacionnoj kul'tury' na osnove sistematicheskix issledovanij [Experience of transformation of organizational culture on the basis of systematic research] // *Psixologiya v e'konomike i upravlenii*. 2016. N 1–2. S. 25–35 (in Russian).

Ly'sikov M.V. Formirovanie reprezentativnoj organizacionnoj kul'tury': sociologicheskij analiz: diss. ... kand. socz. Nauk [Formation of a representative organizational culture: sociological analysis: diss. ... cand. social sciences]. Saratov, 2011 (in Russian).

Olimpieva I.B., Kondakov A.A., Ezhova L.V., Slobodskoj A.L. Social'ny'j kapital: analiticheskie podxody' i vozmozhnosti izmereniya na urovne organizacii [Social capital: analytical approaches and measurement capabilities at the organizational level] // *Peterburgskaya sociologiya segodnya*. 2014. N 1–1. S. 10–41 (in Russian).

Plotnikova E.B., Germanov I.A. Rol' social'nogo kapitala v formirovanii upravlencheskoj aktivnosti trudovogo povedeniya [The role of social capital in the formation of managerial activity of labor behavior] // *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2018. N 3. S. 43–58 (in Russian).

Polyakova O.V. Formirovanie i realizaciya social'nogo kapitala v rossijskoj e'konomike. Avtoref. diss. ... kand. e'kon. Nauk [Formation and implementation of social capital in the Russian economy. Author's abstract. diss. ... cand. econom. sciences]. Joshkar-Ola, 2013 (in Russian).

Salixov B.V., Luneva E.V. Social'ny'j kapital kak faktor innovacionnogo razvitiya predpriyatiya: Monografiya [Social capital as a factor in the innovative development of an enterprise: Monograph]. M., 2011 (in Russian).

Sidorina T.Yu. Social'ny'j kapital organizacii i social'naya politika rossijskogo predpriyatiya [Social capital of an organization and social policy of a Russian enterprise] // *Zhurnal issledovanij social'noj politiki*. 2007. N 3. S. 319–334 (in Russian).

Tarasova A.N., Andrianova E.V. Problema doveriya v otnosheniyax "rabotodatel' — rabotnik" [The problem of trust in the relationship "employer — employee"] //

Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya. 2013. N 5. S. 647. URL: www.scienceeducation.ru/111-10358 (in Russian).

Xalikova L.V. Doverie kak social'ny'j faktor razvitiya malogo predprinimatel'stva: avtoref. diss. ... kand. socz. Nauk [Trust as a social factor in the development of small business: author. diss. ... cand. social sciences]. Kazan', 2008 (in Russian).

Yashhenko G.V. Korporativnaya kul'tura vo vnutriorganizacionnom social'nom upravlenii: avtoref. diss. ... kand. socz. Nauk [Corporate culture in intra-organizational social management: author. diss. ... cand. social sciences]. Rostov-na-Donu, 2007 (in Russian).

Zrodnikov A.V. Mexanizmy formirovaniya, vosproizvodstva i izmeneniya organizacionnoj kul'tury: sociologicheskij aspekt: avtoref. diss. ... kand. socz. nauk [Mechanisms of formation, reproduction and change of organizational culture: sociological aspect: author. diss. ... cand. social sciences]. Nizhnij Novgorod, 2007 (in Russian).