

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ОРГАНИЗАЦИЙ

И. Б. ОЛИМПИЕВА, А. А. КОНДАКОВ, Л. В. ЕЖОВА, А. Л. СЛОБОДСКОЙ

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИЗМЕРЕНИЯ НА УРОВНЕ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются аналитические подходы и возможности эмпирического измерения социального капитала на уровне организации. Проводится обзор разнообразия теоретических понятий социального капитала, отмечается их концептуальная противоречивость. Дано описание основных положений разработанной авторами методики измерения социального капитала, которая позволяет нивелировать проблемы измерения социального капитала на уровне конкретной организации. Показано, каким образом измерение трех составляющих социального капитала на разных уровнях организационной иерархии позволяет оценить уровень и конфигурацию социального капитала, а также его возможные эффекты на функционирование организации. На основе эмпирических данных, полученных в ходе социологического исследования, проведенного авторами в глобальной компании российского происхождения, иллюстрируются возможности разработанной методики для диагностики и мониторинга проблем внутриорганизационных отношений.

Ключевые слова: социальный капитал, организация, доверие, социальные сети, организационная культура, социально-трудовые отношения, конфигурация социального капитала, «бондинговый» и «бриджинговый» эффекты.

I. B. OLIMPIEVA, A. A. KONDAKOV, L. V. ERZOVA, A. L. SLOBODSKOY

SOCIAL CAPITAL: ANALYTICAL APPROACHES AND POSSIBILITIES OF MEASUREMENT AT THE LEVEL OF ORGANIZATION

The paper considers analytical approaches and possibilities of empirical measurement of social capital at the level of organization. The review of the variety of existing theoretical approaches to social capital demonstrates conceptual inconsistency of this notion. A description of the main provisions of the methodology of measuring social capital developed by the authors is presented, which allows overcoming major

problems of social capital measurement at the level of organization. It is shown how the measurement of the three components of social capital and their analysis at different levels of the organizational hierarchy allow evaluating the scope and configuration of social capital of the organization and its possible impact on the organizational functioning. The empirical data collected during the survey conducted by the authors in a multinational company of Russian origin, illustrates the possibilities of the developed technique for the diagnosis and monitoring of intra-organizational relations problems.

Keywords: social capital, organization, trust, social networks, organizational culture, socio-labour relations, configuration of social capital, 'bonding' and 'bridging' effects.

Введение

Социальный капитал — один из самых перспективных исследовательских аналитических концептов, используемых в социологии для понимания механизмов, регулирующих человеческие взаимодействия в разных сферах. Концепция социального капитала может быть использована как в качестве самостоятельной исследовательской стратегии, так и в качестве полезного дополнения к существующим подходам к исследованию социальных взаимодействий. В данной статье мы попытаемся продемонстрировать, каким образом концепция социального капитала может быть использована для исследования социальных взаимодействий на уровне конкретной организации. Представляется, что в ситуации современной экономической и социальной нестабильности традиционные для социологии труда подходы к исследованию отношений на уровне организаций и предприятий оказываются недостаточно эффективными. На этом фоне использование «социального капитала» в качестве исследовательской категории обладает, на наш взгляд, существенным исследовательским и эвристическим потенциалом для анализа отношений внутри организаций, и, в частности, для диагностики степени включенности сотрудников в организацию и определения проблемных точек внутриорганизационных взаимодействий. При использовании понятия социального капитала в качестве исследовательской категории основная проблема заключается в том, что данное понятие оказывается весьма сложным для операционализации. В отечественной и зарубежной исследовательской практике нам не встречались методики комплексного измерения социального капитала на уровне организации, позволяющие учитывать многообразие охватываемых этим понятием взаимоотношений. В данной статье мы

попытаемся представить вариант решения этой задачи путем разработки собственной методики эмпирического исследования социального капитала организации и проиллюстрируем возможности ее использования на эмпирических примерах.

В аналитическом обзоре, с которого начинается данная статья, представлено разнообразие аналитических подходов к понятию социального капитала. Не вдаваясь в углубленный анализ имеющихся концепций социального капитала, мы представим лишь некоторые наиболее известные теоретические подходы, и в первую очередь, те, которые в дальнейшем используются для формирования логики нашего собственного исследования. Отдельный раздел статьи посвящен описанию особенностей социального капитала организации и исследовательских подходов к его измерению. Далее будет представлен аналитический подход к исследованию социального капитала организации, который использовался авторами при исследовании крупной российской транснациональной компании российского происхождения¹. Методика измерения социального капитала разрабатывалась по заказу крупной транснациональной компании (ТНК) российского происхождения, имеющей филиалы и дочерние структуры в 9 странах. Апробация методики проходила в основном в подразделениях компании, расположенных в двух российских городах, и фокусировалась на внутреннем социальном капитале ТНК, включая взаимодействия между иностранными филиалами в Германии, США, Китае, Японии.

Разнообразие и противоречивость аналитических подходов к понятию «социальный капитал»

В социальных науках нет единого мнения по поводу того, что подпадает под понятие «социальный капитал». Эта концепция используется достаточно широко и уже стала в определенном смысле классической не только в экономике и социологии, но и в антропологии или психологии. В самом общем смысле социальный капитал можно понимать как предпочтительные отношения одних акторов социальной

¹ В статье используются материалы социологического исследования «Возможности использования социокультурных факторов в развитии глобальной компании российского происхождения», проведенного Центром независимых социологических исследований в одной из лидирующих российских транснациональных компаний в рамках проекта некоммерческого партнерства «Институт национального проекта “Общественный договор”» в 2012–2013 гг.

действительности с другими, в результате которых они получают взаимные выгоды и идут на взаимные уступки. Разумеется, степень взаимности может варьироваться и не всегда основывается на равенстве. Таким образом, можно сказать, что акторы (индивиды, институции, корпорации) вступают друг с другом в неписанные контрактные отношения, имеющие тем не менее весьма жесткие условия, а также социальные санкции за нарушения условий «контракта». Стоит иметь в виду, что принципиальным в понимании социального капитала является его продуктивная способность. Отношения, которые можно описать через данную категорию, производят вполне конкретные эффекты — достигают определенных целей, реализуются в производстве какого-либо продукта, облегчают выполнение той или иной задачи. Поэтому социальный капитал называется именно «капиталом», то есть ресурсом, используемым для производства.

История появления термина «социальный капитал» связана с Северной Америкой, где локальные объединения граждан городских районов или деревень, так называемые *комьюнити* (сообщества), основанные на взаимовыручке, симпатии, добрососедстве, до сих пор имеют решающее значение в повседневной жизни людей. Подобные отношения являются фундаментом для построения сообществ, в которых каждый отдельный индивид делает свой вклад в общее благо, тем самым улучшая жизни окружающих и свою собственную (Hanifan 1916). Именно такие отношения скрепляют сообщества и формируют наиболее удобную форму существования их членов, однако в то же время исключают многие категории других граждан: новичков, чужаков, нонконформистов.

Пьер Бурдьё продолжил данную логику, основывая аргументацию по объяснению понятия социального капитала на практике отношений между родственниками или членами иных групп (Bourdieu 1977; Бурдьё 2001). Он предложил разграничить эффекты социального капитала от эффектов других типов капитала. Капитал понимается как накапливаемый и воспроизводимый ресурс, суть которого сводится к его рациональному использованию, то есть такому, при котором различными акторами (индивидами, группами, организациями) будут достигнуты поставленные перед ними цели или реализованы конкретные задачи. Именно поэтому «подобно другим формам капитала, социальный капитал продуктивен» (Коулман 2001: 124). При использовании ресурсов социального капитала становится проще выполнение тех или иных задач, достижение целей.

В работе «Формы капитала» П. Бурдые различает экономический, культурный и социальный капиталы (Бурдые 2002). Все эти формы инструментальны, но их эффекты осуществляются в разных полях, и, следовательно, цели, которые они помогают достигать, существенно различаются. Экономический капитал — это произведенные товары или деньги, их замещающие, которые являются предметом обмена. Культурный капитал представляет собой знания, навыки, уровень образования, которые облегчают социальную мобильность индивида. Такую форму капитала также называют *человеческим* капиталом (Becker 1993; Schultz 1971). Культурный капитал может привести к экономическим выгодам, но напрямую никак с ними не связан. Экономический капитал всегда ассоциируется с хозяйственной деятельностью, распределением и накоплением материальных благ. Социальный капитал во многом объединяет обе эти черты: его можно понимать и как атрибут отдельного человека, и как корпоративное свойство. При этом объект, исследуемый через категорию социального капитала, — это актер хозяйственной деятельности, то есть преследующий цели экономического свойства. Социальный капитал, таким образом, понимается и как отношения между людьми, и как социально-экономические взаимодействия между корпоративными акторами.

Основа социального капитала — сеть связей между субъектами социально-экономических отношений. По определению Дж. Тернера, «социальный капитал — это те силы, которые увеличивают потенциал экономического развития общества путем создания и поддержания социальных связей и моделей социальных организаций» (Turner 2000: 95). Коулман и Бурдые считают, что элементом, поддерживающим такие связи, является взаимное доверие между субъектами социальных сетей. Доверие в данной системе координат — это ожидания взаимности, которые аккумулируются через серию услуг и уступок акторов по отношению друг к другу (Коулман 2001: 127). Ожидается, что услуга, оказываемая внутри той или иной социальной сети, при необходимости будет вознаграждена взаимной услугой. Это формирует систему взаимных обязательств, надежно связывающих членов сети в единую социальную структуру, которая может характеризоваться разным уровнем доверия и потребности в использовании ресурсов этой структуры.

Система, позволяющая воспроизводить данные типы взаимодействия, безусловно, вырабатывает собственные нормы и правила, имеющие, как и всякие нормы, санкции за их несоблюдение. Передача знания о нормах и санкциях происходит внутри формирующихся

социальных сетей имплицитно и может быть неизвестна стороннему наблюдателю. Поэтому включение в социальные сети важно для начала накопления социального капитала. Обмен информацией между членами социальных сетей — важный параметр социального капитала. Однако нормы сетей формируются не столько за счет информационного обмена, сколько ввиду разделяемых членами сетей общих ценностных установок (Putnam 1993).

Ценности, на которых основывает свои аргументы Патнам, представляются зыбкой категорией, которая тем не менее помогает раскрыть еще одну характеристику социального капитала: он способен консолидировать солидарные группы вокруг определенной идеологии, активно поддерживаемой и воспроизводимой всеми членами сообщества. Наряду с положительными эффектами данное свойство имеет и негативные последствия, закрывая пути к модернизации и инновации. Социальная структура, основанная на уже готовых способах взаимодействия, а также на нормах поведения, воспроизводимых внутри длительно существующей сети, имеет ограниченные ресурсы к обновлению.

Подход к определению социального капитала с акцентом на разделяемые членами группы правил и нормы разделяет и Фрэнсис Фукуяма. При этом важно, что «нормы, которые производят социальный капитал, по сути, должны включать искренность, обязательность и взаимность» (Fukuyama 1997). Другой ключевой категорией в отношениях, производящих социальный капитал, он считает доверие, под которым понимается возникающее внутри сообщества ожидание постоянного, честного, ориентированного на совместно разделяемые ценности поведения со стороны других членов этого сообщества» (Цит. по Бусова 1999: 144). Доверие проецируется на уровень общества в целом с помощью понятия «спонтанной общительности». Спонтанная общительность — это способность к кооперации и сотрудничеству с «посторонними» людьми по определенным правилам, способность создавать ассоциации. Спонтанная общительность решающим образом определяет предельный уровень накопления социального капитала. Для обществ с низким уровнем социального капитала и спонтанной общительности характерен фамилизм — такая структура общества, в которой доверие формируется только среди членов закрытых социальных кругов (семья, клан) в ущерб другим видам социальных отношений. Фамилизм рассматривается Фукуямой как препятствие для прогрессивного экономического развития, поскольку люди не могут выйти

за пределы семейного бизнеса. Общества с низким уровнем доверия и спонтанной общительности не имеют возможности самостоятельно создавать крупномасштабные экономические организации. Для стимуляции доверия между социальными акторами таких обществ необходимы либо прямые иностранные инвестиции и совместные предприятия, либо непосредственное вмешательство государства в экономику.

В своей работе Фукуяма также развеивает миф о существовании особой коллективистской «восточной» культуры как противоположности «западной». Он противопоставляет страны с низким уровнем доверия, куда относит Китай, Италию, Корею, Францию как типичные примеры фамелизма, и страны с высоким уровнем доверия — Японию, Германию, США. Он также развеивает миф об исключительно индивидуалистской культуре США, показывая, что помимо индивидуализма она включает важный корпоративистский компонент².

Использование понятия социального капитала для анализа ситуации в России весьма противоречиво. С одной стороны, исследователи российского общества отмечают чрезвычайно высокую роль неформальных связей для ведения бизнеса и социального функционирования в России. Следовательно, концепция социального капитала как совокупности неформальных социальных сетей используется для объяснения феномена российской неформальной экономики (Радаев 2003; Барсукова 2004; Бюссе 2005). С другой стороны, рассмотрение социального капитала из перспективы доверия (согласно идеям Фукуямы), открытости коммуникаций, спонтанной общительности и позитивных ожиданий совместных действий, основанных на разделяемых нормах и правилах, в российском контексте дают отрицательные результаты. Видимо, поэтому Фукуяма относит Россию (наряду с другими постсоветскими странами и странами Африки) к группе так называемых «атомизированных» обществ, страдающих полным отсутствием социального капитала.

² Данный тезис нашел подтверждение в ходе сравнительного исследования организационной культуры hi-tech компаний, которое проводилось сотрудниками ЦНСИ в России, США и Германии. Исследование, в частности, продемонстрировало ключевое значение командной идеологии и открытости к кооперации на уровне межличностных взаимодействий для успешности американских hi-tech. (См.: http://www.strategy-2020.ru/sites/default/files/public/64/kulturnye_factory_modernizacii.pdf, Oлимпиева, Атаиантс 2012.)

Возможности измерения социального капитала

Помимо разнообразия аналитических подходов к понятию социального капитала, исследования данного феномена сталкиваются с такой проблемой, как концептуальная противоречивость (Castiglione 2008). Во-первых, понятие социального капитала на стадии его операционализации широко использует уже имеющиеся в социологическом арсенале категории: доверие, социальные сети, культура (нормы, правила и т. п.). Практически никаких принципиально новых категорий в оборот не вводится. Мартин Палдам выделяет три основных подхода к исследованию социального капитала: фокус на доверии, социальных сетях и сотрудничестве между индивидами, основанном на соблюдении общих норм и правил взаимодействия (Paldam 2000). При фокусировании на одном из аспектов социального капитала влияние других фактически игнорируется, существенно сужая измеряемый спектр влияния социального капитала.

Во-вторых, категория «капитала», заимствованная в экономике, способна как объяснять некоторые характеристики исследуемой социальной реальности, так и поставить новые неразрешимые вопросы. Не является очевидным, что можно считать капиталом — все социальные связи, которые имеются у индивида, или только те, которые он сознательно использует для получения каких-либо выгод? Вынужденное или только добровольное использование социальных взаимодействий может рассматриваться в качестве социального капитала? Рассматривать ли социальный капитал как индивидуальную характеристику, или это всеобщее благо? Является ли социальный капитал исключительно позитивным фактором, или он имеет «темные стороны» и несет негативные последствия? В какой мере социальный капитал может анализироваться именно как капитал с использованием экономических показателей и категорий?

В-третьих, не менее существенным фактором является двойственность характера социального капитала с точки зрения его влияния на экономические и социальные процессы в обществе. Эти вопросы исследуются в рамках разделения социального капитала на «устанавливающий связи» (bridging) и «налагающий обязательства» (bonding). Исследователи разделяют социальный капитал на «открытый», который опирается на большой «радиус доверия», способствующий созданию широких общественных коалиций («группы Патнэма»), и «закрытый», способствующий возникновению узких групп интересов,

опирающихся на «ограниченную мораль» и узкий «радиус доверия» («группы Олссона») (Полищук, Меняшев 2011). Закрытый СК способствует возникновению узких групп интересов. Разнонаправленность влияния социального капитала также сказывается на возможности его эмпирического измерения и интерпретации полученных результатов.

Термин «социальный капитал» во многом стал популярной исследовательской категорией благодаря усилиям Всемирного банка, использующего ее при изучении социально-экономической и общественно-политической ситуации в разных странах. Специалисты Всемирного банка определяют социальный капитал как «институты, отношения и нормы, которые формируют качество и количество социальных интеракций в обществе»³. Социальная сплоченность, по мнению специалистов банка, является важной составляющей стабильного экономического процветания.

Всемирным банком разработан интегрированный опрос для измерения социального капитала, который позволяет собрать эмпирические количественные данные по поводу разнообразных аспектов социального капитала, чтобы связать их с общим исследованием экономики той или иной страны. Этот опрос включает рассмотрение шести измерений социального капитала: 1) группы и сети; 2) доверие и солидарность; 3) коллективные действия и кооперация; 4) информация и коммуникации; 5) социальная сплоченность и включенность; 6) *эмпатурмент* (наделение правами и возможностями) и политическое действие (Grootaert 2004). Как видно, специалисты банка предлагают широко трактовать понятие и включить в него наибольшее количество разнообразных аспектов социальной, экономической и политической действительности, чтобы получить максимально широкую картину социального капитала.

В заключение обзора аналитических подходов следует отметить, что социальный капитал концептуализируется в нескольких противоречивых областях: экономике и культуре, политике и личных взаимоотношениях между людьми. «Неопределенность предмета» социального капитала — общепризнанная проблема, хотя в целом исследователи согласны с тем, что взаимодействие людей оказывает влияние на эффективность их экономической деятельности. Эkleктический характер

³ Доступно на сайте Всемирного банка: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185164~menuPK:418217~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html>

понятия влияет на возможности его использования для полноценного исследования, так же как и разнонаправленность его возможных эффектов. Перечисленные сложности, однако, не умаляют аналитический потенциал социального капитала как комплексной исследовательской категории.

Особенности исследования социального капитала организации

В исследованиях социального капитала организаций основное внимание уделяется его влиянию на экономические и управленческие успехи компаний. Это отчасти объясняется тем, что категория социального капитала в основном применяется в исследованиях бизнес-организаций в поисках путей повышения их эффективности. Позитивные эффекты социального капитала для деятельности организаций многообразны. Отмечается, что социальный капитал уменьшает многообразные транзакционные издержки (Belliveau, O'Reilly & Wade 1996; Burt 1997), расширяет круг сотрудников, которым может доверять компания (Fernandez, Castilla & Moore 2000), облегчает взаимодействие между подразделениями, что способствует возникновению инноваций⁴. В целом, социальный капитал организации рассматривается как совокупный ресурс, используемый в процессах управления персоналом, а также при разработке стратегий организационного развития и достижения экономических целей (Adler & Kwon 2002). В качестве определяющих характеристик социального капитала организации рассматриваются его целесообразность или полезность, сознательный характер использования и социальная структурированность, что в совокупности отличает социальный капитал от простой социальной сети.

Исследователи разделяют социальный капитал организации на внутренний и внешний. Если социальный капитал рассматривается в качестве внутреннего фактора, то фокус исследования сводится к изучению различных видов доверия, внутренних формальных и неформальных правил, межличностных сетей взаимодействия. Исследование внутреннего социального капитала организации может строиться вокруг понятий солидарности и общих ценностных установок, также связанных с внутренними неписаными нормами. Внутренний социальный капитал можно понимать как элемент, связывающий работников одной

⁴ См.: *Rosenthal E. A. Social networks and team performance. Unpublished doctoral dissertation. University of Chicago. 1996.*

компании. В то же время внутренние ресурсы могут быть также использованы для накопления индивидуального человеческого капитала (как в форме репутации, так и в форме интеллектуальных способностей), что в конечном итоге может повлиять на репутацию самой компании, поскольку любая фирма состоит, прежде всего, из людей (Nahapiet & Ghoshal 1998).

Помимо внутреннего социального капитала организации исследуется внешний социальный капитал, связанный с функционированием компании во внешней среде (например, в форме репутации, повышающей уровень доверия к компании на рынке). Проведенные исследования свидетельствуют о том, что социальный капитал укрепляет отношения с внешними партнерами (Helper 1990; Uzzi 1997), облегчает процессы создания новых компаний (Walker, Kogut & Shan 1997), способствует развитию делового партнерства (Kraatz 1998). Внешний социальный капитал организации выражается, помимо прочего, во включенности компании в разнообразные бизнес-группы. В отличие от других способов сотрудничества организаций, в бизнес-группах связи между партнерами носят устойчивый характер, они сложны, многогранны и регулируются как формальными, так и неформальными правилами. Организации, включенные в бизнес-группы, могут пользоваться ресурсами других компаний — членов группы и уменьшить транзакционные издержки при заключении сделок.

Во внешних отношениях социальный капитал часто рассматривается как доверие, на основе которого новые члены бизнес-сообщества могут допускаться в существующие сети (Stickel, Mayer & Sitkin 2009). Сети открываются для тех компаний, которым доверяют, о которых положительно отзываються партнеры, включенные в сеть. Доверие может определяться и как готовность к уязвимости от действий группы (Davis, Bartkus 2009). Наличие неформальных норм, гарантирующих защиту от рисков доверия, делает сети компаний более сплоченными, а их существование более продолжительным.

Внешний социальный капитал организации рассматривается также как некий «набор мостов», связывающих организацию с другими институциями во внешнем мире (Burt 1997). Характер внешнего социального капитала, степень открытости и доверия в таком ракурсе определяются не только (а возможно, и не столько) характеристиками самой организации, сколько свойствами внешней среды. К их числу можно отнести особенности институциональной структуры, национальной культуры, экономические и социальные факторы, предпопре-

деляющие способы взаимодействия компаний на рынке. В формировании внешней среды велика роль правительств, которые своими действиями задают уровень доверия к экономическим и государственным институтам (Levi 1996).

Особым сегментом в исследованиях социального капитала организаций выступают транснациональные корпорации (ТНК). Одной из самых насущных задач для ТНК является внутренняя интеграция, координация и обмен ресурсами между филиалами в разных странах. Отношения между филиалами регулируются системой формальных правил, однако, как показывают исследования, такие правила часто нежизнеспособны (Nohria, Ghoshal 1997). Гораздо эффективнее, по мнению некоторых исследователей, использование социального капитала, усиление доверия между штаб-квартирами и филиалами ТНК в разных странах (Kostova, Roth 2003). Концепция социального капитала оказывается также весьма полезной при выработке новых стратегий рекрутинга сотрудников для ТНК в филиалах, удаленных от штаб-квартир. С одной стороны, логика подсказывает, что местные менеджеры, включенные в социальные сети, могут находить новых сотрудников на свободные позиции с большей эффективностью. С другой стороны, без понимания того, как работают социальные сети в тех или иных странах, остается неясным, оказываются ли «правильные» люди на «правильных» позициях или освобождающиеся должности замещаются родственниками и друзьями топ-менеджера без учета их опыта и квалификации (Collings, Scullion 2006).

При измерении социального капитала на уровне организации возникает вопрос о том, кто является обладателем социального капитала — индивид или организация? Кто получает бенефиты от использования социального капитала? Ответ на данный вопрос неоднозначен. С одной стороны, социальный капитал организации не может существовать вне его носителей: если все сотрудники организации уволятся, социальный капитал потеряется вместе с ними⁵. С другой стороны, социальный капитал организации хотя и складывается из индивидуальных социальных капиталов сотрудников, но принадлежит организации в целом, примером чему может служить хорошая репутация компании на рынке. Также неоднозначен ответ на вопрос о том, кто получает

⁵ См.: *Knoke D. Organizational Networks and Corporate Social Capital // Corporate Social Capital and Liability / ed. by R. Leenders, S. M. Gabbay. N. Y.: Kluwer Academic Publishers, 1999.*

выигрыш от использования социального капитала и всегда ли использование социального капитала отдельным работником является одновременно благом для организации в целом.

Обобщая существующие исследовательские подходы, можно выделить четыре возможных уровня анализа социального капитала в организации:

1. *Индивидуальный.* Каждый сотрудник компании обладает неким социальным капиталом (в виде доверия со стороны коллег и руководства, социальных сетей и связей, включенности в неформальные структуры и знание «правил игры») который он/она может инвестировать для достижения собственного успеха и продвижения в компании. Объектом исследования на данном уровне являются отдельные работники организации, предмет исследования — межличностные взаимодействия. Оценка социального капитала и его эффективности проводится из перспективы отдельного работника.

2. *Внутриорганизационный.* На данном уровне анализируется весь спектр взаимоотношений внутри организации. Объектами анализа могут выступать группы работников (включая, например, профессиональные команды, бригады), а также номинальные группы, различающиеся по социально-профессиональным характеристикам (например, молодые сотрудники, мужчины, женщины, сотрудники с высшим образованием и т. п.). Для данных групп характерна определенная специфика социального капитала. Предметом анализа является социальный капитал индивидов, групп и подразделений. Анализируются взаимоотношения между работником и организацией, между подразделениями внутри организации. В транснациональных компаниях объектами исследования могут являться региональные (страновые) подразделения и их отношения с головной организацией. Оценка социального капитала на данном уровне проводится из перспективы отдельных подразделений, групп и в совокупности организации.

3. *Внешне-организационный.* На данном уровне компания или ее филиалы рассматриваются во внешнем контексте (локальном, национальном, институциональном, культурном и т. д.). Анализируются отношения с внешними институтами, а также с социальной и культурной средой. Для транснациональных компаний не менее важен анализ глобального контекста — включенность компании в систему международных организаций и ассоциаций в соответствующей сфере для реализации глобальных стратегий развития компании и т. п. Эффективность использования социального капитала рассматривается из перспекти-

вы организации в целом и отдельных подразделений, включенных во внешний контекст.

Уровни анализа социального капитала не изолированы друг от друга, тем более что независимо от уровня изначальным носителем социального капитала является отдельный индивид. Остальные виды социального капитала — социальный капитал группы, подразделения, организации — являются производными от индивидуального.

Использование методических разработок различных социальных отраслей для исследования компонентов социального капитала организации

При разработке комплексной методики измерения социального капитала организации следует принимать во внимание тот факт, что в различных научных отраслях, таких как социология труда, социология организаций, социальная психология и наука управления, достаточно хорошо разработаны подходы к исследованию отдельных компонентов социального капитала — доверия, социальных сетей, социальных норм и правил взаимодействия.

Пожалуй, наиболее методически проработанной составляющей социального капитала является доверие, хотя содержание данного понятия существенно варьирует в представлениях исследователей из разных научных отраслей. Доверие измеряется на разных уровнях (межличностный, групповой, организационный, институциональный и т. п.), между различными субъектами — доверие между индивидами, доверие к институтам и организациям, доверие между организациями, доверие в сетях и т. п. В социологической теории, например, принято различать личное, сетевое и безличное доверие (Sztompka 1999). Доверие всегда связано с *практическими действиями людей*, опирается на существующий опыт взаимодействия с другими индивидами или институтами, а также составляет основу для *ожиданий* в отношении будущих действий. Доверие не является константой — оно может возрастать и уменьшаться в зависимости от результатов полученного опыта (Кузина, Ибрагимов 2010). Различают доверие в профессиональных отношениях и доверие в личных отношениях. В профессиональных отношениях доверие инструментально, оно формируется при выполнении общей работы или ориентации на какой-то общей внешней цели. В персональных отношениях доверие — самооценочность, больше связанная с эмоциональными аспектами взаимодействия (Sheppard, Sherman

1998). При этом, безусловно, существует взаимосвязь между данными типами доверия.

Исследования доверия в организациях приобретают все большую популярность в последние годы. Они фокусируются как на межличностном взаимодействии, так и на формировании доверия в группах. Из перспективы психологического подхода внимание акцентируется на структуре данного феномена, выделяются различные компоненты доверия (когнитивный, эмоционально-оценочный, установочно-поведенческий), оценивается их специфическое содержание. Исследуются факторы формирования различных компонентов доверия, разрабатываются различные модели доверия.

В отличие от социально-психологических методик, рассматривающих доверие на межличностном уровне, исследования доверия на уровне организации в целом, которые могли бы быть использованы в комплексной методике оценки уровня социального капитала организации, не столь многочисленны. Наиболее часто используемой (по крайней мере, среди российских исследователей) разработкой является методика Роберта Шо (Шо 2000). Он рассматривает доверие как центральную составляющую организационного успеха. Его подход к проблеме отличается от психологического, при котором считается, что доверие — главным образом проблема отношений между людьми. С точки зрения Шо, доверие — это мощная универсальная сила, влияющая практически на все, что происходит внутри организации и в отношениях между организациями.

Говоря об исследовании социального капитала как сети межличностных взаимодействий, невозможно не упомянуть социометрическую технику (Дж. Морено) — широко известную методику измерения взаимодействий в малых группах, которая применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений. С помощью социометрии можно выявить уровень доверия к руководителю подразделения, расхождение между формальной и реальной властной иерархией, формальной и неформальной структурами группы. Методика социометрии прекрасно зарекомендовала себя в исследованиях взаимодействия в малых группах и широко используется для исследования небольших трудовых коллективов (оптимально — до 15 человек, максимум — до 30–40). Основное ограничение методики (и не только технического) — невозможность ее использования для исследования крупных многоуровневых организаций, где проблемы взаимодействия определяются не только межличностными отношениями.

Исследование третьего аспекта социального капитала, формальных и неформальных норм и правил, фактически может осуществляться через призму организационной культуры. Организационная культура привлекает внимание исследователей многих научных отраслей — социологии и антропологии организаций, социальной психологии, науки управления. Относительно содержания понятия «организационная культура» среди исследователей нет единого мнения. Так, из перспективы социологии организаций организационная культура видится как «специфическая, характерная для конкретной организации система связей, действий, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной предпринимательской деятельности, способа постановки и ведения дела» (Радугин, Радугина 1995). С точки зрения социальной антропологии организаций, исследование организационной культуры предполагает изучение неявных социальных взаимодействий, неформальных отношений, культурных практик, скрытых от глаз внешних наблюдателей (Романов 1995).

Исследования организационной культуры включают различные уровни ее проявления:

- *видимые культурные артефакты* — формально-иерархическая структура организации, система лидерства, формы контроля, технология, устойчивые способы отношений с внешней средой, формы и способы внутриорганизационных взаимодействий;
- *уровень организационных ценностей* — декларируемых и осознанных, организационная символика и идеология;
- *неосознанные «базовые» представления*, конструирующие систему смыслов, разделяемых членами организации, формирующие культурные нормы и правила поведения.

В отличие от академических исследований, которые направлены на выявление содержания и смысла организационной культуры как таковой, менеджериальный подход вполне прагматичен. Основной вопрос, на который пытаются ответить исследователи, работающие в менеджериальной парадигме: как использовать различные виды и типы организационных культур для повышения эффективности работы компании. Аналогично менеджериальный запрос на разработку комплексной методики измерения социального капитала сталкивается с проблемой объединения различных его компонентов и учета в рамках одной методики возможных эффектов социального капитала на успешность работы компании.

Социальный капитал организации как исследовательская категория

Как следует из проведенного анализа литературы, эмпирическое измерение социального капитала сталкивается с двумя серьезными проблемами. Это эклектический характер данного понятия и разнонаправленность его эффектов для организации. Именно на решение этих проблем были направлены основные усилия при разработке методики.

Эклектический характер социального капитала

Социальный капитал представляет собой эклектическое понятие, плохо поддающееся операционализации на уровне конкретной организации. Как исследовательская категория социальный капитал представляет собой комплексный методологический конструкт, включающий три взаимосвязанных компонента, которые собственно и отражены в различных теоретических подходах к данному понятию: доверие, социальное взаимодействие (сети), нормы и правила (культура). В организационной среде все три компонента тесно переплетены и взаимопределяют друг друга, однако при попытках эмпирического измерения единое понятие социального капитала распадается и исследования обычно сводятся к изучению одной из его составляющих — доверия, сетей или организационной культуры. Создание комплексной методики измерения социального капитала, таким образом, неизбежно сталкивается с проблемой учета всех трех его компонентов.

В отличие от существующих методик, измеряющих отдельные аспекты социального капитала, был разработан подход, в котором социальный капитал рассматривается в его триединстве, как комплексная характеристика отношений внутри компании, которая отражает состояние и качество социальных отношений по трем основным параметрам (компонентам):

1. *Доверие* — определяет в целом социально-психологическое самочувствие работника в компании. Доверие рассматривается как личностная характеристика, через призму которой компания воспринимается и оценивается индивидуальным сотрудником. При оценке уровня доверия важны не столько объективные характеристики производственной среды, сколько субъективное восприятие этих характеристик работником, поэтому задача выяснения «правильности» оценки, ее соответствия действительности в рамках данной методики не рассматривается. Высокий уровень социального капитала характе-

ризуется высоким уровнем доверия к коллегам, руководителям и организации в целом.

В основу оценки доверия сотрудников к компании положена методика Р. Шо. Подобно методике Шо мы выделяем в оценках доверия следующие аспекты:

- *результативность* (в нашей интерпретации — профессионализм, компетентность) — доверие к компетенции коллег и руководства, оценка в целом уровня профессионализма специалистов компании; доверие к профессионализму руководства, высокая оценка компетентности руководителей разных уровней, способности решать стоящие перед подразделением задачи;
- *порядочность* — характеризует личное доверие работника к коллегам и руководителю, к справедливости решений в случае конфликтных ситуаций, к умению руководителей держать слово, отсутствие скрытых «корыстных» мотивов в поведении коллег и т. д.;
- *забота* — предопределяет легитимность организации в глазах индивида, характеризует общее чувство защищенности в данной организации;
- *общая оценка уровня доверия* — отражает восприятие ситуации в целом.

2. *Взаимодействие* — данная характеристика отражает сетевой характер социального капитала. Включенность в социальные коммуникации рассматриваются как важное условие формирования социального капитала, облегчающее взаимодействие внутри компании. Методика предполагает измерение трех компонентов взаимодействия:

- оценка информированности, возможности получения необходимой информации как условия эффективного взаимодействия между работниками и подразделениями организации;
- оценка открытости и готовности к взаимодействию как соответствие определенным ожиданиям работника;
- оценка характера неформальных отношений — наличие/отсутствие общей доброжелательной поддерживающей атмосферы, которая способствует формальным взаимодействиям.

3. *Нормы и правила (организационная культура)* нашли отражение в характеристике социального капитала, получившей название *интернализированная нормативность*. Она отражает, во-первых, степень доверия сотрудников и менеджеров к действующим правилам и, во-вторых, индивидуальную готовность реализовать эти правила на практике. Для

эффективной работы организации необходимо, чтобы каждый сотрудник принимал действующие правила как необходимые и справедливые. От того, насколько правила взаимодействия внутренне принимаются (или отторгаются) работником, насколько он/а считает их целесообразными и эффективными, зависит поведение сотрудника и эффективность его работы. В нашей методике интернализированная нормативность оценивается по трем основным элементам:

- восприятие действующих формальных правил, регулирующих деятельность работника (степень эффективности действующих правил);
- готовность использования формальных правил в своей работе, особенно в случае возникновения нестандартных ситуаций;
- оценка эффективности существующего уровня формализации трудовой деятельности.

В соответствии с трактовкой социального капитала, принятой в исследовании, он рассматривается в двух ракурсах: вертикальный ракурс предусматривает отношения с сотрудниками, находящимися выше/ниже в организационной иерархии; горизонтальный — восприятие коллег, находящихся на том же уровне организационной иерархии. Операционализация понятия социального капитала организации представлена на рис. 1.

Соотношение различных компонентов социального капитала характеризуют его *конфигурацию* или «гармоничность по горизонтали», которая показывает «вклад» различных компонентов в формирование общего уровня (силы) социального капитала.

Сила социального капитала не всегда, однако, может быть направлена на укрепление организационной интеграции. С одной стороны, социальный капитал выполняет функцию своеобразного *социального «клея»*, формирующего организационную солидарность, работает как «социальная смазка», повышающая уровень психологического и социального комфорта сотрудников, что прямо или косвенно влияет на эффективность их деятельности. Доверие к компании, руководителям, коллегам, открытость и информированность, понимание и следование принятым правилам и нормам облегчают деловые взаимодействия внутри организации, способствуют лучшему выполнению сотрудниками компании своих профессиональных задач, а также большей включенности работника в организацию. Интегрирующий эффект проявляется и в том, что социальный капитал позволяет нивелировать недостатки формальной системы; неэффективные взаимодействия,



Рис. 1. Социальный капитал организации как исследовательская категория

часто заложенные в формальные правила, на практике могут заменяться более эффективными неформальными связями. С точки зрения интегрирующего влияния социального капитала как «организационного клея» на работу компании, бенефициарами оказываются как сам работник, так и организация в целом — чем выше уровень социального капитала работников, тем лучше и работнику, и организации. В целом можно сказать, что социальный капитал как организационный клей способствует большей включенности работника в организацию, преодолению возрастающей отчужденности работников, которая видится сегодня все более актуальной проблемой трудовых отношений.

Наряду с интегрирующей функцией социальный капитал может оказывать на работу организации прямо противоположный дезинтегрирующий эффект. Те же самые компоненты социального капитала могут работать как специфический социальный ресурс, конкурентное преимущество, используемое работником или подразделением во внутриорганизационных взаимодействиях. Причем ресурсом может выступать любой компонент социального капитала. В крупных компаниях, как и в любых крупных социальных сообществах, неизбежно формирование устойчивых сетевых взаимодействий в виде «кругов доверия», «групп влияния», «организационных элит», которые напрямую

связаны с распределением ресурсов и власти и влияют на формирование производственной, финансовой и прочей корпоративной политики. Использование неформальных правил и связей, лучшая информированность позволяют некоторым работникам эффективнее решать возникающие проблемы по сравнению с их коллегами, которые подобными ресурсами не располагают. В целом можно сказать, что в своей «ресурсной» ипостаси социальный капитал полностью оправдывает свое название, выступая как инвестиция, конкурентное преимущество, которое используют работники, группы, подразделения в борьбе за ресурсы и влияние внутри компании.

В отличие от интегрирующего эффекта социального капитала как «клея», где бенефициарами сильного социального капитала оказываются как работник, так и организация, эффект использования социального капитала как «ресурса» может не всегда отличаться подобным совпадением. Например, хорошие отношения руководителя подразделения с высшим руководством могут привести к благоприятному для подразделения, но неэффективному для компании распределению ресурсов. Аналогично высокое межличностное или профессиональное доверие между руководителем и работником может, с одной стороны, экономить время на выполнение задания, с другой стороны, привести к неэффективному или несправедливому (с точки зрения сотрудников) распределению выгодных работ. Возникновение в отдельных подразделениях и группах «анклавов» высокого доверия, с одной стороны, свидетельствует о высокой сплоченности данного подразделения, с другой стороны, может привести к изоляции подразделения внутри компании. Таким образом, по аналогии с «бриджинговым» или «бондинговым» эффектами на уровне общества в целом, социальный капитал может иметь *интегрирующий* либо *дизинтегрирующий* эффекты на уровне организации. При разработке методики мы исходили из того, что желаемая (позитивная) роль социального капитала — обеспечение организационной интеграции, высокой организационной включенности отдельных работников, социально-профессиональных групп, коллективов компаний и структурных подразделений в общую структуру ТНК, обеспечение «социального и профессионального комфорта» взаимодействий внутри организации и повышение их эффективности. Социальный капитал в данном ракурсе предстает как своеобразная потенциальная социальная энергия организации, которая не является константой, а потому нуждается в измерении и постоянном мониторинге. Эту задачу и должна была решить разработанная методика. Дру-

гая задача состояла в том, чтобы методика помогала выявлять дезинтегрирующий эффект, «проблемные точки» негативного воздействия социального капитала на развитие компании как на уровне организации в целом, так и в отдельных структурных единицах.

Измерение социального капитала предполагается проводить *на разных уровнях* организации — на уровне подразделения, на уровне компании и на уровне группы компаний. Оценка социального капитала осуществляется с точки зрения его роли для *внутриорганизационной интеграции* на каждом уровне и в организации в целом. При интерпретации результатов мы исходили из того, что высокий уровень доверия, открытость и информированность, следование принятым правилам и нормам облегчают взаимодействия внутри организации, способствуют лучшей включенности работника в организацию, а также обеспечивает интеграцию отдельных бизнесов, подразделений и групп в единый социально-экономический организм, каковым является транснациональная компания.

Измерение влияние социального капитала на внутреннюю организационную интеграцию

Для определения характера влияния социального капитала на внутреннюю организационную интеграцию различаются два вида социального капитала — *внутренний* и *внешний*. Внутренний социальный капитал характеризует отношения внутри той или иной структурной единицы (например, подразделения, компании, регионального филиала) или внутри организации в целом. Внешний социальный капитал отражает характер взаимодействия данной структурной единицы с тем организационным контекстом, в который данная структурная единица включена. Так, на уровне подразделения внутренний социальный капитал характеризует оценку сотрудниками взаимодействия внутри подразделения, внешний — взаимодействия и восприятие других подразделений и более высоких уровней управленческой иерархии. Для компании внешний контекст подразумевает взаимодействие в рамках группы компаний ТНК (ГК).

Соотношение силы внутреннего и внешнего социального капитала получило название «*гармоничность по вертикали*», которая характеризует эффект воздействия социального капитала на организационную интеграцию. Так, например, сочетание сильного внутреннего социального капитала подразделения (высокая оценка сотрудниками

социальных взаимодействий в своем подразделении) и низкого уровня внешнего социального капитала (низкая оценка взаимодействий на других уровнях компании) позволяют говорить об *исключающем* характере или «*бондинговом эффекте*» социального капитала. В этом случае структурная единица, хотя и обладает сильным социальным капиталом, слабо интегрируется в общую организационную структуру. Чем больше расхождение и чем выше уровень внутреннего социального капитала, тем сильнее проявляется «бондинговый эффект». И наоборот, сочетание высоких уровней внутреннего и внешнего социального капитала можно считать гармоничным, *включающим*, дающим «*бриджинговый эффект*», ведущий к усилению организационной интеграции. Гармоничность социального капитала по вертикали может измеряться для различных организационных структур — подразделения, компании, региональных и национальных структурных единиц, территориальных организаций и т. п.

Источники данных

Для измерения социального капитала используется метод опроса с помощью стандартизированного вопросника. Структура анкеты отражает операционализацию понятия социального капитала. Она включает три основных блока — доверие, взаимодействие, интернализированная нормативность (нормативность), а также «паспортчику» — информацию о личностных характеристиках опрашиваемого.

Для каждой составляющей социального капитала разработан набор утверждений в формате полярных суждений, которые респондентам предлагается оценить в соответствии с количественной шкалой (значения от «полностью соответствует» до «в чем-то соответствует», с промежуточным значением «скорее соответствует»). Шкала намеренно составлена таким образом, чтобы не содержать положительных или отрицательных баллов, во избежание нормативного характера оценивания. Основная задача респондента — оценить степень соответствия высказывания реальной ситуации.

Оценка составляющих социального капитала ТНК осуществляется на разных уровнях: подразделения, компании в целом и группы компаний. Поскольку, как показал пилотаж, рядовые сотрудники плохо разбираются в ситуации на уровне группы компаний, мы использовали два вида анкет — отдельно для менеджеров и для рядовых сотрудников. Сотрудникам предлагается оценить составляющие СК на уровне их *подраз-*

Уровни взаимодействия	Подразделение	Компания	Группа Компаний
Сотрудники	Оценка СК на уровне подразделения	Оценка СК на уровне компании	
Менеджеры			Оценка СК на уровне Группы компаний

Рис. 2. Уровни оценки социального капитала (СК) разными группами респондентов

деления и компании, менеджерам — на уровне компании и группы компаний (далее — ГК) в целом (рис. 2). Таким образом, ситуацию на уровне компании оценивают как рядовые сотрудники, так и менеджеры, ситуацию на уровне подразделения оценивают только сотрудники, а взаимоотношения на уровне Группы компаний — только менеджеры. Блок анкеты, содержащий вопросы о компании, идентичен в анкетах для сотрудников и для менеджеров, что делает возможным расчет общей оценки социального капитала на уровне компании всеми работниками.

Характеристики социального капитала

В целом социальный капитал на каждом уровне может оцениваться по трем параметрам: *уровень, сила и эффект* социального капитала, определяемый характером его воздействия на внутриорганизационную интеграцию.

Высокий/низкий уровень социального капитала в самом общем виде определяется соответственно высоким/низким уровнем составляющих его компонентов. Уровень социального капитала определяется на основе коэффициентов, рассчитанных с учетом полученных данных, которые дают наглядную обобщенную картину структуры социального капитала в разных подразделениях и в компании в целом. При анализе используется три типа коэффициентов социального капитала:

1. Интегральные коэффициенты социального капитала (ИСК).
2. Общие коэффициенты по отдельным компонентам социального капитала: коэффициент доверия (КД), коэффициент открытости взаимодействия (КВ), коэффициент интернализованной нормативности (КН).

3. Частные коэффициенты (ЧК): частный коэффициент доверия-компетентности, ЧК доверия-порядочности, ЧК доверия-заботы, ЧК доверия по вертикали; ЧК информированности, ЧК сотрудничества и т. д.

Частные коэффициенты (ЧК)		
Доверие	Взаимодействие	Нормативность
«доверие—компетентность» «доверие—порядочность» «доверие—забота» «доверие по вертикали»	«информированность» «сотрудничество» «неформальность»	«на уровне компании» «на персональном уровне»

Для интерпретации интегрального коэффициента социального капитала, а также коэффициентов, характеризующих отдельные его компоненты, более информативным и корректным является использование сравнительной перспективы — сравнение СК на разных уровнях, в различных компаниях и регионах, а также динамики изменения коэффициентов во времени.

Используемые в инструментарии шкалы позволяют применять также такие статистические виды анализа, как:

- расчет коэффициентов корреляции (коэффициент сопряженности, определение двухсторонней связи с помощью R Пирсона);
- балльные оценки, рассчитанные как средневзвешенные (опция «средние» в SPSS).

Сила/слабость (неустойчивость) социального капитала определяется показателем *гармоничности конфигурации по горизонтали*, то есть соотношением вкладов различных компонентов социального капитала в формирование его общего уровня. Поскольку все три компонента социального капитала тесно связаны и взаимно определяют друг друга, то в случае, если общий высокий уровень достигается лишь за счет одного компонента, а также при наличии «провала» по одному из компонентов, социальный капитал считается неустойчивым, слабым. Измерение гармоничности по горизонтали проводится с использованием различных коэффициентов социального капитала и может проводиться на разных уровнях — уровне подразделений, уровне компании и группы компаний.

Интегрирующий/деинтегрирующий эффекты социального капитала определяются путем расчета показателя *гармоничности по вертикали* за счет сопоставления общих коэффициентов, характеризующих внутренний и внешний социальный капитал структурных и региональных подразделений. Чем меньше разброс коэффициентов разных уровней, тем более гармоничен социальный капитал, тем сильнее его интегрирующая функция. Высокая степень разброса коэффициентов позволяет определить наиболее проблематичные уровни формирования социального капитала.

Алгоритм анализа данных

Алгоритм анализа данных предполагает направление анализа данных от общих интегральных коэффициентов к частным, с описанием «бондингового» и «бриджингового» эффектов и последующей детализацией на основе применения статистических методов анализа данных:

- оценка общего уровня социального капитала — анализируются и сравниваются интегральные коэффициенты СК;
- оценка конфигурации социального капитала — сравнение коэффициентов СК по отдельным составляющим, анализируется степень разброса коэффициентов («гармоничность по горизонтали»);
- оценка «бондингового» и «бриджингового» эффектов — сопоставляются общие коэффициенты, характеризующие внутренний и внешний социальный капитал («гармоничность» социального капитала по вертикали);
- анализ формирования отдельных компонентов СК (анализ частных коэффициентов);
- сравнение коэффициентов социального капитала в различных социальных и профессиональных группах.

Для иллюстрации приведем некоторые примеры полученных в результате апробации методики эмпирических данных⁶.

Оценка общего уровня СК как интегрирующего фактора трудового коллектива производится на основе расчета интегральных коэффициентов СК на уровне подразделения, компании и Группы компаний. Интегральные коэффициенты СК дают представление об уровне

⁶ Название компании не упоминается в связи с необходимостью соблюдения конфиденциальности данных.

социального капитала в целом по организации, о его позитивном либо негативном характере, представляют наиболее общую оценку уровня включенности персонала в работу организации.

В нашем исследовании общий интегральный коэффициент СК по компании составил 0,32 (см. табл. 1), что говорит о высоком уровне социального капитала по организации в целом. При этом анализ структуры социального капитала демонстрирует его довольно существенные расхождения на разных уровнях. Самый высокий показатель отмечается на уровне подразделения (0,46), как по сравнению с оценкой на уровне компании (0,35), так и на уровне группы компаний (0,14). Можно предположить, что именно уровень подразделений является в настоящее время основным ресурсом социального капитала компании.

Таблица 1

**Интегральные коэффициенты социального капитала
на разных уровнях компании**

	Уровень подразделения	Уровень компании	Уровень группы компаний	В целом
	ИСК (П)	ИСК (К)	ИСК (ГК)	ИСК (общий)
Сотрудники	0,46	0,39	—	0,43
Менеджеры	—	0,31	0,14	0,23
Вся выборка	0,46	0,35	0,14	0,32

Анализ расхождения интегральных коэффициентов на разных уровнях позволяет также судить о *гармоничности социального капитала «по вертикали»*. Напомним, что чем меньше разброс коэффициентов разных уровней, тем более гармоничен социальный капитал, тем сильнее его интегрирующая функция. Высокая степень разброса коэффициентов позволяет определить наиболее проблематичные уровни формирования социального капитала. Как видно из табл. 2, таким уровнем в данном случае является уровень группы компаний в целом. Значение интегрального коэффициента на данном уровне попадает в зону «не-

устойчивого равновесия», то есть значительная часть опрошенных склоняются к негативной оценке взаимоотношений на уровне группы компаний.

Сравнение интегральных коэффициентов по различным категориям персонала (сотрудникам и менеджерам) демонстрирует более высокую организационную интеграцию рядовых сотрудников по сравнению с менеджерами (0,43 по сравнению с 0,23). В то же время имеется относительное единодушие в оценках ситуации на уровне компании рядовыми сотрудниками и менеджерами (хотя для менеджеров все же характерно более негативное восприятие: 0,31 по сравнению с 0,39). Возможно, более критичный настрой, характерный для менеджеров, является следствием их лучшей осведомленности о ситуации в компании. В любом случае, судя по интегральным коэффициентам СК как на уровне компании, так и на уровне группы компаний, менеджеры как категория персонала выступают более слабым «производителем» социального капитала по сравнению с рядовыми сотрудниками. То есть методика позволила зафиксировать проблемную зону в области включенности менеджеров в организацию, что можно рассматривать как проблему, требующую специального исследования.

Чтобы понять, каким образом формируется интегральный социальный капитал компании, за счет чего происходит его прирост или снижение, необходимо рассмотреть структуру социального капитала, и прежде всего его уровень в разных компаниях. Предлагаемая методика позволяет провести такое сравнение (см. табл. 2).

Таблица 2

**Интегральные коэффициенты социального капитала (ИСК)
в разных компаниях ТНК и в группе компаний в целом**

Название компании	Уровень подразделения	Уровень компании			Уровень группы компаний	Интегральный коэффициент (ИСК)
		сотрудники	менеджеры	общий		
№ 1	0,55	0,43	0,37	0,40	0,02	0,32
№ 2	0,44	0,44	0,42	0,43	0,17	0,35
№ 3	0,53	0,41	0,38	0,39	0,08	0,33
№ 4	0,26	0,11	0,03	0,08	-0,10	0,12

Так, например, как видно из табл. 2, таким уровнем в случае нашего исследования является уровень группы компаний в целом.

Дальнейшее углубление анализа возможно в разных направлениях. Так, рис. 3 демонстрирует различия в конфигурации социального капитала на разных уровнях, что является информативным с точки зрения определения факторов, характеризующих состояние компонентов социального капитала в целом по ТНК.

Не вдаваясь в детальный анализ представленной диаграммы, отметим, например, что обнаруженный низкий уровень социального капитала группы компаний формируется, как следует из диаграммы, за счет неудовлетворительной оценки взаимодействия на данном уровне ($-0,02$). Стоит также отметить существенное снижение данного коэффициента интернализованной нормативности при переходе от уровня подразделений к уровню компании (от $0,25$ до $0,08$). Если рассматривать интернализованную нормативность как доверие к действующим правилам и готовность выполнять эти правила на практике, то подобное соотношение свидетельствует о значительно более высоком уровне интернализации (одобрения и принятия) действующих правил в подразделениях, чем в компании.

В заключение отметим, что основное назначение разработанной методики состоит в оценке и мониторинге изменений уровня социального капитала компании в целом и отдельных структурных единиц,

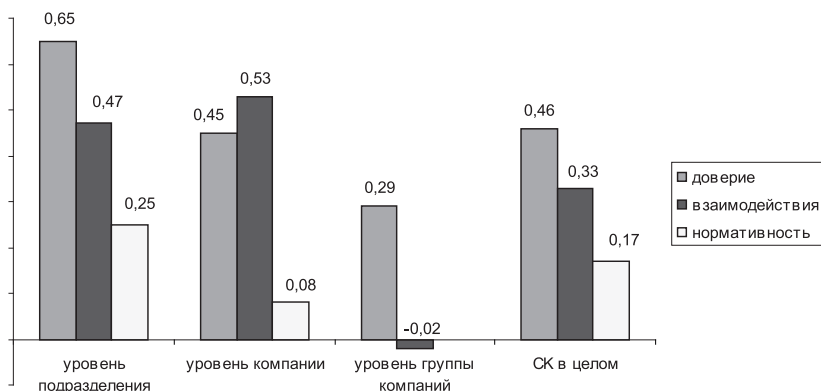


Рис. 3. Конфигурация социального капитала на разных уровнях ТНК

определение источников (ресурсов) его формирования и проблемных точек, ведущих к «утечке» социального капитала. Следует отметить, что интерпретация абсолютных значений уровня социального капитала затруднена, основной акцент делается на возможностях сравнительного анализа полученных коэффициентов. Сравнение ситуации в различных подразделениях и группах позволяет определить проблемные точки, а проведение периодического мониторинга социального капитала дает возможность отслеживать происходящие изменения.

Таким образом, предлагаемая методика позволяет решить следующие задачи:

1. Определение общего уровня социального капитала ТНК как индикатора внутриорганизационной интеграции и мониторинг изменения его во времени.
2. Выявление различий структурных, региональных подразделений ТНК по характеру и уровню социального капитала, определение основных структурных «ресурсов» социального капитала организации.
3. Выявление особенностей социального капитала представителей различных социальных и профессиональных групп.
4. Определение конфигурации социального капитала — анализ различных компонентов социального капитала из перспективы их «вклада» в формирование общего уровня СК. Оценка «гармоничности» социального капитала, что позволяет определить проблемные точки социальных отношений внутри компании.
5. Определение гармоничности социального капитала по вертикали, что позволяет определить его «бриджинговый» или «бондинговый» характер для различных структурных подразделений ТНК.

Методика дает возможность проводить анализ динамики уровня и конфигурации социального капитала компании на основе ежегодного мониторинга в режиме «экспресс-диагностики», которая может проводиться специалистами отдела HR самостоятельно. Для этого разработан упрощенный вариант инструментария и алгоритма анализа данных. Методика также предусматривает возможность проведения углубленного анализа социального капитала для исследования как общей ситуации, так и проблемных «зон», выявленных в процессе «экспресс-диагностики».

Источники

- Барсукова С. Ю. Рыночные обмены между российскими домохозяйствами: теория и практика реципрокности. Препринт WP4/2004/02. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
- Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. № 5. С. 60–75.
- Бусова Н. Культурные корни социального капитала // Социологические исследования. 1999. № 8. С. 144–148.
- Бюссе С. Социальный капитал и неформальная экономика в России. Мир России. 2005. № 2. С. 97–115.
- Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 121–139
- Кузина О. Е., Ибрагимова Д. Х. Доверие финансовым институтам: опыт эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения, № 4 (98). 2010. С. 26–39.
- Полищук Л., Меньшиев Р. Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. 2011. № 12. С. 46–64.
- Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 5–16.
- Радугин А. А., Радугин К. А. Введение в менеджмент: социология организаций и управления. Воронеж, 1995. С. 42–100.
- Романов П. В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и организаций в современном обществе. Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2000.
- Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.
- Шо Р. Б. Ключи к доверию в организации. Результативность. Порядочность. Проявление заботы / Пер. с англ. М.: Дело, 2000.
- Adler P. S., Kwon S. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*. 2002. 27 (1). 17–40.
- Araujo L., Easton G. A Relation Resource Perspective on Social Capital. In: R. Th. A. J. Leenders, S. M. Gabbay () *Corporate Social Capital and Liability*. Boston: Kluwer Academic Publishers, 1999, p. 68–87.
- Becker Gary S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Chicago: University of Chicago Press, 1993, 3d Ed.
- Belliveau M. A., O'Reilly C. A., & Wade J. B. Social capital at the top: Effects of social similarity and status on CEO compensation. *Academy of Management Journal*, 1996, 39: 1568–1593.
- Bourdieu P. Outline of a Theory of Practice. Cambridge University Press, 1977
- Bourdieu P. The forms of capital. In J. C. Richards (Ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press, 1983
- Burt R. S. The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42: 339–365.

- Castiglione D., Deth van G., Wolleb J. The Handbook of Social Capital. Oxford University Press, 2008.
- Coleman J. Foundations of Social Theory. Belknap: Harvard University Press, 1990. Chapter 1. P. 27–44.
- Collings D. and Scullion H. Global Staffing, in *Handbook of Research in International Human Resource Management*, G. K. Stahl and I. Bjorkman, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2006, P. 141–157.
- Davis J. H., Bartkus V. O. Organizational trust and social capital in J. H. Davis and V. O. Bartkus (eds.) *Social Capital: Reaching Out, Reaching In*, 2009, Chapter 13, P. 319–338
- Fernandez R. M., Castilla E. J. & Moore P. Social capital at work: Networks and employment at a phone center. *American Journal of Sociology*, 2000, 105: 1288–1356.
- Fukuyama F. Social Capital, Tanner Lecture on Human Values. Brasenose College, Oxford (12–15 May 1997).
- Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. Washington.: IMF Institute and the Fiscal Affairs Department, 1999, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/index.htm> (accessed may 23, 2012)
- Grootaert C., Narayan D., Nyhan Jones V. and Woolcock M. Measuring social capital: an integrated questionnaire. Washington: World Bank, 2004.
- Hanifan L. J. The rural school community center. In *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1916, 67: 130–138.
- Helper S. Comparative supplier relations in the U.S. and Japanese auto industries: An exit voice approach. *Business Economic History*, 1990, 19: 153–162.
- Kostova T., Roth K. Social Capital in Multinational Corporations and a Micro-Macro Model of Its Formation. *Academy of Management Review*, 2003, 28 (2), 297–317.
- Kraatz M. S. Learning by association? Interorganizational networks and adaptation to environmental change. *Academy of Management Journal*, 1998, 41: 621–643.
- Lin N. Social Capital, Cambridge: Cambridge University Press, 2001.