

Представления о социальном капитале организации

Щербакова Е.О.

Белорусский национальный технический университет

Теория социального капитала предоставляет широкие аналитические возможности для изучения различных процессов и явлений, происходящих в современном обществе. Классиками теории социального капитала считают П. Бурдьё, Дж. Коулман и Р. Патнем. Впервые понятие «социальный капитал» было введено в научный оборот в 1916 году американской исследовательницей Л. Дж. Ханифан, которая использовала данный термин для обоснования роли общественных центров, основу которых составляет накопленный социальный капитал, т.е. характеристики социальной жизнедеятельности. Анализ различных теоретических источников позволяет выделить два подхода к изучению социального капитала организаций. Первое направление развивали такие исследователи как Р. Барт, Н. Лин, С. Гошал, Ж. Нахапет и др. Они рассматривают социальный капитал организации как ресурс, который способствует развитию внутренней среды организации [1]. Использование такого нематериального ресурса организации определяются тем, что он:

- является ресурсом, влияющим на продвижение сотрудников организации по карьерной лестнице
- повышает эффективность коллективных действий сотрудников организации;
- повышает уровень профессионализма кадрового состава организации;
- стимулирует раскрытие инновационного потенциала организации;
- содействует возникновению новых неформальных каналов для обмена знаниями и информационными ресурсами в организации.

Второй подход изучения социального капитала организации представлен работами М. Краатса, Дж. Пеннинга, К. Ли и А. Уайтлустуийна, которые уделяют внимание изучению влияния социального капитала организации на ее взаимодействие с внешней средой [2]. В сферу научного интереса исследователей попадает социальный капитал организации как ресурс, который:

- содействует формированию позитивного имиджа и хорошей репутации организации;
- способствует формированию продуктивных отношений с клиентами и партнерами;
- стимулирует процесс разработки и применения эффективных стратегий адаптации организации к изменяющимся условиям внешней среды;
- повышает конкурентоспособность и стабильность организации на современном рынке [3].

В выделенных подходах социальный капитал организации позиционируют как ценный ресурс и источник конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта, который оказывает влияние на формирование, развитие и функционирование организации. Оба подхода позволяют систематизировать существующие представления о данном понятии, а также определить основные направления его использования.

Литература

1. Nahapiet, J. Social Capital, Intellectual Capital and the Organization advantage / J. Nahapiet, S. Ghoshal // Academy of Management Review. – 1998. – Vol. 23, №2. – P. 242 – 266.
2. Leana, C. Organizational social capital and employment practices / C. Leana, H. Van Burren // Academy of Management Review. – 1993. – Vol. 24, № 3. – P. 538-555.

3. Kraatz, M. S. Learning by association? Interorganizational networks and adaptation to environmental change / M. S. Kraatz // Academy of Management Journal. – 1998. – Vol. 41, № 6. – P.621-643.