УДК 316.472

Игумнов О.А.,
канд. пед. наук, доцент,
МПГУ,
г. Москва, РФ

«КАПИТАЛИЗАЦИЯ» СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КАК РЕСУРСА УПРАВЛЕНИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. В статье представлен авторский подход к процессу «капитализации» социального капитала, рассматриваемый с позиций социоресурсного подхода и принципов социально ориентированного управления. «Капитализация» социального капитала представлена как процесс повышения его ценности для организации как ресурса управления и его приращения посредством постоянного использования в указанном качестве как «нематериального, способствующего созданию материального». Автором выявлены и описаны проблемы восприятия менеджерами идеи социоресурсного потенциала социального капитала.
Ключевые слова: социальный капитал; нематериальные активы; активы нематериальной природы; социоресурсный подход в управлении; социально ориентированное управление; «капитализация» социального капитала.

Igumnov O.A.,
PhD in Pedagogic, Associate Professor,
MSPU,
Moscow, RF

AN ORGANIZATION SOCIAL CAPITAL AS A MANAGEMENT RESOURCE «CAPITALIZATION»: SOCIOLOGICAL ASPECTS

Abstract. The article presents the author's approach to the social capital «capitalization» process considered from the socio-resource approach and the principles of socially oriented management standpoint. The social capital «capitalization» is presented as a process of its value as a management resource for the organization increasing and its increment through constant use in this capacity as «intangible thing contributing to the creation of material things». The author identifies and describes the problems of managers' the social capital socio-resource potential idea perception.
Keywords: social capital; intangible assets; intangible nature assets; socio-resource approach in management; socially oriented management; social capital «capitalization».

Проблема капитализации активов в бизнес-организациях актуальна на всех этапах их жизненного цикла, что обусловлено их сущностью как полезных экономически ресурсов, способных генерировать денежный поток, влияя на его объём, а иногда и его источники. Традиционно в качестве активов признаются лишь активы материально-денежные. Нематериальные активы, если и упоминаются, то либо в остаточном (второстепенном), либо в узко экономическом смыслах как интеллектуальная собственность, франшизы и репутация [2].

В соответствии со ст. 132 ГК РФ, нематериальные активы определяются как часть имущественного комплекса организации, что логично с точки зрения права и экономики. Вместе с тем согласимся с позицией А.И. Пригожина об относительной некорректности данного определения поскольку «имущественное» (= материальное) в нематериальных активах как раз и не превалирует, поскольку такие, например, компоненты, как интеллектуальная собственность, репутация, *good will* и т.п. проблематично отнести к материальным по природе.

В работах А.И. Пригожина выделено 5 видов нематериальных активов: 1) качество персонала; 2) качество управления; 3) качество бизнес-модели; 4) интеллектуальная собственность; 5) репутация [4, с. 156]. Как видно из приведённого перечня, в состав нематериальных активов включены, в основном, традиционно рассматриваемые в качестве таковых активы, при том, что арсенал ресурсов управления в современных условиях в значительной мере трансформировался и расширился за счёт новых их видов.

В частности, вызывают вопрос формулировки активов, определяемые через их «качество», поскольку в данном случае «качество» имеет смысл рассматривать вместе с критериями оценки его соответствия некоему стандарту. Так, понятие «качество персонала» представляется чрезмерно широким и неоднозначным с позиций его ресурсной составляющей. Какой персонал считать «качественным» для достижения целей организации,

с учётом уровня сложности решаемых ею задач и реализуемых организационных компетенций? Ответы на этот вопрос для каждой организации, очевидно, будут содержательно дифференцированы.

Качество управления, в нашем представлении, может рассматриваться не только как актив, но и, в значительной мере, как результат процесса управления, определяемый совокупностью действий множества факторов.

Качество бизнес-модели может рассматриваться только в контексте действия факторов внешней влияющей среды, особенностей внутренней среды организации и спецификой деятельности организации, в связи с чем определить обобщённые критерии «качества» бизнес-модели для конкретной организации с учётом всего многообразия условий её функционирования также представляется проблематичным.

В частности, триада «продукт-клиент-маркетинг», определяющая бизнес-модель как механизм производства прибыли, без учёта факторов обостряющейся конкуренции, санкционной политики, экономической войны вряд ли позволит сделать вывод об оптимальности бизнес-модели конкретной организации по различным основаниям.

Отметим, что в последнее время фиксируется переоценка роли нематериальных активов по ряду направлений. Прежде всего, речь идёт об их решающей, в определённых условиях, роли в повышении устойчивости и конкурентоспособности организации.

В широком смысле изменение роли нематериальных активов представлено в работе Дж. Хаскела и С. Вестлейка «Капитализм без капитала: взлёт нематериальной экономики», в которой авторы попытались по их словам, «различить за мифом реальность». Они сосредоточили свои интересы на невидимых «глубинах» экономики, чтобы «нащупать там нервные узлы экономики будущего», занятой производством «нематериальных активов»: идей, знаний, брендов, социальных сетей, организационных процессов в качестве «неосязаемых ценностей» [7].

Заметим, что социальные сети и организационные процессе в качестве активов прежде, насколько нам известно, не рассматривались.

Нематериальные активы, по мнению Дж. Хаскела и С. Вестлейка, характеризуются двумя важными отличиями: «1) в большинстве правил измерений эти активы игнорируются. Тому есть несколько веских причин, однако в наши дни значение нематериальных активов заметно возросло, и сохранение текущего положения будет означать, что мы пытаемся измерять капитализм, не учитывая важную часть капитала; 2) экономика с крупными нематериальными активами ведёт себя иначе, чем народное хозяйство, в котором преобладают материальные активы, что объясняется основными экономическими свойствами первых» [7, с. 67]. К специфическим чертам нематериальных активов авторы относят их безвозвратность, порождение эффекта перелива, способность к масштабированию и синергизм (взаимодополняемость).

Поскольку речь идёт о нематериальных активах в экономической коннотации, логично, что повышение их роли, несомненно, изменит как экономический ландшафт, так и, что закономерно, ситуацию в социальных сообществах, в рамках которых активизируется применение указанных активов.

В рамках социологического анализа данного процесса представляет интерес вопрос о возможности использования определённой группы указанных активов в управлении. При этом более релевантным нам представляется термин «активы (ресурсы) управления нематериальной природы», по смыслу более содержательный и не тождественный традиционному термину «нематериальные активы».

Нематериальная природа активов управления, по нашему мнению, определяется их основой в виде социальных отношений, формирующихся в сетевых структурах как процесс и результат процесса управления. Это позволяет рассматривать позитивное изменение качества социальных отношений как один из инновационных ресурсов управления. Кроме того,

качество социальных отношений становится доминантой процесса управления, которое приобретает характер социально ориентированного процесса.

Иными словами, под управлением в рамках теоретической концепции социально ориентированного управления понимается «вид социального управления, основанный на реализации интересов и потребностей индивидов, социальных групп и общностей посредством их активного участия в управленческом процессе…, при котором традиционные субъект и объект управления составляют функциональное и органическое единство». Объект управления при этом «представлен внешне не сам в себе, а как субъект самоорганизации» [5, с. 292-293].

В качестве объекта управления в указанном подходе, в широком смысле, как правило, выступает «совместная деятельность людей в процессе достижения ими определённого будущего состояния предмета их деятельности» [6, с. 50]. Поэтому и социальные отношения в данном случае логично дифференцировать на: 1) *субъект-объектные* в строгом управленческом смысле, когда объект управления представляет часть системы управления с доминированием субъекта, а объектом выступает *деятельность* как таковая; в качестве целей управления в данном случае выступает производство социально значимого продукта, услуги, результата; 2) *субъект-субъектные*, интерпретируемые в контексте социологии управления, когда в роли объекта, по сути, выступает субъект как «другой», как партнёр по взаимодействию, а объектом управления поэтому выступает *формирование отношений по поводу деятельности*, что трансформирует и цель управления, направленную на формирование нового качества социальных отношений.

Приведённые теоретические вводы, а также современная социально-политическая ситуация, определяемая санкционным давлением на РФ и обострением проблемы конкурентоспособности российских организаций, существенно повышающим уровень актуальности поиска и использования

новых ресурсов для повышения устойчивости и уровня инновационности развития в условиях ограниченности возможностей, обусловленных новыми социально-политическими вызовами.

Данное обстоятельство обусловливает и необходимость поиска инновационных ресурсов управления, обладающих, в нашем подходе, нематериальной природой, то есть значительным потенциалом в качестве социального ресурса, не требующих существенных финансовых инвестиций, но способных изменить социальную «архитектуру» российских организаций и перестроить их систему управления на основе субъект-субъектного подхода, усиления социальной связности, укрепления социально-трудового партнёрства и формирования социальной солидарности.

Подобный потенциал обусловлен социальной природой указанных ресурсов, который обоснован нами в социоресурсном подходе к управлению организациями, в основу которого положен процессный характер обеспечения социального порядка и его изменения в ходе целенаправленных социальных взаимодействий людей в рамках социальных организаций. Концепция социоресурсного подхода заключается в том, что инновационные социальные ресурсы, обеспечивающие уникальность, перспективы и возможности развития организации создаются и воспроизводятся в процессе социальных взаимодействий. Основная задача субъектов социального управления заключаются в актуализации социальных активов и их воспроизводстве для дальнейшего использования.

В предлагаемом подходе понятие «социальные ресурсы» разводится с понятием «нематериальный ресурс», имеющим экономическую коннотацию и ограниченное экономическое содержание. Критерием демаркации указанных видов ресурсов выступает нематериальность, невещественная форма существования.

Ресурсы нематериальной природы обладают способностью к трансформации в процессе использования. Однако, в отличие от материальных ресурсов, которые, преобразуясь в процессе деятельности,

уменьшаются в объёме по мере использования, ресурсы нематериальной природы «прирастают» в процессе их использования. Указанная способность обусловлена функциональным характером отношений и реляционной составляющей, которая обеспечивает обмен ресурсами в процессе социального управления, что также определяется как существенный критерий разграничения материальных, и нематериальных ресурсов и ресурсов нематериальной природы.

К основной форме социальных ресурсов нематериальной природы управления организациями мы, в рамках указанного выше подхода, относим социальный капитал, понимаемый, в нашей трактовке, как ресурс социального управления, сущностно определяемый формой и характером социальных отношений между субъектами управления, опосредованных функционально обусловленной деятельностью и социально-значимыми интересами.

Приведённое определение, не претендуя на абсолютно точное всеобъемлющее описание природы социального капитала организации, вместе с тем содержит два принципиальных положения, отличающих его от иных определений данного концепта.

Во-первых, в нём прямо указывается на роль социальных связей как источника организационных возможностей, что и определяет его управленческое понимание в качестве капитала. Во-вторых, определение ориентировано на аспекты социального взаимодействия, которые, не составляя непосредственного функционального содержания трудовой деятельности людей, тем не менее, определяют социальные практики, интерпретируемые как «ряды действий». Именно указанные «ряды действий» формируют способы жизнедеятельности индивидов в социальной организации и способность их в качестве социальных субъектов проверять свои поведенческие акты на соответствие представлениям об окружающей действительности.

Совокупность конкретных повторяющихся действий индивидов в реальном времени и пространстве, становясь «опривыченной» (рутинной), обеспечивает устойчивость функционирования организации, её социальное воспроизводство, стабильность и предсказуемость действий субъектов управления [1].

Указанными обстоятельствами определяется, помимо прочего, роль социального капитала как ресурса, формирующего и социальные практики, свойственные организации, и определяющего её непрерывное социальное воспроизводство как социального института и единицы анализа в социологии управления.

Признавая бесспорный авторитет А.И. Пригожина в вопросах организационного проектирования и управления, отметим, что предлагаемое им определение нематериальных активов как «человеческого потенциала компании и его производных (помимо денежно-имущественных ценностей), способные повышать её доходность» [4, с. 156] не представляется нам в достаточной степени обоснованным с позиций современной практики управления. Прежде всего, в силу широты и многозначности понятия «человеческий потенциал», который необходимо актуализировать для перевода в ресурсную форму (актив).

Во-вторых, А.И. Пригожин в структуре нематериальных активов организации выделяет базовые и производные их элементы, считая при этом социальный капитал производным от человеческого капитала. Не оспаривая основания предложенной классификации, несомненно, имеющей право на существование в рамках теоретического подхода известного учёного, отметим, что «производность» социального капитала от капитала человеческого не представляется нам бесспорной.

Человеческий капитал обусловливает результативность и эффективность трудовой деятельности работника, характеризуя его функциональную роль в производственном процессе, обеспечивающую развитие и активную

реализацию творческой энергии человека, что даёт основания рассматривать его как деятельного субъекта.

Одной из существенных черт человеческого капитала является динамичность его структуры, параметров составляющих её компонентов, влияющих на прирост величины самого человеческого капитала. Данная динамика обеспечивается посредством инвестирования в его накопление и развитие, что, одновременно, является и основой расширения общественного производства.

Под инвестированием в данном контексте понимается «не образование сокровищ и запасов, которые используются для личного потребления их владельцев, а средство для производительного потребления рабочей силы» [3, с. 24], которая благодаря инвестированию находится в актуализированном состоянии. Подобное понимание инвестирования переводит его из чисто экономического в широкий социальный контекст, поскольку рассматривает его не столько как затраты средств, направленных на повышение «результативности», сколько как любые действия или меры, направленные на повышение качества человеческого капитала. Этим обстоятельством и обусловлено особое внимание к развитию компетенций работников организаций в современных условиях.

Эффективная трудовая деятельность в её коллективной форме деятельности, затруднительна без взаимного доверия. Следовательно, формирование, развитие и эффективное использование человеческого капитала невозможно без социальной составляющей представленной социальным капиталом. Трансфер знаний возможен только в условиях плотных сетевых связей, обеспечивающих обмен ими, при этом глубина и объём передаваемых знаний будет определяться уровнем доверия в социальных отношениях.

Дифференциация сложных теоретических понятий возможна на основе выделения сходства и различия между ними. Ответ на данный вопрос содержится в работах Дж. Коулмана, который отмечал: «Если физический

капитал полностью осязаем, будучи воплощённым в очевидных материальных формах, то человеческий капитал менее осязаем, так как знания и навыки воплощены в человеке... Ещё менее осязаем социальный капитал, воплощённый в отношениях между людьми. Так же как физический и человеческий капиталы, социальный капитал облегчает производственную деятельность. Например, группа, внутри которой существует полная надежность и абсолютное доверие, способна совершить много больше по сравнению с группой, не обладающей данными качествами» [8, p. 80].

Человеческий капитал и социальный капитал не являются материальными формами капитала и, как явления, не обладают свойством «осязаемости». Это позволяет выделить черты их сходства:

а) в процессе использования они не «расходуются», не уменьшаются в объёме, а увеличиваются, прирастают, а будучи неиспользуемыми, уменьшаются в объёме либо могут быть утрачены;

б) как человеческий, так и социальный капитал обладают внутренней социальной ценностью для их обладателей, не сводимой к экономической выгоде, которую они способны приносить в роли фасилитаторов совместной деятельности социальных акторов;

в) инвестирование в человеческий капитал предполагает комплексные вложения в трудовой потенциал работников, а не в ту лишь часть, которая непосредственно используется в процессе труда, а также во все социальные сети организации, а не только в тот их сегмент, который может быть трансформирован в трудовой потенциал как часть человеческого капитала. Поскольку субъект управления не может заранее знать, в какой степени инвестирование обеспечит реализацию компонентов человеческого капитала и развитие социального капитала, подобное инвестирование характеризуется как рискованное.

Автор не придерживается точки зрения, предполагающей возможность «объединения» человеческого и социального капиталов в понятие «личностный капитал», и полагает некорректными подобные «слияния» в

силу различной природы указанных концептов. Так, человеческий капитал может накапливаться как результат усилий отдельного индивида и принадлежать ему, тогда как понятие социального капитала утрачивает смысл, если речь идёт об отдельном субъекте, не включённом в социальное взаимодействие в рамках социальных сетей. Социальный капитал формируется на основе социальных связей, ценности межличностных отношений, в связи с чем понятие «личностный капитал» может рассматриваться лишь как своеобразная концептуальная метафора, не имеющая в социологическом отношении смысла.

В социальных отношениях с другими работниками социальный капитал организации формируется как её ценность. Сеть отношений, в которую включён работник, и в развитии которой он участвует, предоставляет ему возможность видеть новые для организации возможности и реализовывать их посредством связи с другими субъектами.

Таким образом, человеческий капитал может быть представлен как *качество* конкретного работника, а социальный капитал, в свою очередь, характеризует *качество отношений* между работниками. Иными словами, человеческий капитал предполагает наличие способностей, а социальный капитал – благоприятные возможности их развития и применения.

Таким образом, взаимоотношения между социальным капиталом (СК) и человеческим капиталом (ЧК) теоретически корректнее было бы рассматривать как отношения пересечения (СК ⋂ ЧК), а не как отношения производности, или включения (объединения) (СК ⋃ ЧК). Иными словами, обобщённое представление социального капитала организации ($СК_{орг}$) может быть выражено в виде формулы:

$$СК_{орг} = СК_{орг\,i} \cap ЧК_{орг\,j}$$

где

$СК_{орг}$ – социальный капитал организации;

$СК_{орг\,i}$ – актуальный уровень развития социального капитала организации;

$ЧК_{орг\,j}$ – актуальный уровень развития человеческого капитала организации.

Сделанный выше вывод парадоксальным образом соответствует пониманию А.И. Пригожиным ресурсов нематериальной природы (в нашей трактовке) как «нематериального, что способствует созданию материального» [4, с. 156]. Опираясь на идею социально ориентированного управления, мы определяем приоритетное влияние социального капитала на отдачу от инвестирования в другие виды капитала, проявляющееся в формировании ряда управленческих эффектов, обусловленных использованием социального капитала в качестве ресурса управления.

Указанная особенность социального капитала актуализирует одну из важнейших целей субъектов управления – развитие ресурсов (активов) нематериальной природы управления как условие приращения материальных активов организации, предполагающую перевод управленческой практики в новое качество – социально ориентированного управления.

К сожалению, личный опыт работы автора в бизнес-организациях показывает, что идея о потенциале социального капитала как ресурса управления, не требующем значительных вложений, с трудом осознаётся как продуктивная в силу её значительной (в представлении менеджеров) сложности (во многом необоснованной). Другой, более значимой, по нашему мнению, причиной выступает ещё и недостаточная осведомлённость большинства менеджеров о современном арсенале ресурсов социально ориентированного управления, а также о возможности их производства и воспроизводства усилиями субъектов управления.

В рамках научной школы, разрабатывающей концепцию социально ориентированного управления, человек как субъект интерпретируется как «действующий актор» (А. Турен), выступающий субъектом процесса формирования системы управления, основанной на созидании и развитии социоресурсных факторов управления, основывающегося на удовлетворении потребностей человека труда и представлении субъектности объекта управления, обеспечивающей гармонию социально-трудовых отношений и саморазвитие организации на принципах социального партнёрства.

Третьей проблемой восприятия менеджерами идеи социоресурсного потенциала социального капитала, является, как нам представляется, чрезмерная «экономизация» мышления и восприятия менеджеров, своеобразный «наивный материализм» (А.И. Пригожин). В частности, уровень доверия, нормы, корпоративная культура, социальная среда организации – значимые показатели социального капитала, которые сложно представить в виде сметы, бухгалтерского отчёта, а будучи операционализированы, требуют не экономического, а социологического анализа процесса и результатов управленческой деятельности.

Вероятно, следует признать, что в управлении есть показатели, трудно поддающиеся (или не поддающиеся вовсе) количественной оценке. Как показывают наши исследования, к социальному капиталу эту сентенцию можно отнести в полной мере, что, с одной стороны, не означает невозможность его операционализации, а с другой – ориентирует менеджеров на более глубокий анализ собственных управленческих действий, направленный не только (и не столько) на экономические, сколько на социологические аспекты процесса управления. Согласимся с мнением А.И. Пригожина, утверждающего, что «всё можно оценить, но не всё можно измерить» [4, с. 161].

Капитализация бизнеса, в общем смысле, есть интегральный показатель его эффективности. Понятие «капитализация», вынесенное в заголовок статьи, рассматривается нами в контексте социологии управления. Речь идёт о «капитализации» социального капитала как о способе повышения уровня его полезности как ресурса управления, совокупный характер действия компонентов которого обеспечивает усиление действия иных активов организации для достижения целей устойчивого, инновационно ориентированного развития организации, повышающего её конкурентоспособность. Анализ причинно-следственных связей социального капитала с другими активами организации позволит построить

ранжированный перечень, в котором на первых позициях расположатся те активы, воздействие на которые необходимо в первую очередь.

«Капитализация» социального капитала как ресурса управления предполагает и его постоянное приращение, поскольку одной из его базовых черт является неисчерпаемость в процессе использования. Его накопление происходит тем результативнее, чем глубже содержательно трансформируются социальные отношения в организации. Это обеспечит и реализацию способности организации формировать новые ценности и цели, способы их достижения, а также нормы взаимодействия. Именно в этом смысле понимается «капитализация» социального капитала в управленческом аспекте, то есть о повышении его управленческой ценности для организации.

В указанном качестве социальный капитал в значительной степени зависит только от усилий субъектов управления и практически не зависит от государства и других институтов. Дополнительная ценность социального капитала заключается в том, что он является самым «дорогим» ресурсом, поскольку его ни «купить», ни «продать» невозможно, его можно только создавать коллективными усилиями действующих акторов, обогащая организацию нематериально.

Иными словами, «капитализация» социального капитала не рассматривается нами как синоним его «монетизации»; это процесс повышения его ценности для организации, основанный на закономерностях социологии управления.

Список использованной литературы:

1. Бергер П.Л. Социальное конструирование реальности : Трактат по социологии знания : [Перевод] / Питер Бергер, Томас Лукман. – М. : Моск. филос. фонд, 1995. – 323 с.

2. Коэн Дж. Нематериальные активы. Оценка и экономическая выгода. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 98 с.
3. Платонова Е.Д. Инвестиционная деятельность в реальном секторе трансформационной экономики (Вопросы теории и методологии). – М.: Издательство МГОУ, 2005. – 224 с.
4. Пригожин А.И. Нематериальные активы: капитализировать! // Общественные науки и современность. – 2015. – № 3. – С. 155-162.
5. Социология управления: Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. А.В. Тихонов. Изд. 2-е, испр. – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 480 с.
6. Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / Отв. ред. А.В. Тихонов. – М.: «Канон$^{+}$» РОИИ «Реабилитация», 2014. – 560 с.
7. Хаскел Дж., Вестлейк С. Капитализм без капитала: подъём нематериальной экономики // Экономическая социология. – 2021. – Т. 22. – № 1. – С. 61-70.
8. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital / J. S. Coleman // Education, Culture, Economy and Society / Eds. H. Lauder, P. Brown, A.S. Wells. Oxford : Oxford University Press, 1997. – p. 95-120.

© Игумнов О.А., 2023