

УДК 338 DOI: 10.14451/1.237.47

Социальный капитал как экономическая категория

© 2024 **Шмидт Наталья Ильясовна**

Аспирант. Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: shmidtni@tatneft.ru

© 2024 **Демьянова Ольга Владимировна**

Профессор, Доктор экономических наук. Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: 89053185835@mail.ru

© 2024 **Нурыйахметова Светлана Мазгутовна**

Доцент, Кандидат экономических наук. Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: Svetanur-agni@mail.ru

© 2024 **Фатхутдинова Ольга Александровна**

Доцент, Кандидат экономических наук. Альметьевский государственный технологический университет, Высшая школа нефти.

E-mail: fathutdinovaoa@mail.ru

Ключевые слова:

социальный капитал, волонтерская деятельность, благотворительность, социальный капитал индивида, социальный капитал фирмы, цифровизация.

В данной статье рассмотрены основные направления исследования вопросов и проблем создания и развития социального капитала индивидов и фирм в рамках неоклассической, институциональной, неоинституциональной, постнеоклассической парадигм экономической теории. Раскрыто понятие социального капитала как экономической категории, представлена авторская классификация и систематизированы его элементы. Расширена классификация видов социального капитала индивидов и фирм.

В текущих экономических условиях и в условиях имущественного неравенства в большинстве стран мира, наличия существенных экологических проблем, высокой турбулентности общественно-политических процессов социальный капитал приобретает важную роль в как для индивидов, так и для компаний. Нынешнее поколение обучается при помощи средств информационных технологий, используя социальные сети, оно отдает предпочте-

ние тому, что развивало бы их личность, для него в приоритете психологическое здоровье, эмоциональный комфорт, отсутствие выгорания на работе. Все большее значение приобретает участие индивидов в инициативах общественного плана, благотворительности, волонтерских программах и проектах, социальных программах, деятельности правозащитных организаций. Все вышеперечисленное схоже по содержанию направления гражданской активности и является элементами индивидуального социального капитала.

Аналогично, компании направляют использование социального капитала на схожие по содержанию характера усилия: участвуют в благотворительности, активно развивают волонтерское движение как среди своих работников, так и привлекают граждан к своим добровольческим программам, финансируют развитие социальных объектов (строят спортивные объекты, санаторно-курортные базы, детские лагеря, объекты культурного, творческого и духовного развития и т.п.), реализуют природоохранные и экологические инициативы.

По мнению Дж. К. Гэлбрейта, «социальный капитал представляет собой возможности обеспечения роста стоимости фирм за счет влияния последних на политические процессы» [2].

Бесспорно, социальный капитал является одним из факторов, оказывающих влияние на колебание рыночной стоимости многих компаний, но при этом менее значимым в сравнении, например, с финансовым капиталом или основными производственными активами. Определение Гэлбрейта, более корректно отнести к лоббистской активности предпринимательских структур – процессу, обычно не имеющему ничего общего с воспроизводством социального капитала.

П. Бурдые приводит следующее определение: «Социальный капитал представляет собой социальные связи, которые могут являться ресурсами для получения выгод» [1]. И Н. Аггерт сводит содержание социального капитала к системе

социальных связей, «часть которых может капитализироваться» [4].

При этом рассматривать социальный капитал исключительно как инструмент извлечения прибыли через выстраивание коммуникаций не совсем корректно, так как он формируется не только благодаря прагматическим отношениям, но и альтруистическим. Автор подчеркивает многогранность феномена социального капитала, указывая на то, что он формируется в результате сложного взаимодействия различных общественных отношений, многие из которых основаны на бескорыстии.

Представители неинституциональной парадигмы экономической теории Р. Нельсон и С. Уинтер рассматривают социальный капитал, как «эволюционно формируемые и используемые ресурсы обеспечения социальной ответственности компаний» [9]. Данное определение является спорным, так как авторы рассматривают социальный капитал только на уровне компаний, при этом не учитывая возможность воспроизводства его на уровне личности.

Полищук Л. А. сводит содержание социального капитала к участию индивидов и организаций в реализации общественно-благотворительных программ [3], но данный подход сужает содержание рассматриваемого экономического понятия.

На основании анализа представленных в литературе понятий социального капитала, уточнено его содержание, как экономического понятия.

Социальный капитал представляет собой фазу развития человеческого капитала (потенциала), характеризующуюся интенсивной и результативной вовлеченностью индивида(ов) и фирм в общественно-политические, благотворительные, волонтерские, экологические и иные, содержательно схожие инициативы, наличием активной гражданской позиции, приверженности патриотическим ценностям государства, обеспечивающей повышение уровня общественной стабильности, интенсификацию помощи малоимущим и иным незащищенным слоям населе-

ния, рост эффективности деятельности в сфере охраны и воспроизводства природных ресурсов.

В отличие от традиционных экономико-теоретических подходов, предлагается рассматривать социальный капитал как одну из стадий развития человеческого капитала или компании. Социальный капитал включает не только знания, компетенции, навыки, культуру и здоровье, но и сложные социальные связи и взаимодействия. Такое уточненное определение можно использовать для характеристики социального капитала как отдельных индивидов или фирм, так и социально-экономических систем различных масштабов, например, регионов или государства в целом.

Выделим основные элементы социального капитала индивидов и фирм на основании уточненного определения:

1. Социальный капитал индивида.
 - образовательный, культурный уровень, состояние здоровья (элементы ЧК);
 - участие в благотворительных инициативах;
 - членство в действующих общественных организациях;
 - активность в СМИ и социальных сетях по общественно значимым вопросам;
 - возможная политическая деятельность индивида.
2. Социальный капитал фирмы.
 - суммарный ЧК сотрудников;
 - психоэмоциональное благополучие сотрудников, их ментальное здоровье (например, обеспечиваемое посредством формирования и реализации внутрифирменных программ wellbeing – комплекса мероприятий, ориентированных на повышение психологического благополучия членов трудового коллектива);
 - социальная инфраструктура, имеющаяся на балансе фирмы;
 - формируемые и реализуемые благотворительные и (или) волонтерские программы;
 - активность в сфере защиты природы и окружающей среды;
 - финансирование общественно-политической или финансовой помощи, таким как

процессов с целью решения социальных проблем (а не генерирования персональных экономических предпочтений).

Представители различных экономических школ исследовали тенденции и проблемы формирования и использования социального капитала, применяя различные подходы.

Представители неоклассической школы не использовали термин «социальный капитал», однако в рамках исследований, проведенных несколькими экономистами-неоклассиками, такими как П. Самуэльсон, Дж. Хикс, Ф. Хансен, рассматривается особенность функционирования социального рынка услуг, формирование предложения и спроса на них, а также разработаны инструменты анализа, применимые и к социальному капиталу.

Теоретики институциональной экономики, в частности Дж. К. Гэлбрейт, А. Алчиан и Х. Демсец, исследовали влияние формальных и неформальных норм на формирование социального капитала как отдельных индивидов, так и фирм.

Их понимание содержания и эффективного использования социального капитала в значительной степени сформировалось благодаря методологиям социологии, социальной психологии и политологии, которые они интегрировали с традиционными экономическими методами.

В рамках парадигмы неинституциональной экономической теории формирование и развитие социального капитала изучалось с использованием таких методологий, как предпринимательские контракты, концепции государственной службы, теории игр, теории ограниченного рационального экономического поведения и других.

С. Бэрн и Г. Филд разделили предпринимательские контракты, связанные с развитием социального капитала компании, на персонализированные и обезличенные категории [6].

Персонализированный контракт возникает, когда фирма создает социальный капитал, заключая соглашение с конкретным получателем со-

общественная организация, благотворительный фонд или политическая партия. Примером обезличенного контракта может служить ситуация, когда фирма реализует благотворительную программу для изначально неизвестной группы лиц, которые отвечают определенным общим критериям, например, дети с ограниченными возможностями или многодетные семьи.

Р. Маск изучал формирование транзакционных издержек, связанных с использованием социального капитала индивидами и компаниями [8, с. 4–6]. Дж. Перлофф и Д. Карлтон изучали проблемы создания эффективных систем управления социальным капиталом внутри компаний, в частности, на примере работы благотворительных фондов, созданных при организации [7, с. 45–49].

Парадигма постнеоклассической экономической теории, начиная с 1990-х годов и по настоящее время, исследует широкий круг вопросов, связанных с оптимизацией источников финансирования социального капитала компаний, включая в себя формирование рациональных систем государственно-частного партнерства в отношении использования муниципальных и государственных активов, которые влияют на создание и развитие социального капитала. В ней также рассматривается влияние социального капитала на динамику репутационного капитала компаний, стоимости бренда, и политическое капитал «топ-менеджеров» и владельцев компаний, активно популяризирующих реализацию социально-благотворительные, добровольческие и иные мероприятия в сфере использования социального капитала.

Сущность социального капитала может быть конкретизирована в рамках его взаимосвязанных видов. Однако этот вопрос недостаточно изучен в экономической науке.

Социальный капитал можно разделить на системно сбалансированный, фрагментарно сбалансированный и внутренне структурно несбалансированный типы. Сбалансированность социального капитала, для отдельных индивидов

и для фирм, является одним из наиболее важных условий эффективного использования этого вида капитала.

Развитие социального капитала часто сопровождается внутренними дисбалансами. Например, люди с более низким уровнем образования меньше участвуют в благотворительных программах как из-за финансовых, так и когнитивных ограничений – прямая корреляция, статистически доказанная Д. Алдриджем [5, с. 64–66].

Социальный капитал необходимо дифференцировать, учитывая его соответствие и увязку с программами развития более высокого уровня в рамках экономических систем. В частности, проекты по развитию корпоративного социального капитала должны быть интегрированы с отраслевыми, региональными, кластерными и национальными социальными и благотворительными программами.

Предложенная классификация типов социального капитала по степени управляемости их развитием весьма актуальна. На индивидуальном уровне социальный капитал в основном самовоспроизводящийся – личности самостоятельно определяют траекторию его формирования и развития. Исключением является редкая практика, когда компании принуждают своих сотрудников участвовать в финансировании благотворительных мероприятий или корпоративной патриотической деятельности.

Директивное формирование и развитие социального капитала фирм может происходить в организациях с явно авторитарной или тоталитарной системой управления человеческими ресурсами. Эффективным является тип социального капитала, который формируется и развивается в основном за счет косвенных методов внутрифирменного регулирования, таких как финансирование программ повышения организационной культуры и моральное стимулирование персонала к участию в патриотических проектах.

Исходя из критерия инновационности, социальный капитал может быть классифицирован

как инновационный, формально инновационный и неинновационный.

Например, создание корпоративного университета на базе предприятия представляет собой, инновационный вид развития человеческого капитала и, как следствие, социального капитала сотрудников.

Реализация программ социальной помощи для сотрудников и других получателей при условии предоставления ими части информации в электронном виде (например, подтвержденной через портал виртуальных государственных услуг) является формально инновационным типом корпоративного социального капитала.

Выделение части финансовых ресурсов компании внешним благотворительным фондам представляет собой традиционную, неинновационную форму социального капитала.

Кроме того, предлагается классифицировать виды социального капитала на основе их ре-

альной социальной эффективности. Основные социально-благотворительные программы, разрабатываемые и внедряемые современными организациями, характеризуются определенным положительным социальным воздействием. Однако в тех случаях, когда программы социального развития компании в основном направлены на популяризацию бренда компании и носят чисто символический характер, ориентированный на владельцев фирм, регулирующих государственные органы и т.д., задействованный социальный капитал имеет номинальный социальный эффект.

Таким образом, мы расширили классификацию видов социального капитала по таким критериям, как внутренняя сбалансированность его развития, существенное соответствие социальному капиталу экономических систем более высокого уровня, управляемость процессами формирования и использования, источники финансирования для его воспроизводства, инновационность и реальная общественная эффективность.

Библиографический список

1. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2005. – № 3. – С. 6–1.
2. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. – М. : Аст, 2004. – 71 с. – ISBN 5-17-024777-X.
3. Полищук Л. А. Порознь или сообща: социальный капитал в развитии городов. – М. : Strelka Plus, 2014. – 35 с.
4. Aggert N. The theory of social capital: trends of modernisation. – New York, 2023.
5. Aldrich D. Building Resilience: Social Capital in Post-Disaster Recovery. – Chicago, 2020.
6. Baron S., Field G. Social capital. Critical Perspectives. – Oxford : Oxford University Press, 2001.
7. Carlton D., Perloff J. Modern Industrial Organization. – USA : Harper Collins, 1994.
8. Mask R. Social capital 2.0. – NY : Crage-Press, 2018.
9. Nelson R., Winter S. An evolutionary theory of economic change. – Harvard, 1982.