

С.А. СЫСОЕВ,
РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен», г. Могилев, Беларусь

К ВОПРОСУ ПРОИСХОЖДЕНИЯ КАТЕГОРИИ «СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ»

Количество научных публикаций, посвященных исследованию социального капитала или содержащих упоминание об этой категории, с каждым годом возрастает. Например, в каталоге издательства Springer¹ содержится 1 769 статей и книг, содержащих в своем тексте упоминание о социальном капитале, опубликованных в 2001-2005 гг. и 6 463 статей и книг, опубликованных в 2006-2010 гг. [1].

Однако, несмотря на рост количества публикаций, исследования, связанные с изучением причин появления категории «социальный капитал» и ее широким распространением, пока не получили должного развития. Так, впервые упоминания о категории «социальный

капитал» можно встретить в работах Лиды Д. Хэнифэн [2]. Однако детального анализа факторов, способствующих широкому распространению категории, автор не приводит.

По нашему мнению, появление и широкое распространение категории «социальный капитал» в научной литературе является следствием процессов, происходящих в социально-экономической жизни общества, корпоративном секторе экономики, институтах государственного управления и науках об обществе. В табл. 1 представлены сферы, изменения в которых способствовали появлению и широкому распространению категории «социальный капитал».

Таблица 1

Сферы, изменения в которых способствовали появлению и широкому распространению категории «социальный капитал»

Глобальные проблемы человечества	Корпоративный сектор	Государственное регулирование	Экономические и другие науки об обществе
Экологические проблемы	Необходимость эффективного управления «технологическими цепочками» в рамках корпорации	Формирование социально-ориентированного государства	Возникновение отраслей науки, направленных на решение глобальных проблем
Вооруженные конфликты	Персонализированные отношения и способность корпораций создавать сговоры и картели	Рост значения социального консенсуса и консолидации общества	Расширение предмета экономической науки
Проблемы бедности	Повышение значимости профессиональных способностей человека. Необходимость грамотного управления ими	Доверие государственным институтам со стороны населения и корпоративного сектора	Появление прикладных дисциплин - маркетинга и менеджмента, изучающих коммуникации
Проблемы беженцев и мигрантов	Важность «включения» работников в процесс создания инноваций		
Другие глобальные проблемы			

С середины 20-го века усиливается воздействие глобальных проблем на общество.

¹ Электронная платформа издательства Springer содержит данные о более чем 5 миллионах статей и других публикаций, находящихся в 2 560 журналах, 42 580 книгах, 1 180 книжных сериях. Самые ранние записи о статьях и книгах датируются 1832 годом.

Непосредственно с социальным капиталом связаны такие глобальные проблемы, как предотвращение вооруженных конфликтов, рост количества беженцев и мигрантов, бедность значительной части населения земли.

Так, по данным департамента исследования мира и конфликтов университета в г.

© С.А. Сысоев, 2011

Упсала (Швеция), в 2009 г. в мире насчитывалось 29 вооруженных конфликтов, происходящих внутри отдельных государств и 7 международных вооруженных конфликтов. Только за 2002 – 2007 годы от вооруженных конфликтов погибло по разным оценкам от 95 000 до 150 000 человек [3]. Наличие внутренних вооруженных конфликтов говорит об остром дефиците социального капитала внутри страны.

Военные действия приводят к росту количества мигрантов и беженцев. Если в 2000 году в мире насчитывалось около 150 млн. мигрантов, то в 2010 году число мигрантов достигло 214 млн. человек, а в 2050 году по прогнозам исследователей количество мигрантов достигнет 405 млн. человек [4]. По данным международных организаций в высокоразвитых странах на сегодняшний день каждый десятый житель страны является мигрантом. С одной стороны, миграция в развитые страны позволяет компенсировать сокращение рабочей силы, вызванное старением населения².

С другой стороны, рост мигрантов приводит к необходимости их социализации в новой стране – изучение языка, культуры, традиций. Процесс социализации не всегда протекает гладко, вызывая социальную напряженность между мигрантами и жителями страны.

Еще одной угрозой, приобретающей глобальные масштабы, является бедность. По данным Европейской комиссии в 2007 г. около 16% населения Европейского союза либо находилось за чертой бедности, либо близко к ней [5]. По оценкам Всемирного банка на один доллар США в день в 2005 году жило 16,1% жителей Земли, на два доллара США в день – 47% населения Земли [6]. Иными словами, около половины населения планеты не имеет возможности полноценно питаться, приобретать необходимую одежду, медикаменты и другие социальные блага.

С одной стороны, проблемы, связанные с бедностью, мигрантами вызывают рост социальной напряженности в обществе, что негативно сказывается на уровне социального капитала в том или ином регионе или стране. С другой стороны, решение накопившихся проблем возможно только при условии объединения усилий всех заинтересованных агентов – государства, корпоративного сектора, органи-

заций по помощи беженцам. В этом случае востребованными оказываются такие категории, как «диалог», «партнерство», «консенсус», имеющие непосредственное отношение к социальному капиталу.

Серьезные измерения, непосредственно связанные с категорией «социальный капитал», произошли в **корпоративном секторе** – в сфере взаимодействия корпораций с поставщиками ресурсов, персоналом, потребителями и другими хозяйственными агентами.

Во-первых, международное разделение труда и концентрация капитала привели к возникновению транснациональных корпораций, производственные мощности которых расположены на нескольких континентах. Успех корпораций напрямую зависит от эффективности работы каждого подразделения и качества коммуникаций между ними. Добиться этого удается во многом благодаря персонализированным контактам между менеджерами предприятий, входящих в состав корпорации. Персонализированные отношения между менеджерами помогают снизить транзакционные издержки, сократить время, необходимое для принятия управленческих решений и т.д.

Во-вторых, персонализированные коммуникации, доверительные отношения между высшим руководством нескольких корпораций позволяют создавать «виртуальные», не закрепленные никакими юридическими документами, альянсы. В этом случае коммуникации начинают приносить материальный эффект – благодаря сговору цена на продукцию корпораций для конечного потребителя может быть значительно повышена.³

В-третьих, квалифицированный персонал становится важным активом корпораций. Если высококвалифицированный работник покидает фирму, то он не может быть быстро заменен другим без потери производительности или качества работы. Это приводит к повышению важности грамотного управления персоналом, которое достигается за счет материальных и нематериальных факторов стимулирования, различного набора дополнительных социальных гарантий, атмосферы в коллективе и т.д.

В-четвертых, корпорации все большее внимание уделяют инновационным разработ-

² По прогнозам специалистов к 2050 г. рабочая сила в развитых странах составит 600 млн. человек, в то время как в развивающихся странах в 2020 – 3 млрд. человек, в 2040 г. – 3,6 млрд., против 2,4 млрд. в 2005 г. [4].

³ Сговоры, создание картелей характерно для многих стран мира. Например, в России Федеральная антимонопольная служба выявила в 2008 году более 220 картельных соглашений и согласованных действий, в 2009 году – более 480 [7].

кам и различного рода улучшениям в области управления производством, технологии и т.д. Инновационные разработки и различные новшества создаются и в научно-исследовательских центрах корпораций, и работниками корпораций, которые на своих рабочих местах, благодаря духу творчества и созидания, культивируемого в ряде корпораций, активно участвуют в инновационном процессе. Таким образом, социальный капитал наряду с финансовым и человеческим становится важным активом корпоративного сектора.

Изменения затронули и **государственное регулирование социально-экономической жизни общества**. Так, во многих странах Западной Европы в 20-м веке происходит формирование социально-ориентированного государства, созданы мощные системы социального обеспечения, охраны труда и пенсионного страхования. Например, в 2006 году расходы на социальную защиту составили: в Германии – 28,7% ВВП, в Австрии – 28,5% ВВП, Франции – 31,1% ВВП, Великобритании – 26,4% ВВП [8].

Наоборот, в постсоветских и постсоциалистических государствах характерен «уход» государства из социально-экономической сферы. Так, расходы на социальную защиту в 2006 году составили: в Польше – 19,2% ВВП, в Румынии – 14,0% ВВП, Латвии – 13,4% ВВП, Эстонии – 12,4% ВВП. Отсутствие социальных гарантий приводит к росту социальной напряженности в обществе. Глобальный финансовый кризис только усиливает такое напряжение, как на национальном уровне, так и на уровне отдельной семьи или фирмы [там же].

Как уже отмечалось выше, важными изменениями в государственном регулировании становится рост понимания руководством большинства стран важности социального консенсуса и общественного согласия, выработки баланса интересов между различными группами экономических агентов, слоями населения и т.д. Например, в Республике Беларусь одним из документов, помогающих согласовать интересы различных экономических агентов, является Генеральное соглашение, заключаемое между правительством, профсоюзами и объединениями предпринимателей. Согласно соглашению государство, профсоюзы и наниматели должны будут продолжить мероприятия, направленные на создание новых рабочих мест, повышение реальных доходов населения и т.д. [9].

Важным фактором стабильности в обще-

стве является доверие общества к государственным институтам. Доверие к государственным институтам особенно важно в период реформ, когда объединение сил различных слоев общества способно амортизировать влияние негативных явлений. Например, единство нации в Германии в послевоенный период позволило правительству Л. Эрхарда остановить инфляцию, победить разруху и наполнить рынок товарами [10].

Процессы, происходящие в корпоративном секторе экономики и затрагивающие вопросы изучения социального капитала, тесно связаны с изменением парадигмы экономической науки, развитию таких дисциплин, как маркетинг и менеджмент.

Наиболее четко изменение парадигмы экономической науки в 20-м веке проявляется при анализе работ, за которые была присуждена Нобелевская премия по экономике. Так, если в 1972 году премия была присуждена основоположнику неокейнсианства Д. Хиксу и исследователю проблем общественного выбора К. Эрроу, а в 1976 году – монитаристу М. Фридмену, то в 1979 году премия присуждается Т. Шульцу за обоснование важности инвестиций в образование и роли человеческих ресурсов в социальном и экономическом развитии страны [11].⁴

В 1991 году премия присуждается институционалисту Р. Коузу за исследование трансакционных издержек и прав собственности в институциональной структуре [12]. Его фундаментальная идея состоит в том, что, если бы заключение и выполнение контрактов, т.е. коммуникаций, построенных на основе норм права, не сопровождалось бы издержками, то в фирмах и других институтах экономики не было бы необходимости [13]. Еще одна Нобелевская премия за институциональные исследования была присуждена в 1993 году Р. Фогелю и Д. Нортю.

Исследования вне неоклассического мейнстрима с началом XXI века приобретают все большую значимость – в 2001 году премия была присуждена Дж. Акерлофу, М. Спенсу и Дж. Стиглицу за исследования механизма принятия решений экономическими агентами в условиях асимметричной информации.

⁴ С именем Т. Шульца связывают возникновение теории социального капитала, в 1992 году премия была присуждена Г. Беккеру за успехи применения микроэкономического анализа к широкому спектру человеческого поведения и взаимодействия, в том числе взаимодействию вне рынка.

Работы нобелевских лауреатов показывают, что одновременно с «экономическим империализмом» – распространением идей рационального поведения, понятий «выгода», «прибыль» на такие области человеческой жизни, как семья, образование, происходит процесс активного взаимодействия экономической науки с другими общественными науками. Так, в 2002 году премия была присуждена Д. Канеману за применение методов психологических исследований в экономике при изучении механизмов принятия решений в условиях неопределенности и В. Смит за использование лабораторных экспериментов в качестве инструмента эмпирического экономического анализа. В ходе своих исследований Нобелевские лауреаты установили, что в ряде ситуаций человеческое поведение далеко от модели поведения «Homo economicus» [14].

В 2005 году Нобелевская премия по экономике была присуждена Р. Ауманну и Т. Шеллингу за улучшение понимания конфликтов и сотрудничества при помощи теории игр [15]. Исследователей заинтересовало, почему одни группы, организации и страны добиваются успехов с помощью кооперации, а другие страдают от конфликтов. Для решения задачи они предложили использовать потенциал теории игр.

В 2009 г. Нобелевская премия была присуждена Э. Остром за анализ экономического управления, особенно в общинах, и О. Уильямсону за анализ экономического управления, особенно границ фирмы.

Ключевой идеей Э. Остром стало предположение о том, что объединение людей, использующих природные ресурсы, в общины или ассоциации приводит к более экономному использованию ресурсов, и в ряде случаев управление ими эффективней, чем при частной собственности на природные ресурсы или государственном регулировании [16]. По мнению Э. Остром управление природными ресурсами на уровне объединения потребителей или на уровне общины будет эффективней государственного регулирования и частной собственности на ресурсы в том случае, если между взаимодействующими сторонами существует высокий уровень доверия и **социальный капитал**, который непосредственно влияет на эффективность кооперации. Важными условиями возникновения объединения потребителей является репутация участников, длительный горизонт взаимодействия, наличие между потенциальными участниками объединения

коммуникаций, возможность создавать коллективные правила взаимодействия и механизм принуждения участников объединения к их исполнению.

Категория «социальный капитал» нашла свое практическое применение в маркетинге – прикладной дисциплине, изучающей деятельность компании по организации и совершенствованию продаж, прошла длинный путь эволюции концепций и идей [17]. Если еще до середины 80-х годов 20-го века компании были готовы сбывать продукцию, используя любые методы продаж, включая предоставление неполной информации о потребительских свойствах товара, продажу некачественного товара, использование недобросовестной рекламы, то к 90-м годам ситуация меняется.

В настоящее время большинство крупных мировых компаний заинтересованы не в маркетинговой стратегии, направленной на скорейший сбыт продукции любыми средствами, а в установлении долгосрочных доверительных отношений как с непосредственными и потенциальными потребителями продукции, так и с обществом в целом.

Создание доверительных отношений с потребителем позволяет компании завоевать его на длительное время, сохраняя его лояльность к продукции компании в условиях широкого предложения схожих по потребительским свойствам, качеству и цене товаров фирм-конкурентов. Для того, чтобы сформировать такие отношения с потребителем, т.е. накапливать социальный капитал, компании осуществляют почтовую и электронную рассылку по базе потребителей, рассчитывая узнать их мнение о товаре, пожелания о возможных путях улучшения технических свойств и т.д.

Стратегия маркетинга современной компании направлена и на накопление социального капитала в отношениях с обществом. Наиболее отчетливо это видно на примере деятельности транснациональных корпораций. Например, компания PepsiCo для налаживания долгосрочных коммуникаций с потребителями и обществом направляет часть своего бюджета не только на рекламу и продвижение своей продукции, но и на финансирование социальных и экологических проектов.⁵ Так, осуществ-

⁵ В 2009 г. выручка корпорации составила 43 232 млн. долл. США, в 2010 г. выручка достигла 57,838 млрд. долларов США. При этом расходы компании на маркетинг и рекламу в 2009 г. составили 2,8 млрд. долл. США, в 2010 г. – 3,4 млрд. долл. США [18].

вляя вложения в современные технологии, компания за период с 2006 г. по 3-й квартал 2010 года сократила потребление воды на технологические цели на 19,5%, а к 2015 г. планирует за счет собственных средств обеспечить доступ к питьевой воде 3 млн. человек. Финансируя социальные и экологические проекты, компания формирует длительные доверительные отношения с потребителями и обществом в целом, что позволяет накапливать социальный капитал и в долгосрочном периоде, благодаря росту продаж, рассчитывать на дополнительную прибыль [18].

Таким образом, на широкое распространение категории «социальный капитал» оказали такие процессы, происходящие в социально-экономической жизни общества, корпоративном секторе, институтах государственного регулирования, как повышение значимости социального консенсуса в обществе, повышение важности построения эффективных коммуникаций между различными подразделениями компании и т.д. Также на развитие концепции социального капитала оказали влияние изменения в парадигме экономической науки, связанные с постепенной ее социализацией.

Литература

1. Springer [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.springerlink.com/content/?Copyright=1832>. – Дата доступа: 15.07.2011.
2. Hanifan L.J. The Rural School Community Center// Annals of the American Academy of Political and Social Science – 1967. – p. 130 – 138
3. Uppsala Conflict Data Program [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pcr.uu.se/research/ucdp/>. – Дата доступа: 10.07.2011.
4. The World Migration Report 2010 [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.iom.int/jahia/Jahia/world-migration-report-2010. – Дата доступа: 10.07.2011.
5. Joint report on social protection and social inclusion 2010 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=4665&langId=en>. – Дата доступа: 08.04.2010.
6. The Developing World Is Poorer Than We Thought, But No Less Successful in the Fight against Poverty [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.168.949&rep=rep1&type=pdf>. – Дата доступа: 15.07.2011.
7. Федеральная антимонопольная служба России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru/analytical-materials>. – Дата доступа: 10.07.2011.
8. Statistics Explained. Eurostat [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained. – Дата доступа: 10.07.2011.
9. Генеральное соглашение между Правительством Республики Беларусь, республиканскими объединениями нанимателей и профсоюзов на 2011 – 2013 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.fpb.by/ru/menu_left/social_part/gen_agreement. – Дата доступа: 10.07.2011.
10. Эрхард Л. Благополучие для всех [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://polbu.ru/erhard_wellbeing. – Дата доступа: 15.07.2011.
11. Presentation Speech by Professor Erik Lundberg of the Royal Academy of Sciences. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/1979/presentation-speech.html. – Дата доступа: 01.07.2011.
12. The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 1991 Ronald H. Coase [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/1991. – Дата доступа: 15.07.2011.
13. Presentation Speech by Professor Lars Werin of the Royal Swedish Academy of Sciences. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/1991/presentation-speech.html. – Дата доступа: 01.07.2011.
14. The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2002, Daniel Kahneman, Vernon L. Smith [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002. – Дата доступа: 10.07.2011.
15. The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2005 Robert J. Aumann, Thomas C. Schelling [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2005. – Дата доступа: 10.07.2011.
16. Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems Prize Lecture, December 8, 2009 by Elinor Ostrom [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2009/presentation-speech.html.

eates/2009/ostrom_lecture.pdf – Дата доступа: 01.07.2011.

17. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 608 с.

18. PepsiCo. 2010 Annual Report [Электрон-

[Электронный ресурс] – Режим доступа: www.pepsico.com/Investors/Annual-Reports.html. –

Дата доступа: 01.07.2011.

Статья поступила в редакцию 09.06.2011

Л.Г. МИЛЯЕВА, д.э.н., профессор, декан экономического факультета,
зав. кафедрой «Экономика предпринимательства»,

О.В. БОРИСОВА, к.э.н., доцент,

Бийский технологический институт (филиал)

ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРИОРИТЕТОВ ВОЗОБНОВЛЕНИЯ ТРУДОУСТРОЙСТВА БЕЗРАБОТНЫМИ КЛИЕНТАМИ СЛУЖБ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

К важнейшим трансформациям российского рынка труда правомерно отнести изменение приоритетов возобновления трудоустройства безработными клиентами служб занятости населения (СЗН). Если каких-нибудь 5-7 лет назад абсолютным лидером выступал «достойный уровень заработной платы», то в настоящее время данный критерий нельзя назвать определяющим (по крайней мере, единственным). Подтверждением отмеченному являются как статистические данные СЗН, так и результаты профильных социологических опросов безработных клиентов, обосновавшие авторскую концепцию о трудоемкости заполнения заявленных работодателями вакансий.

Необходимо подчеркнуть, что основу исследования формирует гипотеза, согласно которой трудоемкость заполнения вакансий определяется их обобщенной привлекательностью, которая в свою очередь зависит от двух критериев:

1) привлекательности профессии, соответствующей вакансии;

2) привлекательности вакансии по заявленному работодателем уровню заработной платы.

Изучение профильного методического инструментария не выявило ни одной методики по диагностике трудоемкости заполняемости вакансий, тем самым обосновав необходимость ее разработки.

Представим визитную карточку методики. Концептуальную основу методики формирует информация о том, что трудоемкость (обобщенная привлекательность вакансий) определяется двумя критериями: 1) привлекательностью профессий, соответствующих вакансиям; 2) привлекательностью вакансий по

уровню оплаты труда.

Поскольку при постановке на учет безработных клиентов регистрируется только их базовая профессия, то информационную базу методики формируют материалы социологического опроса безработных, позволяющие выявить базовую профессию, а также профессию, по которой безработный желал бы возобновить трудоустройство.

Подчеркнем, что базовой считается профессия по последнему месту работы респондента, вернее, по последней записи в трудовой книжке. К примеру, если по базовому образованию респондент – «инженер-технолог», сменивший за период трудоустройства несколько профессий, уволившийся с предприятия «слесарем», перебивавшийся какое-то время случайными заработками (грузчик, разнорабочий и т.д.) без заключения трудового договора, то «базовой» будет профессия «слесарь». Соответственно, предпочитаемая – профессия, по которой клиент службы занятости хотел бы возобновить трудоустройство на новом или прежнем месте работы. «Предпочитаемая» профессия может совпадать с «базовой», быть «абсолютно новой», требующей переобучения (перепрофилирования), или «забытой старой», требующей при значительном периоде невосребованности переподготовки.

Опросная анкета безработных, объединяет четыре целевых блока:

1) параметрический блок, предназначенный для выявления пола, возраста и (по желанию) контактных данных респондента;

2) образовательный блок, нацеленный на выявление уровня образования клиента (ос-

© Л.Г. Милыева, О.В. Борисова, 2011