

Управління формуванням індивідуального та корпоративного капіталу організації

В статті досліджено взаємозв'язок індивідуального та корпоративного капіталу організації, розглянуто інструменти формування та впливу на активізацію та розвиток складових індивідуального та корпоративного соціального капіталу в сфері послуг, що дозволяють послідовно ідентифікувати та використовувати соціальну складову в управлінських діях, досягати економічних результатів через вплив на соціальний капітал.

In the article investigates the relationship of individual and corporate capital organization Instruments of formation and influence on the activation and development of components of individual and corporate social capital in services, allowing consistently identify and use social component in management actions to achieve economic outcomes by influencing social capital.

Ключові слова: *соціальний капітал, індивідуальний та корпоративний капітал.*

Вступ. Фундаментальні положення теорії соціального капіталу стверджують, що розвинений соціальний капітал в організації робить співробітників соціально активними і відповідальними, соціально-трудова відносина – більш гармонійними, а саму організацію – конкурентоздатною. Концепція соціального капіталу термінологічно в економічній літературі розроблена доволі глибоко. В науковій літературі корпоративний та індивідуальний соціальний капітал визначаються в загальному контексті дослідження і головним чином виділяються загальні характеристики трьох рівнів соціального капіталу.

Разом з тим відчувається гостра нестача емпіричних досліджень соціального капіталу на рівні організації як цілісного явища, здатного значно підвищити ефективність її матеріальних і людських ресурсів.

Формування соціального капіталу організації - це не одноразове перетворення соціально-трудових відносин, а постійний процес, який включає привнесення в управління якісно нових елементів, здатних суттєво змінити ресурсні можливості розвитку підприємств.

Завданням статті. Дослідити прояви та закономірності взаємозв'язку корпоративного і індивідуального соціального капіталу та сформувати модель соціального капіталу організації, яка би включала інструменти управління ним та методологію його оцінки. Важливо також ідентифікувати різноманітні прояви соціального капіталу організації та виділити з них ті, які дійсно сприяють економічному прогресу, визначити набір управлінських дій, які здатні «запускати» існуючий потенціал соціального капіталу організації та активувати продуктивні властивості індивідуального соціального капіталу.

Теоретично доведено, що повноцінне функціонування соціального капіталу можливо тільки за умов формування його структурної, когнітивної та інституційної компоненти. Між цими компонентами повинний існувати взаємозв'язок, механізм якого визначається специфікою рівня аналізу - на макрорівні він визначається особливостями галузі, відповідно в нашому дослідженні - особливостями сфери послуг. Соціальний капітал є ресурсом суспільним а не виключно індивідуальним, адже активізується він виключно за умови включення людини в соціальне середовище (на відміну від людського капіталу, який може накопичуватися навіть в усамітнені) і в цьому процесі соціалізації людини особливу роль відіграє власне управління як цілеспрямований процес.

Виклад основного матеріалу. В науковій літературі дослідження соціального капіталу зосереджено на вивченні його основних характеристиках (Ф.Фукуяма, Р.Патнам, Л.Поліщук, О.Грішнова М.Горожанкіна)

Беззаперечними є твердження, що носієм індивідуального соціального капіталу і основним суб'єктом є окрема людина, а соціалізація, як умова активізації, відбувається в межах соціально - трудових відносин. Це, на нашу думку, є підставою зосередити увагу саме на мікрорівневому аналізі соціального капіталу і виявити його потенціальні можливості в формуванні корпоративного капіталу.

Корпоративний та індивідуальний рівень формування соціального капіталу можна було визначити на основі визнання персоналом присутності його компонентів як в діяльності кожного окремого співробітника, так і в роботі організації в цілому. Оскільки проблема полягає в тому, щоб визначити напрями формування соціального капіталу організації, то важливо констатувати вихідний (наявний) рівень соціального капіталу та визначити джерела його формування та розвитку. З цією метою нами було проведено соціологічне дослідження.

Гіпотезою дослідження передбачалось, що активізацію індивідуального соціального капіталу спричинить перспектива його конвертації в інші форми капіталу, і це мотивує персонал до нарощення власного людського, інтелектуального і соціального капіталу, які взаємодіючі між собою здатні надати нової якості кожному з них. Теорія дозволяє аналізувати характеристики та умови формування кожної окремої форми капіталу, але людська практика демонструє взаємозв'язок, взаємообумовленість та взаємозбагачення цих форм за умови усвідомлення людиною їх проявів, потенціалу та можливостей активізації та конвертації. Соціальний капітал в діяльності людини проявляється як спрямованість на конкретні види економічної поведінки, яка обумовлена стійкими нормами та цінностями сприйнятої організаційної культури та визнаним рівнем довіри. Тому в процесі соціологічного дослідження було поставлено завдання дослідити прояви та роль соціального капіталу в професійній трудовій діяльності людини, виявити, наскільки працівники усвідомлюють стан власного соціального капіталу, його складові,

способи використання, примноження та конвертації в інші форми капіталу. Акцент робився також на тому, як персонал кваліфікує рівень розвитку корпоративного капіталу, взаємодію з ним і його вплив на всі аспекти діяльності готельно-туристичних підприємств. Для проведення дослідження було розроблено два пакети анкет. Пакет «Індивідуальний соціальний капітал» включав дві анкети рейтингової оцінки персоналом факторів формування індивідуального соціального капіталу та визначення персоналом особистих характеристик, які сприяють його формуванню. Пакет «Корпоративний соціальний капітал» також передбачав на основі відповідей на запитання двох анкет виявити рейтингову оцінку персоналом проявів корпоративного соціального капіталу в організації та оцінити власний рівень організаційної ідентифікації. В пакеті «Індивідуальний соціальний капітал» соціологічного дослідження переслідувалась ще одна ціль – виявити когнітивну складову соціального капіталу та зосередити увагу персоналу на самоаналізі умов формування індивідуального соціального капіталу. В анкеті було представлено перелік організаційних та особистих факторів, які обумовлюють формування та активізацію особистого соціального капіталу. Опитуванням було охоплено 118 працівників фірми «НАДІЯ» (м.Івано-Франківськ), які представляли всі підрозділи організації. Цілеспрямоване вивчення проявів соціального капіталу, дозволило обговорювати з персоналом конкретні проблеми усвідомлення та формування їх власного соціального капіталу.

Було запропоновано визначити особисту рейтингову оцінку, послуговуючись 10-бальною шкалою. Найбільший рейтинг одержала характеристика «Визнання загальнолюдських, гуманітарних та етичних цінностей та норм» - 9,4; на другій позиції – «Рівень та якість одержаної освіти» - 8,9; третю позицію посіла «Толерантність та відкритість» - 8,1.

Перелік факторів в анкеті було представлено трьома блоками. Перший – це фактори, які діють виключно за умови цілеспрямованої діяльності особи – в таблиці це питання 2,4,9,10, 11,12 і їх сумарний рейтинг складає 6,65. Другий

блок – це цілеспрямовані зусилля організації – питання 6,7,8 і їх сумарний рейтинг визначається показником 6,56. Третій блок відображає взаємні зусилля персоналу та організації – питання 1,3,5. Якщо сумарний рейтинг перших двох блоків свідчить про їх рівноцінність для формування індивідуального соціального капіталу, то сумарний рейтинг факторів третього блоку значно вищий і складає 8,2, що свідчить про те, що саме фундаментальні засади формування соціального капіталу визнаються персоналом як найважливіші при формуванні індивідуального соціального капіталу.

В анкеті, крім дослідницького завдання, було закладено і завдання спонукати респондентів не тільки до усвідомлення власного потенціалу, а значно розширити власні можливості пропонуючи визначити, які перерахованих характеристик особистості мають значення для успішного формування та використання індивідуального соціального капіталу.

Результати соціологічного дослідження продемонстрували, що персонал в цілому половині характеристик надав високого рейтингу, а всі характеристики загалом були не нижче п'ятірки. Дослідження в цілому дозволили акцентувати увагу персоналу на тих якостях особистості, які здатні генерувати соціальний капітал, а, отже, і додаткові можливості для самореалізації.

Корпоративний соціальний капітал вибудовується на основі індивідуальних, але в його формуванні і нагромадженні задіяні числені управлінські зусилля та інвестиції. Соціологічні дослідження було спрямоване також на визначення основних проявів корпоративного соціального капіталу, його роль та вплив. Пакет «Корпоративний соціальний капітал» містив дві анкети. Перша з них пропонувала персоналу визначити рейтинг характеристик, які мають значення для дієвості корпоративного соціального капіталу. Як і всі попередні анкети, ця була розроблена як багатоцільова, зокрема, для зосередженні уваги на баченні та усвідомленні персоналом тих проявів корпоративного соціального капіталу, які вони відчувають і яким

надають перевагу в практичній діяльності. Важливим є виявлення пріоритетів, які можуть в майбутньому стати об'єктом інвестицій або управлінських корекцій. Результати рейтингової оцінки персоналом проявів корпоративного соціального капіталу виявили, що перші позиції посіли «Повага та довіра між персоналом» - 9,7; « Сприйняття колег та співробітників як рівних» - 9,5; « Високий освітній рівень персоналу та професіоналізм» - 8,7.

Абсолютним проявом корпоративного соціального капіталу організацій, які працюють в сфері надання туристичних, готельних та ресторанних послуг є імідж, який, на нашу думку, формується в залежності від того, яким чином відчуває себе персонал. Друга в пакеті анкета опитування персоналу виявляє рівень усвідомлення персоналом організаційної ідентифікації. Відповідаючи на питання «Якщо Ви вважаєте себе членом організації, в якій працюєте, то які відчуття у Вас викликає приналежність до колективу?» респонденти обирали тільки одну відповідь. Результати опитування засвідчили, що 84% персоналу позитивно оцінюють свою участь, а оскільки

результати цього соціологічного дослідження можна трактувати як оцінку рівня розвитку корпоративного соціального капіталу або довіру персоналу до організації це є визнання цілісності корпоративного соціального капіталу.

Індивідуальний і корпоративний соціальний капітал певним чином взаємодіють і в цьому процесі важливу роль відіграють управлінські функції, які було проаналізовано з метою виявлення в них потенціалу генерування індивідуального та корпоративного соціального капіталу.

Проблема взаємодії індивідуального і корпоративного соціального капіталу є відкритою, оскільки в науковій літературі присутні численні трактовки, які обмежуються структуруванням рівнів соціального капіталу та не уточнюють які конкретно характеристики притаманні людині і формують її соціальний капітал. Те саме стосується і організації. В практичній роботі організації дуже важливо ідентифікувати ті фактори корпоративного управління, які впливають на формування компонентів корпоративного

соціального капіталу, зокрема, відносин довіри в організації, мотивації персоналу на відповідний тип економічної поведінки, його інтегрованості та його згуртованості. Без цілеспрямованої діяльності на організаційному рівні навіть активна форма індивідуального соціального капіталу може втратити свою дієвість. Корпоративне управління дуже складний і багатоланковий процес, але можливо виділення таких його функцій, які можна розглянути виключно з точки зору їх можливого впливу на соціальний капітал організації, визначити діапазон прямого та опосередкованого впливу на формування соціального капіталу. Разом з тим важливо виявити баланс у взаємовпливі і взаємозалежності індивідуального і корпоративного капіталів. Організація цілеспрямовано може нагромадити власний потенціал соціального капіталу і використати його для активізації та залучення соціальних ресурсів персоналу, але важливо усвідомити, що ефективність цих дій не гарантується «тиском» з боку корпоративного соціального капіталу. Як досягнути балансу – це серйозна управлінська проблема ще й тому, що в реалізації кожної функції управління корпоративний капітал має мати «обов'язків мінімум» когнітивної, інституціональної, емоційної та структурної складових, відсутність яких може призвести до «нецільового» з точки зору інтересів організації використання індивідуального соціального капіталу.

Таблиця 1.

Можливості функцій управління, спрямовані на формування корпоративного і індивідуального соціального капіталу

	Функції управління	Механізми формування соціального капіталу	Форми прямого управлінського впливу	Форми опосередкованого управлінського впливу
1	Входження людини в організацію. Перевага належить корпоративному капіталу	Навчання, адаптація, корекція	Сприйняття персоналом цінностей організації та формування відповідних поведінкових стереотипів	Очікування організації та визначення рольових характеристик, формування довіри
2	Управління груповою динамікою. Важливе досягнення балансу	Соціальна інтегрованість	Формування командного духу як основи соціальної взаємодії	Модифікація поведінки людини в організації, формування довіри
3	Мотивація діяльності. Перевага належить корпоративному капіталу	Формування потреб приналежності, визнання, самореалізації	Конвертація форм капіталу, статусний капітал	Формування потреб зв'язку, професійного та кар'єрного росту, очікування винагороди або покарання, формування довіри
4	Планування: стратегічне, тактичне, оперативне. Перевага належить корпоративному капіталу	Місія організації як основа її корпоративної культури. Ідентифікація та мобілізація ресурсів. Включення соціального капіталу в ресурсну базу	Залучення персоналу до участі в розробці та корегуванні планів. Навчання персоналу	Готовність до сприйняття стратегічних змін та відкритість до інновацій, формування довіри

5	<p>Функція адміністрування, департаменталізація організації.</p> <p>Перевага належить корпоративному капіталу</p>	<p>Формування структурного компоненту соціального капіталу, проектування та дизайн робіт</p>	<p>Формування характеристик робіт-основи взаємодії та ділового спілкування.</p> <p>Навчання персоналу</p>	<p>Моделі проектування та збагачення робіт змісту праці, формування соціотехнічної системи,</p> <p>формування довіри</p>
6	<p>Комунікації як об'єднуючий процес.</p> <p>Перевага належить індивідуальному капіталу</p>	<p>Комунікаційні мережі, специфіка та моделі їх побудови</p>	<p>Міжособисті комунікації, формальні-неформальні; внутрішні-зовнішні; вертикальні-горизонтальні, зворотній зв'язок</p>	<p>Комунікаційні стилі, вербальні та невербальні комунікації,</p> <p>формування довіри</p>
7	<p>Прийняття рішень як основа управлінських процесів.</p> <p>Перевага належить індивідуальному капіталу</p>	<p>Залучення персоналу всіх рівнів до прийняття рішень</p>	<p>Обговорення управлінських питань на нарадах, навчання персоналу, тренінги та ділові ігри</p>	<p>Залучення експертів з числа співробітників, обговорення варіантів, прийняття пропозицій,</p> <p>формування довіри</p>
8	<p>Управління конфліктами.</p> <p>Важливе досягнення балансу</p>	<p>Інтенсифікація інформаційного обміну, відкритість, рівність всіх учасників конфлікту, визнання конфліктної ситуації джерелом розвитку і вдосконалення</p>	<p>Відкрите оперативне обговорення складних ситуацій, ситуаційне навчання персоналу, створення реєстру потенційних складних ситуацій з описом рекомендованих варіантів дій персоналу</p>	<p>Створення традицій та процедур врегулювання складних ситуацій.</p> <p>Формування довіри, зворотній зв'язок</p>
9	<p>Формування організаційної культури.</p> <p>Перевага належить індивідуальному капіталу</p>	<p>Визначення параметрів когнітивного компоненту корпоративного соціального капіталу</p>	<p>Організаційні цінності, норми, процедури правила, традиції</p>	<p>Створення традицій та процедур регулювання внутрішньої інтеграції</p> <p>формування довіри</p>
10	<p>Лідерство.</p> <p>Перевага</p>	<p>Лідерські якості, ситуаційне лідерство, лідерство</p>	<p>Навчання персоналу, демонстрація прикладів успішного</p>	<p>Формування емоційної складової соціального капіталу</p>

	належить індивідуальному капіталу	для інновацій	лідерства	та довіри
11	Контроль. Важливе досягнення балансу	Моніторинг Вибір об'єктів та методів вимірювання Вибір систем контролю	Ринковий контроль як інструмент визначення здобутків організації. Використання систем та методів, які дозволяють визначити внесок соціального капіталу	Можливості превентивного супутнього та контролю за принципом зворотнього зв'язку. Неформальний самоконтроль як прояв потенціалу індивідуального соціального капіталу

*Таблиця розроблена автором.

Розгорнутий аналіз процесів, причино – наслідковий зв'язок яких представлено в таблиці 1 дозволяє послідовно ідентифікувати соціальну складову в управлінських діях. Зміщення акценту управлінських дій в площину завдань формування соціального капіталу дозволить досягнути подвійної мети – деталізувати компоненти соціального капіталу та виявити інструменти управління процесом формування, генерації та активації як індивідуального, так і корпоративного капіталу.

Процес входження людини в організацію – це логічно початковий і надзвичайно відповідальний момент, оскільки відбувається перша зустріч попередньо нагромадженого соціального капіталу людини і діючого корпоративного капіталу. Результат залежить від декількох факторів, зокрема, наскільки когнітивний, інституціональний і емоційний компоненти обох капіталів ідентичні. Виявити цю ідентичність в процесі попереднього відбору практично неможливо, тому що в цей період всі складові індивідуального соціального капіталу виключно декларуються, а корпоративний соціальний капітал представлений в своєму рафінованому вигляді – іміджу компанії. Загальновідомо, що навчання та адаптація персоналу на початковому етапі є дуже відповідальною справою, але якщо йдеться про соціальний капітал, то ці процеси необхідно наповнити новим змістом та використати новітні

інтерактивні методики. Основою нового змісту мають виступити програми, які побудовані на основі теорії соціального капіталу і спрямовані на виявлення потенціалу соціального капіталу претендентів та його нарощення у відповідності з особливостями корпоративного соціального капіталу. Метою навчання є засвоєння людиною когнітивного, інституціонального та структурного компонентів корпоративного капіталу і узгодження з подібними складовими індивідуального капіталу. В разі неузгодженості цих систем потрібна корекція індивідуальних характеристик соціального капіталу. Результатом цих зусиль індивідуальний аспект взаємодії людини і організаційного оточення наповнюється змістом, людина виправдовує очікування організації і її соціальний капітал інтегрується з корпоративним соціальним капіталом. Щодо балансу в процесі входження людини в організацію, то тут він повинен бути схилений на користь корпоративного соціального капіталу. На цьому етапі мають бути сконцентровані самі потужні когнітивні, інституціональні, структурні напрацювання та особливого значення набуває емоційний компонент, який відкриває можливості до майбутньої співпраці і налаштовує нових співробітників на організаційні орієнтири. В протилежному випадку можливі інші варіанти, наприклад, не сприйняття, мімікрія або вибіркоче сприйняття, новими співробітниками організаційних цінностей, що в подальшому здатне знизити потенціал корпоративного соціального капіталу і спричинити конфліктні ситуації.

Взаємодія як основа групової динаміки, визначає зміст трудової діяльності взагалі, а в туристично-готельному бізнесі значення взаємодії для ефективної діяльності примножується ще і тим, що в сферу цих відносин активно долучаються клієнти і гості. Тому особливого значення набуває формування командного духу як основи соціальної взаємодії та модифікація поведінки людини в організації. Баланс між індивідуальним і корпоративним капіталом в питанні особистої взаємодії персоналу повинен досягатися як симетрично, так і з деякою перевагою для індивідуального соціального капіталу тому, що формуються засади соціально-трудова відносин. В цьому зв'язку

вважаємо доцільним включити в аналіз ще один компонент – емоційний, який здатен вплинути як активатор - деактиватор на прояви індикаторів соціального капіталу - довіру, соціальні мережі та систему цінностей.

Усвідомлення потенціалу індивідуального соціального капіталу і мотивація до його активації починається з розуміння змісту конвертації соціального (людського, інтелектуального) капіталу в символічний статусний капітал, фінансові та інші вигоди. Саме в цій площині реалізуються потреби самореалізації, професійного та кар'єрного росту. Вибір систем мотивації - це прерогатива організації навіть за умови утвердження соціального партнерства і тут особливого значення набувають ініціативи, які пропонують механізми конвертації індивідуального соціального капіталу, що відповідають як інтересам персоналу, так і стратегічним завданням організації.

Центральне місце в системі формування корпоративного капіталу належить плануванню, оскільки стратегія організації включає визначення майбутніх параметрів складових соціального капіталу і шляхів їх досягнення, головною умовою реалізації яких є проголошення та утвердження організаційних цінностей, довіри, соціальної інтеграції. Ідентифікація та мобілізація ресурсів, як основа реалізації стратегії включає соціальний капітал в ресурсну базу, тому реальна стратегія можлива тільки за умови розбудови корпоративного соціального капіталу, який виступає в єдності з індивідуальним соціальним капіталом.

Зазначена функція адміністрування та структурування організації є принциповою для визначення параметрів структурного компоненту соціального капіталу і каналів комунікацій, які є основою формування соціальної мережі контактів персоналу. Корпоративний соціальний капітал в цьому відіграє рамочну роль, оскільки саме організаційно створюється структура організації, на основі якої створюється комунікативна мережа. Вона відіграє ключову роль в активізації індивідуального соціального капіталу, оскільки в її межах формуються і функціонують міжособистісні та

організаційні комунікації (формальні-неформальні; внутрішні-зовнішні; вертикальні-горизонтальні) та забезпечується зворотній зв'язок.

Стерном всіх організаційних процесів є прийняття рішень, процедура яких на всіх стадіях передбачає залучення, в першу чергу, індивідуального соціального капіталу. В цьому процесі якісні характеристики індивідуального соціального капіталу збагачені всіма проявами людського, інтелектуального, тощо, капіталів, відіграють вирішальну роль в той час як корпоративному соціальному капіталу відводиться роль соціально – культурного контексту.

Особливо чутливим індикатором соціального капіталу є цінності, які формуються в межах організаційної культури. Саме в цій сфері симетричність сили впливу корпоративного і індивідуального соціального капіталу особливо хитка, тому що індивідуальний соціальний капітал може не просто ігнорувати діючі організаційні цінності, а діяти всупереч їм, або паралельно вести діяльність на основі чужих неприйнятних цінностей і в такий спосіб руйнувати організацію.

Аналогічна позиція соціального капіталу проявляється і при реалізації влади, не як організаційних повноважень, які делегуються посаді, а як особистих характеристик окремої людини. З впевненістю можна стверджувати, що особлива компетенція (експертна влада), харизма (влада прикладу), вміння замикати на собі потоки актуальної інформації(влада інформації) є по суті своїй реальними проявами індивідуального соціального капіталу. Наявність вищезначених характеристик людини відкриває їй шлях до лідерства і робить її незамінною при вирішенні конфліктних ситуацій.

Функція контролю потенційно містить в собі загрозу адміністрування, тому виключного значення надається ринковому контролю на відміну від бюрократичного. Великі можливості відкриває використання превентивного контролю, який базується на визнанні потенціалу соціального капіталу організації та включенні його до ресурсів і, як результат, відповідні управлінські дії та рішення спрямовуються на ефективне використання. Супутній контроль здійснюється безпосередньо в процесі діяльності як

моніторинг, який дозволяє оперативно корегувати дії персоналу, наприклад, після вивчення звітів «утаємнених покупців». Контроль за принципом зворот нього зв'язку доцільно використовувати після втілення конкретних проектів, в основі яких було використання соціального капіталу організації.

Неформальний самоконтроль як прояв потенціалу індивідуального соціального капіталу.

В підсумку можна зазначити, що з дванадцяти функцій управління, які проаналізовано, баланс коливається в напрямку переважної позиції корпоративного капіталу тільки в трьох функціях, в п'яти – вирішальну роль відіграє індивідуальний соціальний капітал і в трьох функціях між ними важливим є встановлення балансу.

Встановлення балансу між сферами впливу індивідуального і корпоративного соціального капіталів є певним продовженням проблеми співвідношення чистого адміністрування з наданням персоналу можливостей самоорганізації. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що при реалізації окремих функцій управління важливо досягнення балансу між корпоративним соціальним капіталом, який містить потужний адміністративний компонент, та індивідуальним соціальним капіталом. Це спричиняє ефект синергії як особливий феномен, який спроможний на порядки піднімати показники ефективності діяльності. Порушення балансу може мати однаково руйнівні наслідки для організації : абсолютизація повноважень корпорації гальмує і знищує індивідуальний соціальний капітал як ресурс; перевищення повноважень індивідуального соціального капіталу руйнує організаційні процеси і виводить їх в сферу непередбачуваних колізій. Враховуючи те, що корпоративний соціальний капітал є носієм і виразником інтересів організації в цілому, проведене дослідження дозволяє виокремити ті сфери діяльності, де необхідно зосередити безпосередні зусилля організації з метою впливу на формування, генерацію і активацію індивідуального соціального капіталу. Корпоративний соціальний капітал при адекватній і щоденній підтримці менеджменту набуває власної самоцінності і силу впливу на персонал,

корегуючи та моделюючи його соціальну поведінку, а, отже, і прояви інших форм капіталу – людського, інтелектуального, культурного, тощо. Завдання полягає в тому, щоб між ними було встановлено зв'язок, умовою якого є відкритість індивідуального і готовність інтеграції, а не капсулювання. Корпоративний капітал покликаний виконувати своє головне призначення - забезпечувати загальний соціокультурний контекст – емоційний фон, процедури, традиції і правила - відкриті, зрозумілі та аргументовані. Саме це може бути основою корекції та модифікації індивідуального соціального капіталу. За цих умов взаємозв'язок індивідуального та корпоративного можна визначити як взаємозбагачення та консонанс.

Висновки. В діяльності організації проявляється два рівні соціального капіталу – індивідуальний та корпоративний і зв'язок між ними реалізується в позитивному напрямку якщо є відкритість індивідуального капіталу та його спрямованість на інтеграцію, а не капсулювання. Корпоративний капітал, в свою чергу, забезпечує загальний соціокультурний контекст соціально-трудова відносин і діяльності в цілому. За таких умов відбувається взаємодія та взаємозбагачення соціального капіталу на обох рівнях. Зростання позитивного соціального капіталу організації формує позитивні риси соціально-трудова відносин – довіру, співпрацю, командну роботу, взаєморозуміння, порозуміння при вирішенні конфліктних та нестандартних ситуацій, взаємну відповідальність. Соціальний капітал формується і нагромаджується виключно в процесі активного використання. Соціальний капітал здатний інтенсифікувати прояви інших форм капіталу. Мотиватором активізації індивідуального соціального капіталу виступає перспектива його конвертації в інші форми капіталу, і це спонукає персонал до нарощення власного людського, інтелектуального і соціального капіталу, які взаємодіють між собою здатні надати нової якості кожному з них. Феномен корпоративного соціального капіталу проявляється всередині організації в вигляді згуртованості, єднання колективу в цілому та навколо вирішення певних

проектів; зовні він проявляється у вигляді репутації організації, її визнання та прихильності споживачів.

Література

1. Грішнова О.А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / Грішнова О.А., Полив'яна Н. // Україна: аспекти праці. – 2009. – №5. – с.19-24.
2. Грішнова О.А. Нагромадження людського, інтелектуального і соціального капіталу підприємства як форма його капіталізації // Вісник донецького університету економіки та права. – 2011. – №1. – с.10-13.
3. Демків О. Соціальний капітал: теоретичні основи дослідження та операційні параметри // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – №4. – С.99-111.
4. Демків О. Концепція групового соціального капіталу і її адаптація до вітчизняних умов // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – №4. – С.104-118.
5. Дем'яненко Ю.В. Модель оцінювання рівня соціального капіталу підприємств сфери послуг // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2011. – №1(9). – с.102-108.
6. Коба Н.В. Вплив соціального капіталу на процес комерціалізації знання в організації // Бизнес-інформ. –2013. – №9. – с. 208-214.
7. Кузьмин А.И. Социальный капитал в развивающихся организациях // Економічний простір-2008-№16. – С. 107-113.
8. Мачеринскене И. Социальный капитал организации: методология исследования// Социологические исследования – 2006. – №3. – с.29-39.
Електронний ресурс. Код доступу:
ecsocman.hse.ru/data/603/762/1219/Sotsis_3_06-p29-39pdf.
9. Степаненко В. Соціальний капітал у соціологічній перспективі: теоретико-методологічні аспекти дослідження.//Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. – №2. – С.24-41.