

**СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ОРГАНІЗАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ
ДОСЛІДЖЕННЯ Й ОПЕРАЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ВИМІРЮВАННЯ
СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОПЕРАЦИОНАЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ
ИЗМЕРЕНИЯ
SOCIAL CAPITAL OF ORGANIZATION: THE THEORETICAL
FOUNDATIONS OF STUDIES AND OPERATIONAL PARAMETERS FOR
MEASURING**

Стаття присвячена розгляду феномену соціального капіталу в організації. У статті розглядається сутність соціального капіталу, умови його формування на рівні окремого індивіда (мікрорівень) і певного співтовариства (макрорівень). У роботі аналізуються джерела формування соціального капіталу в організації (соціальні мережі, норми, цінності, довіра) як усередині організації, так і поза її межами. На основі проведеного аналізу запропоновано операціональні параметри вивчення соціального капіталу в конкретній організації.

Статья посвящена рассмотрению феномена социального капитала в организации. В статье рассматривается сущность социального капитала, условия его формирования на уровне отдельного индивида (микроуровень) и определенного сообщества (макроуровень). В работе анализируются источники формирования социального капитала в организации (социальные сети, нормы, ценности, доверие) как внутри организации, так и вне ее. На основе проведенного анализа были предложены операциональные параметры изучения социального капитала в конкретной организации.

The article considers the phenomenon of social capital within the organization. This article discusses the nature of social capital, the conditions of its formation at the level of the individual (micro level) and a particular community (macro). The paper analyzes the sources of social capital in organizations (social networks, norms, values, trust) within the organization and outside it. Based on this analysis have been proposed operational parameters of the study of social capital in organization.

Ключові слова: соціальний капітал, організація, соціальна мережа, норми, цінності, довіра

Ключевые слова: социальный капитал, организация, социальная сеть, нормы, ценности, доверие

Key words: social capital, organization, social net, norms, values, trust

Феномен соціального капіталу перетворився за останні сорок років (в Україні десятиріччя) в один з найбільш досліджуваних. Це пов'язане як з тим впливом, який соціальний капітал справляє не тільки на окрему людину, але й на групу, суспільство в

цілому, так і зі складністю об'єкта дослідження, його неоднозначністю. У науковій літературі йде суперечка про визнання негативних ефектів соціального капіталу, його різноманітні форми, структуру, фактори виникнення й розвитку, але практично всі дослідники погоджуються з тим, що соціальний капітал не міф, і що він відіграє величезну роль у розвитку особистості й суспільства. Проблема полягає лише в тому, що в процесі обговорення іноді зникає сам соціальний капітал, він підмінюється іншими, схожими явищами й процесами. Найчастіше різні автори, розмірковуючи про соціальний капітал, вивчають схожі феномени, які відрізняються за своєю суттю. Напевно, у будь-якого соціолога, навіть не знайомого з існуючою літературою з соціального капіталу виникають певні асоціації із цим поняттям, формується його інтуїтивне визначення. Як правило, ці асоціації пов'язані із соціальними мережами, зв'язками, через які людина або група мають можливість одержати певні ресурси; неформальними нормами, що регулюють взаємодію людей. А оскільки ми не можемо існувати поза соціальними мережами й так чи інакше все одержуємо в процесі обміну з іншими людьми, то в кінець кінцем поняття соціального капіталу все розширюється й розширюється.

Під ним розуміється й пошук роботи через знайомих; і бажання колективу допомогти новачкові при освоєнні професії; і готовність незнайомих людей до кооперації для досягнення загальної мети; і бонуси від приналежності до якої-небудь високостатусної групи або кола; і можливості вирішення проблем в обхід офіційних шляхів, через особисті контакти, відсутність необхідності надавати додаткові гарантійні зобов'язання; і кругова порука, блат, і багато чого іншого. Але чи все перераховане можна вважати проявами соціального капіталу? І чи є це власне капіталом (оскільки вже почали використовувати цей економічний термін)? Найбільш гострі суперечки виникають при обговоренні питань щодо проявів й функціонування соціального капіталу на рівні організації. На сьогоднішній день соціальний капітал отримав досить глибоку теоретичну розробку на рівні окремого індивіда й усього суспільства (на мікро- і макрорівні). Однак, питання про соціальний капітал організації, під якою ми розуміємо спеціально створену для досягнення певних цілей ієрархічну структуру із чітким розподілом ролей, залишається відкритим. Особливу актуальність дана проблема здобуває у зв'язку з підвищенням значущості організацій у сучасному світі, які виходять за межі національних держав і починають витісняти традиційні соціальні інститути зі сфер їх діяльності. Ріст організацій супроводжується розростанням і ускладненням їх структур, що неминуче призводить до зростання трансакційних витрат. Жорсткість конкуренції між різними корпоративними суб'єктами

висуває більші вимоги до ефективного використання всіх доступних переваг і ресурсів, у тому числі й таких, що надаються соціальними структурами й мережами. Усе це визначає необхідність теоретичної розробки поняття соціального капіталу організації й визначення методологічної бази його дослідження при аналізі конкретних організацій.

Таким чином, метою даної статті є визначення сутності соціального капіталу організації і його операціональних параметрів, які б дозволили визначити його наявність і рівень під час емпіричних досліджень.

Слід зазначити, що перші визначення категорії соціального капіталу були надані досить пізно - наприкінці 20 сторіччя Дж. Коулменом і П. Бурдьє, хоча ідеї суспільної солідарності, користь добровільних об'єднань, ефекти від приналежності до певної групи розглядалися А. де Токвилем, Е. Дюркгаймом, М. Вебером, а одна з перших спроб аналізу цього явища зустрічається в праці Л. Дж. Ханіфана «Суспільний центр селищної школи» 1916 р. і роботах Г. Лоурі 70-х рр [1, 2].

Надалі даний феномен вивчався Р. Бартом, П. Бурдьє, У. Бейкером, Н. Ліном, Р. Патнемом, М. Пелдемом, Ф. Фукуямою, П. Тамашом і іншими. На пострадянському просторі питаннями соціально капіталу займаються В.В. Радаєв, П.М. Шихирев, І.Є. Дискін, Т.Є. Ворожейкіна, Л.В. Стрельнікова, Н.Є. Тихонова, О.О. Поліщук, О.Т. Коньков, Г.І. Саркісов, А.О. Спанчінцев, Т.А. Нестік, Є.М. Авраамова, С.І. Долуцкая, І. Мачерінскене, Р. Мінкуте-Генріксон, Ж. Сіманавічене, Т.Ю. Сидоріна, В. Степаненко, В. Чепак, А.С. Лобанова, О. Демків, Є. Гугнін, А. Бова, Л.В. Березовец, Ю.І. Золотарьова, Н.А. Бусова, Ю.М. Саратова, А.І. Кузьмін, К.О. Ковязина, О.Б. Кіреєва та ін.

Сам термін соціального капіталу має економічне походження, оскільки саме поняття капіталу спочатку виникло й розроблялося в економічній науці. Незважаючи на більш тривалу історію теорії капіталу в економіці в порівнянні із соціологією, надзвичайно широке застосування даного терміну, як в економічній теорії, так і в підприємницькій практиці, поняття капіталу є досить неоднозначним.

До XIX сторіччя в Європі термін «капітал» в основному вживався фізіократами для позначення грошової суми, наданої в борг, яка приносить відсотки [3]. Однак, з розвитком товарно-грошової економіки, фінансових інститутів з'явилися найрізноманітніші трактування цього поняття. Під капіталом розуміли: тільки гроші (школа меркантилістів); гроші або матеріальні ресурси, що надаються в чуже користування з метою одержання прибутку (теорія особистого або позичкового капіталу); ресурс тривалого користування, який був створений з метою виробництва більшої кількості товарів і послуг (машини, будинки, сировина) тощо. Розвиток теорії

капіталу призвів до того, що в сучасній економічній науці капітал розглядається як абстрактна продуктивна сила, як джерело прибутку. Все це означає зростаючий релятивізм даного поняття, розширення його обсягу, оскільки, все, що приносить його власникові регулярний прибуток протягом тривалого часу (матеріальні ресурси, статус, знання, уміння, фізична сила тощо) можна розглядати в якості капіталу. Таким чином, крім суто економічного капіталу, з'являється людський, культурний, символічний види капіталів, і, нарешті, соціальний.

Незважаючи на таке різноманіття, існують істотні, на наш погляд, характеристики будь-якого виду капіталу, які виділив ще Карл Маркс [4]. Він указував на дві специфічні особливості даного поняття. По-перше, капітал - це вартість, яка приносить додаткову вартість. По-друге, капітал - це відношення, у цьому випадку економічне, причому, відношення експлуатації, яке приносить прибуток. Інакше кажучи, капіталом стають ті ресурси, які використовуються, втягуються в колообіг соціального, економічного, культурного життя для збільшення тих самих, або інших ресурсів. У зв'язку із цим, капітал має певну характеристику, властивість – це збільшення (якщо вживати економічну термінологію) його вартості в процесі використання. Таким чином, звичайне використання ресурсів, яке спрямоване на підтримку функціонування особистості, соціальної групи або більш широкої соціальної спільності, а не на збільшення розмірів уже наявних або залучення додаткових ресурсів не може вважатися капіталом.

Таким чином, поняття капітал здобуває процесуальний, а не сутнісний відтінок свого значення. Капіталом скоріше може вважатися певний процес використання ресурсів, але не самі специфічні ресурси. Це твердження легко проілюструвати на прикладі економічного капіталу. Поліщук О.О. вказує, що на сучасному етапі капітал прийнято аналізувати як потік (процес його формування) і як запас ресурсів (його кількісна характеристика), продуктивне використання яких приносить віддачу. [5, С.10]. В.В. Радаєв під капіталом розуміє «господарський ресурс, що накопичується, та який включено до процесів відтворення й зростання вартості шляхом взаємної конвертації своїх різноманітних форм» [6, С.8]. Таким чином, капітал має наступні ознаки: 1) обмежені ресурси, 2) що відтворюються в процесі безперервного кругообігу, 3) й приносять нову, додаткову вартість (прибуток у всіх сенсах цього слова) у результаті їх використання.

Соціальний капітал у порівнянні з економічним або людським має певні особливості. По-перше, соціальний капітал має більш яскраво виражений процесуальний характер, оскільки його сутність пов'язується не з фізичними об'єктами

або властивостями індивідів, а з існуванням певних мереж, зв'язків, норм у певній соціальній спільності. Специфіка даних зв'язків полягає в довірі, яку мають один до одного учасники соціальних відносин. Таким чином, соціальний капітал не належить одній людині. Так, П. Бурдьє дає наступне визначення соціального капіталу: «Соціальний капітал являє собою сукупність реальних або потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства й визнання - іншими словами, зі членством у групі. ... Ці відносини можуть існувати тільки в практичному стані, у формі матеріального й/або символічного обміну, який сприяє їхній підтримці» [7, С. 66]. Втім, дана якість характерна тією чи іншою мірою для всіх видів капіталу, включаючи економічний. Адже цінність тих або інших матеріальних ресурсів теж багато в чому залежить від оцінки не тільки їх власника, але й інших учасників ринку.

По-друге, не існує методик, які дозволяли б виміряти соціальний капітал у кількісній формі. Наявні методики виміру соціального капіталу дозволяють судити про відносний розмір соціального капіталу, в основному, спираючись на порівняльний аналіз його рівня в різних соціальних групах і спільнотах. Це обумовлене тим, що метою використання соціального капіталу є не тільки прибуток у чистій грошовій формі, а будь-які ресурси, які можуть бути оцінені й акумульовані, наприклад, більш ефективне досягнення цілей, групова стабільність і згуртованість, щастя окремої людини або взаєморозуміння й дружба між індивідами.

Таким чином, соціальний капітал — це здатність і можливість акторів розпоряджатися обмеженими ресурсами завдяки включеності в соціальну мережу або соціальну структуру певного характеру для одержання додаткових ресурсів або полегшення досягнення певних цілей.

У літературі досить широко аналізуються два рівні соціального капіталу - мікрота макрорівень. Якщо в першому випадку виходять із визначення соціального капіталу як якісної характеристики індивідуального соціального актора, то в другому, соціальний капітал трактується як характеристика певної спільності (найчастіше він аналізується на рівні всього суспільства) [8]. О. Демків указує, що, на думку Н. Лін (одного із провідних дослідників капіталу), розмежування цих підходів проходить при відповіді на запитання, хто дістає прибуток – група або індивід. Розмежування також відбувається й на рівні механізму функціонування соціального капіталу. Так, якщо на мікрорівні досягнення певних цілей проходить на основі кількості і якості персоніфікованих зв'язків, то на макрорівні - за рахунок універсальних для всього суспільства цінностей і норм. Хоча й у першому, і в другому випадку основою для

виникнення соціального капіталу є соціальні зв'язки й мережі (персоніфіковані й деперсоніфіковані).

Під час аналізу соціального капіталу організації виникає питання щодо джерел його формування. Деякі дослідники стверджують, що соціального капіталу організацій не існує, оскільки він є капіталом, заснованим на соціальних відносинах індивідів [9]. По суті, відповідно даної точки зору, соціальний капітал організації являє собою сукупність соціальних капіталів її співробітників. Але будь-яка організація являє собою певного роду соціальну структуру зі своїми нормами й правилами поведінки, яка формує певну культуру та нормативну систему, що є незалежними від індивіда. Необхідно відзначити, що зайва персоніфікація організації, домінування окремих членів у даній структурі може вважатися недоліком, а не перевагою, оскільки залежність організації від зв'язків і дій однієї людини може привести до кризи й краху цієї організації. Занадто велика ціна помилки, імовірність якої при одноосібному рішенні завжди залишається досить високою.

Аналізуючи сукупний пул теорій організації, усю їх різноманітність можна згрупувати у два класи: у першому організація розглядається як певна система, структура (модель системи), у другому - як сукупність взаємозалежних індивідів, об'єднаних задекларованою загальною метою (модель мережі субодиниць) [10]. Як у першому, так і в другому випадку згадані теорії не є універсальними, а акцентують увагу на певному аспекті функціонування цього соціального феномену, взаємно доповнюючи один одного. Таким чином, і соціальний капітал організації є досить складним утворенням, який формується на основі двох джерел, соціального капіталу членів організації й соціального капіталу самої організації як певної структури, співтовариства. О. Демків стверджує, що на мезорівні носієм соціального капіталу виступають спільності індивідуальних акторів, які перебувають у межах більших систем, а отже, соціальний капітал мезорівня визначається як ендогенними факторами, які детермінують соціальний капітал індивідуального актора, так і екзогенними, характерними для колективного актора, тобто суспільства в цілому [8]. Для більш повного розуміння розглянемо основні елементи соціального капіталу стосовно до організації: соціальні мережі, цінності, довіру, норми.

Соціальні мережі, згідно з думкою багатьох дослідників, лежать в основі формування соціального капіталу. Сукупність соціальних контактів, дружніх зв'язків, взаємних зобов'язань як усередині організації, так і поза нею надає можливість індивідові використовувати цінні ресурси (інформацію, багатство, владу, авторитет),

що належать акторам, з якими член організації має прями або опосередковані зв'язки. [11].

Однак ресурси, до яких член організації має доступ завдяки своїй приналежності до певних соціальних мереж, можна використовувати подвійним чином. Своїми діями індивід може приносити користь організації, підвищувати її ефективність, а може шкодити, знижуючи її адаптивні можливості. Як стверджують Л. Араухо й Дж. Істон, соціальному капіталу притаманна доцільність [12]. Безліч соціальних зв'язків переростає в соціальний капітал тільки тоді, коли ці зв'язки допомагають досягти певної мети. Соціальна мережа є елементом соціального капіталу, якщо, у цьому випадку, її соціальні зв'язки корисні для організації.

Таким чином, крім можливості використання ресурсів соціальних структур необхідно ще й бажання членів організації діяти в ім'я її блага. Таке бажання виникає на основі цінностей, які розділяються всіма членами організації. Лобанова А.С. і Широкова М.С. стверджують, що інтегруючим структуро-утворювальним чинником, який зумовлює формування й функціонування корпоративного соціального капіталу, є конвенційні цінності (узгоджений моральний код) – договірні зобов'язання членів організації щодо визнання та дотримання чітко визначених ідеалів (норм, стандартів, правил) спільної діяльності [13]. Дж. Нахапет і С. Гошал підкреслюють, що переконання, які проявляються як загальне стратегічне бачення цілей організації й способів їх досягнення, є значимими для формування соціального капіталу. Якщо в організації відсутні загальні цілі, співробітництво втрачає свій зміст [14].

При розгляді кількості і якості соціальних зв'язків членів організації звичайно беруть до уваги зв'язки, що виходять за її межі. Це обумовлене тим фактом, що кожна організація зацікавлена у своєму самозбереженні, яке забезпечується залученням усіх доступних ресурсів. Однак, використання соціальних мереж для одержання додаткових ресурсів усередині організації може привести до певного розбалансування її внутрішньої структури. Будь-яка організація складається з окремих елементів (підрозділів), які в ідеалі повинні працювати спільно. На практиці ж виникають постійні конфлікти й дисбаланс інтересів між окремими підрозділами, якими б сильними не були загальні цінності й переконання. Почасті дані конфлікти можуть гаситися центрами управління організацією, однак їх можливості мають певні межі. З розширенням організації, зі збільшенням різноманітності її елементів і зв'язків між ними, складність її структури перевищує можливості керівництва повністю контролювати організаційні процеси. Таким чином, необхідні норми й правила поведінки, які б сприяли співробітництву усередині організації, вирішували б

конфлікти без нанесення істотної шкоди функціонуванню корпоративного агента. У цьому випадку джерелом соціального капіталу є норми, що сприяють об'єднанню окремих співробітників і підрозділів організації та організують їхні колективні дії в інтересах досягнення загальних для них цілей.

Норми співробітництва можна виразити через певного роду очікування й зобов'язання, що виникають між контрагентами. Якщо індивід поступається своїми інтересами заради загального добра, то вірить в те, що й інші вчинять так само. Якщо він робить послугу для інших, то очікує, що й інші віддячать йому в майбутньому. Таким чином, виникають очікування з боку даного члена організації й зобов'язання з боку інших. При чому ці очікування й зобов'язання відстрочені в часі й часто є деперсоніфікованими. Виникають відповідні зобов'язання з обох сторін, хоча вони можуть і не повністю взаємно компенсуватися.

Така форма соціального капіталу залежить від довіри в соціальному середовищі, у якому діють індивіди. Довіра розглядається і як джерело, і як результат соціального капіталу, а також може слугувати узагальненим показником багатьох норм, поглядів і цінностей, які лежать в основі організаційного співробітництва. Ф. Фукуяма визначає довіру як виникаюче усередині співтовариства очікування постійного, чесного, орієнтованого на спільні цінності поведінки з боку інших членів цього співтовариства [15]. Високий рівень довіри дозволяє знизити "витрати" (часу, грошей, фізичних, розумових і емоційних зусиль), які необхідні для успішних соціальних трансакцій, у результаті яких контрагенти одержують необхідні їм ресурси.

Необхідно також відзначити, що організація як утворення, яке має певні межі, діє не відокремлено, а в певному середовищі, що є зовнішнім стосовно неї. Таким чином, соціальний капітал організації розділяється на два види: зовнішній, який характеризує зв'язки та взаємодію організації з іншими соціальними суб'єктами й внутрішній, що характеризує взаємодію між індивідами усередині організації [16]. Фактично, маючи ідентичні механізми формування (змінюється лише масштаб аналізу системи), розмір даних видів капіталу може суттєво відрізнятися.

Таким чином, соціальний капітал організації є досить складним утворенням, її інтегральною властивістю, яка формується за рахунок взаємодії різних джерел як на мікро- так і макрорівні: включеності окремих членів організації в соціальні мережі; спільних цінностей, які узгоджені із цілями організації; норм і правил поведінки, що сприяють співробітництву; рівня довіри як всередині організації, так і за її межами, що дозволяє одержувати доступ до обмежених ресурсів і полегшує досягнення організаційних цілей.

Спираючись на дане поняття соціального капіталу організації можна запропонувати наступні операціональні параметри його дослідження: рівень і характер довіри між контрагентами в різних системах відносин організації; радіуси довіри й недовіри; наявність та інтенсивність соціальних зв'язків як усередині, так і за межами організації; реальні й потенційні ресурси, які можуть залучати члени організації для досягнення організаційних цілей завдяки включеності в соціальні мережі; лояльність персоналу організації; репутація, імідж організації; установки членів організації, спрямовані на співробітництво або на суперництво; норми, правила й санкції, які впливають на поведінку членів організації й процеси взаємодій як локального, так і загальноорганізаційного характеру; інші параметри, обрані відповідно до суті досліджуваної проблеми, характеру й специфіки конкретної організації.

У висновку, слід також зазначити, що завдяки своєму процесуальному характеру, соціальний капітал постійно перебуває в русі, змінюючись під впливом низки факторів. Звідси, виникає необхідність вивчати його як динамічну складову організації. Це ускладнює завдання дослідника, але дозволяє більш надійно оцінити рівень ефективності використання соціального капіталу в організації, що, в свою чергу, надає можливість розробити конкретні рекомендації для управлінців-практиків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hanifan L.J. The rural school community center [Text] / L.J. Hanifan // Annals of the American Academy of Political and Social Science. - 1916. - № 67. – P.130-138.
2. Loury G. Dynamic theory of racial income differences [Text] / Glenn Lory // Women, Minorities and Employment Discrimination. – L.: “Lexington Books”, 1997. – P. 153 -186.
3. Сысоев С.А. Эволюция категории "капитал" [Текст] / С.А. Сысоев // Наукові праці ДонНТУ. - Серія: Економічна. - Вип. 89-3. - С. 100-103.
4. Маркс К. Капитал: Критика политической науки: В 3 т. Т. 2. / К. Маркс. - М.: Издательство политической литературы, 1984. - 596 с.
5. Полищук Е.А. Социальный капитал и его роль в экономическом развитии [Текст] / Е.А. Полищук // Вестник Санкт-Петербургского Университета. - Сер. 5. - Вып. 1 - 2005 - С. 10-16.
6. В.В. Радаев. Социальный капитал как научная категория [Текст] / В.В. Радаев // Общественные науки и современность. - 2003. - № 2. - С. 6 - 16.
7. Бурдьё П. Формы капитала [Электронный ресурс]/ Пьер Бурдьё; перевод с фран. М.С. Добряковой // Экономическая социология. Электронный журнал. - 2002. - Том 3. - № 5.

С. 60-74. - Режим доступу: http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf#page=60.

– Название с экрана.

8. Демків О. Соціальний капітал: теоретичні засади дослідження та операційональні параметри [Текст] / О. Демків // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2004. - №4. - С. 99-111.

9. Knoke D. Organizing for collective action: the political economies of associations / David Knoke. - N.Y.: Aldine de Gruyter, 1990. - 258 p.

10. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации/ У. Мастенбрук; пер. с англ. В. В. Коробцова — М.: ИНФРА-М, 1996. — 256 с.

11. Lin N. Conceptualizing Social Support [Text] / N. Lin // Social Support, Life Events, and Depression /Ed. by N. Lin, A. Dean, W. Ensel. - Orlando, 1986. - P. 17-30.

12. Araujo L. A Relation Resource Perspective on Social Capital [Text] / L. Araujo, G. Eastern // Corporate Social Capital and Liability / Ed. by R.Thaj. Leenders, S.M. Gabbay. - Boston: Kluwer Academic Publishers, 1999. – P. 68-87.

13. Лобанова А.С. Корпоративний соціальний капітал: теоретична інтерпретація [Текст] / А. С. Лобанова, М. С. Широкова // Соціальні технології : актуальні проблеми теорії та практики. - 2009 - №43. - С. 95-104.

14. Nahapiet J. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage [Text] / J. Nahapiet, S. Ghoshal // Academy of Management Review. - 1998.- Vol. 23. - P. 242-266.

15. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния / Ф. Фукуяма; пер. с англ. под. ред. В. Иноземцева// Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 123–162.

16. Gabbay S. CSC: The Structure of Advantage and Disadvantage [Text] / S. Gabbay, R. Leenders. // Corporate social capital and liability / Ed. by R.Thaj. Leenders, S.M. Gabbay. - Boston: Kluwer Academic Publishers, 1999. – P. 1-14.