

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В течение последних десятилетий HR-сфера претерпела значительные изменения. Данные преобразования привели к тому, что инвестирование в обучение сотрудников и формирование на основе их умений и навыков человеческого капитала компании стало играть столь же существенную роль, как и накопление финансового капитала.

**Человеческий капитал** расценивается как источник экономического роста. Это фундамент для формирования социального капитала, который, в свою очередь, основывается на активном общении, взаимном доверии и взаимопомощи сотрудников. Это инструмент, благодаря которому возможно увеличение субъектами их прибыли. Поскольку эти моменты являются ключевыми в хозяйственной деятельности, способы их достижения всегда будут актуальными. Как отмечают исследователи, немаловажным фактором формирования социального капитала выступает корпоративная культура.

В большинстве случаев, *корпоративная культура* представляется как совокупность ценностей, принципов и обычаев, позволяющих сотрудникам компании двигаться в одном направлении как единому механизму. При этом данная система ценностей организации должна быть тождественна моральным принципам работников. В противном случае это негативно скажется на эффективности их труда. Также корпоративная культура формирует межличностные связи и стили поведения, консолидируя исключительно заинтересованных в общем деле и готовых работать на результат специалистов.

Можно сказать, что корпоративная культура реализует одну из базовых человеческих нужд, которая выражается в потребности принадлежать к какой-либо группе. Формируя общие морально-этические ценности и установки, усиливая связи между сотрудниками, корпоративная культура способствует выработке чувства причастности к общему делу.

Таким образом, корпоративная культура – это инструмент, сплачивающий между собой членов коллектива, на основе которого и выстраивается социальный капитал компании. Как и в любом комплексном понятии, в корпоративной культуре выделены ее составляющие элементы. К ним относятся ценности, ритуалы, герои и символы, они выступают в качестве регулятивных средств в организации. Несмотря на все преимущества формирования корпоративной культуры в компании и на ее перспективность, можно заметить, что не все предприятия используют данный инструмент.

Можно сделать вывод, что для современных организаций корпоративная культура является важным стратегическим инструментом, способствующим формированию социального капитала компании и позволяющий эффективно осуществлять инвестиции в него.