

ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А. С. ПУШКИНА

ВЕСТНИК

Ленинградского государственного университета
имени А. С. Пушкина

Научный журнал

№ 4

Том 6. Экономика

Санкт-Петербург
2012

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

М. А. Мордашница

Анализ роли и структуры институциональных факторов формирования благоприятного инвестиционного климата в странах с переходной экономикой 7

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Н. Э. Андреева

Теоретико-методологический анализ фундаментальных причин возникновения кризисов и их воздействие на мировую финансовую архитектуру 19

А. С. Харлампиева, Д. Н. Харлампиев

Денежно-кредитная политика в аспекте долгосрочного инновационного развития РФ 28

О. А. Золотарева

Проблема идентификации денежной субстанции в экономической науке 39

ЛОГИСТИКА

В. М. Аристов

Формирование моделей системы оценки качества логистических услуг в цепях поставок 48

ЭКОНОМИКА ТРУДА

А. А. Борисова

Востребованность студентов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом» и «Экономика труда», на рынке труда .. 59

МЕНЕДЖМЕНТ

А. Г. Бодункова, И. Л. Чёрная

Социальный капитал как индикатор уровня развития предпринимательской культуры организации 68

Е. Л. Кантор, В. Е. Кантор

Управление производственным потенциалом и фондостдачей 77

И. В. Матузова

Методика оценки инновационного потенциала промышленного предприятия 87

А. Н. Цветкова

Концепция патологичности менеджмента: приложения для организаций 98

УДК 3 16.334.3:316.334.3

А. Г. Бодункова, И. Л. Чёрная

Социальный капитал как индикатор уровня развития предпринимательской культуры организации

В статье предлагается подход к анализу уровня развития предпринимательской культуры организации на основе социального капитала в контексте взаимоотношений её стейкхолдеров на принципах социальной ответственности. Использование социального капитала как индикатора предпринимательской культуры базируется на изучении реципрокности, доверия и процесса создания сетей.

The social capital-based approach to the organization's business culture development in the context the CSR principles of stakeholders' relationships is suggested in this article. The use of social capital as an indicator of business culture is grounded on reciprocity, trust and networking.

Ключевые слова: предпринимательская культура, стейкхолдеры, социальная ответственность, социальный капитал, реципрокность, доверие

Key words: business culture, stakeholders, social responsibility, social capital, reciprocity, trust

В современных условиях предпринимательство объективно воспринимается как необходимый элемент развития рыночной экономики, изучение которого имеет непреходящий интерес для теории и хозяйственной практики. Особую значимость приобретает исследование факторов и благоприятных условий развития бизнеса с позиций интересов стейкхолдеров (заинтересованных сторон), включая уровни развития предпринимательской культуры отдельных организаций и общества в целом. При этом следует учитывать влияние как внутренних, т. е. акционеров, управляющих, работников и т. п., так и внешних стейкхолдеров (потребителей, поставщиков, конкурентов, государства, общества и др.), которые характеризуются различной возможностью вмешательства и степенью контроля.

Такой подход определяет необходимость управления заинтересованными сторонами, которое должно основываться на признании менеджерами базовых ценностей организации и принятия ими соответствующей моральной ответственности, составляющей основу корпоративной социальной ответственности. При этом социальная