Бодункова А.Г.
соискатель кафедры менеджмента Института права и управления, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Anna.Bodunkova@vvsu.ru

без отрыва от альма-матер

социальный капитал вуза: измерения, проблемы и направления инвестирования в новых условиях

Закон РФ от 2 августа 2009 г. №217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» создаёт дополнительные возможности для развития высших учебных заведений, становится реальной проверкой эффективности их деятельности по подготовке специалистов и степени их социальной ответственности или полезности для общества.

Вузам предоставляется право создавать на своей базе малые и средние предприятия, вести хозяйственную деятельность, получать «доходы от распоряжения долями (акциями) в уставных капиталах хозяйственных обществ», а также самостоятельно использовать часть полученной в результате деятельности этих предприятий прибыли «на правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности, выплату вознаграждения их авторам, а также на осуществление уставной деятельности данных высших учебных заведений».

Финансовый и экономический кризис повлёк за собой сокращение сотрудников компаний, в том числе сотрудников и ППС высших и средних учебных заведений, а также серьёзно обострил конкуренцию на рынке труда, значительно уменьшив шансы выпускников вузов найти работу по специальности. Создавая на своей базе малые и средние предприятия, вузы не только получают возможность более эффективно использовать свою материально-техническую базу, но и имеют шанс помочь обществу в решении социальных проблем, связанных с нехваткой рабочих мест и сокращениями, и реализовать накопленный ими социальный капитал, являющийся ресурсом, способным многократ-

но увеличивать результативность работы предприятия в экономике, основанной на знаниях.

Социальный капитал, основой которого выступают связи и взаимоотношения между отдельными сотрудниками в группе или в организации в целом, всё чаще становится центральной «фигурой» при обсуждении способов повышения конкурентоспособности компании, а его эффективное использование выходит для менеджмента компании на первый план.

Жанин Нахапет и Сумантра Гошал, определив социальный капитал как «сумму реальных и потенциальных ресурсов, существующих, доступных и извлекаемых из сети взаимоотношений человека или социальной единицы», подчеркнули его роль как основного источника конкурентного преимущества компании в условиях постиндустриальной, экономики. От способности руководства вуза использовать человеческий капитал – уникальные знания, которыми обладает коллектив, от его умения и желания распространять знания посредством создания малых и средних предприятий с участием сотрудников, ППС, студентов и выпускников зависит успешность работы учебного заведения в новых общественно-экономических условиях, его развитие и эффективное взаимодействие с окружающей средой.

В своих действиях по наиболее полному использованию всех имеющихся ресурсов руководству необходимо определить программу действий в отношении социального капитала вуза с учётом трёх его измерений, выделенных Ж. Нахапет и С. Гошал:

1) *структурное:* сотрудники должны воспринимать себя как часть некой сети;

2) *реляционное:* связи между сотрудниками должны строиться на доверии и взаимных обязательствах;

3) *когнитивное:* членов сети должны объединять общие интересы или единое понимание стоящих перед организацией задач.

К структурным проблемам социального капитала относятся:

- время, расстояние и окружение, затрудняющие взаимодействие сотрудников;
- ограниченность числа личных связей, которые сотрудник может установить и поддерживать;
- физические препятствия для взаимодействия или отсутствие возможности непосредственного общения;
- запреты для сотрудников, связанные с различными сферами деятельности или специальными ограничениями.

К реляционным проблемам социального капитала относятся:

- корпоративная культура, поддерживающая индивидуализм и высокий уровень соперничества;
- рабочие процессы и программы стимулирования, чрезмерно поддерживающие индивидуализм;
- естественная ограниченность числа стабильных взаимоотношений на основе личных контактов (приблизительно 150).

К когнитивным проблемам социального капитала относятся:

- различная интерпретация официальной информации;
- искажение информации при неформальных коммуникациях;
- отсутствие общей рабочей среды для сотрудников;

● невозможность ведения открытой дискуссии.

Большинство из указанных проблем легко преодолевается на предприятиях, созданных на базе вуза, за счёт своеобразного и уникального состава работников этих предприятий. Очевидно, что инициаторами создания новых хозяйствующих единиц будут выступать те преподаватели, сотрудники, студенты и выпускники, которых уже связывают отношения взаимного доверия и уважения, основанные на общности корпоративной культуры и знании многих внутренних бизнес-процессов, на наличии дружеских личных взаимоотношений и отсутствии каких-либо препятствий для общения, а также привычка к четкой организации информационных потоков и к открытому обсуждению проблем.

Согласно исследованиям, при отсутствии спроса на рынке труда на неопытных сотрудников выпускники вузов предпочитают в процессе поиска работы обращаться за помощью или протекцией к близким родственникам или используют помощь друзей и знакомых (около 75% «счастливчиков», нашедших работу, отмечают, что им помогли друзья, родственники или знакомые). Деловые контакты или профессиональную социальную сеть обычно используют в поисках работы только высококвалифицированные специалисты или управленцы.

При создании предприятий на базе вуза действие неформальных социальных связей между преподавателями и студентами/выпускниками объединяет в себе характеристики реактивного посредника (трудоустройство, инициированное просьбой самого студента/выпускника) и проактивного посредника (трудоустройство по предложению агента социальной сети – представителя вуза, не запланированное и не инициированное изначально студентом/выпускником).

Создание действующих предприятий на базе вузов увеличивает возможности для инвестиций в их социальный капитал. По мнению Лоренс Прусак и Дона Коэна, основные инвестиции необходимо осуществлять в *установление связей, укрепление доверия и развитие сотрудничества.*

В основе действий руководства вуза по установлению связей лежит ряд факторов:

● *приверженность идее сохранения персонала:* руководство регулирует текучесть, стараясь обеспечить приток «свежей крови» при удержании «старых» ценных работников, так как прочные взаимосвязи на основе взаимопонимания и доверия возникает лишь в том случае, когда сотрудники хорошо знакомы друг с другом;

● *практика продвижения сотрудников, ориентированная на сотруд-*

Ключевые слова:
социальный капитал;
неформальные социальные связи и взаимоотношения;
доверие, уважение и взаимные обязательства;
структурный, реляционный, когнитивный социальный капитал;
обмен и распространение знаний и опыта;
вера в доброжелательность, вера в компетентность

создание действующих предприятий на базе вузов увеличивает возможности для инвестиций в их социальный капитал

ничество: назначение на руководящие должности сотрудников, имеющих стаж и опыт работы в вузе на нижестоящих должностях; поощрение членства в корпоративных сетях вуза и в профессиональных сообществах, способствующих укреплению доверия и распространению знаний; инвестирование в информационные технологии и в создание виртуальных команд с целью реализации учебно-образовательной и производственной деятельности; создание возможности для личного общения членов коллектив («врастание» в культуру учебного заведения, установление взаимосвязи со всеми коллегами);

- *стимулирование личного общения сотрудников:* наличие в компании «социального пространства» (зоны отдыха, спортивные залы, библиотека и т.п.), показывающее признание руководством неформального общения и веру в его ценность;
- *создание социальных сетей.*

Действия руководства вуза по укреплению доверия предполагают следующее:

- *создание атмосферы доверия в рабочих группах и организации в целом* через разъяснительную работу и демонстрацию доверия своими действиями (личными и от имени вуза);
- *обеспечение отсутствия грубого вмешательства в личную жизнь сотрудников;*
- *обеспечение прозрачности действий руководства и уверенности сотрудников в их справедливости;*
- *четкая формулировка реальных правил и жесткое их соблюдение.*

Стратегия руководства вуза в области развития сотрудничества направлена на:

- *определение и формулирование общей цели вуза;*
- *вознаграждение сотрудников за успешную совместную работу и отражение важности участия сотрудника в совместной работе в величине его вознаграждения* (бóльшая зависимость премий от участия сотрудника в работе группы и от достижений фирмы, меньшая – от индивидуальных показателей и т.п.);
- *введение в вузе определенных «правил сотрудничества»:* первоначальный поиск кандидата на открывшуюся вакансию в коллективе; посещение внешних конференций/семинаров с последующим обменом полученными знаниями с коллегами и т.п.;
- *сотрудничество при приёме на работу, то есть. тщательный подбор кандидатов на основе их соответствия корпоративной культуре.*

Поскольку создание малого или среднего предприятия обычно основано на доверии к знаниям и профессионализму подбираемых сотрудников, интерес представляют результаты исследований Дэниела З. Левина, Роба Кросса, Лайзы К. Абрамс и Эрика

Л. Лессера. Изучив эффективность обмена и распространения знаний и опыта на основе доверия, возникшего в процессе взаимодействия между сотрудниками компании, они выделили два вида доверия:

1. *Вера в доброжелательность:* сотрудники верят, что человек, которому доверяют и с которым делятся своими знаниями, не причинит никому никакого вреда преднамеренно.

2. *Вера в компетентность:* сотрудники верят в то, что человек, которому доверяют – носитель знаний – является специалистом, хорошо знающим свой предмет.

Учитывая то, что большая часть человеческого капитала – наиболее ценных знаний в любой организации, и в вузе в частности, – это знания неформализованные, эмпирические, наиболее важной формой доверия для их передачи или обмена выступает именно *вера в компетентность* их носителя (преподавателя, сотрудника, студента/выпускника). Передача же явных, формализованных знаний основана, прежде всего, основана на *вере в доброжелательность* носителя знаний.

Таким образом, в области укрепления *доверия* задача руководства состоит в создании в вузе атмосферы доверия (носитель знаний доброжелателен и компетентен) и в воспитании или привлечении сотрудников, являющихся экспертами в своём деле, стремящихся делиться знаниями и опытом с коллегами.

Согласно результатам исследования факторов, влияющих на возникновение *веры в компетентность*, которое провели Дэниел З. Левин, Роб Кросс, Лайза К. Абрамс и Эрик Л. Лессер, руководители, заботящиеся о создании атмосферы доверия в организации, должны уделять особое внимание *социальному капиталу* и *поведению сотрудников*, а *демографическое* и *организационное сходство* сотрудников играет второстепенную роль.

Закон РФ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ …» создаёт самые благоприятные возможности для естественного развития вузов, поощряет преподавателей, сотрудников, студен-

руководители, заботящиеся о создании атмосферы доверия в организации, должны уделять особое внимание социальному капиталу и поведению сотрудников, а демографическое и организационное сходство сотрудников играет второстепенную роль

тов и выпускников к эффективному использованию накопленного ими коллективного социального капитала, а также требует от руководителей принятия мер, которые создают возможность для проявления инициативы, творчества и сотрудничества коллектива на более высоком профессиональном уровне, способствует созданию профессиональных сообществ, малых и средних предприятий совершенно нового типа.

Согласно Ф. Фукуяме, «неформальные нормы весьма уменьшают то, что экономисты называют стоимостью сделки, – стоимость контроля, заключения контрактов, судебных тяжб, принудительного осуществления формальных соглашений. При определённых условиях социальный капитал может обеспечить также и более высокую степень инноваций и групповой адаптации. Он даёт преимущества, которые распространяются далеко за пределы экономической сферы».

Литература

1. Закон РФ от 2 августа 2009 г. №217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности». (Электронный ресурс). – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.rg.ru/2009/08/04/int-dok.html

2. Лессер Э. Л., Котрел Дж. Верные друзья: виртуальность и социальный капитал./ Лессер Эрик Л., Котрел Дж. // Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value/ Составители: Эрик Лессер, Лоренс Прусак; Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

3. Синицына Т.В. Новый средний класс: особенности сетевого трудоустройства. Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 15. Июнь 2008 г. (Электронный ресурс). – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.e-journal.spa.msu.ru/15_2008Sinitsyna.html

4. Прусак Л., Коэн Д. Как инвестировать в социальный капитал./ Прусак Л., Коэн Д. // Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value/ Составители: Эрик Лессер, Лоренс Прусак; Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

5. Левин Д.З., Кросс Р., Абрамс Л.К., Лессер Э.Л. Доверие и распространение знаний: критически важное сочетание./ Левин Д.З., Кросс Р., Абрамс Л.К., Лессер Э.Л.// Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value / Составители: Эрик Лессер, Лоренс Прусак; Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

6. Фукуяма Ф.Великий разрыв / Фрэнсис Фукуяма; пер.с англ. под общ. ред. А.В. Александровой. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008.

КЭ