

Социальный капитал как конкурентное преимущество современного вуза: тезисы доклада

Н. Д. Гуськова, О. Б. Чаплюкова

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
имени Н. П. Огарёва, г. Саранск, Россия*

chaplyuckowa.olia@yandex.ru

Social Capital as Competitive Advantage of Modern University

N. D. Guskova, O. B. Chaplyukova

Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia

chaplyuckowa.olia@yandex.ru

The authors did present the principal interpretation of the definition of “social capital”. Key elements of this category were considered from the point of view of social and spiritual approaches. Social capital of National Research Mordovia State University was analyzed. Possible areas for improvement and development were identified.

Keywords: social capital; regulations and beliefs; communication; portfolio of organizational values.

chaplyuckowa.olia@yandex.ru

Важнейшим фактором, способствующим развитию модернизационных процессов, протекающих в вузах, является социальный капитал. Объединяя в себе различные модели взаимоотношений между преподавателями и студентами на уровне доверия, их готовность и способность приращивать и распространять знания, социальный капитал становится главным источником конкурентных преимуществ вуза в новых социально-экономических условиях.

Сегодня зарубежная и отечественная литература предлагает довольно много трактовок понятия «социальный капитал». Однако, на наш взгляд, все многообразие дефиниций можно систематизировать (см. таблицу) в плане двух подходов: духовного и социального.

Именно эти подходы станут основой для изучения социального капитала в Национальном исследовательском Мордовском государственном университете им. Н. П. Огарёва.

Дефиниция категории «социальный капитал»

Автор	Содержание
<i>Духовный подход</i>	
Дж. Коулман	Потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, который целенаправленно сформирован в виде обязательств и ожиданий, информационных каналов и социальных норм
Ф. Фукуяма	Свод неформальных правил и норм, разделяемых членами группы и позволяющих им взаимодействовать друг с другом [1]
Р. Патнем	Особенности социальной организации (принципы, нормы, структуры), которые способны упрочить эффективность осуществляемых обществом координированных действий
<i>Социальный подход</i>	
Г. А. Цветкова	Ресурсы социальных отношений и сетей отношений, облегчающих действия индивидуумов за счет формирования взаимного доверия, определения взаимных обязанностей и ожиданий, формулирования и внедрения социальных норм, создания ассоциаций
Дж. Тернер	Силы, которые увеличивают потенциал экономического развития общества путем создания и поддержания социальных связей и моделей социальных организаций
П. Бурдьё	Совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализованных отношений взаимного знакомства и признания [2]
А. Портес	Способность индивидов распоряжаться ограниченными ресурсами на основании своего членства в определенной социальной сети или более широкой социальной структуре

Для идентификации элементов духовной составляющей социального капитала, в частности общих норм и убеждений, а также уровня доверия, нами были апробированы метод Г. Ховстеде и метод построения профиля организационной культуры, предложенный К. Камероном и Р. Куинном (метод OCAI, Organizational Culture Assessment Instrument) [3]. Для анализа социальной компоненты использованы методика Л. Л. Константина [4] и ассоциативный подход М. Г. Масловой [5].

При исследовании духовного базиса педагогической системы (см. рисунок) в МГУ им. Н. П. Огарёва выяснилось,

что большинство организационных ценностей отвечают актуальным требованиям и способствуют поступательному организационному развитию. Однако один из элементов «портфеля организационных ценностей» требует изменения. Учитывая предпочтение профессорско-преподавательского состава и студенчества работать в атмосфере стабильности, создаются условия для формирования ограничивающих факторов их личностно-профессионального развития. Поэтому переориентация данной организационной ценности позволит вузу усилить позиции и получить дополнительные конкурентные преимущества.

Также следует особое внимание обратить на результативность и целеустремленность, поскольку данные ценности имеют обратные стороны и могут

создавать негативные эффекты, в частности атмосферу нездоровой конкуренции, разрушающую благоприятный морально-психологический климат в коллективе.



Портфель организационных ценностей:
составлен авторами на основе результатов исследования организационной культуры МГУ им. Н. П. Огарёва по методикам Г. Ховстеде, К. Камерона и Р. Куинна

Относительно социальной компоненты отметим следующее. Исследование показало, что в Мордовском государственном университете преобладают диаметрально противоположные коммуникации — открытый и закрытый тип коммуникаций. Уровень силы социальных связей зависит от социальной группы, в которой находится индивид. Результаты, полученные при использовании подхода М. Г. Масиловой, показали, что большая часть респондентов воспринимает университет как здоровое и комфортное место для работы и учебы (ассоциация «сосновый бор»). Для характеристики своего коллектива применяется ассоциация «пчелиный улей» — дружная, сплоченная рабочая группа с четким распределением ролей и обязанностей. Однако при оценке проявления своей роли некоторые респонденты выбирали ассоциации «хрупкий ландыш» (беззащитность, ранимость и неуверенность) и «прекрасная роза с шипами» (восприятие себя специалистом, которого не ценит руководство, и который вынужден защищаться), что является прямым следствием закрытого типа коммуникаций.

Таким образом, анализ структурных компонентов социального капитала МГУ им. Н. П. Огарёва идентифицировал организационные возможности для развития и совершенствования. Грамотное управление организационными ценностями, с созданием коммуникационной системы единого типа, позволит университету не только укрепить, но и преумножить имеющиеся позиции, повысить лояльность внутренних и внешних стейкхолдеров и тем самым обеспечить устойчивость в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. М.: АСТ: Ермак, 2004. 730 с.
2. Социальный капитал личности: монография / Л. Г. Почебут, А. Л. Свенцицкий, Л. В. Марарица, Т. В. Казанцева. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 250 с.
3. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры: пер. с англ. / Под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
4. Липатов С. А. Опросник «Шкалы организационных парадигм» Л. Л. Константина // Журнал практического психолога, 2005. № 2. С. 186—198.
5. Масилова М. Г. Организационная культура вуза: нетрадиционные подходы к ее восприятию и изучению // Территория новых

возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2015. № 1 (28). С. 52—57.

Гуськова Надежда Дмитриевна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н. П. Огарёва (Россия, 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, 68), *econauka@yandex.ru*

Чаплюкова Ольга Борисовна — магистрант Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н. П. Огарёва (Россия, 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, 68), *chapluyukowa.olia@yandex.ru*

References

1. Fukuyama F. *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* (Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity), per. s angl., M., АСТ, Ermak, 2004, 730 p.
2. *Sotsial'nyi kapital lichnosti* (Social Capital of a Personality), monografiya, by L. G. Pochebut,

A. L. Svetsitskii, L. V. Mararitsa, T. V. Kazantseva, M., NITs INFRA-M, 2014, 250 p.

3. Kameron K. *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoi kul'tury* (Corporate Culture Diagnosis and Change), per. s angl., Pod red. I. V. Andreevoi, SPb, Piter, 2001, 320 p.

4. Lipatov S. A. Oprosnik "Shkaly organizatsionnykh paradigm" L. L. Konstantina (L. L. Konstantin's Questionnaire "Organizational Paradigms' Scales"), *Zhurnal prakticheskogo psikhologa*, 2005, No. 2, pp. 186—198.

5. Masilova M. G. *Organizatsionnaya kul'tura vuza: netraditsionnye podkhody k ee vospriyatiyu i izucheniyu* (The Organizational Culture of the University: Innovative Approaches to the Perceive and Study), *Territoriya novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa*, 2015, No. 1 (28), pp. 52—57.

Guskova Nadezhda D., Doctor of Economic Sciences, professor, head of Sub-Department of Management, National Research Mordovia State University (Bolshevistskaya Str., 68, Saransk, 430005, Russia), *econauka@yandex.ru*

Chaplyukova Olga B., master's student, National Research Mordovia State University (Bolshevistskaya Str., 68, Saransk, 430005, Russia), *chapluyukowa.olia@yandex.ru*