РОЛЬ ИНТЕГРАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ИНСТИТУТОВ В УСКОРЕНИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Игумнов О.А.,

кандидат педагогических наук, доцент;
доцент кафедры экономической теории и менеджмента,
Институт социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия,
oa.igumnov@mpgu.su

Платонова Е.Д.,

доктор экономических наук, профессор;
зав. кафедрой экономической теории и менеджмента,
Институт социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия,
ed.platonova@mpgu.su

Мусарский М.М.,

доктор экономических наук;
профессор кафедры экономической теории и менеджмента,
директор Института социально-гуманитарного образования,
Московский педагогический
государственный университет;
г. Москва, Россия,
mm.musarskij@mpgu.su

Социальный капитал: свойства, функции, эффекты в экономике знаний

Аннотация: современная теория социального капитала является надежной методологической основой исследования управленческих процессов на разных уровнях управления. Объектом исследования выступает социальный капитал ор-

ганизации. Авторы рассмотрели социальный капитал с позиции его всеобъемлющего и универсального характера, выделили общие функции социального капитала, связанные с повышением доступности ресурсов и информации, способности к кооперации и поддержанием групповой солидарности. Позитивная роль социального капитала достигается за счет снижения транзакционных издержек, связанных с действием формальных механизмов и неформальных процедур, повышения взаимного доверия и мотивации участников к совместной работе и кооперации. Особенно велико значение роли социального капитала в системе менеджмента знания в инновационно активных фирмах. С организационной точки зрения это означает, что успешное развитие в фирме ценного неявного знания требует создания условий, способствующих регулярному межличностному взаимодействию между его обладателями и новичками. В статье выделены эффекты с позиции выгод, которые может получить организация от сформированного социального капитала, а также как источника динамических способностей фирмы. К эффектам авторы относят быструю реакцию организации на изменения рыночной среды и формирование уникальных качеств, выделяющих данную организацию на рынке. Необходимо продолжение исследования социального капитала организации как фактора формирования межличностных связей, повышающих устойчивость организации как социальной структуры.

Ключевые слова: социальный капитал; экономика знаний; свойства; функции; эффекты; конкурентоспособность; управление знаниями; неявное знание.

Oleg Igumnov,

Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor;
Associate Professor of the Department
of Economic Theory & Management,
Institute of Social and Humanitarian education,
Moscow Pedagogical State University;
Moscow, Russia,
oa.igumnov@mpgu.su

Elena Platonova,

Doctor of Economics, Professor;
Head of the Department
of Economic Theory & Management,
Institute of Social and Humanitarian education,
Moscow Pedagogical State University;
Moscow, Russia,
ed.platonova@mpgu.su

Mark Musarskiy,
Doctor of Economics, Professor of the Department
of Economic Theory & Management,
Director of the Institute of Social and Humanitarian education,
Moscow Pedagogical State University;
Moscow, Russia,
mm.musarskij@mpgu.su

Social capital: properties, functions, effects in the knowledge economy

Abstract: the modern theory of social capital is a reliable methodological basic research of management processes at different levels of management. The object of the study is the social capital of the organization. The authors have reviewed social capital from the perspective of its comprehensive and universal nature. The article identifies the general functions of social capital related to improving the availability of resources and information, the ability to cooperate and the maintenance of group solidarity. The positive role of social capital is achieved by reducing transaction costs associated with the operation of formal mechanisms and informal procedures, increasing mutual trust and motivation of participants to work together. The role of social capital in the knowledge management system in innovative firms is particularly important. From an organizational point of view, this means that the successful development of valuable implicit knowledge in the firm requires the creation of conditions that promote regular interpersonal interaction between its owners and newcomers. The article highlights the effects from the standpoint of the benefits that an organization can receive from the formed social capital, as well as a source of the dynamic capabilities of the firm. The effects include the rapid reaction of the organization to changes in the market environment and the formation of unique qualities that distinguish this organization in the market. It is necessary to continue the study of the social capital of the organization as a factor of setting up the interpersonal relationships that increase the stability of the organization and a social structure.

Keywords: social capital; knowledge economy; properties; functions; effects; competitiveness; knowledge management; implicit knowledge.

Современная теория социального капитала является надежной методологической основой исследования управленческих процессов на разных уровнях управления. Социальный капитал рассматривается российскими и учеными многих направлений гуманитарного знания [2;

8; 10]. Это объясняется объемностью самого понятия, его «проникновение» во все сферы нашего общества, а также возросшей значимостью в условиях современной экономики. Особо актуально рассмотрение вопросов о свойствах, функциях и эффектах данного феномена в новой экономике – экономике знаний.

Одним из значимых свойств социального капитала выступает его всеобъемлющий характер. Это напрямую вытекает из всеобъемлющего характера и многообразия самих социальных отношений в современном обществе, что предопределяет, в том числе, многообразие организационных возможностей и конкурентных преимуществ, обусловленных социальным измерением всех процессов в организациях.

Не претендуя на описание всех сторон всеобъемлющего характера социального капитала, остановимся на его трактовке как организационных возможностей, определяемых наличием и характером социальных связей между работниками и не связанных непосредственно с функционально обусловленной деятельностью [2, с. 97]. Такой подход прямо указывает на роль социальных связей как источника конкурентных преимуществ нематериального свойства, формируемых на уровне организации.

Следующее свойство социального капитала – его универсальность, отражающая всеобщность социальных отношений как таковых. Практически любая относительно устойчивая конфигурация социальных отношений может быть охарактеризована с точки зрения наличия социального капитала и такого его свойства, как возможность накопления. Свойство универсальности объясняет тот факт, что исследования социального капитала затрагивают большое число разнообразных социальных контекстов: от жизни локальных сообществ до исторической динамики целых государств [1]. Однако для исследовательских направлений, связанных с изучением управленческих процессов, основным типом социальных систем, представляющих интерес с точки зрения формирования и обращения социального капитала, являются организации.

Авторы разделяют позицию, согласно которой организация относится к мезоуровню как связывающему уровню между индивидуальным (наноуровень) и макросоциальным. В рассматриваемом нами организационно-управленческом аспекте актуальны для исследования, во-первых, индивидуальные стратегии членов организации, связанные с накоплением и использованием социального капитала; во-вторых, условия и последствия формирования социального капитала всей организации, как

факторы повышения ее эффективности и усиления конкурентных позиций. Анализ современных исследований позволяет выделить конкретные области, в которых социальный капитал считается особо важным фактором организационной эффективности и конкурентоспособности, воздействующим на механизмы организационного функционирования.

К числу таких важных функциональных управленческих областей относятся управление знаниями и инновационная деятельность. Знания и умения отдельных работников являются необходимым ресурсом современного предприятия, составляя человеческий капитал организаций. Но если бы человеческий капитал (в части имеющихся и накопленных знаний и компетенций отдельных работников) был бы достаточным условием для формирования и накопления организационных знаний, то простой наем рабочей силы позволял бы достаточно просто решать эти проблемы. Тем не менее, хорошо известно, что способ взаимодействия между индивидами (наноуровень) не менее значим для формирования организационных знаний и умений, чем сам факт наличия компетентного высокопрофессионального персонала.

Одной из первых выявленных специалистами функций социального капитала в системе организационных знаний стала его функция посредника в передаче «неявных» знаний, как профессиональных, так и организационных, критически важных для современной компании [4]. Ключевая особенность этого типа знаний и умений с точки зрения возможностей передачи – необходимость непосредственного межличностного взаимодействия.

С организационной точки зрения это означает, что успешное поддержание и развитие в фирме ценного «неявного» знания требует создания благоприятных условий, способствующих регулярному межличностному взаимодействию между его обладателями и новичками. Наем работников «со стороны» не позволяет приобретать то неявное знание, которое непосредственно связано с организационными и технологическими особенностями конкретной фирмы. Компании, обладающие устойчивыми социальными связями, которые обеспечивают накопление и распространение неявных знаний, обладают социальным капиталом, повышающим их конкурентные возможности и преимущества. Как показывают исследования, социальный капитал является необходимым условием успешной передачи и использования «неявного» знания как в промышленных предприятиях, так и в сфере услуг.

Функции социального капитала в развитии организационных знаний и коммуникаций не ограничиваются передачей накопленного организацией неявного знания. Упрощение процессов циркуляции информации – одна из наиболее универсальных, признанных и видимых функций социального капитала. Прочные социальные связи ускоряют обмен значимой информацией и снижают организационные издержки на ее распространение. Специалисты в области сетевого анализа указывают на важность «структурных дыр», являющихся следствием относительной неразвитости социальных связей в отдельных частях социальной структуры организации [5]. Эти «дыры» препятствуют результативному обращению информации и способствуют процессам конкуренции, а не кооперации.

Развитие социального капитала, напротив, способствует эффективному управлению организационными знаниями на различных этапах жизненного цикла организации. Исследования подтверждают, что социальный капитал способствует приобретению и поиску необходимых для организационного развития знаний, созданию нового знания, кодификации и распространению в различных направлениях и формах, его использованию в бизнес-процессах, а также коммерциализации [13].

Особенно велико значение роли социального капитала в системе менеджмента знания для инновационно активных фирм [3]. В целом позитивная роль социального капитала достигается за счет снижения транзакционных издержек, связанных с действием формальных механизмов и неформальных процедур, повышения взаимного доверия и мотивации участников к совместной работе и кооперации.

Организационные знания и инновационный потенциал фирмы зависят не только от внутренних, но и от внешних социальных связей. Устойчивые социальные сети, связывающие персонал компаний с представителями компаний-партнеров и конкурентов, академического сообщества повышают доступность внешних знаний и формируют стратегические альянсы и другие формы межорганизационной кооперации, особенно важной в сложных высокотехнологических отраслях.

При реализации аутсорсинговых проектов наглядно выявляется роль социального капитала, который скрепляет всю сложную конструкцию «заказчик-провайдер» аутсорсинговых услуг. Благодаря функциям социального капитала в полной мере формируются и реализуются конкурентные преимущества аутсорсинговой бизнес-модели по сравнению с инсорсинговой, делая достижимыми задачи, решаемые при переходе организаций на аутсорсинг. Эффект инкубаторов, технопарков и других

форм агломерации инновационных фирм показывает, что нетворкинг среди специалистов различных фирм содействует общим интересам, стимулируя обмен ценными знаниями и мотивацию участников.

Участие во внешних обменах знаниями соответствует логике парадигмы «открытых инноваций», согласно которой выгоды от открытости и взаимодействия с внешней средой в ходе разработки инновационных продуктов превышают потенциальные риски утраты контроля над интеллектуальной собственностью и коммерческой тайной компании [12; 13]. И хотя взаимодействие в рамках «открытых инноваций» может быть вполне формализованным и институционализированным, социальный капитал способствует уверенности участников в учете и уважении взаимных интересов, а также ориентации на коллективное благо. Представляет интерес то обстоятельство, что реализация принципов открытых инноваций сама по себе является инструментом развития внешнего социального капитала и, как следствие, роста организационной эффективности [25].

Характеризуя функции социального капитала в системе управления знаниями, организационными коммуникациями и инновациями с точки зрения содержательных типов социальных связей, необходимо указать на рыночные связи как доминирующие и основанные на горизонтальных и симметричных отношениях. Природа научной и инновационной деятельности такова, что меритократия, открытость знаний и критичность – функционально необходимое ядро профессионального этоса [1]. Неслучайно именно в социологии науки впервые была обозначена исключительная роль неформальных социальных связей ученых в производстве нового знания.

Помимо направления и содержания социальных связей, являющихся основой формирования социального капитала, с организационно-управленческой точки зрения важны и конкретные функциональные области, в которых проявляются его эффекты. С точки зрения управления, социальный капитал организации является возможным объектом воздействия, влияющим на эффективность и конкурентоспособность. Учитывая многообразие социальных отношений и бизнес-процессов, при анализе эффектов социального капитала организации необходимо учитывать конкретную функциональную область: производство, маркетинг, инновации, HR-менеджмент, взаимодействие со стейкхолдерами и т. п.

Многие исследователи предпочитают характеризовать социальный капитал организации в целом, без дифференцированного подхода к опре-

деленным функциональным областям [11]. Это правомерно только с учетом определенных исследовательских целей. Вместе с тем анализ конкретных проявлений социального капитала организации требует дифференциации, поскольку очевидно, что использование социальных связей для лоббизма интересов фирмы и неформальный трансфер знаний в ходе инновационного процесса задействуют разные социальные и организационные процессы.

Применение положений общей теоретической логики при анализе социального капитала организации позволяет установить основные возможные типы эффектов или последствий, способствующих достижению управленческих целей, сформулированных менеджментом. Общие функции социального капитала связаны с повышением доступности ресурсов и информации, способности к кооперации и поддержанием групповой солидарности. В организационно-управленческом контексте эти эффекты называются среди основных, хотя и имеют свою специфику.

Так, в исследованиях ученых из университета Южной Калифорнии П. Адлера и С. Квона указаны три основных типа выгод, которые может получить организация от социального капитала [5, р. 29–30]: 1) расширение доступа к информации, внешним знаниям, особенно неформализованным, неявным; 2) социальный капитал способствует росту влияния и власти, а, следовательно, и способности к действию. Это касается как индивидуальных, так и групповых акторов; 3) социальный капитал обеспечивает развитие солидарности в организации, что в организационном контексте выражается в укреплении корпоративной лояльности, готовности следовать внутренним правилам и нормам, снижая потребность во внешнем контроле.

Другие авторы предлагают рассматривать организационные эффекты социального капитала с точки зрения межорганизационных связей, проявляющихся в снижении рисков и безопасности сделок, поддержке клиентов, совместной работе над инновационными проектами и др. [9]. В работах У. Бейкера и Дж. Даттона используется понятие «позитивный социальный капитал», основанный на качественных связях и взаимности, связывается со способностью фирмы создавать ценные для организации нематериальные активы, такие как доверие, энергия, эмоциональная поддержка, удовольствие [6].

В специализированной литературе организационный социальный капитал правомерно рассматривается в качестве источника динамиче-

ских способностей фирмы. К эффектам следует отнести быструю реакцию на изменения рыночной среды и формирование уникальных качеств, выделяющих данную организацию на рынке [11].

При анализе эффектов социального капитала необходимо принимать во внимание различие между его индивидуальной и корпоративной формами. Сама природа социальных связей, как связей между индивидами предполагает, что проистекающие из них выгоды для одного индивида могут создавать ущерб или неблагоприятные условия для других индивидов. Возникающее напряжение между индивидуальным и организационным социальным капиталом естественно и, по мнению, П. Адлера и С. Квона, неизбежно при анализе сложных организаций [5].

Большинство рисков, связанных с социальным капиталом, выступает следствием противоречия между индивидуальной и организационной ценностью определенных социальных связей [1]. Например, эксклюзивное увеличение индивидуального доступа к ресурсам благодаря социальным связям с точки зрения организации приводит не к увеличению социального капитала организации, а к простому перераспределению ресурсов, создавая дополнительные риски, связанные с нарушением корпоративных практик, норм и политик, демотивацией персонала и т. д.

Аналогично расширение доступности информации и знаний для работников создает риски утечки значимых для организации знаний, а коллективные формы работы могут снижать индивидуальную ответственность работника. Развитие социального капитала организации предполагает разрешение дилеммы индивидуальных и коллективных целей и управленческих инструментов, нивелирующих риски негативных последствий «разрастания» социального капитала.

Из анализа следует закономерный вывод о том, что само структурированное организационное пространство предопределяет множественность конфигураций социального капитала организации. Однако очевидно, что для разных функциональных областей социальный капитал имеет неодинаковое значение, а на его формирование может влиять большое число факторов, таких как размер и тип организации, отраслевая принадлежность, положение на рынке, национальная и корпоративная культура и т. д. Очевидно также, что конкретные управленческие цели делают определенные виды социального капитала более ценными для организации, чем другие.

Благодаря специфике научной и инновационной деятельности, социальные связи в организации формируются на основе общих профессиональных интересов и равноправия, что затрудняет формирование отношений иерархии и аффилиации, хотя и не делает их невозможными. Несмотря на это, интеллектуальная ценность предмета обмена и субъективная мотивация членов организации повышает значимость таких социальных связей, а, следовательно, и их силу. Данное обстоятельство указывает на необходимость продолжения исследования социального капитала как фактора формирования межличностных связей, повышающих устойчивость организации как социальной структуры.

Литература:

1. *Игумнов О.А.* Социальный капитал в организационно-управленческом контексте // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2019. № 1. С. 100–108.
2. *Игумнов О.А.* Социальный капитал в социологическом дискурсе: теоретические подходы и управленческий контекст: монография. Саратов: КубиК, 2020. 261 с.
3. Личная эффективность менеджера: колл. монография / Г.И. Москвитин, О.А. Игумнов, Е.Д. Платонова, В.А. Тургенев, А.А. Хачатурян, К.С. Хачатурян. М.: Русайнс, 2017. 142 с.
4. *Полани М.* Личностное знание: На пути к посткритич. философии. Пер. с англ. / Общ. ред. В.А. Лекторского, В.И. Аршинова. М.: Прогресс, 1985. 344 с.
5. *Adler P.S., Kwon S.-W.* Social capital: prospects for a new concept // Academy of Management Review. 2002. Vol. 27. No 1. Pp. 29–30.
6. *Baker W., Dutton J.* Enabling positive social capital in organizations / Exploring Positive Relationships at Work: Building a Theoretical and Research Found. Ed. by J. Dutton, B. Ragins. Lawrence Erlbaum, 2007. Pp. 325–345.
7. *Burt R.S.* Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge: Harvard University Press, 1992. 310 p.
8. *Chang H.H., Chuang S.-S.* Social capital, and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator // Information and Management. 2011. Vol. 48. No 1. Pp. 9–18.
9. *Gabbay S.M., Leenders R.T.A.J.* Social capital of organizations: from social structure to the management of corporate social capital // Social

Capital of Organizations. Vol. 18. Ed. by S.M. Gabbay, R.T.A.J. Leenders. Emerald Group Publishing Limited. 2001. Pp. 1–20.

10. *Hoffman J.J., Hoelscher M.L., Sherif K.* Social capital, knowledge management, and sustained superior performance // *Journal of Knowledge Management*. 2005. Vol. 9. Pp. 93–100.

11. *Huggins R., Johnson A., Thompson P.* Network capital, social capital, and knowledge flow: how the nature of interorganizational networks impacts on innovation // *Industry and Innovation*. 2012. Vol. 19. Pp. 203–232.

12. *Kogut B., Zander U.* Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology // *Organization Science*. 1992. Vol. 3. Pp. 383–397.

13. *Maurer I., Bartsch V., Ebers M.* The value of intra-organizational social capital: How it fosters knowledge transfer, innovation performance, and growth // *Organization Studies*. 2011. Vol. 32. Pp. 157–185.

* * *