

Формирование социального капитала вуза: кейс Уральского федерального университета

Шершнева Елена Геннадьевна

Канд. экон. наук, доц. каф. банковского и инвестиционного менеджмента

ORCID: 0000-0002-6739-8960, e-mail: e.g.shershneva@urfu.ru

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

Аннотация

Рассмотрена специфика формирования социального капитала университета как системы социальных связей, норм взаимодействия и доверия, которые возникают в межличностном и профессиональном пространствах. Целью настоящего исследования является расширение концептуальных положений теории социального капитала применительно к университетскому развитию в контексте ресурсно-институционального подхода. Обосновано, что социальный капитал как коммуникационный ресурс преобразуется в желаемые результаты под воздействием институциональных факторов (моральных, правовых, экономических норм и обычаев, регулирующих деятельность людей и организаций), что позволяет получать выгоды субъектам различных отношений. Представлена модель преобразования внутренних и внешних коммуникаций вуза (неосязаемых элементов социального капитала) в практические результаты (публикации, технологии, изобретения, проекты), которые формируют итоговые показатели эффективности по образованию, науке, инновациям, предпринимательству, «третьей миссии». Продемонстрированы ключевые направления развития социального капитала на примере Уральского федерального университета, отмечена значимость стратегического партнерства с представителями науки и бизнеса, стимулирования научно-исследовательской и инновационно-предпринимательской деятельности сотрудников, поддержания долгосрочных отношений с выпускниками, формирования «социальной культуры» в профессиональной среде вуза. Исследование показало реципрокное влияние социального капитала на деятельность университета. С одной стороны, социальные ресурсы материализуются в показатели эффективности и конкурентные преимущества, а с другой – достигнутые результаты позволяют совершенствовать механизмы аккумуляции социального капитала (мотивацию сотрудников, технологии коммуникаций между стейкхолдерами).

Ключевые слова

Социальный капитал, социальные связи, сотрудничество, доверие, университет, научные исследования, УрФУ

Для цитирования: Шершнева Е.Г. Формирование социального капитала вуза: кейс Уральского федерального университета // Вестник университета. 2025. № 8. С. 268–277.

Forming university social capital: Ural Federal University case

Elena G. Shershneva

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Banking and Investment Management Department

ORCID: 0000-0002-6739-8960, e-mail: e.g.shershneva@urfu.ru

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia

Abstract

The specifics of forming university's social capital as a system of social ties, norms of interaction, and trust that arise in interpersonal and professional spaces has been considered. The purpose of the study is to expand the conceptual provisions of the social capital theory in relation to university development in the context of the resource-institutional approach. It has been proved that social capital as a communication resource is transformed into desired results under the influence of institutional factors (moral, legal, and economic norms and customs governing the activities of people and organizations), which allows the subjects of various relations to benefit. A model transforming internal and external university communications (intangible elements of social capital) into practical results (publications, technologies, inventions, and projects) that form the final performance indicators for education, science, innovation, entrepreneurship, and the "third mission" has been presented. The key directions of social capital development have been demonstrated using the example of the Ural Federal University, the importance of strategic partnership with representatives of science and business, stimulating research and innovative entrepreneurial activities of employees, maintaining long-term relationships with graduates, and forming a social culture in the professional environment of the university has been noted. The study showed the reciprocal impact of social capital on the university's activities. On the one hand, social resources materialize into performance indicators and competitive advantages, and on the other, the results achieved make it possible to improve the mechanisms of social capital accumulation (employee motivation, communication technologies among stakeholders).

Keywords

Social capital, social relations, cooperation, trust, university, scientific research, Ural Federal University

For citation: Shershneva V.V. (2025) Forming university social capital: Ural Federal University case. *Vestnik universiteta*, no. 8, pp. 268–277.



ВВЕДЕНИЕ

Реализуемая национальная программа «Приоритет-2030» формирует две тенденции в сфере высшего образования – создание стратегических партнерств (альянсов, сетей, научно-образовательных кластеров) и усиление инновационно-предпринимательской роли вузов. Университеты становятся центрами научно-технологического и социально-экономического развития регионов, что требует поиска новых источников роста эффективности, осмысления ценности социальных связей, повышения интенсификации внутренних и внешних коммуникаций, то есть возникает необходимость совершенствования механизмов формирования и развития социального капитала вузов.

Цель настоящего исследования – расширить концептуальные рамки теории социального капитала применительно к университетскому развитию с позиции ресурсно-институционального подхода. Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- обобщить теоретические наработки исследователей и предложить формализованную модель трансформации социального капитала университета в показатели эффективности;
- проанализировать направления формирования социального капитала на примере крупного вуза – Уральского федерального университета в Екатеринбурге.

Предмет исследования – направления и механизмы формирования социального капитала организации, специфика их проявления в деятельности университетов.

Методологический базис исследования включает положения теории социального капитала, институциональной теории, ресурсного подхода, интегративного подхода институциональной методологии 2.0. Применялись следующие методы: контент-анализ научной литературы, системный подход к формализации роли и места социального капитала в университетском управлении, структурное моделирование социального капитала как инструмента повышения эффективности деятельности университета, анализ и обобщение практики формирования социального капитала вуза.

Новизна исследования состоит в научном обосновании значимости социального капитала в достижении эффективности деятельности университета с точки зрения ресурсно-институционального подхода: социальный капитал как ресурс позволяет получать выгоды субъектам различных отношений, а институциональные факторы обуславливают трансформацию социального капитала в целевые результаты коллективов и организации в целом.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В КОНТЕКСТЕ РЕСУРСНО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА

В дискурсе социально-экономических наук актуализируется значимость социального капитала как функционального ресурса повышения эффективности деятельности коммерческих и общественных организаций. Исследования показывают, что социальный капитал является не только индивидуальным, но и общественным благом [1–4]. Отношения между людьми, основанные на доверии, общих ценностях и интересах, определяют конструктивность взаимодействия не только в малых группах, но и среди субъектов национального и международного уровня, о чем свидетельствуют примеры успешных руководителей и политиков, умеющих выстраивать «правильные и устойчивые связи» для достижения необходимых результатов.

Осмысление социального капитала как научной категории происходило в 1900-е гг., когда в западных публикациях появился термин «социальный капитал» (1916 г., Л. Дж. Ханифан) и продолжалось дальнейшее развитие представлений о значимости социальных связей и группового взаимодействия [5]. Ведущими теоретиками того времени считаются П. Бурдье, Р. Патнэм, Ф. Фукуяма, Дж. Коулмен, работы которых составляют фундаментальную основу теории социального капитала.

Л. Дж. Ханифан исследовал базисные аспекты социального капитала: взаимную симпатию, умение налаживать хорошие взаимоотношения среди людей и семей. П. Бурдье использовал понятие социального капитала для описания социальных связей, которые могут быть ресурсом для получения выгоды группой лиц (теория конвертации социального капитала в экономический). Р. Патнэм определял социальный капитал как систему социальных связей, норм взаимодействия и доверия, которые возникают в общении между людьми. Он выделил такие виды социального капитала, как связующий и объединяющий. Ф. Фукуяма рассматривал социальный капитал в контексте неформальных норм и ценностей,

которые позволяют достигать желаемых целей группе лиц. Дж. Коулмен толковал социальный капитал как потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, который целенаправленно формируется в процессе отношений между людьми.

В работах современных ученых социальный капитал рассматривается на индивидуальном, институциональном и национальном уровнях. В зависимости от предмета исследования контекст социального капитала определяется как:

- система устойчивых социальных связей и доверительных отношений в группе/коллективе [1];
- нормы взаимности и доверия, социальные связи и сети, групповая идентичность, готовность к взаимной поддержке [6];
- нормы уважения и доверительных отношений между людьми, повышающие производительность труда [7];
- доверие к государственным органам власти, социальным институтам, различным структурам и персонам, а также возможность получения различных видов помощи [2];
- «единое смысловое пространство, объединяющее и сплачивающее людей на решение актуальных задач, основанное на доверии, нормах взаимности, равноправия, справедливости и универсализма, приверженности целям и ценностям организации, создающее ее репутацию во внешней и внутренней среде» [8, с. 34].

Ключевыми аспектами социального капитала эксперты считают доверие, хорошие межличностные коммуникации, способность людей поддерживать длительные и стабильные социальные связи.

Накопление и развитие социального капитала, по мнению М.И. Глуховой, происходит за счет выражения таких форм реализации индивидуального социального капитала, как проактивность, эмоциональный интеллект и нетворкинг [9]. Автор считает, что толерантность к изменениям, адаптивность к новым профессиональным условиям, стремление к получению новых навыков, умение видеть свои недостатки – это необходимые грани социальной проактивности, способствующие формированию зрелой личности и успешного работника. При этом нетворкинг (создание сети личных и профессиональных коммуникаций) позволяет получать необходимую информацию и решать разноплановые задачи, что открывает новые возможности и перспективы как самому индивиду, так и коллективу, в котором он работает. С учетом того, что цифровизация кардинально преобразует социальное пространство, нетворкинг «уходит в цифру», нивелируя расстояние и прочие коммуникативные барьеры. Однако наблюдается и другая сторона цифровизации – избыточная автономность, когда люди обособляются от своих семей, друзей, коллег, что может привести к девальвации социальных связей.

Учитывая мнения современных исследователей и положения классической теории капитала (А. Смит, К. Маркс), можно утверждать, что социальный капитал является неосязаемой формой капитала, базирующейся на таких нематериальных факторах, как социальные отношения, взаимосвязи, нормы, доверие, а также способствует экономическому развитию как индивидов, так и организаций. Следовательно, межличностные и корпоративные связи следует рассматривать в качестве ресурса получения выгод для субъектов, интегрированных в разные формы взаимодействия.

Применительно к университетской среде можно выделить два пространства формирования социального капитала: внутренний социум вуза (отношения между коллегами, студентами, руководством) и внешние коммуникации (с потребителями образовательных и научно-исследовательских услуг, с коллегами из других вузов, научными коллективами, работодателями, партнерами, органами власти и другими организациями).

Вышеизложенные пространства являются неотъемлемыми составляющими единого «университетского организма», который функционирует и преобразовывается под воздействием интересов широкого круга внутренних и внешних субъектов (стейкхолдеров). Рассматривая университет с позиции холистического, интегративного подхода в рамках институциональной методологии 2.0, процесс взаимодействия стейкхолдеров можно представить в виде модели трансформации социального капитала в инструмент повышения корпоративной эффективности (рис. 1). Интегративный подход фокусируется на двустороннем (реципрокном) воздействии, что позволяет посмотреть на роль социального капитала гораздо шире: эндо-экзогенные силы объединяют стейкхолдеров на достижение желаемых результатов, а затем результаты вносят изменения в различные аспекты деятельности стейкхолдеров и всей организации [10].



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Модель трансформации социального капитала стейкхолдеров в показатели эффективности вуза

Апеллируя к миссиям современных вузов, развивающихся на принципах моделей «Тройной спирали», «Университет 3.0» или «Университет 4.0», следует отметить необходимость синхронизации эффективности по образовательной, научной, инновационно-предпринимательской деятельности, а также результатов в области устойчивого развития, социальной ответственности и цифровой трансформации. С одной стороны, в процессе достижения целей и показателей эффективности социальный капитал преобразуется в другие формы конкурентных преимуществ университета: интеллектуальные активы (публикации, патенты, стартапы), технологические инновации (инженерные решения, инновационные и прорывные технологии), экономические эффекты (доходы, бюджетные ассигнования, эндаумент-ресурсы и др.) и репутационные бонусы. С другой стороны, достигнутые результаты позволяют совершенствовать механизм формирования социального капитала: систему финансовых и нефинансовых инструментов мотивации сотрудников, формы внутреннего и внешнего партнерства, образовательные технологии, каналы коммуникаций между стейкхолдерами.

Исследуя внутренний социум вуза, обратимся к статье С.Ю. Трапицына и П.М. Федорова, в которой сделан вывод, что готовность преподавателей к формированию и использованию социального капитала посредством совместной деятельности базируется на принятии таких ценностей, как высокий уровень межличностного доверия, культура взаимодействия, профессиональные знания [11]. Авторы отмечают, что вузы, где высокий уровень доверия преподавателей друг к другу, коллегам с других кафедр и руководству, «демонстрируют наибольшую результативность в образовательной, научной, воспитательной деятельности, высокий уровень групповой сплоченности и ценностного единства, более позитивное отношение к студентам» [11, с. 677]. Можно констатировать, что сотрудник университета, обладающий обширными связями в научно-педагогическом сообществе и активно участвующий в научных мероприятиях, «способен предложить более широкий спектр тематики научного исследования, обладает широтой научных взглядов и большей готовностью включения в междисциплинарные исследовательские коллективы» [12, с. 30].

В работе Р.А. Заякиной акцентируется, что высокий уровень доверия и солидарности в университетской среде способствует повышению качества образования, развитию научных исследований, реализации различных проектов, созданию устойчивых и продуктивных интеллектуальных союзов [1]. «Доверие делает людей открытыми для новых идей, способными на уважение и поддержку друг друга, признание опыта, мнения, статусов, наконец, установление взаимопонимания и тесного контакта» [1, с. 55]. Солидарность стабилизирует коллективное взаимодействие посредством сплоченности вокруг общих целей и проблем.

С позиции внешних коммуникаций университет воспринимается как «авторитетный эксперт» и держатель уникальных ресурсов, способствующих развитию социальных отношений. Вузы обладают «общественным доверием»: люди убеждены в том, что «...университет как важнейший элемент институтов образования и науки обладает некоей универсальной компетентностью по волнующим общество вопросам» [1, с. 56]. Кроме того, социальное доверие является важным фактором развития инновационно-предпринимательской деятельности образовательных организаций. Так, в исследовании А.Р. Климановой сделан вывод об умеренном, но статистически значимом положительном влиянии социального капитала на предпринимательскую активность в российских регионах [13].

Отметим, что социальный капитал университета представляет собой «не просто сумму индивидуальных социальных капиталов сотрудников, а некий конгломерат личностных отношений и связей, которые в процессе их профессионального использования приобретают коллективный, институциональный характер» и формализуются в конкретные результаты для достижения текущих и стратегических целей [4, с. 525]. Институциональный фактор влияет на деятельность университетов благодаря формальным и неформальным общественным стимулам, создающим условия для повышения эффективности личных и профессиональных коммуникаций. Например, институциональным стимулом является поощрение социальной ответственности, инновационности и созидательного предпринимательства. Благоприятное институциональное влияние усиливает действие социального капитала и способствует «положительной модификации», например, консолидации членов разных социальных групп, передаче знаний и опыта, распространению традиций. С точки зрения концепции «институционального усиления» А. Грейфа современные университеты проходят этап «самоукрепления», трансформируясь под влиянием разного рода вызовов и стратегических ориентиров [14].

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ УРАЛЬСКОГО ВУЗА

Рассмотрим практику Уральского федерального университета (далее – УрФУ) по формированию социального капитала в контексте участия вуза в программе стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», целью которой является становление группы флагманских университетов по научно-технологическому и социально-экономическому вкладу в национальное развитие. В фарватере задач данной программы – миссия университета, утвержденная в Программе развития до 2030 г., которая гласит о том, что УрФУ нацелен на «повышение конкурентоспособности, наращивание человеческого и научно-технического потенциала, модернизацию отраслей российской экономики». В основе реализации стратегических целей можно выделить два взаимосвязанных и взаимодополняющих аспекта: кооперацию университета с научно-образовательными центрами, институтами Российской академии наук, ведущими региональными и международными корпорациями, а также стимулирование научно-исследовательской и инновационно-предпринимательской активности сотрудников.

Конкурентным преимуществом УрФУ является создание инновационно-предпринимательской инфраструктуры, включающей инжиниринговые центры и программы поддержки технологического предпринимательства с участием представителей бизнеса. В фокусе внимания – новые траектории исследований, коммерциализация идей, поиск талантов. Развитие данного направления невозможно без интенсификации внутренних и внешних связей: привлечения успешных исследователей и изобретателей, специалистов-практиков, бизнес-консультантов, менторов, психологических тренеров. При этом коммерциализация исследований требует от ученых применения иной (предпринимательской) логики, порой противоречащей академическим нормам.

УрФУ является членом сетевых университетов БРИКС, Содружества Независимых Государств, а также сотрудничает с федеральными российскими университетами в рамках проекта «Клуб 10». Ключевыми преимуществами реализации сетевых образовательных программ являются ресурсный обмен

(использование учебно-методических, технических, кадровых ресурсов вузов-партнеров) и возможность реализации принципа академической мобильности преподавателей и студентов.

В университете успешно функционирует Центр по развитию партнерства с выпускниками. В статье А.В. Пономарева и Е.В. Осипчуковой подчеркивается, что «выпускники выступают как ценный социальный, интеллектуальный, репутационный, экономический и профессиональный актив, капитал вуза» [15, с. 66]. Авторы актуализируют, что отношения с выпускниками не должны ограничиваться привлечением финансирования в эндаумент-фонд, а предполагать множество направлений взаимодействия. Для развития партнерства с выпускниками УрФУ сотрудничает с Союзом студентов УрФУ, Центрами науки и культуры Российской Федерации в зарубежных странах. В рамках партнерства реализуются образовательные и культурные проекты, в том числе с использованием грантовых средств.

Реализуется межуниверситетское сотрудничество преподавателей и научных работников в форме совместных публикаций (статей, монографий, учебников), грантов, конкурсов. Научное взаимодействие с преподавателями других кафедр, факультетов, вузов не только увеличивает индивидуальный социальный капитал, но и формирует «сетевое сотрудничество между участниками, облегчая обмен информацией и идеями внутри профессионального сообщества через активизацию встреч и обсуждений» [11, с. 678].

УрФУ проводит мероприятия внеучебного и воспитательного характера, творческие и социально-гуманитарные проекты (например, волонтерские), патриотические и экологические акции. Для этого задействуются кампусы университета, коворкинги, библиотека, спортивные объекты и другие инфраструктурные зоны.

Развитие социального капитала университета происходит в следующих направлениях:

- расширение стратегического партнерства с представителями науки и бизнеса;
- формирование «социальной культуры» в образовательной среде вуза, так как преподаватели и выпускающие кафедры – это «точки притяжения выпускников в университет, и именно на этом, практически межличностном уровне возможно создание устойчивых связей и эффективных взаимоотношений университета и выпускников» [15, с. 74];
- установление добропорядочных отношений между сотрудниками университета, а также с коллегами из других вузов для совместной работы и прочих видов взаимодействия;
- имплементация финансовых и нефинансовых стимулов для научно-исследовательской и инновационно-предпринимательской деятельности сотрудников;
- поддержание долгосрочных отношений с выпускниками университета;
- реализация социальных мероприятий и продвижение принципов устойчивого развития.

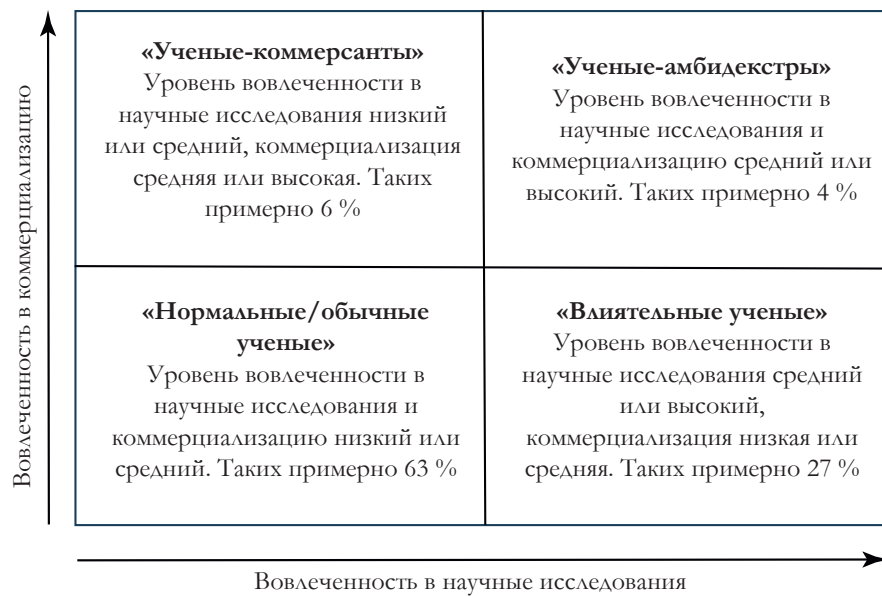
Укрепление социального капитала позволит университету более эффективно проводить как текущую политику, так и стратегические преобразования.

НАУЧНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ГИБРИДИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВУЗА

В условиях смены образовательной парадигмы современные университеты превращаются в многофункциональные комплексы, становясь «генераторами инноваций и локомотивами экономического роста» в контексте национальных и глобальных вызовов [16]. В связи с этим преподаватели и научные сотрудники погрузились в «нестандартные обстоятельства»: перед ними встали задачи адаптации своей академической роли под новые функции (инновационно-исследовательские, предпринимательские, управленческие) и, следовательно, перехода к гибридизации деятельности. За последние несколько лет в университетах существенно возросла учебная, методическая и научно-исследовательская нагрузка, что закономерно привело к профессиональному выгоранию и демотивации у части сотрудников. В сложившихся условиях эксперты ставят проблему нехватки научно-педагогических работников, способных как проводить исследования, дающие новые научные результаты, так и коммерциализировать свои разработки [17]. Таких исследователей, способных совмещать разные виды деятельности, в зарубежных публикациях образно называют «учеными-амбидекстрами», или «научно-предпринимательскими амфибиями».

Профессор М. Хьюгель проанализировал влияние социального капитала ученых на результаты исследований и коммерциализацию инноваций, проведя опрос в 10 университетах федеральной земли Тюрингия, Германия [7]. Он выделил четыре профиля научных сотрудников («нормальные ученые», «влиятельные ученые», «ученые-коммерсанты», «ученые-амбидекстры») и обнаружил, что лишь небольшая

часть ученых (чуть более 4 %) обладают способностями одновременно совмещать исследования и коммерциализацию результатов (рис. 2).



Составлено автором по материалам источника [7]

Рис. 2. Профили ученых по степени вовлеченности в научные исследования и коммерциализацию результатов

М. Хьюгель сделал вывод о том, что синергия индивидуального социального капитала ученого и устойчивых связей с другими стейкхолдерами повышает вероятность того, что ученый будет более активно заниматься наукой и пробовать себя в других качествах (как инноватор, предприниматель, руководитель проектов). Таким образом, социальный капитал является не только ресурсом достижения целевых эффектов, но и стратегически значимым элементом организационно-управленческой системы университета. Устойчивость внутреннего «социального контекста» и многовекторность внешнего сотрудничества интегрально определяют будущую эффективность и конкурентный потенциал вуза.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог исследованию, можно сделать следующие выводы.

1. Феномен социального капитала заключается в междисциплинарности его познания и многоаспектности форм проявления, поскольку формирование его элементов, таких как доверие, солидарность, устойчивые коммуникации, интегрирует различные общественные отношения и процессы.
2. Социальный капитал может рассматриваться как ресурс, который под действием институциональных факторов (моральных, правовых, экономических норм и обычаев, регулирующих деятельность людей и организаций) позволяет получать выгоды субъектам различных отношений и достигать поставленных целей. Социальный капитал является не только индивидуальным, но и общественным благом.
3. Для современных университетов важна настройка механизма трансформации социального капитала в инструмент повышения эффективности по образовательной, научной, инновационно-предпринимательской и другим видам деятельности. Представлена модель преобразования внутренних и внешних коммуникаций вуза (неосязаемых элементов социального капитала) в практические результаты (публикации, технологии, изобретения, проекты), которые формируют итоговые рейтинги и показатели эффективности по образованию, науке, инновациям, предпринимательству, «третьей миссии».
4. Развитие социального капитала вуза (на примере УрФУ) происходит по следующим направлениям: расширение стратегического партнерства с представителями науки и бизнеса, формирование «социальной культуры» вуза, совершенствование стимулов для научно-исследовательской и инновационно-предпринимательской деятельности сотрудников, поддержание отношений с выпускниками, реализация социальных мероприятий.

5. С позиции интегративного подхода выявлено реципрокное (двустороннее) влияние социального капитала на деятельность университета. С одной стороны, социальный капитал материализуется в показатели эффективности и другие формы конкурентных преимуществ университета (интеллектуальные активы, технологические инновации, экономические эффекты), а с другой – достигнутые результаты позволяют совершенствовать финансовые и нефинансовые механизмы наращивания социального капитала (мотивацию сотрудников, технологии коммуникаций между стейкхолдерами).

6. В условиях многофункциональности деятельности университетов повышается востребованность в сотрудниках, способных к научно-предпринимательской гибридации или «амбидекстрии»: сочетанию научно-исследовательской активности и коммерциализации своих разработок.

Вектор дальнейших исследований по данной тематике может быть нацелен на расширение представлений о роли социального капитала в укреплении элементов конкурентоспособности организаций (в том числе вузов), а также на разработку методических подходов к оценке влияния социального капитала на результаты деятельности организаций. Автор полагает, что развитие компонентов социального капитала, таких как социальные коммуникации, культура, доверие и репутация, позволит университетам наращивать научно-технологический и социально-экономический потенциал для достижения целей программы «Приоритет-2030».

Список литературы

1. Заякина Р.А. Сетевой капитал университета как элемент социального капитала города. Высшее образование в России. 2021;7(30):50–59. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-7-50-59>
2. Каравай А.В. Социальный капитал российского общества в условиях внешних шоков разной природы. Вопросы теоретической экономики. 2022;4:134–148. https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_4_134_148
3. Климанова А.Р. Социальный капитал как фактор устойчивого развития. Экономические науки. 2022;12(217):244–248.
4. Мясникова О.Ю., Шулуус А.А. Социальный капитал в системе управления персоналом организации. Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2024;4(4):521–529. <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2024-4-4-521>
5. Hanifan L.J. The rural school community center. Annals of the American Academy of Political and Social Science. 1916;67:130–138.
6. Татарко А.Н. Исследования социального капитала в поликультурном обществе: теоретико-методологические проблемы и важнейшие результаты. Социальная психология и общество. 2021;12(4):34–52. <https://doi.org/10.17759/sps.2021120403>
7. Hiegel M. University scientists' multiple goals achievement: Social capital and its impact on research performance and research commercialization. Technovation. 2024;135. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103065>
8. Чикер В.А., Почебут А.Г., Волкова Н.В. Психологические аспекты консолидации социального капитала вуза. Университетское управление: практика и анализ. 2019;1–2(23):33–46. <https://doi.org/10.15826/umpra.2019.01-2.002>
9. Глухова М.И. Проактивность и нетворкинг как современные формы реализации социального капитала. Путеводитель предпринимателя. 2024;2(17):64–68. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2024-17-2-64-68>
10. Кузьмина О.Ю., Давлетбаев Ф.Ф. Социальный капитал и его влияние на конфигурацию рыночных институтов. Креативная экономика. 2023;6(17):2115–2130. <https://doi.org/10.18334/ce.17.6.117876>
11. Трапицын С.Ю., Федоров П.М. Социальный капитал вуза как фактор повышения эффективности научно-образовательной деятельности. Лидерство и менеджмент. 2022;3(9):671–690. <https://doi.org/10.18334/lim.9.3.116139>
12. Апевазова З.В., Трапицын С.Ю., Трофимова И.Б. Направления и способы конвертации социального капитала в показатели эффективности деятельности университета. Петербургский экономический журнал. 2020;1:28–36.
13. Климанова А.Р. Оценка влияния социального капитала на предпринимательскую активность в российских регионах. Актуальные проблемы экономики и права. 2019;1(13):966–980. <https://doi.org/10.21202/1993-047X.13.2019.1.966-980>
14. Устинова К.А. Теоретические основы исследования институциональных факторов экономического развития. Журнал экономической теории. 2020;1(17):187–197. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-1.15>
15. Пономарев А.В., Осипчукова Е.В. Модель развития партнерства университета и его выпускников. Университетское управление: практика и анализ. 2023;1(27):65–76. <https://doi.org/10.15826/umpra.2023.01.008>
16. Шершнева Е.Г. Особенности инновационно-предпринимательской инфраструктуры вуза в контексте модели «Университет 3.0». Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2024;4(91):116–125. <https://doi.org/10.69571/SSPU.2024.91.4.018>

17. Амбарова П.А., Зборовский Г.Е. Научно-педагогическое сообщество в российских вузах в условиях осуществления программы «Приоритет-2030»: проблемы и перспективы. Высшее образование в России. 2022;1(31):59–71. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2022-31-1-59-71>

References

1. Zayakina R.A. University network capital as an element of the city's social capital. Higher Education in Russia. 2021;7(30):50–59. (In Russian). <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-7-50-59>
2. Karavay A.V. The social capital of Russian society in the face of external shocks of different nature. Issues of Economic Theory. 2022;4:134–148. (In Russian). https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_4_134_148
3. Klimanova A.R. Social capital as a factor of sustainable development. Economic Sciences. 2022;12(217):244–248. (In Russian).
4. Myasnikova O.Yu., Shulus A.A. Social capital in HR management system of organization. Bulletin of the Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University. 2024;4(4):521–529. (In Russian). <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2024-4-4-521>
5. Hanifan L.J. The rural school community center. Annals of the American Academy of Political and Social Science. 1916;67:130–138.
6. Tatarko A.N. Researches on social capital in multicultural society: theoretical and methodological problems and key results. Social Psychology and Society. 2021;4(12):34–52. (In Russian). <https://doi.org/10.17759/sps.2021120403>
7. Huegel M. University scientists' multiple goals achievement: Social capital and its impact on research performance and research commercialization. Technovation. 2024;135. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103065>
8. Chiker V.A., Pochebut L.G., Volkova N.V. Psychological aspects of social capital consolidation in university. University Management: Practice and Analysis. 2019;1–2(23):33–46. (In Russian). <https://doi.org/10.15826/umpa.2019.01-2.002>
9. Glukhova M.I. Proactivity and networking as modern forms of social capital realization. Entrepreneur's Guide. 2024;2(17):64–68. (In Russian). <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2024-17-2-64-68>
10. Kuzmina O.Yu., Davletbaev F.F. Social capital and its impact on the configuration of market institutions. Creative Economy. 2023;6(17):2115–2130. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/ce.17.6.117876>
11. Trapitsyn S.Yu., Fedorov P.M. Social capital of a higher education institution as a factor in enhancing the effectiveness of research and education activity. Leadership and Management. 2022;3(9):671–690. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/lim.9.3.116139>
12. Apevalova Z.V., Trapitsyn S.Yu., Trofimova I.B. Directions and methods of the social capital's conversion into the indicators of university activity efficiency. St. Petersburg Economic Journal. 2020;1:28–36. (In Russian).
13. Klimanova A.R. Estimating the influence of social capital on entrepreneurial activity in the Russian regions. Actual Problems of Economics and Law. 2019;1(13):966–980. (In Russian). <https://doi.org/10.21202/1993-047X.13.2019.1.966-980>
14. Ustinova K.A. Theoretical basis for research of institutional factors for economic development. Russian Journal of Economic Theory. 2020;1(17):187–197. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-1.15>
15. Ponomarev A.V., Osipchukova E.V. A model of developing partnership between the university and its graduates. University Management: Practice and Analysis. 2023;1(27):65–76. (In Russian). <https://doi.org/10.15826/umpa.2023.01.008>
16. Shershneva E.G. Features of innovative and entrepreneurial university infrastructure in the context of University 3.0 model. Surgut State Pedagogical University Bulletin. 2024;4(91):116–125. (In Russian). <https://doi.org/10.69571/SSPU.2024.91.4.018>
17. Ambarova P.A., Zborovskiy G.E. Scientific and pedagogical community in Russian universities in the context of the program “Priority 2030” implementation: problems and prospects. Higher Education in Russia. 2022;1(31):59–71. (In Russian). <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2022-31-1-59-71>