



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.10>

UDC 316.354:351/354
LBC 60.561.1

Submitted: 01.02.2023
Accepted: 05.04.2023

MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL CAPITAL OF ORGANIZATIONS OF THE MILITARY-INDUSTRIAL COMPLEX AS A SOCIOLOGICAL PROBLEM

Lyudmila N. Zakharova

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Zaretkhan Kh.-M. Saralieva

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Elena V. Saygina

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Abstract. The results of the theoretical analysis of the problem of the development of the social capital of the organizations of the military-industrial complex (MIC) in modern geopolitical and economic conditions are presented. The purpose of the article is to analyze the phenomenon of “social capital” and determine the possibilities for managing it in MIC. Based on the material of foreign and domestic classical and modern publications, it is shown that the concept of social capital is debatable, requiring conceptualization. Thus, there is no consensus among researchers on the possibility of classifying this phenomenon as “capital”, the mechanisms of its transformation into other types of capital have been outlined, but not investigated, its specifics have not been studied in companies of the MIC, there is practically no definition of the concept of “corporate social capital” for holding structures. Representing a specific sector of the economy, which is designed to meet the defense and military needs of the state, the MIC has a number of key features. The authors have identified and described five such features that have a significant impact on the formation of the social capital of companies in the MIC. The determining factors are, on the one hand, the building of complex information and social corporate chains between companies of the MIC and their counterparties, business communication in which is based on compliance with the principles of trust, honesty and ethics, on the other – the need to form internal corporate relations, general norms of organizational behavior, value priorities in the holding organization of production in compliance with secrecy, both in the internal and external contour of companies. In the situation of accelerating innovative development, in the current economic and political situation, these features generate contradictions in the development of the social capital of companies. Nine contradictions defining the sociological problems of the study of social capital in the companies of the MIC are formulated. The necessity of disclosing the systemic organization of social capital for companies of the MIC and the managerial approach to removing the main contradictions, the key characteristics of which are consistency and proactivity, are substantiated.

Key words: military-industrial complex, holding structure, social capital, values, readiness for innovation, trust, organizational culture, proactive management.

Citation. Zakharova L.N., Saralieva Z.Kh.-M., Saygina E.V. Management of the Development of Social Capital of Organizations of the Military-Industrial Complex as a Sociological Problem. *Logos et Praxis*, 2023, vol. 22, no. 1, pp. 80-92. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.10>

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Людмила Николаевна Захарова

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна Саралиева

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Елена Владимировна Сайгина

Нижегородский научно-исследовательский институт радиотехники, г. Нижний Новгород, Российская Федерация;
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация. Представлены результаты теоретического анализа проблемы развития социального капитала организаций оборонно-промышленного комплекса (далее – ОПК) в современных геополитических и экономических условиях. Цель статьи – анализ феномена «социальный капитал» и определение возможности управления им в компаниях ОПК. На материале зарубежных и отечественных классических и современных публикаций показано, что понятие социального капитала является дискуссионным, требующим концептуализации. Среди исследователей нет единого мнения о возможности отнесения данного феномена к категории «капитал», намечены, но не исследованы механизмы его трансформации в другие виды капитала, не изучена его специфика в компаниях ОПК, практически отсутствует определение понятия «корпоративный социальный капитал» для холдинговых структур. Представляя собой специфический сектор экономики, который предназначен для удовлетворения оборонных и военных потребностей государства, ОПК имеет ряд ключевых особенностей. Авторами выявлены и описаны пять таких особенностей, которые оказывают существенное влияние на формирование социального капитала компаний ОПК. Определяющими являются, с одной стороны, выстраивание сложных информационных и социальных корпоративных цепочек между компаниями ОПК и их контрагентами, деловое общение в которых строится на соблюдении принципов доверия, честности и этичности, с другой – необходимость формирования внутрикорпоративных связей, общих норм организационного поведения, ценностных приоритетов при холдинговой организации производства в условиях соблюдения секретности, как во внутреннем, так и внешнем контуре компаний. В ситуации ускорения инновационного развития, в текущей экономической и политической обстановке эти особенности порождают противоречия в развитии социального капитала компаний. Сформулированы девять противоречий, определяющих социологическую проблематику исследования социального капитала в компаниях ОПК. Обосновываются необходимость раскрытия системной организации социального капитала для компаний ОПК и управленческий подход к снятию основных противоречий, ключевыми характеристиками которого являются системность и проактивность.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, холдинговая структура, социальный капитал, ценности, готовность к инновациям, доверие, организационная культура, проактивное управление.

Цитирование. Захарова Л. Н., Саралиева З. Х.-М., Сайгина Е. В. Управление развитием социального капитала организаций оборонно-промышленного комплекса как социологическая проблема // *Logos et Praxis*. – 2023. – Т. 22, № 1. – С. 80–92. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.10>

Введение. В современных геополитических и экономических условиях перед менеджментом российских компаний стоят сложные задачи ускорения инновационного развития

[Вольчик, Фурса 2022; Коленникова 2023], обеспечивая устойчивое движение вверх с 47-го места в Глобальном индексе инновационности [Global Innovation Index 2022 web]. Особые

ожидания общества связываются с развитием компаний ОПК, что неоднократно подчеркивалось на высших уровнях государственного управления [Послание Президента Федеральному Собранию от 21.02.2023... web; Путин заявил... web; Постановление Совета Федерации Федерального собрания РФ от 10.11.2021...].

Очевидно, что в современных условиях поиск ресурсов развития для исследователей и менеджеров носит приоритетный характер. В ОПК эта задача стоит особенно остро [Бокков, Подольский, Иванников 2022]. Для успешности ее решения большое значение имеет кадровое обеспечение компаний. На прошедшем в марте 2023 г. VII Санкт-Петербургском Международном форуме труда собравшиеся представители государственных структур, работодатели и эксперты-практики единогласно отметили сложно восполнимый дефицит специалистов, сложившийся в настоящее время в России, в том числе и в системообразующих наукоемких компаниях, к которым относится и ОПК [Материалы... web].

Ускорение инновационного развития обуславливает необходимость внесения существенных изменений в подготовку кадров по новым профессиям с безусловным приоритетом обеспечения готовности будущего персонала к инновациям и созидательному патриотически ориентированному труду [Константиновский, Попова 2022]. Система образования является слишком инертной для решения таких задач в короткие сроки. В этих условиях представляется закономерным обращение исследователей и практиков в сфере управления персоналом к социальному капиталу как практически не задействованному до настоящего времени ресурсу российских компаний. Начиная с трудов П. Бурдые, общая идея социального капитала состоит в том, что отношения имеют значение [Бурдые 2005].

В целом надежды на социальный капитал как значимый фактор развития компании основаны на том, что формирование и укрепление в критической массе персонала значимых для компании ценностей, прогресс на этой основе внутри- и межкорпоративного сотрудничества, формальных и неформальных связей в коллективах, повышение степени доверия со стороны исполнительской части персонала менеджменту, возрастание инноватив-

ности и вовлеченности персонала в трудовой процесс, снижение оттока специалистов способствуют сохранению и росту корпоративной компетентности и научных школ.

Цель статьи состоит в анализе феномена «социальный капитал» и определении возможности управления им в компаниях ОПК.

Социальный капитал компании как фактор ее развития. В теоретическом плане концепт «социальный капитал» продолжает свое формирование. При этом в литературе можно встретить различные научные взгляды на его функции, характеристики, структурную организацию, социальные, организационные и индивидуальные детерминанты. Так, согласно П. Бурдые, социальный капитал формируется обязательствами, то есть связями и отношениями [Бурдые 2005]. С точки зрения Р. Патнэма, социальный капитал – это показатель сотрудничества, ключ эффективного управления. При этом существует социальный капитал «сплачивающий группу» и «наводящий мосты» [Патнэм 1996, 20]. Дж. Коулман рассматривает социальный капитал как ресурс для достижения личных и коллективных целей, исходя из максимизации пользы. Социальный капитал растет и развивается за счет активности людей. Автор различает три уровня социального капитала: уровень доверия, информационный и нормативный уровни [Coleman 1990]. Ф. Фукуяма определил социальный капитал как «свод неформальных правил и норм, разделяемых членами группы» [Фукуяма 2004], основанный на доверии между ними. Показано, что применительно к понятию социального капитала «особое значение имеет поиск социокультурных детерминант доверия и недоверия, а также анализ массовых феноменов – доверия и недоверия больших социальных групп» [Купрейченко 2008, 18]. П.Н. Шихирев определил социальный капитал как совокупность психологических отношений, конвертируемых в другие формы капитала [Шихирев 2003]. Заслуживают внимания результаты масштабного исследования, проведенного Всемирным банком в 1996–2000 годах. В нем социальный капитал определен как институты, нормы, ценности и убеждения, которые регулируют взаимодействие между людьми и способствуют экономическому и социальному развитию, а в его структуру входят такие ценности, как доверие

и взаимность, которые ориентируют людей на взаимодействие и сотрудничество [The Well-Being... 2001]. Можно встретить и другие трактовки данного понятия с акцентом на социальных [Бурко 2019; Гужавина 2018; Paxton 1999] или экономических составляющих [Growiec, Growiec 2010; Smith-Doerr, Powell 2005].

Отдельным направлением являются исследования социального капитала в экономической сфере – как социальный капитал компаний. На этом уровне социальный капитал схож с другими видами капитала тем, что способен повышать производительность труда как отдельных субъектов, так и подразделений в целом. Структурно он представляет собой совокупность социальных капиталов работников организации [Paxton 1999]. В качестве ресурсов социального капитала, формирующих прибыль компании, могут выступать: доступ к информации и социальным связям; желание соответствовать высоким стандартам трудовой деятельности, возможность оперативного решения вопросов трудоустройства и карьерного продвижения; ускорение процесса признания за счет проявления вовлеченности и инновативности; сокращение адаптационного периода для вновь принятых сотрудников. Совместная деятельность является базисом для внедрения инноваций, построения долгосрочных отношений на принципах доверия и сотрудничества. На уровне хозяйствующих субъектов социальный капитал способствует выработке и принятию единых норм, ценностей, убеждений, которые проявляются в управленческих решениях менеджмента и в поведенческих моделях сотрудников [Почебут и др. 2021; Burt 2000]. Рассматривая эффекты становления социального капитала в компании, перспективным представляется его связь с социальным здоровьем трудового коллектива [Морев 2022].

В споре о том, является ли феномен, называемый социальным капиталом, действительно капиталом, в исследовании Л. Робинсона, А. Шмида и М. Сэйлса [Robison, Schmid, Siles 2002] дается целый комплекс характеристик, указывающих на то, что социальный капитал как позитивные отношения обладает многими важными свойствами, присущими капиталу: способность к трансформации, дол-

говечность, гибкость, заменяемость, возможность распада, надежность, способность создавать другие формы капитала и инвестиционные (деинвестиционные) возможности. Выгоду от социального капитала приобретает, с одной стороны, сотрудник, обеспечивая себя необходимыми ресурсами за счет включения в организационные социальные сети, а с другой – организация в целом, повышая свою производительность и конкурентоспособность. Нарастить социальный капитал можно за счет установления определенных норм организационного поведения и принципов принятия решений, а также гуманизации трудового процесса [Почебут и др. 2021]. При этом высокая консолидация социального капитала может приводить к ряду негативных последствий в виде жестко закрепленных определенными обязательствами взаимоотношений и связей между сотрудниками [Smith-Doerr, Powell 2005].

Таким образом, в настоящее время существует достаточно широкий круг различных исследований, посвященных изучению феномена социального капитала. Вместе с тем проведенный анализ современного состояния проблемы социального капитала показывает, что его составляющие, как правило, даются в назывном порядке, хотя является очевидным, что доверие, нормы поведения, коммуникативные практики и ценности – не рядоположенные, но относительно самостоятельные феномены. Как следствие, актуальной задачей становится раскрытие системной сущности социального капитала компании в качестве организационного феномена. Кроме того, вопрос формирования социального капитала в различных отраслях экономики остается малоизученным, что ограничивает возможность создания комплекса его уровней детерминации. Ряд экспертов отмечают, что является ошибочным исследование социального капитала только на микроуровне (хозяйствующий субъект), изолированно от внешнего контура: мезоуровня (регион, где действуют различные ассоциации, возникает взаимодействие бизнес-структур и объединений) и макроуровня (государственные институты) [Татарко 2011; Paxton 1999]. Все уровни взаимодействуют, порождая синергетический эффект [Гужавина 2018; Орлова 2016; Растворцева, Панина 2021]. Не раскрытыми остаются и конкрет-

ные социальные и организационные механизмы формирования социального капитала.

Следует особо отметить, что возможности развития социального капитала в России представляются практически неисчерпаемыми. Его уровень продолжает находиться на довольно низкой позиции в мировом рейтинге. По данным института Legatum, публикующим специальный индекс, Россия относится к странам с низким уровнем развития социального капитала, для которых характерен приоритет ценностей выживания и дефицит инновационных ценностей [Legatum Prosperity... web]. Показатель доверия, которое наиболее часто называется исследователями в качестве компонента социального капитала, тоже не является высоким. Более того, за последние годы в тренде общемировых тенденций он демонстрирует существенное снижение [Edelman... web; Михайлова 2021].

Решение вопросов системной организации и детерминации становления социального капитала открывает пути к управлению им и его трансформацией в иные формы капитала компании. Изучение социального капитала ОПК приобретает не только теоретическую, но и практическую значимость.

Специфика социального капитала в компаниях ОПК и управление его развитием как социологическая проблема. Обращаясь к теории социального действия Т. Парсонса [Парсонс 2000], любую организацию можно рассматривать как систему, в которой осуществляется интеракция и коммуникация персонала (акторов). В результате этого взаимодействия создается социальный капитал, который, в свою очередь, организует и упорядочивает социальные действия сотрудников разного иерархического уровня (формирует социальный порядок), а также облегчает их совместную деятельность, обеспечивая сотрудничество и распространение корпоративных знаний.

Ключевые особенности ОПК непосредственно влияют на процесс постановки целей акторами, выбор средств для их достижения и критериев успешности, формируя тем самым уникальный облик социального капитала, качественную наполненность его компонентов. В результате применения метода включенного наблюдения одним из авторов и анализа открытых информационных источников [Кузык... web; Боков, Подольский, Иванников 2022; Богатырев 2021; и др.] выявлены пять таких особенностей. Они представлены в таблице.

Специфика развития социального капитала в компаниях ОПК

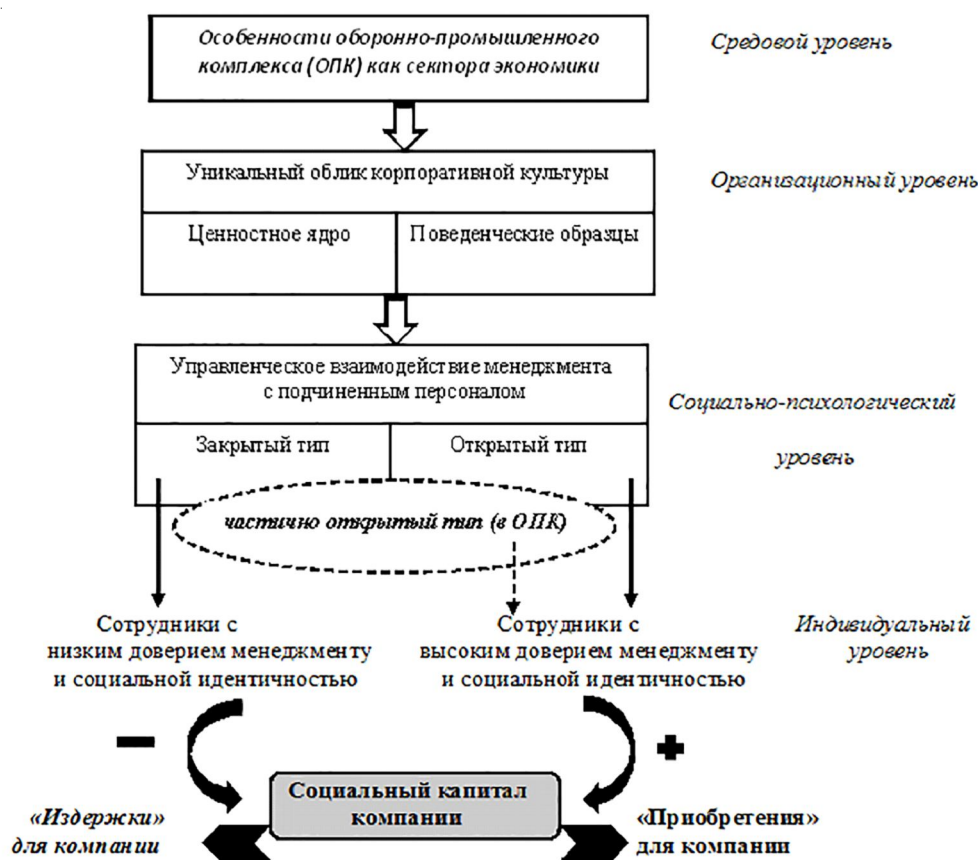
№	Ключевые особенности компаний ОПК	Специфика влияния особенностей компаний ОПК на развитие их социального капитала
1	Монополия заказчика (основной заказчик – государство), продукция обеспечивает, по сути, сохранность суверенитета страны	Высокая ценность и значимость выпускаемой продукции для российского общества в целом
2	Особые требования к качеству и техническим характеристикам военной продукции, ее высокая наукоемкость и технологичность	Необходимость высокой компетентности персонала в научно-технических областях, его инновативность, длительный цикл подготовки, фундаментальность и в то же время актуальность имеющихся знаний, важность передачи знаний для сохранения ключевых компетенций
3	Особенность специализации, кооперирования и информации (секретность), порождающих пирамидальные взаимосвязи производителей, дублирование производств и научных исследований, ограничения в передаче технологий	Выстраивание сложных корпоративных цепочек (в том числе информационных и социальных) между организациями ОПК и их контрагентами, деловое общение в которых строится прежде всего на соблюдении принципов доверия, честности и этичности в условиях соблюдения секретности
4	Многолетний и капиталоемкий характер для инвестиционных проектов, которые реализуют организации ОПК	Акцент делается на долгосрочном найме необходимых сотрудников, максимально полное обеспечение их социальных потребностей в рамках компании (необходимость ведения социально ответственного бизнеса)
5	Преобладание холдинговой структурности	Необходимость формирования внутрикorporативных связей, общих норм организационного поведения, ценностных приоритетов для подчиненных головной организации (центральному офису) компаний, расположенных в разных регионах страны, имеющих разную историю развития и особенности работающего персонала

На организационном уровне эти особенности формируют уникальный облик корпоративной культуры (см. рисунок), представляющей собой первую детерминанту социального капитала. Ее ключевыми характеристиками являются доминирующие организационные ценности (К. Камерон, Р. Куинн, Э. Шейн), которые служат предикторами моделей организационного поведения (А.Г. Здравомыслов, Ш. Шварц, Дж.В. Ньюстром, К. Дэвис). Сотрудник, принятый на работу в организацию, проходит путь организационной социализации, осваивая комплекс социальных ролей, ожидаемых от него компанией, основу которых составляют ценности и поведенческие модели (Э. Гидденс). Именно поэтому так важно ценностное ядро корпоративной культуры.

Принципиальным, относящимся к становлению социального капитала компании является вопрос об организационных механизмах, обеспечивающих принятие персоналом, находящимся в процессе организационной социализации, ценностей и поведенческих моделей.

К настоящему времени убедительно показано, что трансляция ценностей корпоративной культуры и соответствующих ей моделей поведения осуществляется через управленческое взаимодействие, которое выстраивает менеджмент компании с подчиненным ему персоналом (А. Бандура, Дж. Ньюстром). Но управленческое взаимодействие может стать эффективным инструментом социализации, если субъект управления является поведенческим образцом для персонала и вызывает у него доверие. Персонал будет следовать моделям, заложенным в управленческом взаимодействии, если он устанавливает прочную ассоциативную связь между собственным профессиональным благополучием и следованием организационным нормам, представленным в управленческом взаимодействии (А.Б. Купрейченко). Каждый отдельный сотрудник в этом случае приобретает черты социального капитала компании, являясь его элементом.

В рамках теории коммуникации Ю. Хабермаса ключевым параметром управленческого взаимодействия, порождающим доверие,



Теоретическая модель специфики развития социального капитала в компаниях ОПК

является уровень открытости: насколько менеджер подробно сообщает подчиненным сотрудникам о причинах принятых управленческих решений, мотивирует их на совместный поиск и оценку возможных альтернатив. В случае высокой открытости формируется доверие сотрудников к менеджменту (А.Б. Купрейченко), а также их организационная идентичность (А.В. Сидоренков). Отсутствие или серьезный дефицит открытости порождает недоверие, явное, а чаще скрытое сопротивление менеджменту. Такая уровневая организация детерминант становления социального капитала от корпоративной культуры к индивидуальному ценностно-поведенческому облику сотрудника позволяет перейти к рассмотрению вопросов управления социальным капиталом, определив управленческое взаимодействие как основной организационный механизм.

Ценности, поведенческие модели, управленческое взаимодействие, коммуникации, доверие есть в любой социальной системе – как просоциальной, так и антисоциальной. Приоритет ценностей инновационного развития на основе приоритета патриотических ценностей – основа становления социального капитала в компаниях ОПК.

Критически важной характеристикой коммуникаций в организациях ОПК является необходимость поддержания высокой информационной закрытости и режимности по вопросам, касающимся технологий и выпускаемой продукции, защиты от потенциальной утечки сведений. Следствием этого является закономерная фрагментарность во владении служебной информацией у менеджмента и подчиненного ему персонала. Сотрудники, которые осознанно понимают и принимают подобный тип управленческого взаимодействия (частично открытый) как объективно обоснованный, естественный для компаний их отрасли, способствуют становлению социального капитала компании, его наращиванию по каждому из компонентов. Как следствие, расширяется доступ к информационным, технологическим и сбытовым ресурсам, увеличиваются возможности межкорпоративных связей и коммуникаций, строятся долгосрочные отношения, усиливается вовлеченность персонала в трудовой процесс и его инноватив-

ность (Дж. Нахапиев, С. Гошал). При этом имеет место снижение «издержек» в форме единых корпоративных норм и ценностей, скрытых ценностных конфликтов, длительного процесса принятия решений, выраженного сопротивления изменениям и консерватизма на уровне персонала, отсутствия обратной связи от исполнителей на местах.

Таким образом, ключевая задача менеджмента ОПК в вопросах управления развитием социального капитала – обеспечить в ситуации частично открытого взаимодействия высокий уровень доверия и социальной идентичности у персонала. При этом характеристики управленческого взаимодействия и коммуникации персонала приобретают в ОПК ключевое значение для развития социального капитала. Системность организации последнего определяет необходимость и возможность системности в управлении его развитием.

В условиях ускорения инновационного развития в текущей экономической и политической обстановке решение задачи обеспечения доверия менеджменту в условиях частичной открытости порождает ряд ключевых противоречий, определяющих социологическую проблематику исследования социального капитала в компаниях ОПК. Это противоречия между:

- критически важным поддержанием высокой информационной закрытости и режимности по ключевым вопросам, касающимся выпускаемой продукции, защиты от потенциальной утечки сведений и необходимостью управляемого доведения до сотрудников информации, вызывающей доверие, и осознанное желание использовать полученную информацию только по назначению, в соответствии с корпоративными правилами;

- постановкой в стратегии развития компании в качестве приоритета патриотических ценностей государственности, служения на благо страны, общества и необходимостью культивирования (в первую очередь в кадровой политике) ценностей индивидуальности, личного и профессионального саморазвития, внутренней конкуренции;

- необходимостью эффективного распространения и функционирования профессиональной информации и отсутствием двусторонних сетевых вертикальных и горизонтальных каналов коммуникации;

– принятием решений и действиями менеджмента в условиях высокой неопределенности, турбулентности внешней среды и обеспечения доверия со стороны персонала менеджера, его уверенности в стабильности компании, своего положения в ней;

– закономерным фрагментарным владением служебной информацией и доверием менеджменту компании, а также коллегам равных должностных позиций;

– естественным для компаний ОПК требованием соблюдения жесткой бюрократической организационной структуры, доминированием норм поведения иерархической парадигмы управления и необходимостью существенного усиления инновационного компонента культуры и инновативности сотрудников для разработки и выпуска продукции, не имеющей аналогов в мире, усилением личной и командной (проектной) креативности;

– разной возрастной и гендерной принадлежностью сотрудников и едиными требованиями к профессиональной деятельности, гражданскому организационному поведению;

– поддержанием стабильного кадрового состава, сохранением специалистов, которые являются держателями критических корпоративных компетенций, основателями научных школ, и необходимостью омоложения персонала, «наполнением» научных школ, обеспечением преемственности поколений;

– необходимостью поддержания единой корпоративной культуры холдинга и возможной вариативностью корпоративных субкультур на местах.

Анализ этих противоречий показывает, что все они имеют непосредственное отношение к социальному капиталу компании с выделением всех его ключевых компонентов: корпоративные ценности, нормы поведения, коммуникация, социальные объединения, доверие, организационная идентичность, сплоченность. Сотрудники могут обладать профессиональными знаниями и компетенциями, но получение эффекта синергии зависит от уровня развития социального капитала компании. Таким образом, выявленные противоречия представляют собой комплексную социологическую проблему, требующую своего решения.

Безусловно, руководство компаний работает над разрешением этих противоречий.

Организации ОПК выходят в открытые социальные сети, создают единые корпоративные онлайн-порталы, образовательные ресурсы [Козлов, Коробейникова 2017; Богатырев и др. 2021]. Для поиска и проработки инновационных идей, а также решения актуальной задачи импортозамещения в ОПК формируются временные творческие межкорпоративные коллективы, создаются виртуальные «банки идей», проводятся конкурсы по поиску талантов, ведется подготовка молодых специалистов со школьной скамьи. Для поддержания иерархичности и жесткой структурированности в компаниях холдинга проводится унификация разрабатываемой документации, регламентов, закрепление всех ключевых процессов и процедур в стандартах, локальных нормативных актах. Для поддержания преемственности поколений, как правило, прибегают к использованию наставничества, работе с кадровым резервом [Сайгина 2021]. Имеется ряд научно-практических разработок, которые исследуют пути «омоложения» персонала [Захарова, Леонова 2021].

Сложившаяся в настоящее время обстановка в российской экономике под воздействием неблагоприятных внешних факторов требует прежде всего от компаний ОПК проактивной позиции в вопросах управления своим социальным капиталом для обеспечения выпуска высокотехнологической продукции, не просто сохранения стабильности кадрового состава, а обеспечения его психологической мобилизации для высокопродуктивной работы. При этом предполагается, что именно такая позиция позволит в ходе консолидации социального капитала, с одной стороны, минимизировать возникновение негативных последствий от усиления групповых процессов, а с другой – нарастить количество получаемых «дивидендов» на разных уровнях.

Представляется целесообразным, что на первый план в ОПК должна выйти задача оптимизации управления социальным капиталом не отдельных организаций, а интегрированных структур (холдингов, корпораций), так называемый «корпоративный социальный капитал», поскольку начиная с 2005 г. именно такие структуры составляют основу ОПК. Данный вопрос остается не изученным как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Именно здесь можно встретить сложные (нелинейные) проявления синергетического эффекта от взаимодействия микро- (специализация организаций, их история, ключевые характеристики персонала, используемые технологии, организационная культура), мезо- (особенности регионов, где располагаются организации, относящиеся к одной отрасли) и макроуровней (специфика управления данной отраслью со стороны государственного органа).

В исследованиях, прямо не связанных с понятием социального капитала, тем не менее установлены важные факты, относящиеся к системообразующему ценностному ядру социального капитала. Именно ценности определяют при их сходстве позитивность / негативность отношений, доверие, характер коммуникаций. Более того, одни ценности являются ресурсом развития, а другие – его барьером [Захарова, Леонова, Коробейникова 2017]. К ценностной сфере относятся и проблемы, связанные с устойчивостью возрастных и гендерных стереотипов, сдерживающих развитие компаний, и информационная безопасность в той ее части, которая зависит от бдительности персонала.

Результаты этих исследований показывают, что уже сейчас становится очевидной социальная природа организационных процессов, с одной стороны, и необходимость различия уровней сформированности социального капитала – с другой. Задача управления трансформациями социального капитала в условиях холдинговой организации компаний ОПК стоит крайне остро. Невнимание к этой проблеме может способствовать неконтролируемой деградации социального капитала в антиресурс развития.

Выводы

1. В современных экономических и геополитических условиях социальный капитал имеет критически важное значение для развития наукоемких российских компаний, к которым относится сектор ОПК. Это достигается за счет того, что социальный капитал организует и упорядочивает социальные действия сотрудников разного иерархического уровня, повышает инновативность и вовле-

ченность персонала, облегчает совместную деятельность работников, обеспечивая сотрудничество и распространение корпоративных знаний.

2. Социальный капитал может обладать как позитивными качествами для развития компании, так и негативными, которые не позволяют рассматривать его как капитал. Именно с этим связаны основные различия в отношении к этому понятию исследователей: от полного отрицания значимости и соответствия понятию капитал до определения его в качестве важнейшего ресурса развития персонала и компании. Эти противоречия обуславливают необходимость уточнения системной организации феномена и нахождения путей управления им.

3. В работе представлена теоретическая модель специфики развития социального капитала в компаниях ОПК, в которой показано, что центральная задача менеджмента ОПК в вопросах управления развитием социального капитала – обеспечить в ситуации частично открытого взаимодействия высокий уровень доверия и социальной идентичности у персонала. При этом характеристики управленческого взаимодействия и коммуникации персонала приобретают в ОПК ключевое значение для развития социального капитала. Уровневая организация разработанной модели открывает возможности эмпирической проверки, направлений и содержания деятельности по управлению развитием социального капитала в компаниях ОПК.

4. Проблема управления социальным капиталом в холдинговых компаниях ОПК обостряется, это обусловлено трудностями взаимопонимания и доверия в деловых отношениях регионально разобщенных компаний, а также необходимостью сохранения иерархической модели корпоративной культуры, что провоцирует актуализацию скрытых ценностных конфликтов, препятствует эффективному внедрению инноваций.

5. Повышение эффективности становления социального капитала в компании зависит от разработки критериев оценки корпоративного социального капитала в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной динамических перспективах организационного развития и создания социальных технологий управления его раз-

вителием, системной корпоративной подготовки менеджеров, владеющих необходимыми стилями управленческого взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Богатырев и др. 2021 – *Богатырев Д.В., Вахромов Е.С., Ерошин С.Е., Зайцев В.В., Ковтун Б.В., Кожица К.П., Сайгина Е.В., Романова Д.С., Тюрин Е.А., Шипицын В.А.* Формирование системы обмена опытом в рамках интегрированных структур ОПК. М.: Айти Сервис, 2021.
- Боков, Подольский, Иванников 2022 – *Боков С.И., Подольский А.Г., Иванникова Л.Л.* К вопросу активизации инновационной деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса // Научный вестник оборонно-промышленного комплекса России. 2022. № 3. С. 25–29.
- Бурдые 2005 – *Бурдые П.* Социальное пространство: поля и практика. М.: Ин-т эксперим. социол., 2005.
- Бурко 2019 – *Бурко В.А.* Взаимосвязь социального капитала и модернизационных ценностей в студенческом коллективе // *Logos et Praxis*. 2019. Т. 18, № 3. С. 131–139. DOI: 10.15688/lr.jvolsu.2019.3.14
- Вольчик, Фурса 2022 – *Вольчик В.В., Фурса Е.В.* Нарративный анализ спроса на инновации в российской экономике // *Мир России*, 2022. № 31 (4). С. 122–150. DOI: 10.17323/1811-038X-2022-31-4-122-150
- Гужавина 2018 – *Гужавина Т.А.* Региональный социальный капитал в условиях кризиса. Череповец: ЧГУ, 2018.
- Захарова, Леонова 2021 – *Захарова Л.Н., Леонова И.С.* Социально-психологический возраст персонала российских компаний. М.: Инфра-М, 2021.
- Захарова, Леонова, Коробейникова 2017 – *Захарова Л.Н., Леонова И.С., Коробейникова Е.В.* Ценностный конфликт и психологическая жизнеспособность персонала российских предприятий: монография. Н. Новгород: ННГУ, 2017.
- Козлов, Коробейникова 2017 – *Козлов Г.В., Коробейникова Е.В.* Пути развития интеграционных процессов в холдинговых структурах // *Вестник Концерна ВКО «Алмаз-Антей»*. 2017. № 4. С. 4–11.
- Коленникова 2023 – *Коленникова Н.Д.* Российское общество в период глобальной турбулентности: вызовы и возможности // *Социологические исследования*. 2023. № 1. С. 154–156.
- Константиновский, Попова 2022 – *Константиновский Д.Л., Попова Е.С.* От восприятия перемен – к изменению социального поведения // *Мир России*. 2022. № 31 (1). С. 6–24. DOI: 10.17323/1811-038X-2022-31-1-6-24
- Купрейченко 2008 – *Купрейченко А.Б.* Психология доверия и недоверия. М.: Ин-т психологии РАН, 2008.
- Кузык web – *Кузык Б.Н.* Оборонно-промышленный комплекс ОПК [Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2017)] // <https://old.bigenc.ru/text/5045275?ysclid=lf71dszmf1438821902>
- Материалы... web – Материалы пленарного заседания «Кадры эпохи перемен: между новой занятостью и тотальным дефицитом». VII Санкт-Петербургский Международный Форум Труда. 16 марта 2023. г. Санкт-Петербург // <https://labourforum.ru/translyacii/plenarnoe-zasedanie>
- Михайлова 2021 – *Михайлова Е.А.* Доверие: результаты коронавирусного стресс-теста // *Социодиггер*. 2021. Т. 2. Вып. 1–2 (7): Доверие. С. 19–41.
- Морев 2022 – *Морев М.В.* Социальное здоровье как категория социологии // *Siberian Socium*. 2022. Т. 6, № 2 (20). С. 65–80. DOI: 10.21684/2587-8484-2022-6-2-65-80
- Орлова 2016 – *Орлова В.В.* Социальный капитал региона: особенности социального ресурса молодежи. М.: Науч. обозрение, 2016.
- Парсонс 2000 – *Парсонс Т.* О структуре социального действия. М.: Акад. проект, 2000.
- Патнэм 1996 – *Патнэм Р.* Чтобы демократия работала. Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996.
- Послание Президента Федеральному Собранию от 21.02.2023... web – Послание Президента Федеральному Собранию от 21.02.2023 // <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/statements/70565>
- Постановление Совета Федерации Федерального собрания РФ от 10.11.2021... web – Постановление Совета Федерации Федерального собрания РФ от 10.11.2021 № 476-СФ «О перспективных направлениях развития оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации» // <http://council.gov.ru/activity/documents/130953>
- Почебут и др. 2021 – *Почебут Л.Г., Чикер В.А., Волкова Н.В., Гуриева С.Д.* Противоречивость социально-психологических эффектов консолидации социального капитала организации // *Организационная психология*. 2021. Т. 11, № 2. С. 8–24.
- Путин заявил... web – Путин заявил о дефиците кадров при выполнении гособоронзаказа. УЛАН-

- УДЭ. 14 марта 2023 г. [ТАСС] // <https://tass.ru/armiya-i-opk/17262827?ysclid=1foe8cysdq201326256>
- Растворцева, Панина 2021 – *Растворцева С.Н., Панина Е.В.* Стратегические приоритеты развития социального капитала регионов России // Стратегирование: теория и практика. 2021. Т. 1, № 1. С. 76–88. DOI: 10.21603/2782-2435-2021-1-1-76-88
- Сайгина 2021 – *Сайгина Е.В.* Построение системы работы с управленческим кадровым резервом на производственном предприятии // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 10. С. 90–102. DOI: 10.46486/0234-4505-2021-10-90-102
- Татарко 2011 – *Татарко А.Н.* Социальный капитал как объект психологического исследования. Монография. М.: НИУ ВШЭ, 2011.
- Фукуяма 2004 – *Фукуяма Ф.* Великий разрыв. М.: АСТ: Ермак, 2004.
- Шихирев 2003 – *Шихирев П.Н.* Природа социального капитала: социально психологический подход // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 17–32.
- Burt 2000 – *Burt R.S.* The Network Structure of Social Capital // Research in Organizational Behaviour. 2000. № 22. P. 345–423.
- Coleman 1990 – *Coleman J.S.* Foundations of Social Theory. Cambridge (Mass.). London: Belknap press of Harvard univ. press, 1990.
- Edelman... web – Edelman Trust Barometer 2021 // <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2021-01/2021-edelman-trust-barometer.pdf>
- Global Innovation Index 2022 web – Global Innovation Index 2022 // <https://www.globalinnovation-index.org/gii-2022-report#>
- Growiec, Growiec 2010 – *Growiec J., Growiec K.* Social Capital, Well-Being and Earnings // European Societies. 2010. № 12:2. P. 231–255. DOI: 10.1080/14616690902718381
- Legatum Prosperity... web – Legatum Prosperity Index 2021 // https://www.prosperity.com/download_file/view_inline/4429
- Nahapiet, Ghoshal 1998 – *Nahapiet J., Ghoshal S.* Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage // Academy of Management Review. 1998. № 23 (2). P. 242–266.
- Paxton 1999 – *Paxton P.* Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment // The American Journal of Sociology. 1999. Vol. 105, № 1. P. 88–127.
- Robison, Schmid, Siles 2002 – *Robison L.J., Schmid A.A., Siles M.E.* Is Social Capital Really Capital? // Review of Social Economy. 2002. № 60:1. P. 1–21. DOI: 10.1080/00346760110127074
- Smith-Doerr, Powell 2005 – *Smith-Doerr L., Powell W.* Networks and Economic Life. The Handbook of Economic Sociology (379–402). Princeton: Princeton University Press. 2005.
- The Well-Being... 2001 – *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital.* Paris, France: OECD, 2001.

REFERENCES

- Bogatyrev D.V., Vahromov E.S., Eroshin S.E., Zaycev V.V., Kovtun B.V., Kozhica K.P., Saygina E.V., Romanova D.S., Tyurina E.A., Shipicyn V.A., 2021. *Formation of an Experience Exchange System Within the Integrated Structures of the Military-Industrial Complex.* Moscow, Ayti Servis Publ.
- Bokov S.I., Podol'skii A.G., Ivannikova L.L., 2022. On the Issue of Enhancing the Innovative Activity of Enterprises of the Military-Industrial Complex. *Nauchny vestnik oboronno-promyshlennogo kompleksa Rossii*, no. 3, pp. 25–29.
- Burd'e P., 2005. *Social Space: Fields and Practice.* Moscow, In-t eksperim. sotsiol.
- Burko V.A., 2019. The Relationship of Social Capital and Modernization Values in the Student Collective. *Logos et Praxis*, vol. 18, no. 3, pp. 131–139. DOI: 10.15688/lp.jvolsu.2019.3.14
- Vol'chik V.V., Fursa E.V., 2022. Narrative Analysis of the Demand for Innovation in the Russian Economy. *Mir Rossii*, no. 31(4), pp. 122–150. DOI: 10.17323/1811-038X-2022-31-4-122-150
- Guzhavina T.A., 2018. *Regional Social Capital in a Crisis.* Cherepovec, ChGU.
- Zaharova L.N., Leonova I.S., 2021. *Socio-Psychological Age of Russian Companies' Personnel.* Moscow, Infra-M Publ.
- Zaharova L.N., Leonova I.S., Korobeinikova E.V., 2017. *Value Conflict and Psychological Viability of the Personnel of Russian Enterprises.* Nizhny Novgorod, NNGU.
- Kozlov G.V., Korobeinikova E.V., 2017. Ways of Development of Integration Processes in Holding Structures. *Vestnik Kontserna VKO "Almaz-Antei"*, no. 4, pp. 4–11.
- Kolennikova N.D., 2023. Russian Society in the Period of Global Turbulence: Challenges and Opportunities. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 1, pp. 154–156.
- Konstantinovskii D.L., Popova E.S., 2022. From Perceiving Change to Changing Social Behavior. *Mir Rossii*, no. 31 (1), pp. 6–24. DOI: 10.17323/1811-038X-2022-31-1-6-24
- Kupreychenko A.B., 2008. *Psychology of Trust and Distrust.* Moscow, In-t psikhologii RAN.

- Kuzyk B.N., 2017. Military-Industrial Complex. *Bol'shaya rossiyskaya enciklopediya, Elektronnaia versia*. URL: <https://old.bigenc.ru/text/5045275?ysclid=lf71dszmf1438821902>
- Materials of the Plenary Session "Personnel in the Era of Change: Between New Employment and Total Shortages". 7th Saint Petersburg International Labor Forum*. URL: <https://labourforum.ru/translyacii/plenarnoe-zasedanie>.
- Mikhailova E.A., 2021. Trust: Coronavirus Stress Test Results. *SotsioDigger*, vol. 2, iss. 1-2 (7), pp. 19-41.
- Morev M.V., 2022. Social Health as a Category of Sociology. *Siberian Socium*, vol. 6, no. 2 (20), pp. 65-80. DOI: 10.21684/2587-8484-2022-6-2-65-80
- Orlova V.V., 2016. *Social Capital of the Region: Features of the Social Resource of Youth*. Moscow, Nauch. obozrenie Publ.
- Parsons T., 2000. *About the Structure of Social Action*. Moscow, Akad. proekt Publ.
- Patnem R., 1996. *To Make Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Moscow, Ad Marginem.
- Message of the President to the Federal Assembly dated February 21, 2023*. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/statements/70565>
- Decree of the Council of Federation of the Federal Assembly of the Russian Federation of November 10, 2021 No. 476-SF "On Promising Directions for the Development of the Military-Industrial Complex of the Russian Federation"*. URL: <http://council.gov.ru/activity/documents/130953>
- Pochebut L.G., Chiker V.A., Volkova N.V., Gurieva S.D., 2021. Inconsistency of Socio-Psychological Effects of Consolidation of the Organization's Social Capital. *Organizacionnaya psihologiya*, vol. 11, no. 2, pp. 8-24.
- Putin Announced a Shortage of Personnel in the Implementation of the State Defense Order, ULAN-UDE. 14 marta 2023 g. *TASS*. URL: <https://tass.ru/armiya-i-opk/17262827?ysclid=lf0e8cysdq201326256>
- Rastvorceva S.N., Panina E.V., 2021. Strategic Priorities for the Development of Social Capital in Russia's Regions. *Strategirovanie: teoriya i praktika*, vol. 1, no. 1, pp. 76-88. DOI: 10.21603/2782-2435-2021-1-1-76-88
- Saygina E.V., 2021. Building a System for Working with the Managerial Personnel Reserve at a Manufacturing Enterprise. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no.10, pp. 90-102. DOI: 10.46486/0234-4505-2021-10-90-102
- Tatarko A.N., 2011. *Social Capital as an Object of Psychological Research*. Moscow, NIU VShE.
- Fukuyama F., 2004. *The Great Gap*. Moscow, ACT Publ., Ermak Publ.
- Shihirev P.N., 2003. The Nature of Social Capital: Socio-Psychological Approach. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 2, pp. 17-32.
- Burt R.S., 2000. The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behaviour*, no. 22, pp. 345-423.
- Coleman J.S., 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge (Mass.), London, Belknap Press of Harvard univ. press.
- Edelman Trust Barometer 2021*. URL: <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2021-01/2021-edelman-trust-barometer.pdf>
- Global Innovation Index 2022*. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2022-report#>
- Growiec J., Growiec K., 2010. Social Capital, Well-Being and Earnings. *European Societies*, no.12:2, pp. 231-255. DOI: 10.1080/14616690902718381
- Legatum Prosperity Index 2021*. URL: https://www.prosperity.com/download_file/view_inline/4429
- Nahapiet J., Ghoshal S., 1998. Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, no. 23 (2), pp. 242-266.
- Paxton P., 1999. Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment. *The American Journal of Sociology*, vol. 105, no. 1, pp. 88-127.
- Robison L.J., Schmid A.A., Siles M.E., 2002. Is Social Capital Really Capital? *Review of Social Economy*, no. 60:1, pp. 1-21. DOI: 10.1080/00346760110127074
- Smith-Doerr L., Powell W., 2005. *Networks and Economic Life. The Handbook of Economic Sociology (379-402)*. Princeton, Princeton University Press.
- The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital*, 2001. Paris, OECD.

Information About the Authors

Lyudmila N. Zakharova, Doctor of Sciences (Psychology), Professor, Head of the Department of Management Psychology, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603022 Nizhny Novgorod, Russian Federation, zlnnnov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8244-2114>

Zaretkhan Kh.-M. Saralieva, Doctor of Sciences (History), Professor, Department of General Sociology and Social Work, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603022 Nizhny Novgorod, Russian Federation, zara@fsn.unn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4825-1584>

Elena V. Saygina, Candidate of Sciences (Psychology), Head of HR-Department, Nizhny Novgorod Research Institute of Radio Engineering, Shaposhnikov St, 5, 603950 Nizhny Novgorod, Russian Federation; Associate Professor, Department of Management Psychology, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603022 Nizhny Novgorod, Russian Federation, jara7777@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5462-7509>

Информация об авторах

Людмила Николаевна Захарова, доктор психологических наук, профессор, заведующая кафедрой психологии управления, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603022 г. Нижний Новгород, Российская Федерация, zlnnnov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8244-2114>

Зарэтхан Хаджи-Мурзаевна Саралиева, доктор исторических наук, профессор кафедры социологии и социальной работы, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603022 г. Нижний Новгород, Российская Федерация, zara@fsn.unn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4825-1584>

Елена Владимировна Сайгина, кандидат психологических наук, начальник службы управления персоналом, Нижегородский научно-исследовательский институт радиотехники, ул. Шапошникова, 5, 603950 г. Нижний Новгород, Российская Федерация; доцент кафедры психологии управления, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603022 г. Нижний Новгород, Российская Федерация, jara7777@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5462-7509>