

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.  
Ефективна економіка. 2023. № 3.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.22>**

**УДК: 330.1.012**

*Л. В. Гуцаленко,  
д. е. н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5181-8652>*

*Н. В. Іщенко,  
здобувач, Національний університет  
біоресурсів і природокористування України  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-1573-7224>*

*А. В. Титаренко,  
здобувач, Миколаївський національний аграрний університет  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-9738-401X>*

## **ДЕФІНІЦІЇ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ, ЯК СКЛАДОВОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

*L. Gutsalenko,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv  
N. Ishchenko,  
Student of Economics Faculty,  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv  
A. Titarenko,  
Student of Economics Faculty,  
National Agrarian University, Mykolayiv*

## **DEFINITIONS OF THE ESSENCE OF SOCIAL CAPITAL, AS A COMPONENT OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE**

*В статті наведено результати досліджень сутності поняття «соціальний капітал», як складової, що забезпечує успішний розвиток підприємства, що в свою чергу призводить до збільшення прибутку компанії. Означено, що не існує єдиного затвердженого на законодавчому рівні трактування даного поняття, що ускладнює його оцінку, та можливості облікового відображення вартості. Здійснено історичний екскурс (з 1916 р) та дано оцінку підходів вчених до формування сутності поняття «соціальний капітал».*

*На основі аналізу наукової літератури в роботі розкрито дефініції вчених щодо трактування сутності поняття «соціальний капітал».*

*Висвітлено історію формування сутності поняття «соціальний капітал». Здійснено порівняння та систематизування трактувань вітчизняних та закордонних науковців даного терміну. Виокремлено ознаки поняття ( певні субстанції,; ресурс; неформальні форми; взаємовідносини та знайомства осіб; складова інтелектуального капіталу; норми, цінності та зв'язки; особлива форма капіталу; економічна категорія ), що окреслено вченими при формуванні сутності поняття «соціальний капітал». Означено власний підхід до сутності поняття «соціальний капітал». Виокремлено складові елементи соціального капіталу (освіченість та кваліфікованість працівників; мікроклімат колективу; вмотивованість персоналу; норми поведінки та підтримки; взаємодія з клієнтами при вирішенні конфліктів; рівень довіри клієнтів ), які формують успішний розвиток суб'єкта господарювання. Доведено та виокремлено два рівні - мікрорівень (внутрішні) та макрорівень (зовнішні) складових елементів соціального капіталу. Узагальнено характеристику чинників мікрорівня (рівень довіри до керівництва, вмотивованість, клімат всередині компанії, підвищення кваліфікації і т.д.) та макрорівня (рівень довіри клієнтів, кількість покупців, постійні клієнти, тощо).*

*The article presents the results of research on the essence of the concept of "social capital", as a component that ensures the successful development of the enterprise, which in turn leads to an increase in the company's profits. It is indicated that there is no single interpretation of this concept approved at the legislative level, which complicates its assessment, and the possibility of accounting reflection of value. A historical excursion has been carried out (since*

1916) and an assessment of the approaches of scientists to the formation of the essence of the concept of "social capital" is given.

Based on the analysis of scientific literature, the paper reveals the definitions of scientists regarding the interpretation of the essence of the concept of "social capital".

The history of the formation of the essence of the concept of "social capital" is highlighted. Comparison and systematization of interpretations of domestic and foreign scientists of this term has been carried out. The features of the concept ( certain substances,; resource; informal forms; relationships and acquaintances of persons; component of intellectual capital; norms, values and connections; special form of capital; economic category ), which is outlined by scientists in the formation of the essence of the concept of "social capital" are distinguished. Own approach to the essence of the concept of "social capital" is defined. The constituent elements of social capital (education and qualification of employees; microclimate of the team; staff motivation; norms of behavior and support; interaction with clients in resolving conflicts; level of customer confidence), which form the successful development of the business entity, are distinguished. Two levels have been proven and distinguished - the micro level (internal) and the macro level (external) constituent elements of social capital. The characteristics of micro-level factors (level of trust in management, motivation, climate within the company, advanced training, etc.) and macro level (level of customer confidence, number of customers, regular customers, etc.) are summarized.

**Ключові слова:** соціальний капітал, інтелектуальний капітал, оцінка, колектив, репутація, трактування.

**Keywords:** social capital, intellectual capital, valuation, team, reputation, interpretation.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** В період, коли світ виходить на новий рівень, технології розвиваються надзвичайно стрімко, ринки товарів та послуг стають переповнені, а споживачі більш усвідомлені на перший план виходить соціальна складова бізнесу. Покупці, працівники та

партнери обираючи компанію починають досліджувати репутацію підприємства з яким планують працювати.

Тому соціальний або, як його ще називають, людський капітал є дуже важливим елементом інтелектуального капіталу підприємства, який може як суттєво збільшити прибутки компанії, так і призвести до значних фінансових втрат.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фундаментальні основи дослідження соціального капіталу висвітлено у працях П. Бурдьє, Дж. Коулмена, Р. Патнема, М. Вулкока, А. Портеса, Ф. Фукуями, Р. Барта, В. Бейкера та інших науковців. Вивченням соціального капіталу займались також такі вітчизняні вчені, зокрема: О. Грیشнова, А. Бова, М. Горожанкіна, М. Гуревичов, Ю. Зайцев, Е. Рєзнікова, Л. Стрельнікова, А. Чемерис, М. Шихирєв та інші. Не зменшуючи вагомості досліджень означених вчених, важливо відзначити, що існує певні не точності, які потребують дослідження.

Вважаємо за необхідне вказати, що поняття «соціальний капітал» не закріплене на законодавчому рівні, що дає поле для безлічі трактувань та оцінок. Також, далеко не всі підприємства виокремлюють та оцінюють інтелектуальний капітал при роботі, а ті, хто досліджує - основну увагу при вивченні інтелектуального капіталу приділяють нематеріальним активам, які мають оцінку та обліковуються, а соціальний капітал, його сутність та оцінка залишається об'єктом дослідження вчених.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження сутності поняття «соціальний капітал», як складового інтелектуального капіталу та формування власної дефініції його поняття.

**Виклад основного матеріалу.** У науковому середовищі немає однозначного визначення поняття «соціальний капітал», адже воно не закріплено жодним законодавчим актом та й важливість цього виду капіталу вчені та підприємці усвідомили лише нещодавно. Тому спробуємо порівняти існуючі трактування даного терміну та сформувані власне бачення щодо сутності поняття «соціальний капітал».

Поняття соціального капіталу з'явилося в дослідженнях науковців відносно нещодавно – на початку двадцятого століття.

Одним з перших термін «соціальний капітал» у 1916 році у дискусії щодо сільських шкіл використав Л. Дж. Ханіфан. Вчений в своїй роботі дійшов висновку, що необхідно виховувати добру волю, братерство, вміння налагоджувати взаємини серед людей, які утворюють, так звану, «соціальну одиницю». На його думку соціальний капітал, це певні «субстанції, котрі важливі в повсякденному житті людей» до таких «субстанцій» належать: солідарність та соціальні зв'язки між тими, хто формує соціальну групу [1]. Але широкого вжиту термін «соціальний капітал» набув лише з 1961 року завдяки Дж. Джекобсу, який використав цей термін у застосуванні до життя в місті та добросусідства.

Вже в 1986 році П. Бурдьє трактував соціальний капітал як атрибут особистості в соціальному контексті. На його думку людина може придбати соціальний капітал через цілеспрямованість та перетворити його в прибуток виражений в грошовому виразі. Він визначає соціальний капітал як сукупність реальних чи потенційних ресурсів, пов'язаних із членством у групі на основі репутації та взаємної підтримки, що дозволяє їм одержувати матеріальні чи інші вигоди від соціальних зв'язків [2].

Узагальнимо погляди вчених, щодо формування сутності поняття «соціальний капітал» (таблиця 1).

За визначенням П. Бурдьє розуміємо, що соціальний капітал - це ресурси, що містяться в соціальних мережах. Таким чином, розмір соціального капіталу визначається автором як кількість соціальних зв'язків індивіда. П. Бурдьє також вважав, що до соціального капіталу людини потрібно включати і відносини та знайомства осіб, що входять в коло спілкування особи.

**Таблиця 1. Дефініції вчених щодо трактування сутності поняття  
«соціальний капітал»**

Ознаки	Автори								
	Л. Дж. Хані ф ан	Дж. Джек обс	П. Бур дьє	Дж. Коул ман	У. Бей кер	Ф. Фуку яма	Н. Гавка лова, Н. Маркова	О. Грішн ова	В. Буркинс ький, В. Горячук
Певні субстанції	+	+							
Ресурс			+	+	+				
Неформальні форми						+			
Відносини та знайомства осіб			+						
Складова інтелектуального капіталу							+		
Норми, цінності та зв'язки							+		
Особлива форма капіталу								+	
Економічна категорія									+

*Джерело: сформовано авторами*

Засновником теорії соціального капіталу вважають Дж. Коулмана котрий визначає його як здатність людини викидати невелику кількість ресурсів залежно від їх присутності в певних платформах соціальних мереж або іншому соціальному процесі. Уміння залучати соціальний капітал - це не особистий спосіб, а форма відносин, які вибудовує людина. Отже, соціальний капітал створюється в залежності від місця та ролі суб'єкта господарювання в соціумі. Таким чином, соціальний капітал – продукт включення людини до соціальної структури [3]. Дж. Коулман надає соціальному капіталу особливу характеристику, визначаючи його, як ресурс, що здатний сприяти

досягненню конкретних цілей, які неможливо здобути без його використання.

Дослідник виділяє три основні форми соціального капіталу:

1. Норми, що супроводжуються санкціями;
2. Зобов'язання і очікування, що залежать від надійності соціального середовища;
3. Здатність соціальної структури до передачі інформаційних потоків [3].

За результатами досліджень Ф. Фукуями соціальний капітал потрібно трактувати, як неформальні норми, що сприяють співробітництву між двома чи великим числом індивідуумів, а також природні інстинкти людських істот до об'єднання [4]. Варто відмітити, що вчений обмежує поняття соціальний капітал лише рівнем довіри, як основи успішної взаємодії в соціумі, як між індивідуумами, так і при взаємодії інституцій з громадянами.

У. Бейкер, як і Дж. Коулман характеризує соціальний капітал, як певний ресурс, котрий індивід отримує зі специфічних соціальних культур і використовує, виходячи зі своїх інтересів. Такими структурами, У. Бейкер вважає соціальні мережі. Ці вчені сформували відмінну рису соціального капіталу – невід'ємність його від соціальних відносин. Отже, вступаючи у взаємодію з іншими людьми, особа автоматично формує соціальний капітал. [5, с. 619].

На відміну від вищеназваних вчених українські науковці Н. Гавкалова та Н. Маркова визначають соціальний капітал вже як складову інтелектуального капіталу, а не просто соціологічний елемент, тобто позначають як економічну категорію. На їхню думку до соціального капіталу включаються норми, цінності та зв'язки, позитивне застосування яких в середині групи чи між групами дозволяє отримати певний соціально-економічний ефект [6].

О. Грیشнова в своїй роботі визначає соціальний капітал, як особливу форму капіталу, що існує в таких елементах громадської організації, як

соціальні мережі, соціальні норми й довіра, що створюють умови для координації й кооперації заради взаємної вигоди [7].

В. Буркинський і В. Горячук виділяють соціальний капітал, як економічну категорію. Вони зазначають, що соціальний капітал формує додаткову вартість сприяє збільшенню продуктивності виробництва та як і Дж. Коулман вони стверджують, що ефективне використання соціального капіталу дозволяє досягти певних цілей, досягнення яких без цього ресурсу є неможливим. Соціальний капітал має важливу особливість – зменшується, якщо не використовується і навпаки при використанні постійно зростає. Соціальний капітал створюється за рахунок інвестицій, проте оцінити їх складно адже частіше це не прямі інвестиції, як при фізичному капіталі [8].

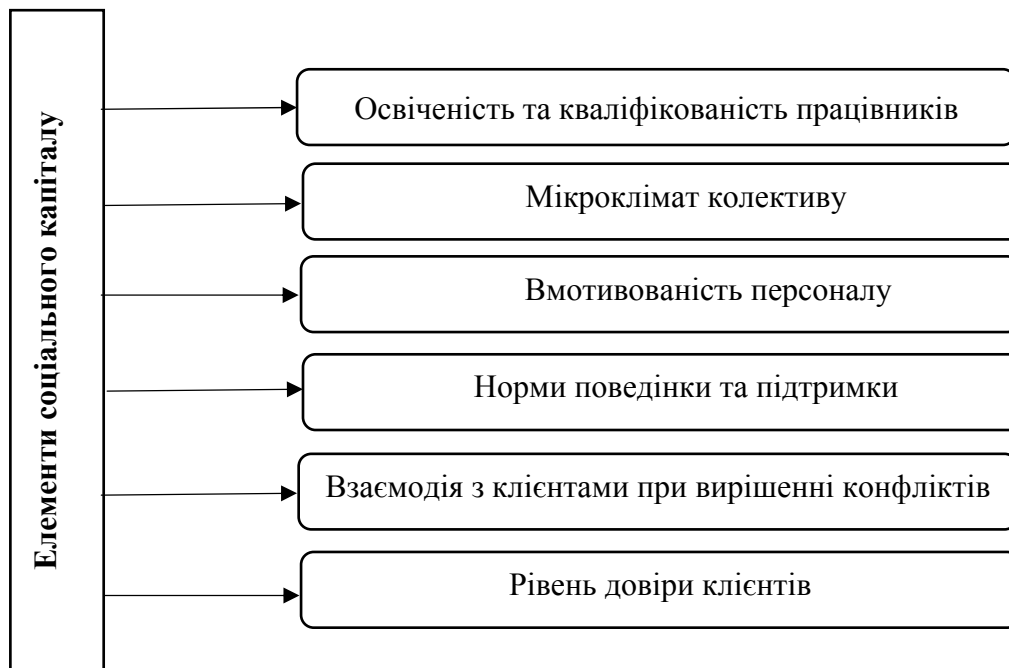
Ми погоджуємося з вченими, думки яких висвітлені вище, що соціальний капітал – це ресурс, який формується та примножується внаслідок збільшення соціальних контактів та покращення їх якості. При використанні даного ресурсу, він здатен перетворюватись на інші ресурси суб'єкта господарювання, зокрема, як додана вартість та впливати на формування його фінансового результату.

На нашу думку, соціальний капітал включає не лише відносини в середині підприємства, а й відношення та комунікацію з клієнтами та партнерами, тобто важливим елементом соціального капіталу вважаємо довіру до компанії та її імідж на ринку. Адже, негативний досвід, який отримав клієнт під-час комунікації з брендом може відштовхнути потенційного постійного клієнта та, навіть, зіпсувати репутацію компанії. Розуміючи це, ще раз впевнюємося, що соціальні мережі мають великий вплив, отже з ними потрібно вміти працювати, щоб отримувати позитивний результат від діяльності.

Зважаючи на думки викладені вище сформуємо власну дефініцію поняття «соціальний капітал» - це складова інтелектуального капіталу, що включає в себе цінності, норми, зв'язки, які формуються на мікро- та

макрорівні суб'єкта господарювання забезпечує отримання економічних вигод, за умови його ефективного використання.

Результати проведених досліджень дозволяють стверджувати, що соціальний капітал суб'єкта господарювання складається з цілої низки елементів, кожен з яких є важливим та формує успішний його розвиток (рис.1).



**Рис.1. Складові елементи, що формують соціальний капітал суб'єкта господарювання**

*Джерело: сформовано авторами*

Охарактеризуємо означені в рисунку 1 складові елементи соціального капіталу.

Одним з цих елементів є освіченість та кваліфікованість працівників. Це не лише диплом чи сертифікати про підвищення кваліфікації, це досвід, здобутий за час роботи, уміння швидко освоювати нові технології та отримувати нові знання. Також, це бажання працівника підійматися вверх кар'єрними сходами, підвищувати свою кваліфікацію. Оскільки знання та вміння працівника розвиваються в складі соціальної групи суб'єкта

господарювання та в подальшому приносять фінансові вигоди дозволяє нам виокремлювати цей елемент в складі соціального капіталу підприємства.

Наступним складовим елементом вважаємо мікроклімат колективу. Неприятливий клімат всередині суб'єкта господарювання часто є вирішальним в бажанні людини покинути місце роботи, що спричиняє плінність кадрів на підприємстві, а це, в свою чергу, не дозволяє рости та розвиватися компанії. Тому важливо вміти вибудовувати довірливі відносини в колективі, при цьому, не втрачаючи повагу та ієрархію між робітниками. Сюди ж відносимо і вміння вирішувати конфлікти, які неодмінно виникатимуть за час роботи. Для покращення комунікативних навиків персоналу використовують різноманітні психологічні тести, анонімні опитування, проведення різноманітних тимбілдингів, тренінгів.

Наступним, важливим чинником, котрий часто слугує ресурсом для працівників є норми поведінки та підтримки. В колективі повинна бути відсутня дискримінація за будь-якими ознаками. Спілкування має бути здорове, поведінка підкріплена нормами етики та моралі.

Вмотивованість персоналу дозволяє ефективніше виконувати свою роботу. На мотивацію працівників впливає рівень оплати праці, комплімент та похвала за професійний ріст та досягнуті результати, як матеріальними винагородами, так і словесним висловленням вдячності від керівника. Також, працівникам важливо відчувати себе частиною команди, розуміти, куди рухається компанія та відчувати, що кожен, хто працює над проектом є його невід'ємною частинкою і вклад кожного допомагає компанії рости та розвиватися.

Рівень довіри клієнтів дозволяє отримати хороший імідж на ринку та закріпити лідируючі позиції компанії. Заслужити довіру клієнтів на сьогоднішній день справа не з простих, адже на ринку представлено безліч варіантів, серед яких потрібно виділитися і дотримуватися цілої низки показників. Основним показником, на наше переконання є якість товару чи послуги, що продається. Також важливою є репутація компанії, чи не була

вона виявлена в незаконних схемах, чи не маніпулює в рекламі. Сьогодні клієнти перевіряють, яка політична позиція в суб'єкта господарювання та його працівників, чи дотримуються діючого законодавства, не скривають своїх доходів та своєчасно і в повному обсязі сплачують податки.

Ще однією важливою ознакою є взаємодія з клієнтами при вирішенні конфліктів. Тут враховують швидкість реакції, оперативність та реальність допомоги працівників у спілкуванні з клієнтами.

Зважаючи на елементи соціального капіталу можемо розділити його на дві категорії – мікрорівень (внутрішні) та макрорівень (зовнішні). До мікрорівня відносимо всі процеси всередині компанії, зокрема: рівень довіри до керівництва, вмотивованість, клімат всередині компанії, підвищення кваліфікації і т. д. До макрорівня соціального капіталу віднесемо взаємини з клієнтами та партнерами, зокрема це і рівень довіри клієнтів, кількість покупців, постійні клієнти і так далі. Для забезпечення розуміння рівня довіри до компанії, підвищення його стійкості в умовах конкурентного середовища, виявлення сильних та слабких сторін в комунікації з клієнтами проводяться опитування та анкетування.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень даного питання.**

Узагальнюючи вище викладене можна дійти наступних висновків:

Проведенні дослідження та оцінка трактувань сутності поняття «соціальний капітал» вченими-економістами дозволили сформулювати його власну дефініцію «соціальний капітал - це складова інтелектуального капіталу, що включає в себе цінності, норми, зв'язки, які формуються на мікро- та макрорівні суб'єкта господарювання, забезпечує отримання економічних вигод, за умови його ефективного використання.

Соціальний капітал, як частина інтелектуального капіталу найменш досліджений та представлений в науковій літературі, що впливає на складність його оцінки у суб'єктів господарювання та ускладнює його облікове відображення, як складової власного капіталу. А це в свою чергу, не дозволяє повноцінно оцінити та зрозуміти економічний ефект, який

приносить збільшення соціального капіталу для підприємства та його вплив на формування результатів діяльності вцілому.

Виокремлено два рівні - мікрорівень (внутрішні) та макрорівень (зовнішні) складових елементів соціального капіталу та здійснено їх характеристику.

Вагомим ресурсом для успішного розвитку підприємства в умовах стрімкого розвитку іт-технологій, коли ринок переповнений пропозиціями товарів та послуг є соціальний капітал, який може стати вирішальним фактором при визначенні покупцем свого контрагента.

### Література

1. Hanifan L.J. The Community Center , *Silver*, Burdett & Company, 1920.
2. Sobel J., Can we trust social capital?, *Journal of economic literature*, 2002. № 40(1), с. 139-154. URL: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/0022051027001> (дата звернення 10.03.2023)
3. Коулман Дж., Капітал соціальний і людський, *Суспільні науки і сучасність*, 2001. № 3, с. 122-139.
4. Фукуяма Ф., Великий крах: людська природа і відновлення соціального порядку. Львів: Кальварія. 2005. 380 с.
5. Baker W.E., Market Networks and Corporate Behavior, *American Journal of Sociology*. 1990. № 96, с. 589–625. URL: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/229573> (дата звернення 10.03.2023)
6. Гавкалова Н.Л., Маркова, Н.С., Формування та використання інтелектуального капіталу, Наукове видання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 252 с.
7. Грішнова О.А., Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку. 2014. № 1 (7). С. 34–42. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229017.pdf> (дата звернення 10.03.2023)

8. Буркинський Б.В., Горячук В.Ф., Соціальний капітал: сутність, джерела та структура, оцінка, *Економіка України*. 2013. № (1), С. 67-81.

### References

1. Hanifan, L. (1920), *The Community Center*, Silver, Burdett & Company, USA.
2. Sobel, J. (2002), "Can we trust social capital?", *Journal of economic literature*, vol. 40 (1), pp. 139-154, available at: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/0022051027001> (Accessed 10 March 2023).
3. Koulman, Dzh. (2001), "Social and human capital", *Suspil'ni nauky i suchasnist'*, vol. 3, pp. 122-139.
4. Fukuiama, F. (2005), *Velykyj krakh: liuds'ka pryroda i vidnovlennia sotsial'noho poriadku* [The Great Crash: Human Nature and the Restoration of Social Order], *Kal'variia*, L'viv, Ukraine.
5. Baker, W. (1990), "Market Networks and Corporate Behavior", *American Journal of Sociology*, vol. 96, pp. 589-625, available at: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/229573> (Accessed 10 March 2023).
6. Havkalova, N.L. and Markova, N.S. (2006), *Formuvannia ta vykorystannia intelektual'noho kapitalu* [Formation and use of intellectual capital], *KhNEU*, Kharkiv, Ukraine.
7. Hrishnova, O.A. (2014), "Human, intellectual and social capital of Ukraine: essence, relationship, assessment, directions of development", *Social and Labour Relations: theory and practice*, vol. 1 (7). pp. 34-42, available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/197229017.pdf> (Accessed 10 March 2023).
8. Burkyns'kyj, B.V. and Horiachuk, V.F. (2013), "Social capital: essence, sources and structure, assessment", *Ekonomika Ukrainy*, vol. (1), pp. 67-81.

*Стаття надійшла до редакції 19.03.2023 р.*