

УДК 331.477.05
JEL: A13; D91; M14; M21
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-174-185>

ОЦІНКА СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

©2023 КУРНОСЕНКО А. О., СИТНИК Г. В.

УДК 331.477.05
JEL: A13; D91; M14; M21

Курносенко А. О., Ситник Г. В. Оцінка стану та ефективності соціального капіталу підприємств України

Негативний характер соціального капіталу, сформований у сфері підприємництва, погано відбивається на репутаційній складовій української економіки. Водночас невирішене питання щодо кількісної оцінки соціального капіталу підприємства унеможлиблює чітку ідентифікацію його стану, проблемних зон і формування системи управління. Метою роботи є визначення структури та ключових показників соціального капіталу підприємства; проведення оцінки соціального капіталу підприємств України на основі запропонованої методики; отримання практичних результатів для подальшого формування системи управління соціальним капіталом підприємства. Дослідження ґрунтується на принципах системного підходу та здійснювалось на основі анкетного опитування із застосуванням методів аналізу та синтезу, логічного узагальнення, табличного та графічного методів представлення інформації, а також методу групування та систематизації. Критичний аналіз літератури з досліджуваної проблематики дозволив виокремити деякі зауваження до існуючих пропозицій щодо оцінки соціального капіталу підприємства: більшість показників – це дані анкетного опитування; об'єднання показників людського та соціального капіталу; занадто велика кількість показників, що робить процес оцінки досить трудомістким, тощо. Враховуючи наявні пропозиції науковців та критичні зауваження щодо них, сформовано власний підхід до оцінки стану й ефективності соціального капіталу підприємства, який базується на таких принципах: ієрархії, структуризації, динамічності, узагальнення, системності, збалансованості, інтегрованості та комплексності. Сформований підхід є більш структурованим і лаконічно описує ключову систему індикаторів за рівнями оцінки. Поділ соціального капіталу підприємства на стани (потенційний чи реалізований) дозволяє оцінити вплив соціального капіталу підприємства на результати діяльності. Оцінка зводиться до комплексного показника, але водночас дозволяє проаналізувати окремі компоненти та структурні рівні соціального капіталу. В перспективі реалізації даного підходу на підприємстві вбачаємо за доцільне частину питань поставити працівникам, наприклад щодо їх поглядів на довіру в колективі, та порівняти відповіді. Власні спостереження показують, що часто працівники по-різному оцінюють ситуацію, що і призводить до деформації соціального капіталу на підприємстві. Загалом отримані результати є вагомим інформаційним джерелом для розробки системи управління соціальним капіталом підприємства, що і стане предметом подальших наукових пошуків авторів.

Ключові слова: соціальний капітал, довіра, зв'язки, економія, приріст доходу, плинність кадрів.

Рис.: 1. **Табл.:** 9. **Бібл.:** 16.

Курносенко Анастасія Олександрівна – аспірантка кафедри економіки та фінансів підприємства, Державний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: a.kurnosenko@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3189-1489>

Ситник Ганна Вікторівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та фінансів підприємства, Державний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: h.sytnyk@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4189-180X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/M-7882-2016>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56156869600>

UDC 331.477.05
JEL: A13; D91; M14; M21

Kurnosenko A. O., Sytnyk H. V. Assessing the State and Efficiency of Social Capital of Ukrainian Enterprises

The negative nature of social capital, formed in the field of entrepreneurship, has a bad effect on the reputational component of the Ukrainian economy. At the same time, the unresolved issue of quantitative assessment of the social capital of enterprise makes it impossible to clearly identify its condition, problem areas and the formation of a management system. The aim of the work is to determine the structure and key indicators of the social capital of enterprise; to carry out an assessment of social capital of enterprises of Ukraine on the basis of the proposed methodology; to obtain practical results for further formation of the system of management of social capital of enterprise. The study was based on the principles of system approach and was carried out on the basis of a questionnaire survey using methods of analysis and synthesis, logical generalization, tabular and graphical methods of presenting information, as well as the method of grouping and systematization. A critical analysis of the literature on the issues under study allowed to allocate some comments on the existing proposals for assessing the social capital of enterprise: most of the indicators are data from a questionnaire survey; combining human capital and social capital indicators; too many indicators, which makes the assessment process quite time-consuming, etc. Taking into account the existing proposals of scientists and critical remarks on them, the authors have formed their own approach to assessing the state and efficiency of the social capital of enterprise, which is based on the following principles: hierarchy, structuring, dynamism, generalization, consistency, balance, integration and complexity. The current approach is more structured and succinctly describes the key system of indicators by assessment levels. The division of the social capital of the enterprise into states (potential or realized) allows to assess the impact of the social capital of the enterprise on the results of activity. The assessment is reduced to a complex indicator, but at the same time allows us to analyze individual components and structural levels of social capital. In the prospect of implementing this approach at the enterprise, we consider it expedient to ask some of the questions to employees, for example, regarding their views on trust in the team, and compare the answers obtained. Own observations show that employees often estimate the same situation differently, which leads to the deformation of social capital at the enterprise. In general, the obtained results are an important information source for the development of a system for managing the social capital of enterprise, which will be the subject of further scientific research by the authors.

Keywords: social capital, trust, connections, savings, income gain, employee turnover.

Fig.: 1. **Tabl.:** 9. **Bibl.:** 16.

Kurnosenko Anastasiia O. – Postgraduate Student of the Department of Economics and Finance of Company, State University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: a.kurnosenko@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3189-1489>

Sytnyk Hanna V. – D. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of Economics and Finance of Company, State University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: h.sytnyk@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4189-180X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/M-7882-2016>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56156869600>

Проектуючи образ українського підприємця, вимальовується досить нечітка картинка, оскільки даний суб'єкт вельми контрастний, якщо брати до уваги різні типи підприємств: за розміром, тривалістю існування, галуззю тощо. З одного боку, є низка негативних рис ведення бізнесу – це приховування доходів, схильність до хабарництва, нечесна конкуренція, відсутність соціальної відповідальності, низька якість продукції та послуг тощо. З іншого боку, є приклади відповідального ставлення до своєї справи та працівників, дотримання законів, впровадження інновацій тощо. Проте поки що маємо в країні ситуацію, коли позитивні прояви підприємницького хисту є не масовим явищем, а навпаки, «випадаками» в середовищі з негативними традиціями ведення бізнесу. Така ситуація не дає можливості ні громадянам країни, ні зовнішнім суб'єктам ідентифікувати бізнес-культуру в державі, що особливо важливо в період розвитку ринкової економіки та повенного відновлення як репутаційної складової країни на зовнішній інвестиційній арені.

Ми можемо констатувати факт, що в Україні у сфері підприємництва довгий час формувався негативний характер соціального капіталу. Про сформований господарський менталітет детально пишуть З. І. Галушка та О. О. Лусте [1], а саме, про те, що переважна більшість населення вважає, що успіх у бізнесі залежить від наявності впливових родичів та вміння обходити закон. Звісно, що такі переконання не є підґрунтям для економічного процвітання. Отже, якісний аналіз соціального капіталу є вкрай важливим питанням задля забезпечення змін у господарській свідомості громадян, а в перспективі – і поліпшення бізнес-клімату, формування позитивної репутації українського підприємця.

Для вирішення зазначеної вище проблематики слід чітко розуміти, за якими параметрами оцінювати соціальний капітал, які висновки на основі цього робити та як ці результати застосовувати в управлінні підприємством. Адже вже не є предметом дискусій значущість соціального капіталу у формуванні еко-

номічних результатів, натомість є практична необхідність у відповіді на вищеперераховані питання.

Науковці та практики, які працюють у сфері прагматизації соціального капіталу підприємства, мають уже ряд вагомих праць, методик і програмних продуктів пов'язаних із оцінкою соціального капіталу підприємства.

Більшість науковців у визначенні структури соціального капіталу підприємства спираються на наукові результати J. Nahapiet, S. Ghoshal [2], які виділяють когнітивний, структурний і реляційний види соціального капіталу.

Серед українських учених питанням пошуку індикаторів виміру соціального капіталу, розробкою методики оцінки займалися: М. Мельничук [3], Л. Смоляр та А. Холімон [4], Г. Міщук зі співавторами [5], І. Журавльова, К. Немашкало та О. Курбатова [6], А. Баланда [7] та інші. Серед зарубіжних науковців дане питання підіймали у свої роботах: Н. Westlund, E. Nilsson [8], L. D. Lang, A. Behl, N. T. Dong зі співавторами [9; 10], D. Belay [11], M. Y. Ahn, H. H. Davis [12] та інші.

Важкий внесок у розробку методики оцінки соціального капіталу підприємства зробили Г. Вестлунд та Е. Нільссон (H. Westlund, E. Nilsson) [8]. Їх робота присвячена розробці методу вимірювання інвестицій підприємств у соціальний капітал і визначенню можливих зв'язків між інвестиціями підприємств у соціальний капітал та їх економічним зростанням. Так, науковцями було проаналізовано три типи зв'язків: прямі інвестиції в соціальні зв'язки; інвестиції в економічні зв'язки, що утворюють основу соціальних зв'язків; інвестиції в соціальні зв'язки, що походять від економічних зв'язків. У ході роботи було проведено опитування менеджменту підприємств Швеції щодо їх інвестування в соціальний капітал на внутрішньому та зовнішньому рівнях. Отримані результати за допомогою проведення кореляційного аналізу зіставили із середньорічним приростом товарообороту та людино-років. Таким чином, дійшли висновку, що чим кращі темпи економічного зростання на підприємстві, тим інтенсивніші інвестиції в соціальний капітал [8].

Зараз існують деякі методики оцінки соціального капіталу, які практикують на підприємствах. Вод-

Виконано в межах НДР «Розвиток ритейлу в умовах глобальних викликів» № державної реєстрації 0121U110152 (2021–2023).

ночас є методи, які оцінюють складові соціального капіталу та можуть бути використані при розробці системи управління соціальним капіталом підприємства. До таких методів належать: Navigator, IC Index, IC Rating, IAM, VRIO-аналіз ресурсів організації, ONA (візуалізація організаційної мережі), TrustIQTM (Deloitte) та інші.

Попри низку праць, присвячених соціальному капіталу підприємства, в жодній із країн нормативно не визначено чітких критеріїв для його обліку, що стало б чітким ідентифікатором меж соціального капіталу підприємства.

Ситуація з оцінкою соціального капіталу на рівні підприємства є незавершеною в плані визначення загальноприйнятого алгоритму, чітких індикаторів, ідентифікації причинно-наслідкових зв'язків, інструментів аналізу, системи управління. Дане питання зацікавило вчених ще на початку 2000-х років, і є вже концепції, пропозиції з цього приводу, проводились оцінки із суб'єктивним набором показників, проте дана тема залишається відкритою, оскільки визначені індикатори соціального капіталу не відображаються в державних службах статистики на постійній основі, немає чітких стандартів ведення звітності соціального капіталу. Існують лише рекомендації та пропозиції щодо цього. З огляду на те, що нематеріальні чинники мають вагомий вплив на економічні результати, а підприємство є носієм соціального капіталу, вирішення цього питання є важливою сходинкою для встановлення нового порядку в управлінні та прагматизації теорії соціального капіталу підприємства.

Мета публікації – визначення структури та ключових показників соціального капіталу підприємства; проведення оцінки соціального капіталу підприємств України на основі запропонованої методики; отримання практичних результатів для подальшого формування системи управління соціальним капіталом підприємства.

Для досягнення поставленої мети була розроблена анкета для опитування підприємств. Анкета складається з 16 питань, три з яких – це загальні відомості про підприємство, наступні 13 – це ідентифікатори соціального капіталу підприємства.

Користуючись інтернет-ресурсом для розрахунку розміру вибірки [13], було визначено, що необхідним розміром вибірки при генеральній сукупності 1 956 248 підприємств [14], довірчій імовірності 95% та похибці (довірчому інтервалі) 10% є 96 підприємств. Опитування проводилось у змішаному форматі за допомогою Google Forms, телефонних та очних бесід. Період опитування – з 4 по 21 квітня 2023 року.

Усі питання анкети, які стосувались оцінки соціального капіталу підприємства, були сформовані таким чином, щоб респонденти могли надати оцінку твердженню, яке міститься в контексті питання. Наприклад, на питання «Оцініть рівень взаємної довіри між підприємством і зовнішніми стейкхолдерами» варіантами відповідей було: «висока», «вище середнього», «середня», «нижче середнього», «низька» та «важко відповісти». Кожній із запропонованої відповіді відповідає такий діапазон оцінок: «висока» – 5 балів, «вище середнього» – 4 бали, «середня» – 3 бали, «нижче середнього» – 2 бали, «низька» – 1 бал, «важко відповісти» – 0 балів.

Характеристику респондентів наведено в *табл. 1*.

Для приведення отриманих результатів до інтегрального показника був застосований метод середньозваженої бальної оцінки. Для формування висновків та рекомендацій були використані загальнонаукові методи: аналіз, групування, узагальнення. Візуалізацію отриманих результатів здійснено за допомогою графіків і таблиць.

Аналізуючи праці вищезгаданих учених, які формували власне бачення ідентифікаторів рівня соціального капіталу підприємства, можемо виділити деякі критичні зауваження до наявних пропозицій:

- ✦ деякі пропозиції щодо оцінки спираються суто на дані анкетного опитування;
- ✦ у наборі ідентифікаторів зустрічаються ті, що характеризують більше людський капітал, аніж соціальний. Втім, попри те, що між цим капіталом є тісний взаємозв'язок, оцінка соціального капіталу має ґрунтуватися саме на його ключових компонентах і далі порівнюватися, об'єднуватися у загальну оцінку з іншими ресурсами;

Таблиця 1

Характеристика респондентів анкетного опитування

Ознака	За кількістю працівників				Усього
	До 9 осіб	Від 10 до 49 осіб	Від 50 до 249 осіб	Від 250 і більше осіб	
Кількість підприємств, од.	4	44	19	29	96
Питома вага, %	4,0	46,0	20,0	30,0	

Джерело: сформовано авторами на основі анкетного опитування.

- ✦ чітко не розмежовані показники, які б характеризували міру накопичення або витрат на накопичення цього ресурсу в діяльності підприємства, та ті, які показували б результат управлінських рішень у цій сфері;
- ✦ в окремих пропозиціях наявна досить значна кількість індикаторів, що розмиває межі соціального капіталу підприємства та в практичній реалізації може бути досить трудомістким процесом на підприємстві.

Також аналіз праць закордонних і вітчизняних науковців показав, що переважно є змістовні відмінності у пропонованих показниках. Так, за кордоном соціальний капітал підприємства оцінюють більше з позиції стану та перспектив побудови корисних зв'язків між партнерами, з метою побудови стійких партнерських відносин. У вітчизняних авторів спостерігається більший акцент на стані довіри та ціннісних орієнтирах у внутрішньому середовищі підприємства. Вважаємо, що доцільно було б розглядати ці відносини та пов'язані з ними результати комплексно.

Враховуючи наявні пропозиції науковців та критичні зауваження до них, маємо на меті розвинути даний концепт і внести власні пропозиції. Підхід до оцінки соціального капіталу формуємо за такими принципами:

- ✦ *ієрархії*, який чітко передбачає ідентифікацію рівнів соціального капіталу (макро- та мікро-рівень);
- ✦ *структуризації* – передбачає виокремлення індикаторів оцінки за структурними елементами соціального капіталу підприємства (довіра, зв'язки, цінності, правила у відносинах із внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами);
- ✦ *динамічності* – передбачає постійний перегляд оцінних метрик відповідно до змін внутрішнього та зовнішнього середовища;
- ✦ *узагальнення* – зведення отриманих показників до комплексного показника;
- ✦ *системності* – процес оцінки передбачає чіткий алгоритм дій, який здійснюється на постійній основі (системно у визначені часові рамки);
- ✦ *інтегрованості та комплексності* – оцінка соціального капіталу підприємства має бути інтегрована в загальну систему менеджменту підприємства та проводиться в комплексі з оцінкою фінансового стану підприємства, з метою ідентифікації проблемних зон, де джерелом їх виникнення та подальшого розв'язку можуть бути компоненти соціального капіталу підприємства;
- ✦ *збалансованості* – рівні розвитку окремих компонентів соціального капіталу підприємства визначаються залежно від цілей підприєм-

ства, його організаційної структури, системи менеджменту. Відповідно, для забезпечення ефективної діяльності підприємства структура компонентів соціального капіталу на підприємстві матиме індивідуальні пропорції.

Отже, ми виділяємо внутрішнє та зовнішнє середовище існування соціального капіталу підприємства з метою чіткої ідентифікації їх взаємообумовленого впливу. Адже навряд чи буде значний розрив у рівні довірчих відносин усередині та зовні підприємстві, проте якщо така ситуація все ж матиме місце, то запропонована нами методика зможе це ідентифікувати та виявити проблемні зони більш чітко. Методику оцінки стану та ефективності соціального капіталу (СК) підприємства наведено в *табл. 2*.

Сформований нами підхід більш чітко, структуровано та лаконічно на кожному з рівнів описує ключову систему індикаторів. Поділ соціального капіталу підприємства на стани (потенційний чи реалізований) дозволяє оцінити, наскільки соціальний капітал підприємства впливає на результат. Оцінка зводиться до комплексного показника, і якщо його результат є низьким або незадовільним для підприємства, то можна проаналізувати, який компонент або який структурний рівень має негативний вплив або менш розвинений.

Також запропонована методика дозволить виявити структуру соціального капіталу та встановити прийнятний рівень їх збалансованості на підприємстві, про який у своїй науково-дослідній роботі пишуть І. В. Журавльова, К. Р. Немешкало та О. А. Курбатова [6].

У сформованому підході пропонується в рамках результату дії виділяти ще фінансові результати підприємства та дані трудових ресурсів. Проте наразі ми таких даних не маємо, тому проведемо оцінку саме за результатами анкетування (з метою ідентифікації проблемних зон у нарощенні соціального капіталу підприємства) та суб'єктивної оцінки ефективності його використання (з метою подальшої розробки інструментів управління).

У *табл. 3* наведено результати анкетного опитування в кількісному вимірі.

Формула та алгоритм розрахунку інтегральної оцінки соціального капіталу підприємства (*SCE*) наведено в *табл. 4*. Оцінка ґрунтується на окремому висвітленні станів соціального капіталу (потенційному та результативному), їх порівнянні та зведенні до комплексного показника.

У *табл. 5* наведено шкалу оцінки компонентів, рівнів та самого соціального капіталу підприємства.

У *табл. 6* наведено структуру оцінки соціального капіталу підприємства, загальну кількість балів за окрему відповідь (кількості підприємств і бала за відповідь) та загальну кількість балів по окремому показнику.

Комплексна методика оцінки стану та ефективності соціального капіталу підприємства

Мікрорівень		
Потенційний зовнішній СК підприємства	Довіра	1) Рівень взаємної довіри між підприємством і зовнішніми стейкхолдерами (постачальниками та бізнес-партнерами) [5; 15; 16 та інші]
	Зв'язки	2) Рівень корисності сформованої мережі контактів (за критерієм доступу до інформації, швидкості її отримання тощо) [5 та інші] 3) Рівень забезпечення ефективної комунікації з клієнтами (робота з відгуками, консультації, гарантії тощо) [5 та інші]
	Цінності	4) Частота участі у громадських проєктах, бізнес-асоціаціях, співпраця з місцевими органами влади (активність участі в об'єднаннях) тощо [5 та інші]
	Правила	5) Рівень розвитку та сприйняття корпоративних цінностей [5]
Реалізований зовнішній СК підприємства	6) Самооцінка рівня репутації підприємства як виробника товарів (послуг) [5 та інші] 7) Самооцінка рівня економії (отримання вигод) від наявності стійких довірчих відносин із зовнішніми стейкхолдерами (зменшення трансакційних витрат)* 8) Зміна (збільшення/зменшення) обсягів продажів [5; 15 та інші] 9) Зміна (збільшення/зменшення) вартості простроченої кредиторської та дебіторської заборгованості*	
Потенційний внутрішній СК підприємства	Довіра	10) Рівень взаємної довіри в трудовому колективі [5; 15; 16 та інші]
	Зв'язки	11) Рівень залучення особистісних контактів трудового колективу для досягнення бізнес-цілей [5 та інші]
	Цінності	12) Самооцінка рівня забезпечення комфортних умов праці для працівників (зручність робочого місця, графік роботи, мотиваційні заходи тощо) [5 та інші]
	Правила	13) Рівень дотримання внутрішніх ділових розпорядків і правил [5 та інші]
Реалізований внутрішній СК підприємства	14) Самооцінка рівня репутації підприємства як роботодавця (бренд роботодавця)* 15) Рівень психологічного клімату на підприємстві (атмосфера легкості, лояльності керівництва, підтримки, кооперації) [5 та інші] 16) Коефіцієнт плинності кадрів (сталість обсягу та складу трудового колективу) [16 та інші] 17) Зміна (збільшення/зменшення) продуктивності праці [16 та інші]	

Примітка: * – індикатори, запропоновані авторами.

Джерело: згруповано авторами з використанням показників, запропонованих у [5; 15; 16 та ін.].

Заданими табл. 6 бачимо, що найбільш розвиненим показником потенціалу соціального капіталу підприємства є взаємна довіра всередині трудового колективу (4,240). Наступним іде забезпечення ефективної комунікації з клієнтами (4,188), взаємно довіра зі стейкхолдерами (4,156), забезпечення комфортних умов праці (4,156), дотримання правил і внутрішніх розпорядків (4,000). Дані показники знаходяться в межах оцінки 4,000–4,3000, а отже, мають високий рівень розвитку.

Наступні показники потенціалу соціального капіталу підприємства мають оцінку в межах 3,000–3,999, тому їх розвиток класифікуємо на рівні вище середнього. До таких належать: корисність сформованих контактів (3,990), розвиток і сприйняття корпоративних цінностей (3,938), участь в об'єднаннях (3,302). І найменш розвиненим показником (середній рівень) є використання особистих контактів у вирішенні бізнес-цілей (2,813).

Щодо результату реалізації соціального капіталу підприємства, то на високому рівні він впливає на репутацію підприємства у споживача (4,104). На рівні вище середнього його реалізація присутня у сприят-

ливому психологічному кліматі (3,958), репутації підприємства як роботодавця (3,833) та економії від наявності стійких довірчих відносин (3,469).

У табл. 7 наведено подальшу оцінку отриманих результатів, де до уваги береться вагомість окремого компонента в рамках структурного рівня. Таким чином, можемо визначити, наскільки розвинуто соціальний капітал у рамках цих рівнів. Зазначимо, що вагомість кожного компонента – це суб'єктивна рекомендація. У практичній реалізації даної методики окремому підприємству слід самостійно визначити вагомість окремого компонента соціального капіталу, враховуючи свої фінансові та трудові показники.

Результати розрахунків у табл. 7 є проміжними для розрахунку аналітичних даних. Далі в табл. 8 наведено комплексну оцінку соціального капіталу підприємств України.

Отже, як бачимо з табл. 8, більший потенціал соціального капіталу присутній на зовнішньому рівні (0,979), а на внутрішньому рівні його оцінка 0,951. Попри переважання зовнішнього рівня, обидва знаходяться на рівні вище середнього.

Розподіл відповідей на питання анкети

Показники СК (питання анкети)		Варіанти відповіді (бали)					
		Важко відповісти	Низький	Нижче середнього	Середній	Вище середнього	Високий
		0	1	2	3	4	5
Зовнішній СК підприємства	x_1 – рівень взаємної довіри між підприємством і зовнішніми стейкхолдерами (постачальниками та бізнес-партнерами)	×	×	×	19	43	34
	x_2 – рівень корисності сформованої мережі контактів (за критерієм доступу до інформації, швидкості її отримання тощо)	×	×	×	39	19	38
	x_3 – рівень забезпечення ефективної комунікації з клієнтами (робота з відгуками, консультації, гарантії тощо)	×	×	5	10	43	38
	x_4 – рівень (частота) участі у громадських проєктах, бізнес-асоціаціях, співпраця з місцевими органами влади (активність участі в об'єднаннях) тощо	×	×	38	15	19	24
	x_5 – рівень розвитку та сприйняття корпоративних цінностей	×	×	10	19	34	33
	x_6 – рівень репутації підприємства як виробника товарів (послуг)	×	×	×	14	58	24
	x_7 – рівень економії (отримання вигод) від наявності стійких довірчих відносин із зовнішніми стейкхолдерами (зменшення трансакційних витрат)	10	×	5	29	24	28
Внутрішній СК підприємства	x_8 – рівень взаємної довіри в трудовому колективі	×	×	×	10	53	33
	x_9 – рівень залучення особистісних контактів трудового колективу для досягнення бізнес-цілей	9	5	19	39	10	14
	x_{10} – рівень забезпечення комфортних умов праці для працівників (зручність робочого місця, графік роботи, мотиваційні заходи тощо)	×	×	×	19	43	34
	x_{11} – рівень дотримання внутрішніх ділових розпорядків і правил	×	×	×	29	38	29
	x_{12} – рівень репутації підприємства як роботодавця (бренд роботодавця)	5	×	5	19	34	33
	x_{13} – рівень психологічного клімату на підприємстві (атмосфера легкості, лояльності керівництва, підтримки, кооперації)	×	×	5	28	29	34

Джерело: сформовано авторами на основі анкетного опитування.

Натомість результат реалізації дещо вищий на внутрішньому рівні (0,974), на зовнішньому він становить 0,947.

Зовнішній соціальний капітал підприємства характеризується невикористаним потенціалом. Якщо говорити про цей рівень, то він залежить від професійності та мотивації вищих ланок керівництва, оскільки саме на них покладені обов'язки ведення переговорів, укладання домовленостей, підтримки та нарощення контактів зі стейкхолдерами. Тому з отриманих результатів можна зробити висновок, що слід приділити увагу питанню мотивації, зацікавленості в нарощенні контактів серед менеджерів, а також слід

розвивати переговорні навички з метою отримання економічних вигод від цих контактів.

Внутрішній рівень соціального капіталу підприємства характеризується зворотною ситуацією. Тут результат дії вищий, ніж потенціал. Це може бути зумовлено внутрішніми стимулами працівників. За умов обмеженості робочих місць і невисокого рівня доходів населення мотиви праці частіше ґрунтуються на бажанні втриматись на робочому місці та мати стабільний особистий фінансовий потік. Знижує оцінку і результат використання особистих контактів для вирішення бізнес-цілей. Це може свідчити про те, що працівники зацікавлені не в нарощенні про-

Алгоритм розрахунку інтегральної оцінки стану та ефективності соціального капіталу підприємства

Комплексна оцінка стану та ефективності соціального капіталу підприємства	
$SCE = \sum_{y=1}^m WLSCE_y,$	
де SCE – комплексна оцінка СК підприємства; m – кількість структурних рівнів СК підприємства ($m = 2$); $WLSCE_y$ – зважена оцінка y -го структурного рівня СК підприємства.	
$WLSCE_y = \overline{LSCE}_y \cdot \gamma_y,$	
де $WLSCE_y$ – зважена оцінка y -го структурного рівня СК підприємства; \overline{LSCE}_y – середня оцінка y -го структурного рівня СК підприємства; γ_y – ваговий коефіцієнт y -го структурного рівня СК підприємства ($\gamma = 0,5$).	
$\overline{LSCE}_y = \frac{\sum WSL_{uy}}{m},$	
де m – кількість структурного рівнів СК підприємства ($m = 2$); \overline{LSCE}_y – середня оцінка y -го структурного рівня СК підприємства; WSL_{uy} – зважена оцінка u -го стану СК підприємства на y -му структурному рівні	
Зважена інтегральна оцінка стану та ефективності соціального капіталу підприємства	
$WSL_u = \sum_{u=1,2,5}^n SL_u \cdot \beta_u,$	
де n – кількість станів на різних структурних рівнях СК підприємства ($n = 4$); WSL_u – зважена інтегральна оцінка u -го стану СК підприємства; SL_u – інтегральна оцінка u -го стану СК підприємства; β_u – вагомність u -го стану СК підприємства (при цьому $\sum_{u=1}^n \beta_u = 1$; $\beta = 0,25$).	
$SL_u = \sum_{u=5}^n WP_{iu},$	
де n – кількість станів на різних структурних рівнях СК підприємства ($n = 4$); SL_u – інтегральна оцінка u -го стану СК підприємства; WP_{iu} – зважений бал i -го показника u -го стану СК підприємства.	
$WP_i = \overline{P}_i \cdot \alpha_{iu},$	
де WP_i – зважений бал i -го показника СК підприємства; \overline{P}_i – середній бал i -го показника СК підприємства; α_{iu} – вагомність i -го показника СК підприємства в межах u -го структурного рівня СК підприємства (при цьому $\sum_{u=1}^n \alpha_{iu} = 1$)	
Зведення індикаторів до зіставної бази	
<i>Не облікові (експертні) показники</i>	
$\overline{P}_i = \frac{SP_i}{N},$	
де \overline{P}_i – середній бал i -го показника СК підприємства; SP_i – сума балів i -го показника СК підприємства; N – кількість експертів на підприємстві.	
$SP_i = \sum P_{in} \cdot N_{in},$	
де SP_i – сума балів i -го показника СК підприємства; P_{in} – n -й бал (від 0 до 5) i -го показника СК підприємства; N_{in} – кількість експертів (підприємств), які оцінили i -й показник СК підприємства на n -у кількість балів.	
<i>Облікові показники</i>	
Аналогічно експертами (менеджерами підприємства) проводиться бальна оцінка за визначеними показниками, враховуючи сферу діяльності, розмір, цілі підприємства в періоді	

Джерело: авторська розробка.

Шкала оцінки стану та ефективності соціального капіталу підприємства

Об'єкти оцінки СК підприємства	Рівень (оцінка)				
	низький	нижче середнього	середній	вище середнього	високий
Середній бал, min = 0, max = 5	0,000–0,999	1,000–1,999	2,000–2,999	3,000–3,999	4,000–5,000
Зважена інтегральна оцінка стану СК підприємства (WSL_{ij}), min = 0, max = 1,250	0,000–0,249	0,250–0,499	0,500–0,749	0,750–0,999	1,000–1,250
Зважена оцінка структурного рівня СК підприємства ($WLSCE_{ij}$), min = 0, max = 0,625	0,000–0,124	0,125–0,249	0,250–0,374	0,375–0,499	0,500–0,625
Комплексна оцінка СК підприємства (SCE), min = 0, max = 1,25	0,000–0,249	0,250–0,499	0,500–0,749	0,750–0,999	1,000–1,250

Джерело: авторська розробка.

Таблиця 6

Бальна оцінка показників стану та ефективності соціального капіталу підприємств України

Структурний рівень СК підприємства, u	Стан СК підприємства, u	Елементи, j	Показники, i	Шкала оцінок (варіанти відповіді), n						Сума балів (SP_i)	Середній бал, \bar{P}_i
				0	1	2	3	4	5		
Зовнішній СК підприємства	Потенціал	Довіра	x_1	0	0	0	57	172	170	399	4,156
		Зв'язки	x_2	0	0	0	117	76	190	383	3,990
			x_3	0	0	10	30	172	190	402	4,188
			Цінності	x_4	0	0	76	45	76	120	317
		Правила	x_5	0	0	20	57	136	165	378	3,938
	Результат	x_6	0	0	0	42	232	120	394	4,104	
		x_7	0	0	10	87	96	140	333	3,469	
Внутрішній СК підприємства	Потенціал	Довіра	x_8	0	0	0	30	212	165	407	4,240
		Зв'язки	x_9	0	5	38	117	40	70	270	2,813
		Цінності	x_{10}	0	0	0	57	172	170	399	4,156
		Правила	x_{11}	0	0	0	87	152	145	384	4,000
	Результат	x_{12}	0	0	10	57	136	165	368	3,833	
		x_{13}	0	0	10	84	116	170	380	3,958	

Джерело: авторський розрахунок на основі анкетного опитування.

фесійних контактів, а більше в особистісних для вирішення сімейних питань; на підприємствах відсутня практика (або необхідність) використання особистих контактів працівників, хоча в скандинавських країнах при працевлаштуванні на роботу враховуються професійні контакти працівника (особливо на вакансії менеджерів) тощо. Коли підприємство (в особі топ-менеджерів) використовує контакти працівників для досягнення бізнес-цілей, відбувається процес нарощення довіри між ними, підвищуються професійні навички, поліпшується бізнес-культура тощо. Нівелювання такого ресурсу на підприємстві, звісно, прямо не призводить до значних фінансових втрат, проте, водночас, втрачаються альтернативні вигоди,

інтенсивність розвитку підприємства та формування бізнес-культури тощо.

Загалом бачимо, що зовнішній і внутрішній соціальний капітал мають однакову зважену оцінку рівня соціального капіталу підприємства – 0,481. Комплексна оцінка соціального капіталу підприємств за даними анкетного опитування має значення 0,962, що загалом характеризує соціальний капітал підприємств України на рівні вище середнього.

Даі пропонуємо розглянути, як розвинуто соціальний капітал на підприємствах різного розміру за кількістю робітників. На *рис. 1* наведено середні оцінки показників соціального капіталу для різних підприємств.

Інтегральна оцінка стану та ефективності структурного рівня соціального капіталу підприємств України

Структурні рівні СК підприємства, y	Стани СК підприємства, u	Елементи, j	Показники, i	Середній бал, \bar{P}_i	Вагомість показника в межах структурного рівня, α	Зважені бали показника, WP_i	Інтегральна оцінка стану СК підприємства, SL_u
Зовнішній СК підприємства, $ESCE$	Потенціал, $ESCE_p$	Довіра	x_1	4,156	0,2	0,831	3,915
		Зв'язки	x_2	3,990	0,2	0,798	
			x_3	4,188	0,2	0,838	
		Цінності	x_4	3,302	0,2	0,660	
	Правила	x_5	3,938	0,2	0,788		
	Результат, $ESCE_R$	x_6	4,104	0,5	2,052	3,786	
		x_7	3,469	0,5	1,734		
Внутрішній СК підприємства, $ISCE$	Потенціал, $ISCE_p$	Довіра	x_8	4,240	0,25	1,060	3,802
		Зв'язки	x_9	2,813	0,25	0,703	
			x_{10}	4,156	0,25	1,039	
		Правила	x_{11}	4,000	0,25	1,000	
	Результат, $ISCE_R$	x_{12}	3,833	0,5	1,917	3,896	
		x_{13}	3,958	0,5	1,979		

Джерело: авторські розрахунки на основі анкетного опитування.

Таблиця 8

Комплексна оцінка стану та ефективності соціального капіталу підприємств України за даними анкетного опитування

Структурні рівні СК підприємства, y	Стани СК підприємства, u	Інтегральна оцінка стану, SL_u	Вагомість стану, β	Зважена інтегральна оцінка стану, WSL_u	Середня оцінка структурного рівня СК підприємства, $LSCE_y$	Вагомість структурного рівня СК підприємства, γ	Зважена оцінка структурного рівня СК підприємства, $WLSCE_y$	Комплексна оцінка СК підприємства, SCE
Зовнішній СК підприємства, $ESCE$	Потенціал, $ESCE_p$	3,915	0,25	0,979	0,963	0,5	0,481	0,962
	Результат, $ESCE_R$	3,786	0,25	0,947				
Внутрішній СК підприємства, $ISCE$	Потенціал, $ISCE_p$	3,802	0,25	0,951	0,962	0,5	0,481	
	Результат, $ISCE_R$	3,896	0,25	0,974				

Джерело: авторські розрахунки на основі анкетного опитування.

З рис. 1 видно, що підприємства з понад 250 працівників мають переваги в оцінках за такими показниками: x_2 – корисність сформованих контактів (4,310), x_4 – участь в об'єднаннях (4,310), x_6 – репутація у споживача (4,483), x_{12} – репутація роботодавця. Серед підприємств, де кількість працівників складає від 50 до 249, наявні середні оцінки по запропонованих показниках. На підприємствах, де працівників від 10 до 49, найвищу оцінку мають показники: x_1 – взаємна довіра між стейкхолдерами (4,659), x_7 – економія від наявності стійких довірчих відносин (3,977), x_9 – залучен-

ня особистих контактів працівників для вирішення бізнес-цілей (3,227). Найчастіше висока оцінка показників соціального капіталу зустрічається на підприємствах, де налічується до 9 працівників. До таких показників належать: x_3 – забезпечення ефективної комунікації з клієнтами (5,000), x_5 – розвиток і прийняття корпоративних цінностей (5,000), x_8 – взаємна довіра в трудовому колективі (5,000), x_{10} – забезпечення комфортних умов праці (5,000), x_{11} – дотримання внутрішніх правил і розпорядків (5,000), x_{13} – формування сприятливого психологічного клімату.

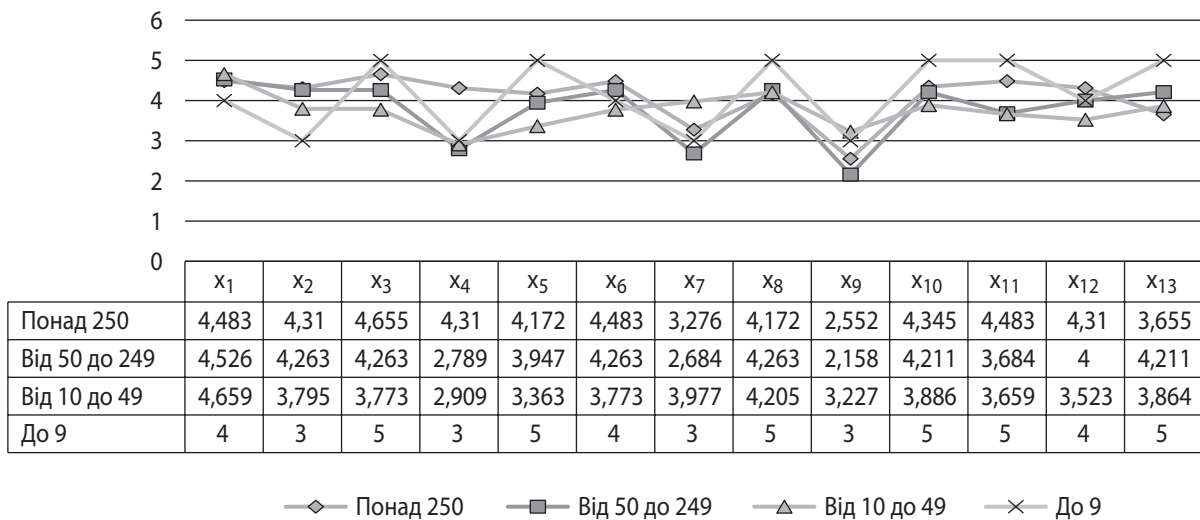


Рис. 1. Середні бали за показниками анкетного опитування, \bar{P}_i

Джерело: авторські розрахунки на основі анкетного опитування.

Використовуючи запропоновану методику, пропонуємо провести оцінку в розрізі підприємств за кількістю працівників (табл. 9).

За даними табл. 9 бачимо, що найвища комплексна оцінка соціального капіталу належить підприємствам з кількістю працівників до 9 осіб. Така ситуація підтверджує тезу, що соціальним капіталом простіше та ефективніше управляти в малих групах. На таких підприємствах більш однорідний трудовий колектив, легше слідкувати за його діями, контролювати процес, налагоджувати персонально контакти та довіру тощо. У розрізі структурних рівнів соціального капіталу такі підприємства мають перевагу у внутрішньому потенціалі. Також відмітимо, що на зовнішньому рівні наявний нереалізований потенціал. На внутрішньому рівні бачимо повну відповідність потенціалу та результату.

На підприємствах, де працівників більше 250, також наявний високий рівень соціального капіталу (1,009). Відмітимо, що такі підприємства мають вищий рівень зовнішнього соціального капіталу, що не дивно, бо масштабування діяльності потребує нарощення великої кількості контактів та встановлення з ними довірчих відносин. Натомість на цьому рівні також присутня ситуація невикористаного потенціалу. На внутрішньому рівні ситуація відповідає загальній, а саме, результат перевищує наявний потенціал.

На третьому місці за рівнем соціального капіталу знаходяться підприємства з кількістю працівників від 50 до 249 (0,945). На таких підприємствах більш розвинуто внутрішній соціальний капітал. У розрізі зовнішнього соціального капіталу є ситуація невикористаного потенціалу, а в розрізі внутрішнього результат перевищує потенціал.

Найнижча комплексна оцінка належить підприємствам, де від 10 до 49 працівників. Більш розвинутим є зовнішній соціальний капітал, але на даному

рівні присутня специфічна ситуація, коли результат перевищує потенціал. Це зумовлено тим, що керівництво активно намагається отримати економію від встановлення довірчих відносин з партнерами. На внутрішньому структурному рівні навпаки – присутня ситуація, коли наявний невикористаний потенціал.

ВИСНОВКИ

У ході наукових розвідок ми розвинули теорію соціального капіталу підприємства та наблизили її до етапу прагматизації в Україні. Скоріше за все, цей процес буде інтенсивнішим за умови активних експериментів з оцінкою соціального капіталу на підприємствах. Думаємо, що ефективність впровадження таких заходів переважно залежить від професійності відповідальних осіб, рівня організованості бізнес-процесів на підприємстві та усвідомлення ставлення до даного процесу з боку керівників.

Результат оцінки соціального капіталу підприємств України на основі анкетного опитування показав досить непогані результати. Проте, зауважимо, що в даному анкетному опитуванні брали участь лише менеджери підприємств. У перспективі реалізації даного підходу на підприємстві вбачаємо за доцільне частину питань поставити працівникам, наприклад щодо їх поглядів на довіру в колективі, та порівняти відповіді. Власні спостереження показують, що часто дані категорії по-різному оцінюють ситуацію, що і призводить до деформації соціального капіталу на підприємстві.

Загалом отримані результати є вагомим інформаційним джерелом для розробки системи управління соціальним капіталом підприємства, що і стане предметом подальших наукових пошуків авторів. ■

Комплексна оцінка стану та ефективності соціального капіталу підприємств України за даними анкетного опитування

Структурний рівень СК підприємства, u	Стан СК підприємства, u	Зважена інтегральна оцінка стану СК, WSL_u				Зважена оцінка структурного рівня СК підприємства, $WLSCE_y$			
		250 і більше	Від 50 до 249	Від 10 до 49	До 9	250 і більше	Від 50 до 249	Від 10 до 49	До 9
Зовнішній СК підприємства, $ESCE$	Потенціал, $ESCE_p$	1,097	0,989	0,939	1,000	0,517	0,464	0,477	0,469
	Результат, $ESCE_R$	0,970	0,868	0,969	0,875				
Внутрішній СК підприємства, $ISCE$	Потенціал, $ISCE_p$	0,972	0,895	0,936	1,125	0,492	0,480	0,465	0,563
	Результат, $ISCE_R$	0,996	1,026	0,923	1,125				
Комплексна оцінка СК підприємства, SCE									
Понад 250		1,009							
Від 50 до 249		0,945							
Від 10 до 49		0,942							
До 9		1,031							

Джерело: авторські розрахунки на основі анкетного опитування.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Галушка З. І., Лусте О. О. Господарський менталітет та національні особливості процесів соціалізації економіки: монографія. Чернівці, 2017. 264 с.
2. Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*. 1998. Vol. 23. No. 2. P. 242–266. DOI: <https://doi.org/10.2307/259373>
3. Мельничук М. О. Облікова політика соціального капіталу торговельного підприємства. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2018. Вип. 36. С. 250–256. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.36.2018.170140>
4. Смоляр Л. Г., Халімон А. А. Роль соціального капіталу у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 36–43.
5. Mishchuk H., Štofková J., Krol V., Joshi O., Vasa L. Social Capital Factors Fostering the Sustainable Competitiveness of Enterprises. *Sustainability*. 2022. Vol. 14. Iss. 19. Art. 11905. DOI: <https://doi.org/10.3390/su141911905>
6. Журавльова І. В., Немешкало К. Р., Курбатова О. А. Методичні основи управління соціальним капіталом підприємства. Звіт про НДР. 2014. 127 с.
7. Баланда А. Л. Формування теоретичних засад оцінювання соціального капіталу підприємств сфери послуг. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 4. С. 84–89.
8. Westlund H., Nilsson E. Measuring enterprises' investments in social capital: A pilot study. *Regional Studies*. 2005. Vol. 39. Iss. 8. P. 1079–1094. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343400500328164>
9. Lang L. D., Behl A., Dong N. T. et al. Effect of social capital on agribusiness diversification intention in the emerging market. *Journal of Intellectual Capital*. 2022. Vol. 23. No. 1. P. 56–84. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2021-0039>

10. Lang L. D., Behl A., Dong N. T. et al. Social capital in agribusiness: an exploratory investigation from a supply chain perspective during the COVID-19 crisis. *The International Journal of Logistics Management*. 2022. Vol. 33. No. 4. P. 1437–1473. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJLM-01-2021-0039>
11. Belay D. Determinants of individual social capital in dairy cooperatives in West Shoa, Ethiopia. *Agrekon*. 2020. Vol. 59. Iss. 3. P. 303–320. DOI: <https://doi.org/10.1080/03031853.2020.1743728>
12. Ahn M. Y., Davis H. H. Sense of belonging as an indicator of social capital. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2020. Vol. 40. No. 7–8. P. 627–642. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2019-0258>
13. Розрахунок розміру вибірки. URL: <https://socio-lab.vntu.edu.ua/download/Calculator.html>
14. Державна служба статистики. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/8-3-1/>
15. Волчкова Г. К. Соціальний капітал в умовах трансформації зайнятості: аналіз взаємозв'язку та механізм формування. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4733>
16. Бойко М. М. Соціальний капітал як чинник конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2014. № 1. С. 486–495. URL: http://www.tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2014_28_2/zb28_2_43.pdf

REFERENCES

- Ahn, M. Y., and Davis, H. H. "Sense of belonging as an indicator of social capital". *International Journal of Sociology and Social Policy*, vol. 40, no. 7-8 (2020): 627-642. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2019-0258>
- Balanda, A. L. "Formuvannya teoretychnykh zasad otsiniuvannya sotsialnoho kapitalu pidpriemstv sfery posluh" [Formation of Theoretical Bases for Assessing

- the Social Capital of Enterprises in the Service Sector]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, no. 4 (2016): 84-89.
- Belay, D. "Determinants of individual social capital in dairy cooperatives in West Shoa, Ethiopia". *Agrekon*, vol. 59, no. 3 (2020): 303-320.
DOI: <https://doi.org/10.1080/03031853.2020.1743728>
- Boiko, M. M. "Sotsialnyi kapital yak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpriemstv sfery posluh" [Social Capital as a Factor in the Competitiveness of Enterprises in the Service Sector]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*, no. 1 (2014): 486-495. http://www.tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2014_28_2/zb28_2_43.pdf
- Derzhavna sluzhba statystyky. <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/8-3-1/>
- Halushka, Z. I., and Luste, O. O. *Hospodarskyi mentalitet ta natsionalni osoblyvosti protsesiv sotsializatsii ekonomiky* [Economic Mentality and National Features of Economic Socialization Processes]. Chernivtsi, 2017.
- Lang, L. D. et al. "Effect of social capital on agribusiness diversification intention in the emerging market". *Journal of Intellectual Capital*, vol. 23, no. 1 (2022): 56-84.
DOI: <https://doi.org/10.1108/JIC-01-2021-0039>
- Lang, L. D. et al. "Social capital in agribusiness: an exploratory investigation from a supply chain perspective during the COVID-19 crisis". *The International Journal of Logistics Management*, vol. 33, no. 4 (2022): 1437-1473.
DOI: <https://doi.org/10.1108/IJLM-01-2021-0039>
- Melnychuk, M. O. "Oblikova polityka sotsialnoho kapitalu torhovelnoho pidpriemstva" [Accounting Policy of Social Capital of a Trading Enterprise]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 36 (2018): 250-256.
DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.36.2018.170140>
- Mishchuk, H. et al. "Social Capital Factors Fostering the Sustainable Competitiveness of Enterprises". *Sustainability*, art. 11905, vol. 14, no. 19 (2022).
DOI: <https://doi.org/10.3390/su141911905>
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage". *The Academy of Management Review*, vol. 23, no. 2 (1998): 242-266.
DOI: <https://doi.org/10.2307/259373>
- "Rozrakhunok rozmiru vybirky" [Calculation of the Sample Size]. <https://socio-lab.vntu.edu.ua/download/Calculator.html>
- Smoliar, L. H., and Khalimon, A. A. "Rol sotsialnoho kapitalu u stratehichnomu upravlinni innovatsiinym rozvytkom pidpriemstva" [The Role of Social Capital in the Strategic Management of the Innovative Development of the Enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 2 (2010): 36-43.
- Volchkova, H. K. "Sotsialnyi kapital v umovakh transformatsii zainiatosti: analiz vzaiemozviazku ta mekhanizm formuvannia" [Social Capital in Conditions of Transforming of Employment: Analysis of Trends and the Mechanism of Formation]. *Efektivna ekonomika*, no. 1 (2016). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4733>
- Westlund, H., and Nilsson, E. "Measuring enterprises' investments in social capital: A pilot study". *Regional Studies*, vol. 39, no. 8 (2005): 1079-1094.
DOI: <https://doi.org/10.1080/00343400500328164>
- Zhuravlyova, I. V., Nemeskalo, K. R., and Kurbatova, O. A. *Metodychni osnovy upravlinnia sotsialnym kapitalom pidpriemstva. Zvit pro NDR* [Methodological Foundations of Social Capital Management of the Enterprise. Report on the GDR]. 2014.