M. A., Nagornaya, I. I., Radvanskaya, N. V. (2009). Ekonomichna bezpeka korporativnogo pidpriemstva [Economic security of a corporate enterprise]. Herson, Ukraine: OLDI-PLUS. [In Ukrainian]; 8. Santalainen, T., Voutilainen, E., Porennia, P. (1998). Upravlenie po rethyltatam [Results Based Management]. Moskva, Russia. [In Russian]; 9. Georgiadi, N. G., Knyaz', S. V. (2008). Integrovanist' systemy upravlinnja mashynobudivnymy pidprijemstvamy: skladovi elementy i vzajemov'jazky mizh nymy [Integration of the management system of machine-building enterprises: constituent elements and interrelations between them]. In Problemy ekonomiky ta upravlinnja, 611, 135-141. [In Ukrainian].

УДК: 330.356.4:005.936.3

І.В. Бурджанадзе

DOI: 10.36919/2312-7812.2.2020.53

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ОРГАНІЗАЦІЇ: ПОНЯТТЯ І МЕТОДИ ОЦІНКИ

Для сучасної економіки характерні складна система взаємовідносин і залучення до процесу виробництва різноманітних ресурсів. Одним з таких ресурсів, що надає багатоаспектний і різнорівневий вплив на економічних агентів, є соціальний капітал.

У статті досліджуються теоретичні та прикладні аспекти проекції концепту «соціальний капітал» на рівні організації. Розглядаються проблеми аналізу та комплексної оцінки соціального капіталу організації з позицій використання їх результатів для управління. Також у статті розглянуто передумови формування уявлення про соціальний капітал, як засіб, покликаний забезпечувати вирішення проблеми координації колективних дій. Завдяки такому широкому трактуванню концепт соціального капіталу на даний час використовується для пояснення різноманітних явищ і процесів соціального, політичного та економічного характеру. Розглядається концепція соціального капіталу організації, структура соціального капіталу, а також такі складові, як структурний, реляційний і когнітивний соціальний капітал. У статті проаналізовано вплив соціального капіталу на діяльність організації, проведено аналіз підходів до оцінки соціального капіталу організації. З'ясовано, яким чином при розробці економічної стратегії фірми найбільший інтерес з точки зору вимірювання соціального капіталу організації представляють ті його форми, що, з одного боку, чинять безсумнівний вплив на ринкову вартість компанії, а з іншого, — можуть виступати об'єктами управління.

Досліджено та обґрунтовано метод дисконтування грошових потоків, метод звільнення від роялті, найбільш доцільний до вимірювання вартості об'єктів інтелектуальної власності, метод порівнянних угод, метод виключених витрат, метод економічної доданої вартості.

The modern economy is characterized by a complex system of relationships and involvement in the production process of various resources. One such resource that has a multifaceted and multifaceted impact on economic agents is social capital.

The article investigates the theoretical and applied aspects of the projection of the concept of «social capital» at the organizational level. The problems of analysis and comprehensive assessment of the social capital of the organization from the standpoint of using their results for management are considered. The article also considers the circumstance that led to a permanent idea of social capital as a means to ensure the solution of the problem of coordination of collective action. Due to such a broad interpretation, the concept of social capital is now used to explain various phenomena and processes of social, political and economic nature. The concept of social capital of

the organization, the structure of social capital, as well as components such as structural, relational and cognitive social capital are considered. The article analyzes the impact of social capital on the activities of the organization, analyzes the approaches to assessing the social capital of the organization. It was found that in developing the economic strategy of the firm the greatest interest in terms of measuring the social capital of the organization are those forms that, on the one hand, have a clear impact on the market value of the company, and on the other, can be objects of management.

The method of discounting cash flows, the method of exemption from royalties is the most appropriate for measuring the value of intellectual property, the method of comparable transactions, the method of excluded costs, the method of economic value added.

Ключові слова: соціальний капітал, організаційний капітал, методика оцінки, капітал, організація, реляційний капітал, когнітивний соціальний капітал.

Keywords: social capital, organizational capital, evaluation technique, capital, organization, relational capital, cognitive social capital.

Постановка проблеми. Для сучасної економіки характерні складна система взаємовідношень і залучення до процесу виробництва різноманітних ресурсів. Одним з таких ресурсів, що надає багатоаспектний і різномірний вплив на економічних агентів, є соціальний капітал. У статті досліджуються теоретичні та прикладні аспекти проєкції концепту «соціальний капітал» на рівень організації. Розглядаються проблеми аналізу та комплексної оцінки соціального капіталу організації з позицій використання їх результатів для управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження соціального капіталу висвітлено у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: М. Вебер, Е. Дюркгейм, Дж. Коулмен, Т. Лукман, Р. Мертон, Т. Парсонс, Ф. Фукуяма, Г. П. Зінченко, А. І. Кравченко та ін. Зазначені науковці заклали основу для подальших наукових досліджень в області формування і реалізації соціального капіталу, визначили роль трудового колективу і міжособистісних відносин, як фактора розвитку організації. Проте питання, пов'язані з оцінюванням соціального капіталу організації, висвітлені наразі недостатньо та потребують подальшого поглиблення.

Формулювання цілей статті. Головною метою статті є виявлення аспектів соціального капіталу, що чинять істотний вплив на цінність організації, та визначення напрямів оцінки соціального капіталу на рівні організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У класичній економічній теорії зазвичай виділяються три основні чинники виробництва: праця, земля і капітал, однак у сучасних умовах їх перелік доповнено інформацією (базами даних) та підприємницькою активністю.

На рубежі XX-XXI ст. в число найважливіших економічних ресурсів все частіше стали включати новий концепт, що описує соціальні відносини — соціальний капітал. В останні десятиліття концепція соціального капіталу набула статусу однієї з обов'язкових тем у рамках соціальних, економічних і політичних наук і знаходиться в центрі уваги багатьох досліджень, присвячених питанням суспільного та економічного розвитку. Поняття «соціальний капітал», що вийшов за рамки теоретичної концепції, все глибше проникає в практику підприємницької діяльності і поступово стає рутинним елементом бізнес-середовища.

Багато авторитетних організацій, які розробляють стандарти для бізнесу, наприклад, такі, як Міжнародна рада з інтегрованою звітністю (IIRC), Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку (WBCSD), Глобальна ініціатива зі звітності (GRI) рекомендують підприємствам при підготовці комплексних звітів робити оцінку того, як соціальні аспекти діяльності компанії впливають на її цінність.

Звичайною стає практика, коли компанії, які бажають підвищити привабливість в очах акціонерів і стейкхолдерів, вдаються до вимірювань величини соціального капіталу, що становить їх оточення.

Підвищений інтерес до соціального капіталу з боку як науковців, так і представників бізнесу зумовив появу великої кількості публікацій, що стосуються різних аспектів соціального капіталу — від пошуку визначень, що найкращим чином розкривають суть даного поняття, — до розробки практичних методів вимірювання різних компонентів соціального капіталу.

Слід зазначити, що ні в цілому соціальний капітал, ні більшість його компонентів на даний час не мають загальновизнаних, універсальних формулювань. Такий стан є наслідком сильних специфічних відмінностей соціального капіталу від інших форм капіталу. Наприклад, на противагу фізичному капіталу, соціальний втілює відносини між людьми; він нематеріальний, невловимий і, як правило, не має чіткої правової основи.

Основоположники концепції соціального капіталу (П. Бурдьє, Д. Коулмен і ін.) підкреслювали його «невловимість» у порівнянні з іншими формами капіталу, оскільки соціальний капітал являє собою, по суті, віртуальний ресурс — формалізовану систему взаємодій між людьми.

Хоча соціальний капітал, як і фізичний, підвищує індивідуальну та колективну продуктивність праці, він не зношується і не знецінюється у процесі використання. Для нього також не характерна властивість «виключності», що надає соціальному капіталові рис «суспільного блага». Мабуть, остання обставина зумовила стале уявлення про соціальний капітал як засіб, покликаний забезпечувати вирішення проблеми координації колективних дій.

Виходячи з цього, у трактуваннях соціального капіталу різних авторів превалює думка, що соціальні відносини і соціальні норми в сукупності утворюють особливого роду економічний ресурс, що впливає на багато аспектів життя індивідів і суспільства. Від нього залежить якість суспільних послуг, таких як освіта, охорона здоров'я, громадська безпека, державне управління. Не менш важливу роль соціальний капітал відіграє і в діяльності бізнес-структур.

Завдяки такому широкому трактуванню концепт соціального капіталу в даний час використовується для пояснення різноманітних явищ і процесів соціального, політичного та економічного характеру. Це неминуче призводить до «розмитості» даного поняття, що підсилюється невловимою, ефемерною природою всього того, що прийнято відносити до нього. В результаті в науковому дискурсі є багато різних точок зору щодо сутності поняття соціального капіталу та способів його вимірювання.

Концепція соціального капіталу організації, ймовірно, не вимагає доказів, що соціальний капітал лежить в основі діяльності і розвитку будь-якої організації. Проте до цього часу немає згоди в тому, що являє собою соціальний капітал організації. Цим терміном позначають і сукупність елементів або властивостей, що складають даний

вид капіталу [1], джерела його формування [2], а також результати функціонування [3].

Вчені по-різному трактують процес утворення соціального капіталу, відсутня єдність у його віднесенні до індивіда або до організації. Більш того, деякі автори висловлюють сумніви в самому існуванні терміну «соціальний капітал організації» [4]. Відзначимо, що дана точка зору нетипова, оскільки більшість дослідників все ж визнають наявність цієї форми капіталу і розглядають його, як один з найважливіших чинників ефективної діяльності організації [5-6].

Для кількісних вимірювань соціального капіталу на рівні організації в кожному конкретному випадку необхідно встановити його точні межі, усвідомити структуру і виявити ключові особливості. Після цього з безлічі відомих методів і моделей оцінки повинні бути обрані ті, які в найбільшій мірі відповідають встановленим характеристикам соціального капіталу організації, яку оцінюють.

У рекомендаціях IIRC йдеться, що соціальний капітал може включати в себе відносини як всередині організації, так і між організацією і її стейкхолдерами. Згідно IIRC, найважливішими інтегральними характеристиками соціального капіталу організації є відповідність діяльності організації запитам суспільства, відносини організації з урядовими структурами, її взаємини з контрагентами і конкурентами, а також лояльність клієнтів.

Для вимірювання соціального капіталу організації і управління ним необхідно знати його структуру. З цією метою виділяють структурну, реляційну і когнітивну складові капіталу [7]. Ці компоненти соціального капіталу мають нерозривний зв'язок між собою, вони взаємодоповнюювані і виступають джерелами формування один одного.

Структурний капітал являє собою, мабуть, найбільш відчутну частину соціального капіталу, що знаходиться на стику матеріального і нематеріального світів. Деякі автори розширюють поняття структурного соціального капіталу, включаючи до його складу крім таких нематеріальних благ, як організаційно-управлінські процеси і процедури, також цілком реальні активи, наприклад, об'єкти інтелектуальної власності та інші «впроваджені знання» [7, с. 120]. Діючи спільно, ці ресурси утворюють свого роду організаційне ноу-хау, яке сфокусовано на перетворенні людського капіталу, яким володіють працівники організації, в її цінність.

Реляційний або взаємопов'язуючий капітал описує особисті взаємини людей через історію їх взаємодії [7, с. 244]. Реляційний соціальний капітал у концентрованому вигляді характеризує якість відносин і взаємодії індивідів, а також ті ресурси, які створюються або мобілізуються організацією за допомогою цих відносин. До капіталу даного роду зазвичай відносять такі характеристики взаємин, як довіра, партнерство, норми, зобов'язання та інші форми вербального прояву елементів соціального капіталу, які не мають матеріального вираження, але тим не менше надають очевидний вплив на цінність організації, в тому числі на її ринкову вартість.

Когнітивний соціальний капітал охоплює сферу емоційно-чуттєвого сприйняття людей [9, с. 51]. За допомогою цього капіталу такі невлічливі «активи», як спільність ідеалів, уявлень і цінностей, яких дотримуються працівники організації, відповідність ідеології і поведінки організації загальній системі цінностей, прийнятої суспільством, трансформуються у внутрішні і зовнішні переваги.

Однак економічні властивості такого роду благ поки залишаються не зовсім ясними. Найімовірніше, вони відносяться до невимірних і неконтрольованих на рівні організації форм соціального або людського капіталу.

Вплив на діяльність організації. Концепт соціального капіталу досить важко розглядати в якості економічного блага, проте майже не піддається сумніву, що існує пряма залежність між станом соціального капіталу та рівнем економічного розвитку [10;12]. Дане твердження поширюється на весь соціальний капітал і на всі типи суб'єктів, в тому числі і на фірми (організації). Можливі такі, що відзначаються більшістю авторів, якісні наслідки впливу соціального капіталу на результати діяльності організації.

Також можна говорити про різнобічний і комплексний характер впливу соціального капіталу на багато аспектів діяльності компаній. Завдяки йому між учасниками економічних відносин як всередині фірми, так і поза нею формуються неекономічні, часто неформальні, тонкі відносини, що доповнюють звичайні економічні зв'язки. Результатом їх дії стає зростання ефективності та підвищення стійкості бізнесу, отже, створення додаткової цінності для акціонерів і стейкхолдерів компанії. Тому вплив різних аспектів соціального капіталу необхідно враховувати при розробці та прийнятті управлінських рішень.

Аналіз підходів до оцінки соціального капіталу організації. Абстрактний характер соціального капіталу і відсутність єдності в його визначенні сильно ускладнюють вироблення універсальних оціночних метрик.

Соціальний капітал важко виміряти і оцінити перш за все через «розмитість» об'єкта вимірювання. Компоненти соціального капіталу, що складаються з різного роду відносин, зобов'язань і вербальних установок, численні, різноманітні і, як правило, нематеріальні. Умовність і суб'єктивність при ідентифікації компонентів соціального капіталу обумовлюють складність поділу причин і наслідків його функціонування [13]. Оцінці також перешкоджає те, що багато елементів соціального капіталу організації мають суспільну, а не індивідуальну природу [14].

Як правило, при розробці економічної стратегії фірми найбільший інтерес з точки зору вимірювання соціального капіталу організації представляють ті його форми, які, з одного боку, чинять безсумнівний вплив на ринкову вартість компанії, а з іншого, - можуть виступати об'єктами управління.

У силу цього в центрі нашої уваги буде знаходитися та частина соціального капіталу організації, яка в економічній літературі часто позначається усталеним терміном «організаційний капітал».

Зазвичай до складу організаційного капіталу включаються управлінські технології, що забезпечують трансформацію індивідуальних знань в колективне знання, а також різні організаційні процедури, системи, бази даних, культура організацій. Діючи спільно, ці активи утворюють свого роду організаційне ноу-хау, місія якого - служити перетворенню знань і навичок працівників в інтелектуальний капітал. Останній є інструментом створення додаткової цінності для акціонерів і стейкхолдерів компанії [15].

При оцінці вартості організаційного капіталу, що представляє собою нематеріальні активи, створені всередині організації, головною є проблема визначення величини очікуваних економічних вигод, які буде генерувати той чи інший актив. Оскільки

вартість такого роду активів визначається їхнім майбутнім використанням, необхідно виміряти майбутні грошові потоки, що виникають внаслідок використання цих активів. Відповідно, невизначеність майбутніх грошових потоків і (або) неможливість їх співвіднесення з конкретним компонентом організаційного капіталу створює складності при визначенні вартості.

Проблема вимірювання вартості компонентів організаційного капіталу має ключове значення як для їх включення до фінансової звітності [16, с. 72-77], так і для їх використання при прийнятті рішень менеджерами компаній, потенційними інвесторами та іншими стейкхолдерами.

На даний час відомий ряд фінансових і нефінансових моделей, які можуть бути використані для вимірювання організаційного капіталу.

У більшості фінансових моделей вартість організаційного капіталу визначається, як поточна вартість. Маються на увазі «зобов'язання», що фактично представляють собою премію, яку інвестори готові заплатити в обмін на певні неформальні обіцянки компанії, юридично не закріплені, що не мають точних параметрів і, отже, необов'язкові для виконання, проте вкрай важливі для взаємин між компанією і її стейкхолдерами, які в кінцевому рахунку сильно впливають на ринкову вартість компанії. Для виконання таких розрахунків у залежності від виду оцінюваних активів можуть застосовуватися методи дисконтування грошових потоків, звільнення від роялті, порівнянних угод, які були виключені, витрат, побудови ланцюжків створення цінності, економічної доданої вартості, співвідношення ринкової і балансової вартості.

Метод дисконтування грошових потоків (DCF model) ґрунтується на припущенні, що цінність капіталу обумовлена його використанням. Виходячи з цього, вартість активу еквівалентна сукупній поточній вартості, генеруючих їм майбутніх доходів.

Даний метод зазвичай використовується для визначення вартості таких продуктів (тобто результатів) функціонування соціального капіталу організації, як технології, програмне забезпечення, угоди про комерційне партнерство і про співпрацю з клієнтами, франшизи та інші аналогічні активи, що створюють досить чітко ідентифіковані грошові потоки [13, с. 2].

Незважаючи на велику популярність, моделі DCF притаманний ряд серйозних недоліків, що обмежують її застосування. Перш за все, вона носить суб'єктивний характер, оскільки отриманий результат сильно залежить від зроблених припущень про величину майбутніх грошових потоків, що створюються оцінюваним активом [17, с. 143].

Іншим суттєвим недоліком моделі є складність вибору величини ставки дисконтування. Критики відзначають, що найбільш поширений спосіб визначення величини ставки дисконтування - шляхом розрахунку середньозваженої вартості капіталу - підходить тільки для компаній, що мають просту і стабільну структуру капіталу, в той час як в дійсності структура капіталу компанії, як правило, є складною, динамічною і тому важко піддається оцінці [17, с. 1487]. Крім того, при оцінці організаційного капіталу за допомогою DCF-моделей певні труднощі представляє виокремлення частини грошових потоків, що генеруються оцінюваним активом із загальних грошових потоків фірми.

Метод звільнення від роялті найбільш доцільний до вимірювання вартості об'єктів інтелектуальної власності. Проте цей метод (цілком або окремі його елементи) можна

використовувати також при оцінці інших компонентів, що становлять організаційний капітал. Відповідно до даного методу, вартість активу дорівнює сумі дисконтованих ліцензійних платежів (роялті), які компанія повинна була б сплачувати за право користування активом в тому випадку, якщо б він не належав компанії [13, с. 2].

Головний недолік методу, як і методу DCF, полягає в ускладненні визначення величини роялті, оскільки вона залежить від таких вельми невизначених факторів, як важливість активу, ступінь контролю компанії над його використанням, можливість створення аналогічних активів конкурентами, наявність субститутів, а також від кон'юнктури ринку аналогічних активів. Внаслідок цього метод також має досить високу суб'єктивність.

Метод порівнянних угод найчастіше використовується для оцінки створених усередині компанії і одночасно тісно пов'язаних з ринком нематеріальних активів, таких як бренд, торгова марка, фірмові знаки, інтернет-домени, контрольовані спільноти в соціальних мережах (групи спілкування, які ініціюються та підтримуються компанією).

Такого роду активи, як правило, не відображаються у фінансовій звітності компанії. Їх важко відокремити від усього бізнесу і розглядати, як самостійні елементи капіталу. При використанні методу порівнянних угод вартість активу визначається на основі інформації про ринкові ціни або про фактичні витрати, понесені при купівлі активів з функціональними або технічними характеристиками [13, с. 2]. Знайдена в такий спосіб вартість коригується з урахуванням відомих відмінностей між оцінюваним активом і його аналогами.

Методу порівнянних угод притаманні серйозні недоліки. В силу унікальності більшості компонентів соціального капіталу вибір компонентів-аналогів носить вкрай суб'єктивний характер. Проблематичним також є отримання необхідної для аналізу і розрахунків інформації. В результаті метод здатний давати лише приблизну величину вартості активу. Тому область застосування даної моделі, в основному, обмежується внутрішнім контуром компанії.

Метод виключених витрат ґрунтується на припущенні, що організаційний капітал компанії є частиною її гудвілу, придбаного в результаті об'єднання бізнесу. Алгоритм методу багато в чому аналогічний методу звільнення від роялті з тією відмінністю, що в розрахунках використовується історична інформація, наявна всередині компанії, а не суб'єктивні припущення. Вартість активу еквівалентна витратам на його створення, яких вдалося уникнути в результаті набуття даного активу при об'єднанні бізнесів. Основу методу складає загальноекономічний принцип заміни, згідно з яким максимальна вартість об'єкта визначається найменшою ціною, за якою може бути придбаний або створений інший об'єкт з аналогічною корисністю. Однак очевидно, що застосування даного методу носить обмежений характер, його коректне використання можливо тільки для компаній, що мають історію об'єднання бізнесу з контрольною часткою участі.

Метод економічної доданої вартості виходить з того, що соціальний капітал організації виступає важливим чинником створення вартості бізнесу. При цьому, як було зазначено раніше, часто виявляється складним або неможливим відокремити активи, що становлять соціальний капітал організації, від інших активів (матеріальних

і нематеріальних). Можливим вирішенням цієї проблеми є використання моделі розрахунку доданої вартості.

Є, як мінімум, два різновиди моделі визначення доданої вартості [19, с. 32]. Перша з них спирається на концепцію економічної доданої вартості (EVA). В економічній літературі дана концепція часто позиціонується, як всеосяжний інструмент вимірювання додаткової вартості, що генерується інвестиціями. У зв'язку з цим висловлюється припущення, що EVA можна використовувати для вимірювання приросту вартості компанії, що створюється соціальним капіталом [20, с. 405].

Теоретично у складі формули для розрахунку величини EVA можна виділити компоненти, що відносяться до окремих складових цього капіталу. Однак обмеженням фінансової моделі EVA є те, що для розрахунків показника використовується балансова вартість активів. Рекомендоване авторами концепції внесення коригувань не вирішує проблему, оскільки переважна частина компонентів, складових соціального капіталу організації, не відбивається в бухгалтерській звітності, отже, вони не можуть бути враховані в показнику EVA [21, с. 21].

Метод побудови ланцюжка створення вартості являє собою різновид моделі доданої вартості. Він передбачає конструювання ланцюжків створення цінностей, що відображають процес перетворення сировини в готову продукцію. Фінансовим результатом цієї трансформації є створення доданої вартості. Ідея методу полягає в тому, що різниця між доданою вартістю готової продукції і доданою вартістю компонентів, з яких продукція складається, є вартість, що вноситься недосяжним капіталом. Метод ґрунтується на зіставленні нормалізованих фактичних доходів компанії з очікуваними доходами від її матеріальних і фінансових активів [20, с. 80]. Різниця між двома показниками є надлишковим доходом, який створюється активами, проте не відображений у фінансовій звітності компанії. Вартість цих активів розраховується, як дисконтована вартість генеруючих ними майбутніх надлишкових доходів.

Як і в разі інших моделей, що використовують метод дисконтування, істотною проблемою є неясність вибору величини ставки дисконтування [19, с. 80]. Тому дана модель носить допоміжний характер, наприклад, може служити джерелом додаткової інформації при прийнятті рішень щодо доцільності здійснення інвестицій.

Метод співвіднесення ринкової і балансової вартості визначає вартість всього невлізного капіталу, як різницю між ринковою і балансовою вартістю компанії в конкретний момент часу. Як і для більшості інших методів зміни невлізних активів, загальним недоліком методу є неможливість точно виділити частку вартості, що припадає на соціальний капітал. Часто використовується модифікація методу, що передбачає розрахунок індикатора, який показує співвідношення величин ринкової капіталізації і відновної вартості активів компанії, очищених від поточних зобов'язань (як варіант - вартості чистих активів) - коефіцієнт Тобіна. Значення коефіцієнта більше одиниці вказує на те, що компанія має нематеріальний капітал, який не відображено у фінансовій звітності [21, с. 423].

Дані обмеження істотно звужують можливості для прийняття управлінських рішень, пов'язаних зі створенням та використанням соціального капіталу організації. Можливим виходом може стати інтеграція фінансових і нефінансових інструментів вимірювання [20; 21, с. 391]. Такий підхід відкриває реальні перспективи для об'єктивної оцінки окремих компонентів соціального капіталу організації. Однак названі моделі зовсім

не є універсальними, в багатьох випадках корисними можуть виявитися інші рішення, спеціально сконструйовані для того, щоб краще виміряти «невидимі» фінансовими методами прояви соціального капіталу на рівні конкретної організації.

Коротко розглянемо методичні підходи, за допомогою яких можна отримати додаткову інформацію про соціальний капітал організації, необхідну для управління.

Емпіричні дослідження соціального капіталу, як правило, ґрунтуються на методиках, розроблених міжнародними організаціями, такими, як Світовий банк, Організація економічного співробітництва і розвитку, World Values Survey Association та ін. Практичні підходи до вимірювання соціального капіталу коливаються від простих методів, які використовують єдиний індикатор, що відображає якусь одну ключову характеристику капіталу, до комплексних досліджень, що спираються на розрахунок складних груп індексів.

Дослідження також різняться за рівнем аналізу в залежності від того, хто знаходиться у центрі їх уваги - індивіди, організації, соціальні групи тощо.

Вимірювання соціального капіталу на рівні організації багато в чому повторює методи, інструменти та показники, які застосовуються для вимірювань індивідуального соціального капіталу, які в даний час виглядають найбільш детальними і комплексними. А головна відмінність використовуваних методів полягає в тому, що на рівні організації, як правило, акцент робиться на оцінці економічних і соціальних відносин, які формують внутрішнє і зовнішнє соціальне середовище організації.

Більшість вимірювань такого роду ґрунтуються на анкетуванні, але іноді, коли можливо, використовуються статистичні дані, а також інформація, отримана з корпоративної нефінансової звітності. Об'єктом вимірювань, в основному, виступає структурний і реляційний соціальний капітал.

Об'єктами оцінки виступають соціальні зв'язки і відносини з колегами з роботи, з клієнтами, діловими партнерами, постачальниками, а також з іншими зовнішніми стейкхолдерами. Крім того, оцінюється інституційна і міжособистісна довіра, що характеризує ступінь довіри між співробітниками організації, а також між співробітниками організації та представниками влади, бізнес-середовища, спільноти, довіра до організації в цілому.

Сумнівний також вплив цієї складової соціального капіталу на економічні показники. Тому вимір неважливих чинників соціального капіталу організації найчастіше обмежується його структурно-реляційною складовою.

Названі нефінансові показники можуть бути використані для додаткового обліку вкладу соціального капіталу у створення вартості компанії в тій його частині, яка виявляється «невидимою» для фінансових моделей.

Наявність методик вимірювання даних компонентів і аспектів соціального капіталу, розроблених авторитетними організаціями, має спрощувати задачу оцінки неважливих факторів, що впливають на фінансові результати і на вартість компанії. Однак на практиці інтеграція такого роду показників і методів в систему управління компанією ускладнена сильною залежністю нефінансових моделей від багатьох нечітко виражених, часто суб'єктивних обставин, що обмежують достовірність і звужують можливості для зіставлення отриманих за допомогою цих моделей результатів як в часі, так і між організаціями, з огляду на що основним напрямком удосконалення

методології оцінки соціального капіталу організації має стати підвищення рівня формалізації комплексних методів вимірювань.

Така стандартизація і універсалізація не тільки забезпечить більш високу достовірність результатів оцінки, але і зробить можливим їх повноцінне включення у фінансову звітність, що підвищить прозорість компаній, що мають такого роду активи для інвесторів і відкриє додаткові можливості для управління ними.

Висновки. Існуючі фінансові та не фінансові моделі оцінки соціального капіталу організації окремо не дають задовільних результатів. Тому основним напрямком подальших досліджень має стати розвиток комплексних методів вимірювань, зокрема, підвищення рівня їх формалізації та універсалізації. Це не тільки забезпечить більш високу достовірність оцінки, але і зробить можливим повноцінне включення результатів оцінки в фінансову звітність компаній, підвищить їх прозорість для інвесторів і відкриє додаткові можливості для управління.

1. Putnam R.D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. N.Y., Simon and Schuster, 2001, 544 p.;
2. Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital. In: P. Dasgupta, I. Stiglitz (Eds.) Social Capital: A Multifaceted Perspective. Washington DC, The World Bank, 2000;
3. Woolcock M., Narayan D. Social capital: implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 2000, vol. 15, no. 2;
4. Knoke D. Organizing for Collective Action: The Political Economies of Associations. New York, Aldine de Gruyter, 1990;
5. Fukuyama F. The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of the Social Order. London, Profile Books, 2006, 368 p.;
6. Cohen D., Prusak L. In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work. Boston, MA, Harvard Business School Press, 2001, 224 p.;
7. Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 1998, vol. 23, no. 2, pp. 242–266;
8. Harpham T. The Measurement of Community Social Capital Through Surveys. In: Kawachi I., Subramanian S.V., Kim D. (Eds.) Social Capital and Health. N.Y., Springer, 2008, pp. 51–62;
9. Woolcock M. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 1998, vol. 27(2), pp. 151–208. doi: 10.1023/A:1006884930135;
10. Grootaert C., Bastelaer van T. Understanding and Measuring Social Capital: A Multidisciplinary Tool for Practitioners. Washington, D.C., The World Bank, 2002;
11. Olsen M.G., Halliwell M., Gray R.P. Intangible Value: Delineating between Shades of Grey. *Journal of Accountancy*, 2007, vol. 203(5), pp. 66–71;
12. Wyatt A. Towards a financial reporting framework for intangibles: Insight from Australian experience. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3, iss. 1, pp. 71–86. doi: 10.1108/14691930210412872;
13. Seetharaman A., Balachandran M., Saravanan A.S. Accounting treatment of goodwill: Yesterday, today and tomorrow. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 131–152;
14. Bose S., Thomas K. Valuation of intellectual capital in knowledge-based firms: The need for new models in a changing economic paradigm. *Management Decision*, 2007, vol. 45(9), pp. 1484–1496. doi: 10.1108/00251740710828726;
15. Rodov I., Leliaert P. FiMIAM: Financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3(3), pp. 323–336. doi: 10.1108/14691930210435642;
16. Kannan G., Aulbur W. Intellectual capital: Measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(3), pp. 389–413. doi: 10.1108/14691930410550363;
17. Marr B., Spender J.-C. Measuring knowledge assets: Implications of the knowledge economy for performance measurement. *Measuring Business Excellence*, 2004, vol. 8(1), pp. 18–27. doi: 10.1108/13683040410524702;
18. Martin W.J. Demonstrating knowledge value: A broader perspective on metrics. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 77–91. doi: 10.1108/14691930410512932;
19. Abeysekera I. Intellectual accounting scorecard: measuring and reporting intellectual capital. *Journal of American Academy of Business*, 2003, vol. 3(1&2), pp. 422–427;
20. Housel T., Nelson S. Knowledge valuation analysis: Applications for organizational intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2005, vol. 6, iss. 4, pp. 544–557. doi: 10.1108/14691930510628816