

**Ковшун Н. Е.** <sup>[1; ORCID ID: 0000-0003-0573-2932]</sup>,

д.е.н., професор

**Коба Н. В.** <sup>[2; ORCID ID: 0000-0002-2339-0377]</sup>,

к.е.н., доцент,

**Коба М. О.** <sup>[2; ORCID ID: 0000-0003-3142-8272]</sup><sup>1</sup>Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне<sup>2</sup>Міжнародний університет фінансів, м. Київ

## ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Стаття присвячена визначенню місця та ролі соціального капіталу у мережеских структурах в умовах цифровізації. Проаналізовано визначення мереж та мережеских структур. Визначено соціальний капітал як спільну основу для всіх рівнів мережеских структур. Визначено рівні мережеских структур та соціального капіталу. Зазначено, що саме соціальний капітал забезпечує високу економічну ефективність мережеских структур через досягнення ними синергетичного ефекту від взаємодії окремих їх учасників. Встановлено, що ефективність інноваційного розвитку підприємства значною мірою залежить від мережі соціально-економічних відносин підприємства, що спрямована на нагромадження його соціального капіталу. Представлено схему соціально-економічних зв'язків підприємства в їх тісній взаємодії та взаємозалежності із зовнішнім середовищем. Виділено три групи зв'язків в мережі соціально-економічних зв'язків: соціальні зовнішні зв'язки, соціальні внутрішні зв'язки та економічні зв'язки. Встановлено, що внутрішні взаємозв'язки підприємства мають відображення у його зовнішньо-економічних зв'язках, і навпаки. Показано вплив цифровізації на формування споживчого попиту, задоволення якого потребує нових соціальних зв'язків та відповідного соціального капіталу. Наукова новизна дослідження полягає у розгляді мережеских структур через призму соціального капіталу та розробці схеми підприємства як мережі соціально-економічних зв'язків, які є основою для формування соціального капіталу.

**Ключові слова:** соціальний капітал; мережа; мережева структура; цифровізація; соціально-економічні зв'язки; попит; інноваційний розвиток.

**Постановка проблеми.** Інноваційний розвиток підприємства забезпечується завдяки багатьом чинникам зовнішнього та внутрішнього середовища, вплив яких обумовлює позитивну чи

негативну динаміку такого розвитку. Для забезпечення позитивної динаміки інноваційного розвитку підприємства та швидкого реагування на зміни в конкурентному середовищі все більшого значення набуває соціальний капітал, що дозволяє шляхом мобілізації інших видів капіталу підприємства, прискорити процеси комерціалізації знання на підприємстві. Для цього необхідно створювати, підтримувати та розвивати соціальні та економічні зв'язки підприємств через застосування мережевої концепції організації бізнесу. Таким чином, необхідність забезпечення функціонування мережевих структур підприємств, що дозволить налагодити інформаційний обмін та ефективну взаємодію із зовнішнім середовищем, а отже, сприяти нагромадженню соціального капіталу для забезпечення його інноваційного розвитку шляхом управління знаннями, і визначає актуальність даної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових праць засвідчує достатньо високий рівень уваги наукової спільноти як до питань формування та розвитку мережевих структур, так і до проблем розвитку соціального капіталу на підприємствах в умовах цифровізації. Так, мережеві структури, їх сутність та проблеми функціонування досліджують такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Ф. Вебстер, М. Кастельс, С. Джонс, Р. Майлз, Т. А. Стюарт, В. М. Геєць, В. С. Катькало, М. Н. Румянцева та багато інших. Серед дослідників теоретичних та методичних засад формування соціального капіталу варто відмітити П. Бурд'є, Г. Беккера, О. Грішнову, Дж. Коулмана, О. Іляш, Р. Патнема, Л. Смоляр, Ф. Фукуяму. Однак, не зважаючи на значну кількість наукових досліджень в даних напрямках, потребує поглибленого вивчення значення соціального капіталу в мережевих структурах в умовах цифровізації.

**Постановка завдання.** Метою даної роботи є визначення місця та ролі соціального капіталу у мережевих структурах через призму потреб економіки знань. У роботі доведено, що саме соціальний капітал забезпечує високу економічну ефективність мережевих структур через досягнення ними синергетичного ефекту від взаємодії учасників.

**Виклад основного матеріалу.** В сучасних умовах розвитку економіки знань та становлення Індустрії 4.0 саме фактори, які сприяють інтелектуалізації підприємства, його якісним трансформаціям в сфері продукування нових знань та розвитку наявних, їх обміну та поширення, збереження та використання через управління знаннями є визначальними для подальшого соціально-економічного розвитку. Тому лише на засадах інноваційного розвитку, тобто шляхом постійного впровадження нових технологій,



нової продукції чи послуг, нових моделей бізнесу, підприємства зможуть працювати ефективно. В свою чергу, для поглиблення спеціалізації, концентрації на своїх «ключових компетенціях», створення стратегічних альянсів, мережеві відносини між організаціями відіграють ключову роль. Крім того, сьогодні саме кооперацію та підтримку в бізнесі, починаючи від рівня співробітників та команд, закінчуючи міжфірмовими взаємодіями, визначають як один з найважливіших підходів до ведення бізнесу в постковідній економіці [1]. Адже це можливість використовувати зв'язки та комунікації для інноваційного розвитку підприємства через об'єднання зусиль.

Надамо порівняння класичних визначень мережевих структур (табл. 1). Всі зазначені визначення хоча і досить відрізняються один від одного, проте кожне пов'язане з відносинами на певному рівні – від окремих співробітників до рівня міжорганізаційних відносин, тобто можна стверджувати, що в основі розвитку мережевих структур лежить соціальний капітал підприємств.

В свою чергу, саме соціальний капітал як сукупність зв'язків та взаємовідносин між людьми, які здатні приносити дохід [11], забезпечує високу економічну ефективність мережевих структур через досягнення ними синергетичного ефекту від взаємодії окремих їх учасників. Так, взаємодіючи в межах мережевої структури, підприємство реалізує свої переваги над іншими, а структура спрямована на підвищення спільної конкурентоспроможності та доходності. При цьому можна виділити такі рівні мережевих структур і, відповідно, рівні соціального капіталу – рівень окремого співробітника з його особистою мережею зв'язків, командний рівень, організаційний та міжорганізаційний рівні з їх відповідними мережевими структурами та соціально-економічними зв'язками.

Отже, через побудову мережевих структур на засадах розвитку соціального капіталу підтверджується вислів «бізнес будується на зв'язках». Ми погоджуємося з О. Грішновою, що «наявність соціального капіталу полегшує індивіду, групі та організації доступ до нових знань і навичок; і навпаки – обмежений доступ до соціальних зв'язків, соціальна ізоляція або замкнутість окремих індивідів чи груп можуть перешкоджати створенню й використанню ними людського капіталу» [12].

Таблиця 1

Визначення мережевих структур

Посилання	Термін	Визначення мережевої структури
C. Alter & J. Hage, 1993 [2, С. 27]	Міжфірмові мережі	Необмежені або обмежені кластери організацій, що за визначенням є неієрархічними колективами юридично незалежних одиниць
P. Dubini & H. Aldrich, 1991 [3, С. 309]	Мережі	Модель стосунків між особами, групами, організаціями
M. Gerlach & J. Lincoln, 1992 [4, С. 492]	Alliance Capitaliam	Стратегічні довготермінові відносини паралельно до широкого діапазону ринків
M. Granovetter, 1994 [5, С. 455]	Бізнес-групи	Набір організацій, об'єднаних разом формальним або неформальним чином, проміжним рівнем зобов'язань
K. Kreiner & M. Schultz, 1993 [6, С. 192]	Мережі	Неформальна між організаційна співпраця
A. Larson, 1992 [7, С. 77]	Мережеві організаційні форми	Довготермінові повторювані обміни, які створюють взаємозалежності, засновані на зобов'язаннях, очікуванні, репутації та взаємних інтересах
J. Liebeskind, A. Oliver, L. Zucker & M. Brewer, 1996 [8, С. 428]	Соціальні мережі	Колектив осіб, серед яких відображається обмін, підтримуваний лише нормами поведінки, заснованими на довірі, які поділяють сторони
R. Miles & C. Snow 1986; 1992 [9, С. 542]	Мережеві організації	Кластери фірм або спеціалізованих одиниць, координація яких здійснюється за допомогою ринкового механізму
W. Powell, 1990 [10, С. 301]	Мережеві форми організації	Розширені або горизонтальні моделі обміну; незалежні потоки ресурсів, реципрокні лінії комунікації

Тому в сучасних умовах економічної кризи та в постковідний період особливу увагу підприємствам для забезпечення їх розвитку, зокрема на інноваційних засадах, слід приділяти саме соціальному капіталу, причому як внутрішньому, так і зовнішньому його видам. Це дозволить забезпечувати ефективне управління знаннями та продукувати інновації на підприємствах [13]. Таким чином, можна стверджувати, що ефективність інноваційного розвитку підприємства в значній мірі залежить від мережі соціально-економічних відносин підприємства, що спрямована на нагромадження його соціального капіталу. При цьому соціально-економічні зв'язки підприємства розглядаються як сформована система інформаційно-комунікаційних елементів соціального та



економічного характеру, яка дозволяє підприємству функціонувати та розвиватись.

Соціальні зв'язки підприємства забезпечують його інноваційний розвиток через обмін інформацією, знаннями та досвідом персоналу та організацій, що дозволяє в подальшому трансформувати нові знання в інновації на підприємстві. При цьому, саме в мережевих структурах ці трансформаційні процеси прискорюються. Так, до зовнішніх соціальних відносин підприємства, що становлять основу його соціального капіталу, можемо віднести взаємодію підприємства з державою в напрямку розвитку та підтримки інновацій; соціальний захист працівників підприємства; соціальні зв'язки з контрагентами підприємства (постачальниками, партнерами), споживачами, а також з конкурентами; соціальні зв'язки з різноманітними компаніями та установами (лізинговими, аудиторськими, консалтинговими, кадровими, рекламними); зв'язки з громадськістю; зв'язки із представниками захисту навколишнього середовища [14; 15].

Особливістю реалізації внутрішніх соціальних зв'язків підприємства є те, що вони переважно здійснюються засобами соціальних методів управління підприємства, а саме: соціального прогнозування, соціального планування, соціального нормування та соціального регулювання.

Проте, й психологічні методи управління мають важливе значення для регулювання внутрішніх соціальних зв'язків, адже без них не можливо ефективно управляти такими процесами, як опір персоналу змінам та інноваціям, психологічною підтримкою розробників, мотивацією в інноваційній діяльності підприємства тощо [5; 16].

Також необхідно відмітити, що при побудові ефективних соціальних взаємозв'язків підприємства важливим питанням є застосування соціально-психологічної концепції теорії нововведень. Соціально-психологічна концепція теорії нововведень пов'язана з пріоритетом людських відносин в управлінні інноваційною діяльністю. Основне місце в ній посідають проблеми ролі особистості, поведінки, мотивації, рівень освіти, аналіз соціально-психологічних і організаційно-соціологічних чинників. Для цих теорій основним є виділення певної групи людей як особливих носіїв інновацій. Представниками цієї теорії є Х. Барнет, Є. Вітте, Е. Денісон. У їхніх дослідженнях головне місце відводиться питанню про можливість високих темпів інновацій, що вирішує теорія стимуляторів (Є. Вітте). Об'єктом дослідження тут є перешкоди, які виникають при впровадженні нововведень. Для їх усунення, згідно з даною теорією, необхідно організувати плідну сумісну роботу «владних

стимуляторів» (адміністрації) та «кваліфікованих стимуляторів» (фахівців) – своєрідну творчу групу, де фахівці створюють новинки, а адміністрація – умови для їх упровадження та усунення всіляких перешкод [17].

Що стосується економічних зв'язків підприємства при інноваційному розвитку підприємства, то вони мають принципово важливий характер, оскільки в більшості своїй відповідають за ефективність та прибутковість всієї діяльності підприємства.

Таким чином, можна виділити три групи зв'язків в мережі соціально-економічних зв'язків: соціальні зовнішні зв'язки, соціальні внутрішні зв'язки та економічні зв'язки

Сукупність економічних зв'язків підприємства містить такі основні складові: економічні взаємозв'язки підприємства з державою; економічні взаємозв'язки із власниками капіталу, фінансовими інститутами, банками; економічні відносини із постачальниками, споживачами, партнерами тощо; з конкурентами; з агентствами (кадровими, рекламними, лізинговими, аудиторськими, консалтинговими та ін.); економічні зв'язки між працедавцем та працівниками та ін. Більшість економічних зв'язків підприємства має зовнішній характер, лише остання група взаємозв'язків (між працедавцем та працівниками) – внутрішній [18; 19]. Кожна із вищезазначених складових мережі соціально-економічних зв'язків відіграє свою роль в інноваційному розвитку підприємства. Провідну роль зазвичай відіграють такі групи зв'язків (як соціальні, так і економічні): із державою, із споживачами та громадськістю, із постачальниками та діловими партнерами, із фінансово-банківськими установами та внутрішньофірмові зв'язки [20; 21].

Розглянемо структуру та вплив на інноваційний розвиток підприємства зовнішніх соціальних зв'язків (рисунок). Підприємство формує концепцію сумісної відповідальності за наслідки своєї комерційної діяльності перед зовнішніми учасниками соціальних зв'язків. Особливу увагу варто звернути на те, що в контексті інноваційного розвитку зі споживачами формуються окрім міжособистісних соціальних відносин, які повинні постійно вдосконалюватися, й соціальна відповідальність за якість товарів та послуг. Якщо ці дві умови підприємство виконує і залучає при цьому необхідні інноваційні засоби, то можна стверджувати, що й попит на товари та послуги підприємства буде задовольняти їх пропозицію. Варто також відмітити вирішальне значення міжособистісних відносин зі споживачами на ринку B2B.

Визначальним, виходячи з аналізу наукових праць, є зв'язки між керівництвом та їх підлеглими з приводу розробки соціальної

мотиваційної концепції розвитку інноваційної діяльності.

На рисунку економічні та соціальні відносини об'єднано для того, щоб показати важливість і взаємопов'язаність функціонування мережі соціально-економічних зв'язків підприємства, що впливає на інноваційний розвиток підприємства. Очевидним є існування чіткої залежності між ними.

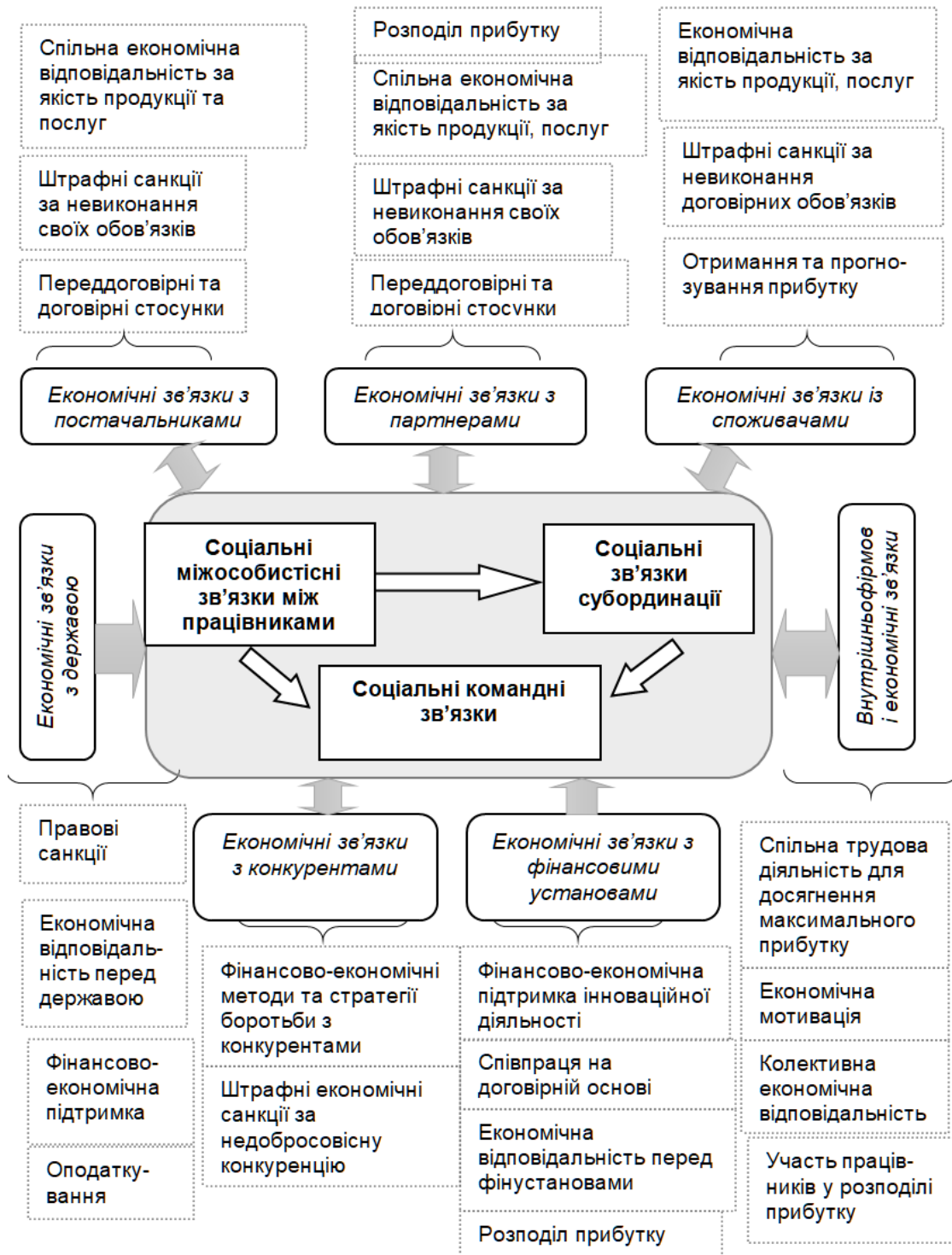


Рисунок. Мережа соціально-економічних відносин підприємства як основа соціального капіталу

Зазначимо, що формування соціального капіталу, здатного продукувати інноваційні ідеї, має галузеву специфіку. Наприклад, соціально-трудова сфера на підприємствах державної, комунальної, кооперативної торгівлі є досить консервативною [21]. Тому на приватних торговельних підприємствах організація праці більш інноваційна – така, що відповідає новим реаліям інформаційно-мережевої економіки. Саме в цій сфері національної економіки найшвидше відбуваються зміни, пов'язані з цифровізацією бізнесу, використанням нових технологій.

Організація торговельної діяльності нині значно визначається потребами споживачів. Нові реалії інформаційно-мережевого середовища створюють нові можливості, переваги, а отже, і формують нові запити від покупців. Яскравим свідченням даної тези є динамічна зміна площадок для продажу в середовищі Інтернет, адже згідно проведених досліджень у 2017 році в Україні більше 80% споживачів користувались Інтернетом [22]. Щороку кількість покупців, які користуються цифровими технології для задоволення своїх потреб постійно зростає, проте з плином часу темп росту даного показника об'єктивно уповільнюється. Проте відбуваються зміни в перевагах споживачів щодо технічних засобів, які вони використовують (табл. 2).

Таблиця 2

Частка покупців, які використовують смартфони для пошуку інформації в Інтернет-мережі, %

Роки	Німеччина	Італія	Польща	Греція	Румунія	Україна
2017	75	76	70	66	60	41
2018	76	78	71	67	61	45
2019	78	80	72	68	62	46
2020	80	80	75	72	65	51
2021	85	81	79	76	66	52

В результаті зростання кількості смартфонів, відсоток людей, які здійснюють покупки через Інтернет, зростає. А це спонукає формувати нові торговельні площадки, які будуть доступні та легкі у користуванні саме в смартфонах. Таким чином, з одного боку цифровізація дозволяє швидше задовольняти існуючий попит, а з іншого – формує нові потреби, нові соціальні зв'язки, якісно новий соціальний капітал.

Соціальні міжособистісні зв'язки між працівниками впливають на економічні зв'язки с постачальниками, партнерами, споживачами, фінансовими установами тощо, тобто внутрішні взаємозв'язки підприємства мають відображення у його зовнішньо-економічних зв'язках. І навпаки, економічні зв'язки зовнішнього середовища





мають вплив на внутрішні соціальні зв'язки. Ринок за таких умов не просто сфера обміну благами і не жорстка структура, а, насамперед, складний сигнальний механізм, який допомагає підприємствам вибрати і налаштувати під себе певні ринкові ніші у вигляді мережових зв'язків з постачальниками та споживачами. Їх створення та вибудовування в особливий галузевий ринок відбувається у результаті спостереження та взаємного співвідношення дій контрагентів.

**Висновки.** В результаті теоретичного дослідження нами було встановлено, що в основі розвитку мережових структур підприємств лежать відносини між людьми, спрямовані на забезпечення економічного результату, тобто соціальний капітал. Зазначено, що саме соціальний капітал забезпечує високу економічну ефективність мережових структур через досягнення ними синергетичного ефекту від взаємодії окремих їх учасників. В подальшому в статті встановлено, що ефективність інноваційного розвитку підприємства значною мірою залежить від мережі соціально-економічних відносин підприємства, що спрямована на нагромадження його соціального капіталу. Представлено підприємство як мережу соціально-економічних зв'язків у їх тісній взаємодії та взаємозалежності із зовнішнім середовищем.

Наукова новизна дослідження полягає у розгляді мережових структур через призму соціального капіталу та розробці схеми підприємства як мережі соціально-економічних зв'язків, які є основою для формування соціального капіталу. Практична значущість дослідження полягає у можливості застосування отриманих результатів у формуванні механізмів підвищення інноваційної активності підприємств, в тому числі в об'єднаннях з іншими підприємствами, через розвиток соціального капіталу. Подальших наукових досліджень потребують методи та інструменти формування та розвитку соціального капіталу в мережових структурах на міжорганізаційному рівні взаємодії.

1. Cameron N. (2020)3. Australian CMOs explore the global marketing trends expected to dominate 2021. URL: <https://www.cmo.com.au/article/684936/3-australian-cmos-explore-global-marketing-trends-expected-dominate-2021/> (дата звернення: 08.06.2021).
2. Üsdiken B. (1994). Book Reviews: Catherine Alter and Jerald Hage. Organizations Working Together. *Organization Studies*. Newbury Park, CA, 1993. 15(5), 777–779. URL: <https://doi.org/10.1177/017084069401500507> (дата звернення: 08.06.2021).
3. Dubini P., and Aldrich H. Personal and extended networks are central to the entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*. 1991. 6(5), 305–313.
4. Gerlach M., Lincoln J. The organization of Business Networks in the U.S. and Japan. Nohria N., Eccles R. 1992. *Networks and Organizations*. Boston, Harvard Business School Press, 491–520.
5. Granovetter M. (1994). Business groups. Smelser J. N., Swedberg R. The Handbook of Economic Sociology. *Princeton, Princeton University*

*Press*. 1994. 453–475. **6.** Kreiner, K., & Schultz, M. Informal Collaboration in R & D: The Formation of Networks Across Organizations. *Organization Studies*. 1993. 14(2), 189–209. URL: <https://doi.org/10.1177/017084069301400202> (дата звернення: 08.06.2021). **7.** Larson A. Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships. *Administrative Science Quarterly*. 1992. 37(1), 76–104. URL: <https://doi.org/10.2307/2393534> (дата звернення: 08.06.2021). **8.** Liebeskind J. P., Oliver A., Zucker L. & Brewer M. Social networks, Learning, and Flexibility: Sourcing Scientific Knowledge in New Biotechnology Firms. *Organization Science*. 1996. 7(4), 428–443. URL: <https://doi.org/10.1287/orsc.7.4.428> (дата звернення: 08.06.2021). **9.** Miles R. E., Snow Ch. C. Organizational strategy, structure, and process. *The Academy of Management Review*. New York : McGraw-Hill Book Co, 1978. Vol. 3, Issue 3. 546–562. **10.** Powell W. W. Neither market nor hierarchy: network forms of organization / In: Staw B. M., Cummings L. L., eds. *Research of Organizational Behavior*. Greenwich CT : JAI Press, 1990. Vol. 12. 295–336. **11.** Коба Н. В. Вплив соціального капіталу на процес комерціалізації знання в організації. *Бізнес-інформ*. 2013. № 9. С. 208–214. **12.** Грішнова О. А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 3. С. 20–22. **13.** Смоляр Л., Трофименко О. Трансформація сфери відновлюваної енергетики на основі управління знаннями. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 7. С. 69–74. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/7.11> (дата звернення: 08.06.2021). **14.** Андрощук Г. О., Жилияєв І. Б., Чижевський Б. Г., Шевченко М. М. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізації них викликів. Київ : Парламентське вид-во, 2009. 632 с. **15.** Трофименко О., Борданова Л., Володіна А. Регулювання молодіжного сегменту ринку праці на засадах восьмої цілі сталого розвитку в умовах Індустрії 4.0. *Економічний аналіз*. 2021. № 1. Т. 31. С. 261–270. **16.** Інноваційна політика зарубіжних країн: концепції, стратегії, пріоритети. *Інформаційно-аналітичні матеріали, підготовлені Комітетом ВР України та Міністерством закордонних справ* : веб сайт. URL: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=48725> (дата звернення: 08.06.2021). **17.** Стойко І., Вовк Ю., Юрчак О. Аналіз досвіду здійснення інноваційної політики зарубіжними країнами. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2011. № 2 (05). URL: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Sepid/2011\\_2/2011\\_2/11siipzk.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Sepid/2011_2/2011_2/11siipzk.pdf) (дата звернення: 08.06.2021). **18.** Карпунь І. Н. Інноваційний розвиток суб'єктів господарювання: методологія формування, механізми реалізації : монографія. Л. : Львівський держ. ін-т новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола, 2009. 432 с. **19.** Іляш О. І. Оцінка розвитку людського капіталу України. *Економіка і регіон* : науковий вісник. ПНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2008. № 3(18). С. 141–145. **20.** Яскал І. В. Становлення мережевих структур як інструмент розвитку економіки регіону. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2007. URL: [http://www.rusnauka.com/8\\_NPE\\_2007/Economics/20994.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NPE_2007/Economics/20994.doc.htm) (дата звернення: 08.06.2021). **21.** Ilyash O. Strategic priorities of Ukraine's social security concept development and implementation. *Економічний часопис XXI*. 2015. № 7–8(1). С. 20–23. **22.** Kovshun N., Tsvirko O., Redkva O. State Policy of Use and Stimulation of Labor Resources in Trade. *Intellectual Economics*. 2019. № 13(2). С. 152–160. **23.** Radko A. O., Melnyk I. B. Вплив технологічного розвитку на здійснення електронної комерції. *Вісник НУВГП. Сер. Економічні науки*. 2018. Вип. 4(84). С. 178–185.

## REFERENCES:

**1.** Cameron N. (2020)3. Australian CMOs explore the global marketing trends expected to dominate 2021. URL: <https://www.cmo.com.au/article/684936/3-australian-cmos-explore-global-marketing-trends-expected-dominate-2021/> (data zvernennia: 08.06.2021). **2.** Üsdiken B. (1994). Book Reviews: Catherine Alter and Jerald Hage.



Organizations Working Together. *Organization Studies*. Newbury Park, CA, 1993. 15(5), 777–779. URL: <https://doi.org/10.1177/017084069401500507> (data zvernennia: 08.06.2021).

**3.** Dubini P., and Aldrich H. Personal and extended networks are central to the entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*. 1991. 6(5), 305–313.

**4.** Gerlach M., Lincoln J. The organization of Business Networks in the U.S. and Japan. Nohria, N., Eccles R. 1992. *Networks and Organizations*. Boston, Harvard Business School Press, 491–520.

**5.** Granovetter M. (1994). Business groups. Smelser, J. N., Swedberg R. The Handbook of Economic Sociology. *Princeton, Princeton University Press*. 1994. 453–475.

**6.** Kreiner, K., & Schultz, M. Informal Collaboration in R & D: The Formation of Networks Across Organizations. *Organization Studies*. 1993. 14(2), 189–209. URL: <https://doi.org/10.1177/017084069301400202> (data zvernennia: 08.06.2021).

**7.** Larson A. Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships. *Administrative Science Quarterly*. 1992. 37(1), 76–104. URL: <https://doi.org/10.2307/2393534> (data zvernennia: 08.06.2021).

**8.** Liebeskind J. P., Oliver A., Zucker L. & Brewer M. Social networks, Learning, and Flexibility: Sourcing Scientific Knowledge in New Biotechnology Firms. *Organization Science*. 1996. 7(4), 428–443. URL: <https://doi.org/10.1287/orsc.7.4.428> (data zvernennia: 08.06.2021).

**9.** Miles R. E., Snow Ch. C. Organizational strategy, structure, and process. *The Academy of Management Review*. New York : McGraw-Hill Book Co, 1978. Vol. 3, Issue 3. 546–562.

**10.** Powell W. W. Neither market nor hierarchy: network forms of organization / In: Staw B. M., Cummings L. L., eds. *Research of Organizational Behavior*. Greenwich CT : JAI Press, 1990. Vol. 12. 295–336.

**11.** Koba N. V. Vplyv sotsialnoho kapitalu na protses komertsializatsii znannia v orhanizatsii. *Biznes-inform*. 2013. № 9. S. 208–214.

**12.** Hrishnova O. A. Sotsialnyi kapital: sutnist, znachennia, vzaimozv'iazok z inshymy formamy kapitalu. *Ukraina: aspekty pratsi*. 2009. № 3. S. 20–22.

**13.** Smoliar L., Trofymenko O. Transformatsiia sfery vidnovliuvanoi enerhetyky na osnovi upravlinnia znanniamy. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*. 2019. № 7. S. 69–74. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/7.11> (data zvernennia: 08.06.2021).

**14.** Androshchuk H. O., Zhylyiaiev I. B., Chyzhevskiy B. H., Shevchenko M. M. Stratehiia innovatsiinoho rozvytku Ukrainy na 2010–2020 roky v umovakh hlobalizatsii nykh vyklykiv. Kyiv : Parlamentske vyd-vo, 2009. 632 s.

**15.** Trofymenko O., Bordanova L., Volodina A. Rehuliuвання молодіжного сегменту ринку праці на засадах восьмої тлі сталого розвитку в умовках Індустрії 4.0. *Ekonomichnyi analiz*. 2021. № 1. Т. 31. S. 261–270.

**16.** Innovatsiina polityka zarubizhnykh krain: kontseptsii, stratehii, priorytety. *Informatsiino-analitychni materialy, pidhotovleni Komitetom VR Ukrainy ta Ministerstvom zakordonnykh sprav : veb sait*. URL: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=48725> (data zvernennia: 08.06.2021).

**17.** Stoiko I., Vovk Yu., Yurchak O. Analiz dosvidu zdiisnennia innovatsiinoi polityky zarubizhnymy krainamy. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava*. 2011. № 2 (05). URL: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Sepid/2011\\_2/2011\\_2/11siipzk.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Sepid/2011_2/2011_2/11siipzk.pdf) (data zvernennia: 08.06.2021).

**18.** Karpun I. N. Innovatsiinyi rozvytok subiektiv hospodariuvannia: metodolohiia formuvannia, mekhanizmy realizatsii : monohrafiia. L. : Lvivskiy derzh. in-t novitnikh tekhnolohii ta upravlinnia im. V. Chornovola, 2009. 432 s.

**19.** Iliash O. I. Otsinka rozvytku liudskoho kapitalu Ukrainy. *Ekonomika i rehion : naukovi visnyk. PNTU im. Yu. Kondratiuka*, 2008. № 3(18). S. 141–145.

**20.** Yaskal I. V. Stanovlennia merezhevykh struktur yak instrument rozvytku ekonomiky rehionu. Chernivetskyi natsionalnyi universytet imeni Yurii Fedkovycha, 2007. URL: [http://www.rusnauka.com/8\\_NPE\\_2007/Economics/20994.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NPE_2007/Economics/20994.doc.htm) (data zvernennia: 08.06.2021).

**21.** Ilyash O. Strategic priorities of Ukraines social security concept development and implementation. *Ekonomichnyi chasopys KhKhI*. 2015. № 7–8(1). S. 20–23.

**22.** Kovshun N., Tsvirko O., Redkva O. State Policy of Use and Stimulation of Labor Resources in Trade. *Intellectual Economics*. 2019. № 13(2). S. 152–160.

23. Radko A. O., Melnyk I. B. Vplyv tekhnolohichnoho rozvytku na zdiisnennia elektronnoi komertsii. *Visnyk NUVHP. Ser. Ekonomichni nauky*. 2018. Vyp. 4(84). S. 178–185.

---

**Kovshun N. E.** [1; ORCID ID: 0000-0003-0573-2932],

Doctor of Economics, Professor,

**Koba N. V.** [2; ORCID ID: 0000-0002-2339-0377],

Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor,

**Koba M. O.** [2; ORCID ID: 0000-0003-3142-8272]

<sup>1</sup>*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

<sup>2</sup>*International University of Finance, Kyiv*

## **INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL ON THE FUNCTIONING OF NETWORK STRUCTURES IN THE CONDITIONS OF THE KNOWLEDGE ECONOMY**

The article is devoted to determining the influence of social capital on the functioning of network structures in the knowledge economy. Definitions of networks and network structures are analyzed. Social capital is defined as a common basis for all levels of network structures. The levels of network structures and social capital are determined. It is noted that social capital provides high economic efficiency of network structures by achieving a synergistic effect of the interaction of their individual participants. It is established that the effectiveness of innovative development of the enterprise largely depends on the network of socio-economic relations of the enterprise, aimed at accumulating its social capital. Socio-economic relations of the enterprise are considered as a formed system of information and communication elements of social and economic nature, which allows the enterprise to function and develop. The scheme of social and economic relations of the enterprise in their close interaction and interdependence with the external environment is given. There are three groups of relations in the network of socio-economic relations: social external relations, social internal relations and economic relations. The structure of each of the groups is revealed. It is established that the internal relations of the enterprise are reflected in its foreign economic relations and vice versa. The scientific novelty of the study is to consider network structures through the prism of social capital and the development of the enterprise scheme as a network of socio-economic relations, which are the basis for the formation of social capital. in associations with other enterprises, through the development of social capital. The influence of digitalization on the formation of consumer demand, the satisfaction of which requires new social connections and the corresponding social capital, is shown. Further research requires methods and tools for the formation and development of social capital in network structures at the inter-organizational level of interaction.

**Keywords:** social capital; network; digitization; network structure; socio-



economic relations; demand; innovative development.

**Ковшун Н. Э.** [1, ORCID ID: 0000-0003-0573-2932],

д.э.н., профессор,

**Коба Н. В.** [2, ORCID ID: 0000-0002-2339-0377],

к.э.н., доцент,

**Коба М. А.** [2, ORCID ID: 0000-0003-3142-8272]

<sup>1</sup>Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно

<sup>2</sup>Международный университет финансов, г. Киев

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СЕТЕВЫХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ**

Статья посвящена определению влияния социального капитала на функционирование сетевых структур в условиях экономики знаний. Проанализированы определения сетей и сетевых структур. Определено социальный капитал как общая основа для всех уровней сетевых структур. Определены уровни сетевых структур и социального капитала. Отмечено, что именно социальный капитал обеспечивает высокую экономическую эффективность сетевых структур через достижение ими синергетического эффекта от взаимодействия отдельных их участников. Установлено, что эффективность инновационного развития предприятия в значительной степени зависит от сети социально-экономических отношений предприятия, направленной на накопление его социального капитала. Представлена схема социально-экономических связей предприятия в их тесном взаимодействии и взаимозависимости с внешней средой. Выделены три группы связей в сети социально-экономических связей: социальные внешние связи, социальные внутренние связи и экономические связи. Установлено, что внутренние взаимосвязи предприятия имеют отражение в его внешне-экономических связях и наоборот. Научная новизна исследования заключается в рассмотрении сетевых структур через призму социального капитала и разработке схемы предприятия как сети социально-экономических связей, которые являются основой для формирования социального капитала.

**Ключевые слова:** социальный капитал; цифровизация; сеть; сетевая структура; социально-экономические связи; спрос; инновационное развитие.

Отримано: 10 червня 2021 р.  
Прорецензовано: 15 червня 2021 р.  
Прийнято до друку: 25 червня 2021 р.