



Збірник матеріалів  
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції  
«Економічні перспективи підприємництва в Україні»

---

---

**СЕКЦІЯ 2**  
**ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ**  
**ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В**  
**УКРАЇНІ**

---

**Грицаєнко Микола Ігорович,**  
к.е.н., старший викладач кафедри  
підприємництва, торгівлі та біржової  
діяльності  
Таврійський державний  
агротехнологічний університет

## **СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ МЕРЕЖІ**

Вплив загальносвітових тенденцій та інтеграція українського ринку в глобальну економіку обумовлюють необхідність пошуку якісно нових ресурсів розвитку національної економіки, одним з яких є соціальний капітал як передумова створення та результат функціонування підприємницьких мереж.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та практичних



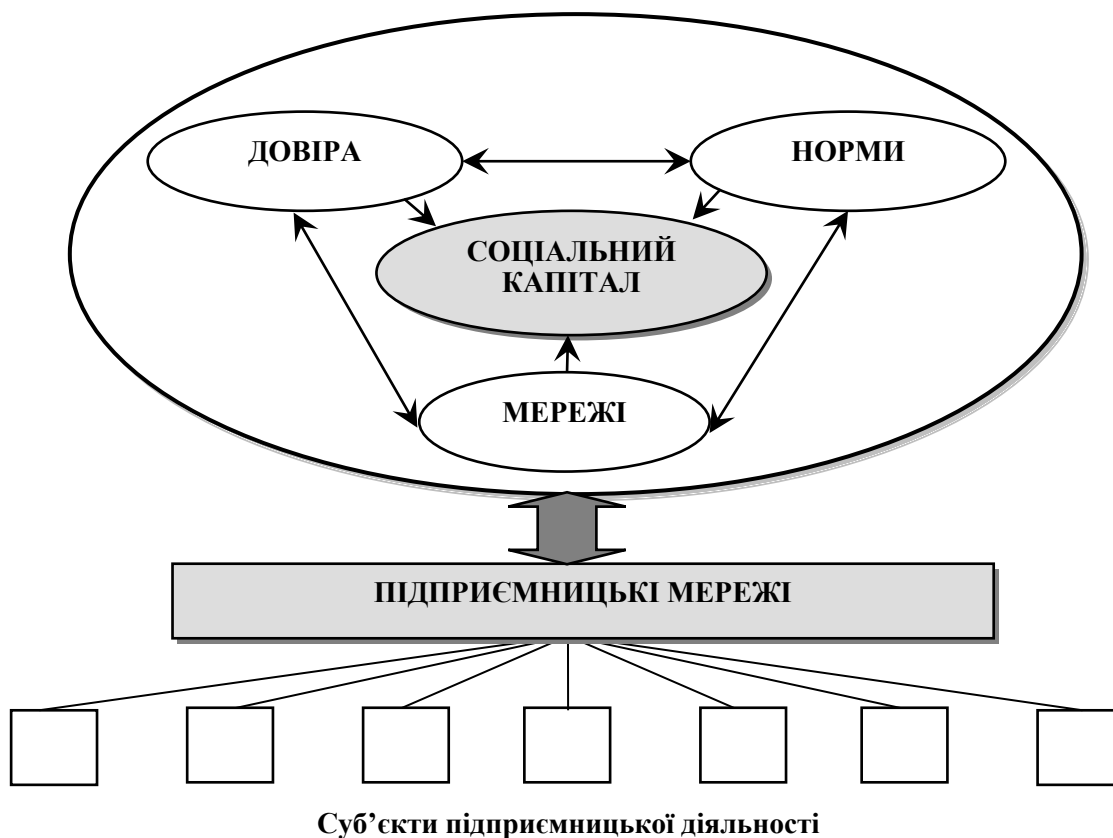
засад розвитку соціального капіталу внесли такі вчені: іноземні – П. Бурдье [2], Дж. Коулмен [10], Д. Норт [4], Ф. Фукуяма [8]; вітчизняні – М. Туган-Барановський [6], О. Шпикуляк [7, 9] та багато інших. Проблеми створення та функціонування підприємницьких мереж висвітлювались у працях іноземних науковців Д. Форда [11], А. Халінена [12], Х. Хоканссона [11], а також вітчизняних дослідників С. Бульби [1], О. Кавуна [3], В. Семенова [5] та багатьох інших. Однак проведені дослідження не можна вважати завершеними. Тривають дискусії щодо визначення сутності та складу соціального капіталу, особливостей його прояву в окремих сферах економічної діяльності. Залишаються недопрацьованими питання становлення та функціонування підприємницьких мереж. У сукупності це зумовило вибір теми, визначення мети й завдань цього наукового дослідження.

Проблематика соціального капіталу в останні роки стійко увійшла в коло основних інтересів як західного, так і вітчизняного наукового співтовариства, виходячи далеко за межі суто економічного дискурсу. На основі критичного опрацювання літературних джерел нами сформульовано авторське визначення соціального капіталу як сукупності здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри. Соціальний капітал формується на основі взаємовідносин всередині груп людей, які поєднуються завдяки спільним інтересам і підтримують неформальні контакти з метою взаємної вигоди й допомоги. Соціальний капітал нерозривно пов'язаний з інституціональними утвореннями, у буквальному сенсі формується завдяки ним. Вважаємо, що в становленні та розвитку підприємницьких мереж провідну роль відіграє саме соціальний капітал. Починаючи з 80-х років ХХ століття в наукову термінологію увійшло поняття «підприємницькі мережі», яке набуло визнання й поширення як у теорії, так і на практиці. Підприємницькі мережі являють собою особливу форму взаємодії суб'єктів ринку, яка передбачає спільне



використання їхніх ресурсів і ділової активності для створення додаткових конкурентних переваг.

На рис. 1 наведений взаємозв'язок соціального капіталу й підприємницьких мереж.



**Рис. 1. Взаємозв'язок соціального капіталу з підприємницькими мережами**  
Джерело: складено автором на основі опрацювання літературних джерел

Розвиток підприємницьких мереж сприяє зниженню трансакційних витрат її суб'єктів, яке відбуватиметься внаслідок подолання витрат, пов'язаних з доступом до ринків, ресурсів, інформації, інвестицій, інновацій тощо.

Формування підприємницької мережі включає основні етапи, необхідні умови і наслідки кожного з них.

Так, *на першому етапі* для формування взаємної довіри необхідна наявність особистих дружніх стосунків, позитивної особистої репутації керівника та відповідного іміджу підприємства, які призведуть до виникнення деяких позитивних очікувань, зниження рівнів невизначеності та ризику, а також сприятимуть створенню попередніх умов для кооперації.



Спонуванням до взаємовідносин між суб'єктами підприємницької діяльності *на другому етапі* є взаємні економічні інтереси сторін, наявність та можливість соціального контролю, а також ініціатива однієї сторони до кооперації – особливої форми організації економічної діяльності для досягнення спільних цілей. В результаті формуються більш тісні довірчі відносини, покращуються взаємні очікування, формулюються правила і процедури взаємодії.

Процеси інтеграції, тобто більш тісне взаємозближення та утворення стабільних взаємозв'язків, які відбуваються *на третьому етапі*, передбачають створення комунікаційних зв'язків, адміністративного та стратегічного об'єднання з метою виконання трансакцій поза типовими ринковими відносинами. Саме це сприятиме зниженню трансакційних витрат і створенню додаткових конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності.

### Список використаної літератури

1. Бульба С. Сучасні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі / С. Бульба // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 1. – С. 108–111;
2. Бурдые П. Формы капитала [Электронный ресурс] / П. Бурдые // Экономическая социология (электронный журнал). – 2002. – Том 3. – № 5. – С. 60–74. – Режим доступа : [www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru);
3. Кавун О. Диверсифікація діяльності підприємницьких мереж у торгівлі: сутність, форми, мотиви та ризики здійснення / О. Кавун // Проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 243–248;
4. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Дуглас Норт. Пер. с англ. А. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. Мильнера. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 190 с.;
5. Семенов В. Оцінювання методичних підходів до ідентифікації



потенціалу конкурентоспроможних підприємницьких мереж / В. Семенов, О. Білега // Економічний аналіз. – 2012. – Т. 11(3). – С. 363–366;

6. Туган-Барановский М. Социальные основы кооперации. – Москва, 1916. [2-е изд. М., 1918. – 3-е доп. издание. – М., 1919. – Переиздание. – М.: Экономика, 1989. – 496 с.];

7. Формування соціального капіталу в інституційному механізмі аграрного ринку / [М. Малік, О. Шпикуляк, В. Рябоконт, М. Грицаєнко та ін.]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2017. – 86 с.

8. Фукуяма Ф. Що таке соціальний капітал? Київська лекція Френсіса Фукуяма [Електронний ресурс] / Ф. Фукуяма // День. – 2006. – № 177. – Режим доступу: <http://day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/shcho-take-socialniy-kapital>;

9. Шпикуляк О. Соціальний капітал як інституційна детермінанта розвитку сільських територій та аграрного підприємництва / В. Рябоконт, О. Шпикуляк, В. Пехов // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2015. – № 1. – С. 83–94;

10. Coleman J. Foundations of Social Theory / James Samuel Coleman. – Cambridge (MA), 1990. – Cambridge, Mass. : Belknap Press of Harvard University Press, 1990. – 993 p.;

11. Håkansson H. Business in networks. / H. Håkansson, D. Ford, L.a.-E. Gadde, I. Snehota, A. Waluszewski. – Glasgow : John Wiley & Sons, 2009. – 434 p.;

12. Halinen A. Network process analysis: An event-based approach to study business network dynamics. / A. Halinen, J.-Å. Törnroos, M. N. Elo // Industrial Marketing Management. – 2013. – Vol. 42, (8). – Pp. 1213–1222.