

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ПРОЦЕС КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ЗНАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

КОБА Н. В.

УДК 330.14:658.589

Коба Н. В. Вплив соціального капіталу на процес комерціалізації знання в організації

Мета статті полягає у з'ясуванні сутності соціального капіталу, виявленні його структури, форм і рис, а також вивченні його ролі та впливу на процес комерціалізації знання в організації. У результаті аналізу наявних у наукових працях дефініцій поняття «соціального капіталу» у статті уточнено його сутність. Аналізуючи та систематизуючи теоретичні положення різних дослідників, було представлено структуру соціального капіталу, виділено його основні форми, види та спільні й відмінні риси відносно інших видів капіталу організації. На підставі узагальнення результатів досліджень зарубіжних вчених визначено вплив соціального капіталу на процес трансформації знання в організації. На прикладі проектних організацій газової промисловості України проаналізовано зовнішній контур соціального капіталу, у результаті чого встановлено безпосередній вплив соціального капіталу на комерціалізацію знань у цих організаціях. Обґрунтовано необхідність забезпечення позитивного характеру цього впливу сучасними організаціями. Актуальними та пріоритетними напрямками досліджень є розробка теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо управління соціальним капіталом організацій як вирішальним фактором забезпечення комерціалізації їх знань.

Ключові слова: соціальний капітал, знання, організація, комерціалізація знання.

Рис.: 3. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 18.

Коба Наталія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту та інновацій, Міжнародний університет фінансів (пр. Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна)

E-mail: ashatan@ukr.net

УДК 330.14:658.589

UDC 330.14 : 658.589

Коба Н. В. Влияние социального капитала на процесс коммерциализации знания в организации

Цель статьи заключается в определении сущности социального капитала, выявлении его структуры, форм и черт, а также изучении его роли и влияния на процесс коммерциализации знания в организации. В результате анализа существующих в научных трудах дефиниций понятия «социальный капитал» в статье уточнена его сущность. Анализируя и систематизируя теоретические положения различных исследователей, была представлена структура социального капитала, выделены его основные формы, виды, общие и отличительные черты по отношению к другим видам капитала организации. На основании обобщения результатов исследований зарубежных ученых определено влияние социального капитала на процесс трансформации знания в организации. На примере проектных организаций газовой промышленности Украины проанализирован внешний контур социального капитала, в результате чего установлено непосредственное влияние социального капитала на коммерциализацию знаний в этих организациях. Обоснована необходимость обеспечения положительного характера этого влияния современными организациями. Актуальными и приоритетными направлениями исследований является разработка теоретико-методических положений и практических рекомендаций по управлению социальным капиталом организаций как решающим фактором обеспечения коммерциализации их знаний.

Ключевые слова: социальный капитал, знания, организация, коммерциализация знания.

Рис.: 3. **Табл.:** 3. **Библ.:** 18.

Коба Наталья Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и инноваций, Международный университет финансов (пр. Победы, 37, Киев, 03056, Украина)

E-mail: ashatan@ukr.net

Koba N. V. Impact of Social Capital on the Process of Commercialisation of Knowledge in an Organisation

The goal of the article lies in identification of the essence of social capital, understanding its structure, forms and features and study its role and influence upon the process of commercialisation of knowledge in an organisation. Having analysed the "social capital" notions from existing scientific literature, the article specifies its essence. Having analysed and systemised theoretical provisions of various researchers, the article provides a structure of social capital, specifies its main forms, types, common and distinguishing features with respect to other types of capital of an organisation. Having generalised results of studies of foreign scientists, the article identifies influence of social capital upon the process of transformation of knowledge in an organisation. Using example of project organisations of the gas industry of Ukraine, the article analyses the outer contour of the social capital, in the result of which it establishes direct impact of social capital on commercialisation of knowledge in these organisations. The article grounds a necessity of ensuring the positive character of this influence by modern organisations. Development of theoretical and methodical provisions and practical recommendations on managing the social capital of organisations as a decisive factor of ensuring commercialisation of their knowledge are considered to be priority directions of studies.

Key words: social capital, knowledge, organisation, commercialisation of knowledge.

Pic.: 3. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 18.

Koba Nataliya V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management and Innovation, (pr. Peremogy, 37, 03056, Ukraine)

E-mail: ashatan@ukr.net

В умовах становлення економіки знань безперервний інноваційний розвиток на основі використання передових наукових знань стає основним завданням сучасних організацій. Водночас все більше вчених-економістів при розгляді факторів успішності даного процесу в своїх працях апелюють до таких соціальних факторів, як соціальні мережі, довіра, цінності, норми та правила, надаючи таким чином визначаль-

ної ролі концепції соціального капіталу в забезпеченні ефективності та життєдіяльності сучасної організації. За таких умов дослідження впливу соціального капіталу на процес комерціалізації знання в організації набуває надзвичайної актуальності.

У науковий обіг поняття «соціальний капітал» запровадили П. Бурд'є [2], Дж. Коулман [5], Р. Патнем [18], Ф. Фукуяма [9], які вперше розглядали дане поняття

через призму його впливу на соціально-економічний розвиток суспільства. Подальшого розвитку концепція соціального капіталу набула в працях таких зарубіжних вчених, як А. Портес [16], Дж. Нахап'єт і С. Гошал [15], Л. Прусак і Д. Коен [17], Дж. Котрел і Е. Л. Лессер [14], В. Н. Белкін [1] та інші. Окремі аспекти соціального капіталу досліджують вітчизняні вчені, зокрема О. Грішнова [4], Ю. Мішин [7], А. Смоляр [8] та інші.

Огляд наукових праць з обраної проблематики показав, що залишається багато питань, які досліджено недостатньо або взагалі не досліджено. Зважаючи на різноманітність підходів різних вчених до розгляду соціального капіталу, потребують узагальнення та систематизації теоретичні положення щодо його сутності, структури, взаємозв'язку з іншими видами капіталу та характерних рис. Крім того, у науковій літературі недостатньо висвітлені питання ролі та впливу соціального капіталу на процес комерціалізації знань в організації.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні сутності соціального капіталу, виявленні його структури, форм і рис, а також вивченні його ролі та впливу на процес комерціалізації знання в організації.

Процеси глобалізації, інтенсивного науково-технічного прогресу на основі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та трансдисциплінарних наукових знань, посилення як міжособистої, так і міжорганізаційної конкуренції, які ха-

рактеризують сучасну глобальну економічну систему, докорінно змінюють не лише економічні процеси, але й роль та місце в них людини та характер її взаємозв'язків з іншими учасниками даних процесів. Тому сьогодні особливої актуальності набуває розкриття концепції соціального капіталу та інтерпретація її положень в межах економічної науки.

З метою дослідження сутності поняття «соціальний капітал» нами було проведено теоретичний аналіз наявних в наукових працях визначень даного поняття та зведено їх в табл. 1.

Як видно з табл. 1, існує велика різноманітність підходів до визначення сутності поняття «соціальний капітал». На нашу думку, найраціональнішим з них є підхід, який передбачає семантичний аналіз даного поняття. Так, термін «соціальний» передбачає наявність зв'язків та взаємовідносин між людьми. Водночас поняття «капітал» передбачає здатність приносити дохід. Поєднання цих понять приводить до чіткого усвідомлення того, що соціальний капітал – це сукупність зв'язків і взаємовідносин між людьми, які здатні приносити дохід. Причому, як справедливо зазначає Дж. Коулман, що соціальний капітал є суспільним благом і учасники, які створюють соціальний капітал, зазвичай, отримують лише його малу частину [5, с. 138]. Таким чином, коли мова йде про соціальний капітал організації, то вигода від взаємовідносин між її співробітниками, у першу чергу, стосується всієї організації, а не кожного її учасника особисто.

Таблиця 1

Дефініції поняття «соціальний капітал» [2 – 6, 9, 15 – 18]

Автор	Визначення
П. Бурд'є	Сукупність реальних і потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш чи менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства та визнання – іншими словами, з членством у групі
Дж. Коулман	Соціальний капітал визначається своїми функціями. Він включає в себе багато різних складових, які характеризуються двома загальними властивостями: вони, по-перше, складаються з декількох соціальних структур, і, по-друге, полегшують певні дії акторів всередині структури, незалежно від того, чи це індивід чи корпорація.
Р. Патнем	Соціальний капітал відноситься до характеристик соціальної організації, зокрема, до таких, як довіра, норми, мережі, які можуть покращити ефективність суспільства
А. Портес	Це такі очікування для дій в колективі, що впливають на економічні цілі та на поведінку його членів у процесі досягнення цілей, навіть якщо ці очікування не зорієнтовані на економічну сферу
Ф. Фукуяма	Це певний потенціал суспільства чи його частини, який виникає як результат наявності довіри між його членами
Дж. Нахап'єт, С. Гошал	Сума фактичних і потенційних ресурсів, які вбудовані, доступні через чи походять від мережі відносин індивіда або соціальної одиниці. Таким чином, соціальний капітал охоплює як мережі, так і активи, які можуть бути мобілізовані через цю мережу
Л. Прусак, Д. Коен	Взаємовідносини, які дозволяють організації працювати ефективно
І. Мачерінскене, Р. Мінкуте-Генріксон, Ж. Сіманавічене	Свідоме використання індивідом, організацією, соціальною групою чи всім суспільством загалом соціальних мереж, які завдяки довірі, загальним нормам і правилам стають засобом досягнення цілі
Ф. В. Горячук	Це сукупність діючих норм (правил) і організацій, які дозволяють соціальним групам і суспільству в цілому організувати своїх членів для рішення загальних економічних завдань (на основі ефективного використання ресурсів) і соціальних завдань (на основі соціальної справедливості) з метою забезпечення відкритого доступу до благ і захисту для всіх членів суспільства
О. Грішнова	Це свідоме використання організацією соціальних мереж, які завдяки довірі, загальним нормам і правилам стають засобом отримання економічних вигід

У науковій літературі існує багато поглядів відносно структурної побудови соціального капіталу. Так, класик концепції соціального капіталу Дж. Коулман виділяє такі його складові: надійність соціального середовища, в якому виникають певні зобов'язання та очікування його учасників; інформаційні канали; норми та ефективні санкції [5, с. 138]. Ф. Фукуяма як такі структурні елементи, окрім норм, виділив загальні цінності, а також довіру, яка виникає внаслідок дотримання цих норм і цінностей всіма членами соціальної групи [9, с. 27]. Варто зазначити, що першим виділив довіру як конструктивну складову соціального капіталу П. Бурд'є [2, с. 66]. Російський вчений-економіст В. Н. Белкін стверджує [1, с. 38]: «норми відносин встановлюються у відповідності до моральних і духовних цінностей ... відповідність норм і цінностей породжує довіру працівників один до одного та до всього колективу. Ця триєдність породжує соціальний капітал, забезпечує його функціонування та розвиток». Українська дослідниця О. А. Грішнова, досліджуючи структуру соціального капіталу, виділяє такі його елементи: соціальні мережі, соціальні норми та довіра [4].

Отже, виходячи з існуючих в наукових працях підходів до структуризації соціального капіталу, на нашу думку, як його структурні елементи доцільно виділити загальні норми та цінності, соціальні мережі та довіру (рис. 1).



Рис. 1. Структуризація соціального капіталу

Складено на основі [6].

Запропонована структура соціального капіталу (див. рис. 1) найбільшою мірою акумулює всі положення класичної концепції соціального капіталу та відповідає трьом формам соціального капіталу, які виділяються в науковій літературі, – структурній, релятивній та когнітивній [7, 11, 15]. Так, когнітивна форма соціального капіталу проявляється в ідеях, специфічних нормах, цінностях, переконаннях і поглядах персоналу, які посилюються організаційною культурою та створюють єдину систему мислення та розуміння, яка розподіляється між всіма членами колективу, сприяючи при цьому покращенню їх співпраці. Структурна форма соціального капіталу проявляється, насамперед, через соціальні мережі, а також соціальні ролі, процедури, які полегшують встановлення соціальних зв'язків між співробітниками та сприяють ефективній співпраці. Релятивна форма соціального капіталу проявляється через довіру в колективі, яка, у свою чергу, сприяє чи не сприяє виникненню спільних зобов'язань та очікувань. Така форма соціального капіталу на відміну від структурної його форми,

яка детермінує зв'язки всередині колективу, визначає якість, характер і «забарвлення» цих зв'язків.

Крім форм соціального капіталу, дослідники виділяють такі його види [1, 4, 7, 11]:

- ✦ залежно від характеру взаємозв'язків: внутрішній та зовнішній;
- ✦ залежно від рівня дослідження: індивідуальний, колективний, організаційний, державний.

Аналіз наукових джерел дозволяє виділити такі спільні та відмінні риси соціального капіталу порівняно з іншими видами капіталу (табл. 2).

Таблиця 2

Спільні та відмінні риси соціального капіталу

Спільні риси	Відмінні риси
Потребує інвестицій (капіталовкладення в розвиток культури, тощо)	Приносить дохід через тривалий проміжок часу
Здатний до нагромадження	«Невловимий» та «безтілесний», включений до структури взаємовідносин співробітників, а не зосереджений в самих співробітниках чи засобах виробництва
Може передаватися у спадок	Не зношується ні фізично, ні морально, не входить у витрати виробництва
Є чинником виробництва, який створює додану вартість	Практично неможливо оцінити інвестиції, необхідні для розвитку соціального капіталу, та віддачу від них
Може нагромаджуватися протягом тривалого часу, створюючи таким чином своєрідний «запас»	Примножується в процесі його використання (що ще характерно для людського та інтелектуального капіталів) і втрачається за невикористання
Є обмеженим ресурсом, дефіцит якого заважає людям використовувати доступні їм економічні можливості	Не є власністю суб'єкта, який його використовує

Складено на основі [1, 2, 4, 5].

Таким чином, соціальний капітал має багато рис, які притаманні економічному капіталу в класичному його розумінні. Водночас він представляє собою особливий нематеріальний актив організації, який примножується у процесі використання і зникає в разі невикористання, є суспільним благом та зосереджується у відносинах між співробітниками.

Результати багатьох сучасних досліджень свідчать про необхідність розгляду соціального капіталу в якості однієї з актуальних вимог для побудови організації, що навчається, та формування системи управління знаннями [11, 15, 17-18]. За таких обставин ми вважаємо очевидним зв'язок соціального та інтелектуального капіталів в організації. Для того, щоб визначити місце соціального капіталу в процесі формування інтелектуального капіталу, представимо структуру інтелектуального капіталу (рис. 2).

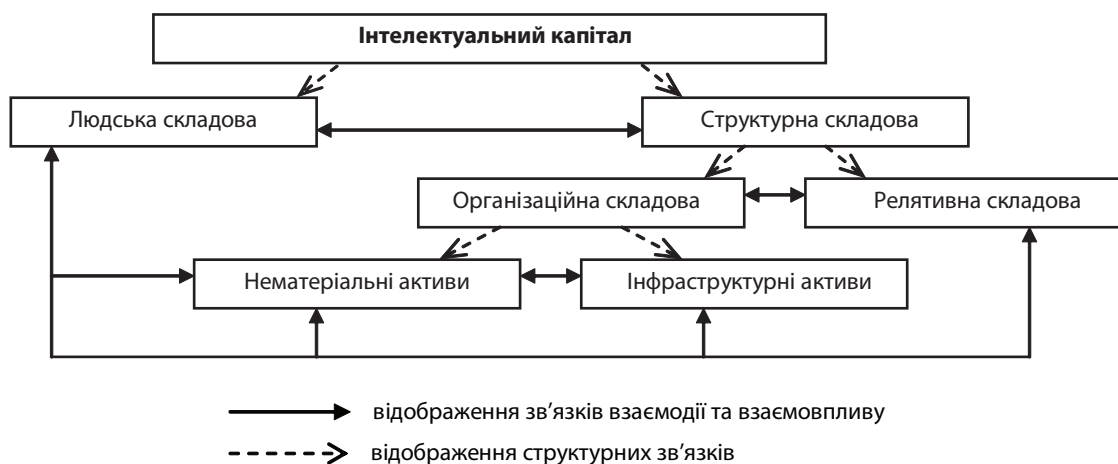


Рис. 2. Структура інтелектуального капіталу організації

[Власна розробка].

Представлена на рис. 2 структура найкраще відображає сутність інтелектуального капіталу як сукупності всіх знань організації. Щодо місця соціального капіталу в даній структурі, то очевидно те, що він не відноситься до людської складової. Це положення підтверджується багатьма науковими працями [3 – 5, 7, 9]. Тому можна зробити припущення, що соціальний капітал відноситься до структурної складової, яка сприяє розвитку та реалізації людського капіталу. Дане припущення відповідає концептуальним положенням Дж. Коулмана щодо взаємозв'язку людського та соціального капіталів [5, с. 126]. Організаційна та релятивна складова в представленій структурі інтелектуального капіталу співвідносяться відповідно з внутрішнім і зовнішнім середовищем організації. При цьому релятивна складова відображає взаємозв'язки організації з її зовнішнім середовищем, що відповідає зовнішньому контуру соціального капіталу. Внутрішній соціальний капітал зосереджений в організаційній складовій, зокрема у соціальних мережах як інфраструктурному активі, організаційній культурі, яка уособлює собою загальні цінності та норми, які розподіляють всі співробітники.

Отже, соціальний капітал є одним з найвпливовіших факторів формування інтелектуального капіталу, який допомагає розкрити свій потенціал людському капіталу та забезпечує рух інформації та знання в організації. Тобто, соціальний капітал забезпечує динаміку інтелектуального капіталу та поєднує всі його складові шляхом побудови інформаційно-комунікаційних каналів та соціальних мереж всередині організації та по її зовнішньому контуру. Виходячи з одержаних результатів можна стверджувати, що соціальний капітал має значний вплив на процес комерціалізації знань в організації, що передбачає трансформацію його з ресурсної в товарну форму.

Процес трансформації знання з ресурсної в товарну форму передбачає проходження таких субпроцесів: збирання даних та інформації, набуття знання, формалізація та збереження знання, трансфер і дифузія, використання. На сьогодні у зарубіжних наукових джерелах існує значна кількість проведених досліджень щодо впливу соціального капіталу організації на окремі суб-

процеси. Так, на підставі своїх досліджень П. С. Адлер і С. В. Квон дійшли висновку, що існує значний взаємозв'язок соціального капіталу та процесу трансферу знань в організації [10]. Крім того, ці автори вважають, що соціальний капітал може підтримувати неявне знання кожного співробітника в організації. Б. Когут у своїх працях наводить докази впливу соціального капіталу на процеси створення та використання знання [11]. Учені Дж. Нахп'ет і С. Гошал вважають, що соціальний капітал може неабияк сприяти налагодженню процесів створення, обміну та розповсюдження знань через тісніші взаємозв'язки (структурну форму), через використання позитивних і сильних відносин одного з одним (релятивну форму) та через розуміння та використання знання (когнітивну форму) [15]. В. Бекер стверджує, що будь-яка організація, яка може сприяти ефективній взаємодії між своїми співробітниками та між різними організаційними групами і департаментами, може забезпечити створення нових знань та подальшу їх передачу і обмін між співробітниками [12]. Тому, узагальнюючи результати проведених досліджень, можна визначити вплив соціального капіталу на процес трансформації знання (табл. 3).

Таким чином, соціальний капітал впливає на всі субпроцеси трансформації знання в організації. Доцільно при цьому зазначити, що для таких субпроцесів, як набуття (особливо створення знання за рахунок внутрішніх джерел інтелектуальних ресурсів), формалізація, трансфер і дифузія знання, вплив соціального капіталу має вирішальне значення. При цьому особливо сильний його вплив на процеси створення неявного знання, яке складає до 80% всіх знань організації. Крім того, у даному аспекті необхідно окремо виділити зовнішній контур соціального капіталу організації. Адже в умовах високої мінливості ринкового середовища зв'язки (інколи особистісного характеру) зі споживачами, партнерами, державними структурами, конкурентами та іншими організаціями значною мірою здатні забезпечити успішність організації.

Нами було проаналізовано особливості діяльності проектних організацій в газовій промисловості України та, зокрема, їх зовнішніх комунікацій, що дозволило на теоретичному рівні визначити основні потоки знання у процесі їх взаємодії з іншими суб'єктами ринку (рис. 3).

Вплив соціального капіталу на процес трансформації знання в організації

Процес	Опис впливу соціального капіталу
Збирання даних та інформації	<ul style="list-style-type: none"> Зовнішні та внутрішні зв'язки співробітників створюють можливості доступу та одержання потрібних даних та інформації для організації
Набуття знання	<ul style="list-style-type: none"> Внутрішні та зовнішні неформальні мережі та наставництво сприяють процесу набуття неявної форми знання Внутрішні та зовнішні формальні комунікаційні канали, навчання, моніторинг конкурентного середовища сприяють одержанню явних знань Використання зв'язків організації з іншими організаціями, аутсорсинг сприяють залученню готових знань у вигляді експертів
Формалізація та збереження знання	<ul style="list-style-type: none"> Використання метафор, аналогій, спільних кодів і сленгу за умови тісної співпраці допомагають процесу формалізації неявних знань окремих членів колективу (команд, груп, спільнот, підрозділів) та створенню явних колективних знань
Трансфер та дифузія знання	<ul style="list-style-type: none"> Розмови, бесіди, виступи тощо у процесі особистого спілкування та усного обміну знаннями, а також виконання практичної діяльності, спостерігаючи за якою, інші співробітники переймають неявне знання, сприяють процесам трансферу (передачі) та дифузії (розповсюдженню) знання в організації та за її межі
Використання знання	<ul style="list-style-type: none"> Взаємовідносини з іншими співробітниками та організаціями через особисте та віртуальне спілкування сприяє кращому застосуванню вже накопиченого організаційного знання

[Власна розробка].

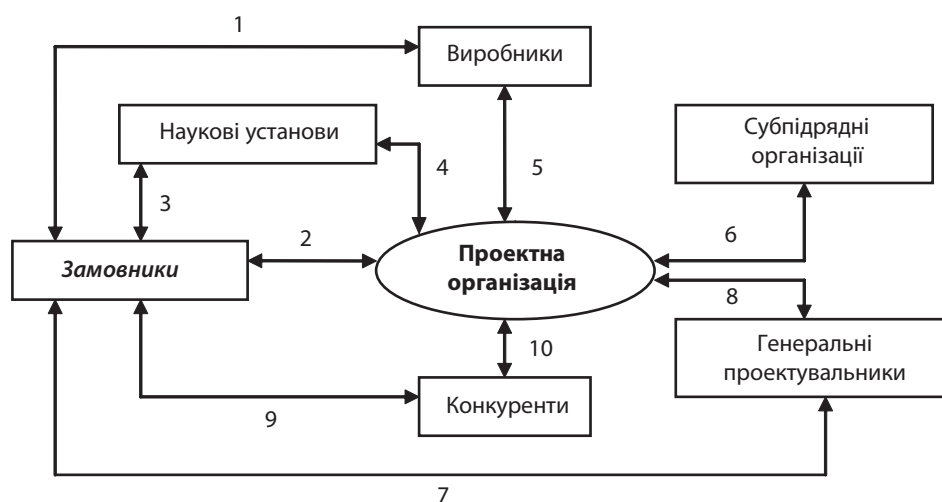


Рис. 3. Потоки знань у проектних організаціях у взаємодії з іншими ринковими суб'єктами

[Власна розробка].

Як видно з рис. 3, нами виділено замовника серед ринкових контрагентів проектної організації як особливе та найважливіше джерело інформації та знання, оскільки ці потоки перебувають на вході процесу проектування.

Слід зазначити, що потоку знань 2 може передувати потік знання 1, який відображає співпрацю замовника та виробника відповідного обладнання, що буде використовуватись на об'єкті газотранспортної системи. У результаті цього формуються технічні вимоги замовника на проектування (потік 2), на які орієнтується проектна організація під час розроблення проектно-кошторисної документації (див. рис. 3).

Розроблення вимог щодо проектування (потік 2) може бути також результатом проведення замовником науково-дослідних робіт з науковими установами галузі (потік 3). Для того, щоб відповідати вимогам замовника, проектна організація може проводити свої дослідження

разом з науковими установами (потік 4), результатом чого стане спроможність не лише задовольнити вимогливість замовників, але й запропонувати альтернативні та інноваційні варіанти проектних рішень. Потік знання 5 (див. рис. 3) може відображати такі процеси: залучення виробників обладнання проектною організацією до участі в проекті; надання виробниками технічних характеристик обладнання, на основі яких здійснюються технічні розрахунки по проекту; надання виробником консультаційних послуг з метою підвищення рівня знань промислового обладнання інженерами проектної організації. Важливо відмітити підтримку, яку надають проектні організації вітчизняним машинобудівним організаціям, залучаючи їх до участі в проектах різних рівнів. Вагомим також тут є рівень доступності інформації про будівництво об'єкта для виробника, який зростає у разі тіснішої взаємодії проектної організації та виробника.

Проектному комплексу газової промисловості притаманний високий рівень кооперації з іншими організаціями для спільного виконання проектів (особливо великих). Формами реалізації такої співпраці можуть бути як складні (спільні підприємства, консорціуми), так і побудовані на основі субпідрядних відносин. У такому разі можливе залучення субпідрядних організацій для виконання певних частин (дисциплін) проектування. Потік 7 відображає виграш тендеру та здійснення проекту іншою організацією, яка виступає головним проектувальником. За таких умов можлива участь проектною організацією як субпідрядника щодо певного проекту (потік 8). Крім того, в умовах високої вартості та складності проектування до співпраці можуть долучатися конкурентні організації (потік 10) як субпідрядники. Можлива ситуація, коли для виконання певної частини проектних робіт конкурент запрошує проектну організацію до співпраці як субпідрядника. Таку форму співпраці називають кооперацією [13].

Аналіз зображених на рис. 3 зовнішніх комунікацій і результатів анкетування персоналу проектних організацій газової промисловості України виявив такі проблеми щодо трансформації та комерціалізації знань: втрата механізмів управління інноваційним процесом та інноваційними знаннями на основі співпраці з іншими ринковими суб'єктами не лише на рівні окремих організацій, а на рівні галузі в цілому, що можна розцінювати як результат розриву соціально-економічних зв'язків; недостатній рівень моніторингу галузевого і, зокрема, конкурентного середовища; низький рівень взаємодії спеціалістів відповідних напрямів проектних організацій та співробітників замовника у процесі проектування. Усі ці проблеми тісно пов'язані й обумовлені з нестачею уваги до соціального капіталу в даних організаціях. Причому особливо гострою для проектного комплексу газової промисловості України проблемою є часткова втрата механізмів управління процесом створення інноваційної продукції через розривання зв'язків з іншими організаціями після розпаду радянського союзу. У даному аспекті співпраця збереглася лише у сфері проведення науково-дослідних робіт спільно з науковими установами газової промисловості та вищими навчальними закладами. Так, ВАТ «Укргазпроект» постійно проводить спільні наукові дослідження з НТУУ «Київський політехнічний інститут». Враховуючи ці обставини, пріоритетними напрямами розвитку зовнішнього контуру соціального капіталу у цій сфері нами вбачається кооперування з іншими проектними установами, що дасть можливість об'єднати не лише фінансові, але й інтелектуальні капітали. Це можливо робити у межах асоціації проектних організацій, в яких вже мають членство деякі з проектних інститутів. Окрім того, доцільне кооперування з машинобудівними організаціями щодо розроблення ресурсозберігаючих та екологічно безпечних установок на об'єктах газотранспортної системи України.

ВИСНОВКИ

Отже, результати проведеного теоретичного дослідження та аналізу проектного комплексу газової промисловості України засвідчують те, що соціальний капі-

тал має безпосередній вплив на процес комерціалізації знання в організації. Тому найголовнішим завданням сучасних організацій є забезпечення позитивного характеру такого впливу. Зважаючи на вищевикладене, актуальними та пріоритетними напрямами досліджень є розробка теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо управління соціальним капіталом організацій як вирішальним фактором забезпечення комерціалізації їх знань. ■

ЛІТЕРАТУРА

- 1. Белкин В. Н.** Социальный капитал организации [Электронный ресурс] / В. Н. Белкин, Н. А. Белкина, О. А. Антонова, В. Ю. Виноградова // Челябинский гуманитарий. – 2009. – № 3. – С. 34 – 40. – Режим доступа : intell-service.ru
- 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
- 3. Горячук В. Ф.** Семантический анализ понятия «социальный капитал» [Электронный ресурс] / В. Ф. Горячук // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – Спец. вип.: у 2 ч. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; відп. ред. С. Фіялка. – К.: КНЕУ, 2011. – Ч. 1. – С. 144 – 152. – Режим доступу : <http://ir.kneu.kiev.ua>
- 4. Грішнова О. А.** Соціальний капітал у системі економічних ресурсів [Електронний ресурс] / О. А. Грішнова, І. Ю. Кочума // Соціоекономіка : зб. наук. пр. – Донецьк : ІЕП НАНУ, 2009. – С. 38 – 48. – Бібліогр.: 5 назв. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua>
- 5. Коулман Дж.** Капитал социальный и человеческий [Электронный ресурс] / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121 – 139. – Режим доступа : <http://skabber.nir.com.ua>
- 6. Мачеринскене И.** Социальный капитал организации: методология исследования [Электронный ресурс] / И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симанавичене // Социологические исследования. – 2006. – № 3. – С. 29 – 39. – Режим доступа : sociology-institute.ru
- 7. Мішин Ю. Р.** Формування соціального капіталу підприємства [Електронний ресурс] / Ю. Р. Мішин // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя : ЗДІА, 2008. – Вип. № 35. – С. 118 – 124. – Режим доступу : archive.nbuv.gov.ua
- 8. Смоляр Л. Г.** Роль соціального капіталу у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства [Електронний ресурс] / Л. Г. Смоляр, А. А. Халімон // Актуальні проблеми економіки. – К., 2010. – № 2 (104). – С. 201 – 209. – Режим доступу : archive.nbuv.gov.ua
- 9. Фукуяма Ф.** Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М. : ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
- 10. Adler P. S.** Social Capital: Prospects for a new concept [Электронный ресурс] / P. S. Adler, S. W. Kwon // Academy of Management Review. – 2002. – Vol. 27. – No.1. – P. 17 – 40. – Режим доступу : <http://www.jstor.org>
- 11. Ahmadi A. A.** Role of the Social Capital in Effectiveness of Knowledge Management within Iran Khodro Diesel Company [Электронный ресурс] / A. A. Ahmadi // International Journal

of Learning & Development. – 2012. – Vol. 2. – № 1. – P. 209 – 231. – Режим доступу: www.macrothink.org

12. Baker W. Enabling positive social capital in organizations [Електронний ресурс] / W. Baker, J. E. Dutton // Exploring positive relationships at work. – 2005. – Режим доступу : bus.umich.edu

13. Branderburger A. Coopetition [Електронний ресурс] / A. Branderburger, B. Nalebuff. – 1998. – Режим доступу : www.summaries.com

14. Lesser E. Fast Friends: Virtuality and Social Capital [Текст] / Lesser E., Cothrel J. // Knowledge Directions. – 2001. – P. 67 – 79.

15. Nahapiet, J. Social Capital, Intellectual Capital and the organizational advantage [Електронний ресурс] / J. Nahapiet, S. Ghoshal // Academy of management Review. – 1998. – Vol. 23. – № 2. – P. 242 – 260. – Режим доступу : <http://staffweb.hkbu.edu.hk>

16. Portes A. Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action [Електронний ресурс] / A. Portes, J. Sensenbrenner // The American Journal of Sociology. – 1993. – Vol. 98. – No. 6. – P. 1320 – 1350. – Режим доступу : <http://www.jstor.org>

17. Prusak L. How to invest in social capital [Електронний ресурс] / Prusak L, Cohen D // Harvard Business Review. – 2001. – Vol. 79. – Issue: 6. – P. 86 – 92. – Режим доступу : fds.oup.com

18. Putnam R. The Prosperous Community : Social Capital and Public Life [Електронний ресурс] / R. Putnam // American Prospect. – 1993. – № 13. – P. 35 – 42. – Режим доступу : <http://xroads.virginia.edu>

REFERENCES

Adler, P. S., and Kwon, S. W. "Social Capital: Prospects for a new concept". <http://www.jstor.org>

Ahmadi, A. A. "Role of the Social Capital in Effectiveness of Knowledge Management within Iran Khodro Diesel Company". www.macrothink.org

Belkin, V. N. and others. "Sotsialnyy kapital organizatsii" [The social capital of the organization]. *Cheliabinskiy gumanitarniy*, no. 3 (2009): 34-40.

Burde, P. "Formy kapitala" [The forms of capital]. www.ecsoc.msses.ru

Baker, W., and Dutton, J. E. "Enabling positive social capital in organizations" bus.umich.edu

Branderburger, A., and Nalebuff, B. "Coopetition" www.summaries.com

Fukuizama, F. *Doverie: sotsialnye dobrodeteli i put k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity]. Moscow: ACT; Ermak, 2004.

Horiachuk, V. F. "Semantychnyi analiz poniattia «sotsialnyi kapital»" [Semantic analysis of the concept of "social capital"]. <http://ir.kneu.kiev.ua>

Hrshnova, O. A. "Sotsialnyi kapital u systemi ekonomichnykh resursiv" [Social capital in the system of economic resources]. <http://dSPACE.nbuv.gov.ua>

Koulman, Dzh. "Kapital sotsialnyy i chelovecheskiy" [Social and human capital]. <http://skabber.nir.com.ua>

Lesser, E., and Cothrel, J. "Fast Friends: Virtuality and Social Capital". *Knowledge Directions* (2001): 67-79.

Macherinskene, I., Minkute-Genrikson, R., and Simanavichene, Zh. "Sotsialnyy kapital organizatsii: metodologiya issledovaniia" [The social capital of the organization: methodology of the study]. sociology-institute.ru

Mishyn, Yu. R. "Formuvannia sotsialnoho kapitalu pidpriemstva" [Formation of social capital]. archive.nbuv.gov.ua

Nahapiet, J., and Ghoshal, S. "Social Capital, Intellectual Capital and the organizational advantage" <http://staffweb.hkbu.edu.hk>

Portes, A., and Sensenbrenner, J. "Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action" <http://www.jstor.org>

Prusak, L., and Cohen, D. "How to invest in social capital" fds.oup.com

Putnam, R. "The Prosperous Community : Social Capital and Public Life" <http://xroads.virginia.edu>

Smoliar, L. H., and Khalimon, A. A. "Rol sotsialnoho kapitalu u stratehichnomu upravlinni innovatsiynom rozvytkom pidpriemstva" [The role of social capital in the strategic management of innovation development company]. archive.nbuv.gov.ua