

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

© 2015 МОКЕРОВА Н. В.

УДК 303.7:330.142:332.012.34

Мокерова Н. В. Методичні підходи щодо економічної оцінки соціального капіталу споживчої кооперації

Метою статті є формування методичних положень економічного підходу щодо вимірювання та оцінювання соціального капіталу системи споживчої кооперації. У статті розглянуто особливості економічного підходу щодо вивчення соціального капіталу та запропоновано принципи вимірювання й оцінювання соціального капіталу в системі споживчої кооперації. Здійснено декомпозицію соціального капіталу системи споживчої кооперації відповідно до трикомпонентної економічної моделі, у межах якої виділено три складові соціального капіталу – ресурсну, результативну та середовища. Операціоналізація соціального капіталу кооперативних організацій за трикомпонентною економічною моделлю становить основу відповідного методичного підходу щодо його вимірювання та оцінювання. Розроблена система індикаторів надає можливість для глибокого та різнобічного аналізу формування соціального капіталу кооперативних організацій з подальшим порівнянням результатів оцінки та розробки управлінських заходів щодо активізації відносин соціального капіталу в системі споживчої кооперації.

Ключові слова: соціальний капітал споживчої кооперації, оцінка соціального капіталу, принципи оцінювання соціального капіталу кооперативних систем.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 14.

Мокерова Наталія Валентинівна – здобувач, кафедра туристичного та готельного бізнесу, Полтавський університет економіки і торгівлі (вул. Коваля, 3, Полтава, 36014, Україна)

E-mail: mokerova-fiz@rambler.ru

УДК 303.7:330.142:332.012.34

Мокерова Н. В. Методические подходы к экономической оценке социального капитала потребительской кооперации

Целью статьи является обоснование методических основ экономического подхода к измерению и оценке социального капитала потребительской кооперации. В статье рассмотрены особенности экономического подхода к изучению социального капитала и предложены принципы измерения и оценки социального капитала в системе потребительской кооперации. Предложенная автором декомпозиция социального капитала потребительской кооперации на основе трехкомпонентной экономической модели включает три составляющие социального капитала – ресурсную, результативную и окружения. Операционализация социального капитала кооперативных организаций в соответствии с трехкомпонентной экономической моделью обеспечивает формирование базисных методических положений по его измерению и оценке. Разработанная система индикаторов предоставляет возможность для глубокого и разностороннего анализа формирования социального капитала кооперативных организаций с последующим сравнением результатов оценки и разработки управленческих мероприятий, направленных на активизацию отношений социального капитала в системе потребительской кооперации.

Ключевые слова: социальный капитал потребительской кооперации, оценка социального капитала, принципы оценки социального капитала кооперативных систем.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Библ.:** 14.

Мокерова Наталія Валентинівна – соискатель, кафедра туристического и гостиничного бизнеса, Полтавський університет економіки і торгівлі (ул. Коваля, 3, Полтава, 36014, Україна)

E-mail: mokerova-fiz@rambler.ru

UDC 303.7:330.142:332.012.34

Mokerova N. V. Methodical Approaches to Economic Evaluation of the Social Capital of Consumer Cooperatives

The article is aimed at substantiation of methodological foundations of the economic approach to measuring and evaluating the social capital of consumer cooperatives. The article describes features of the economic approach to the studying social capital and proposes guidelines for measuring and evaluating social capital in the system of consumer cooperatives. The decomposition of the social capital of consumer cooperatives on the basis of a three-component economic model, proposed by the author, includes three components of social capital – resource, efficient, and environmental. Operationalization of the social capital of cooperative organizations, in accordance with the three-component economic model ensures the formation of basic methodological provisions of its measurement and evaluation. The elaborated system of indicators provides opportunity for an in-depth and comprehensive analysis of the formation of social capital of cooperative organizations with further comparison of the evaluation results and the development of managerial activities aimed at strengthening the relations of social capital in the system of consumer cooperatives.

Key words: social capital of consumer cooperation, evaluation of social capital, principles of social capital evaluation for cooperative systems.

Pic.: 1. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 14.

Mokerova Nataliya V. – Applicant, Department of Tourism and Hotel Business, Poltava University of Economics and Trade (vul. Kovalya, 3, Poltava, 36014, Ukraine)

E-mail: mokerova-fiz@rambler.ru

Використання соціального капіталу як виробничого фактора в системі споживчої кооперації передбачає залучення його в площину управлінського впливу з подальшим виконанням повного набору керівних процедур (планування, облік, аналіз, контроль), спрямованих на забезпечення його ефективності та розвитку згідно з цілями і завданнями кооперативної діяльності. Основу прийняття управлінських рішень щодо формування соціального капіталу економічного суб'єкта становить інформація про досягнутий рівень його концентрації і резерви активізації. З цієї точки зору

найбільш важливим і специфічним етапом управління розвитком соціального капіталу споживчої кооперації є процес його оцінювання.

Теоретико-методологічні та методичні підходи щодо вимірювання й оцінювання соціального капіталу входять до числа найбільш досліджуваних напрямів теорії соціального капіталу. Основу методичного забезпечення оцінювання соціального капіталу становлять наукові здобутки Б. Буркинського [2], М. Грейбіла [3], Ю. Дем'яненко [5], О. Конькова [6], А. Ланцман [7], А. Нечепуренка [8], Р. Патнема, А. Портеса, Ф. Фукуями [12] та ін.

Слід зазначити, що за основними концептуальними положеннями теорії та практики оцінювання соціального капіталу науковцями досягнуто принципової згоди. Так, через неоднозначність трактування самого поняття «соціальний капітал» більшість науковців вважають, що соціальний капітал неможливо виміряти досить глибоко і повно [2, с. 69]. М. Грейбіл у своїх дослідженнях послуговується загально визнаною думкою: «Значна частина того, що пов'язано із соціальним капіталом, існує в неявній або відносній формі, а це відразу ж позбавляє дослідників простого виміру» [3, с. 51]. Саме тому серед дослідників соціального капіталу не виникає заперечень з приводу необхідності застосування комплексного підходу щодо вимірювання й оцінювання соціального капіталу на основі поєднання інструментарію соціологічних, політичних та економічних досліджень. Це створює універсальний методичний фундамент для збору й аналітичної обробки необхідної інформації з метою формування та інтерпретації кількісних і якісних оцінок соціального капіталу. На «невідворотному і, навіть, бажаному в дослідженні соціального капіталу об'єднанні кількісних статистичних методів, якісних методів і специфічних методів мережевого аналізу» наголошено О. Демківим [4, с. 111].

Разом з тим, розроблені науковцями рекомендації щодо вимірювання й оцінювання соціального капіталу розраховані на пізнавальні потреби певних галузей науки, а тому мають різну методологічну основу. Поряд з цим, значною варіативністю характеризується інструментальна складова оцінювання соціального капіталу. Отже, закономірно, що на сучасному етапі дослідження проблематики соціального капіталу питання його кількісно-якісної оцінки зберігають високий рівень дискусійності й не втрачають актуальності. Крім того, методичне забезпечення економічного підходу щодо оцінювання соціального капіталу організації розроблено лише в загальному плані, відтак, належного обґрунтування потребують галузеві аспекти вимірювання та оцінки соціального капіталу споживчої кооперації.

Метою статті є формування методичних положень економічного підходу щодо вимірювання та оцінювання соціального капіталу системи споживчої кооперації.

Проблеми вимірювання, способи досягнення їх одноманітності й необхідної точності перебувають у полі предметних досліджень метрологічної науки. Згідно з теорією метрології вимірювання являє собою «процес, який полягає у визначенні співвідношення однієї вимірюваної величини до іншої, прийнятої за еталонну одиницю» [13, с. 74–75]. Буквально, вимірювання – є процесом визначення числового значення вимірюваної величини. Разом з тим, метрологія спеціалізується на вимірюванні об'єктивних характеристик з використанням переважно кількісних методів. Тоді як соціально-економічні процеси і явища характеризуються широким переліком об'єктивних і суб'єктивних властивостей, щодо вимірювання яких застосовуються методологічні основи та методичний інструментарій якісного вимірювання – кваліметрії.

За визначенням Г. Азгальдова, кваліметрія – це «наукова дисципліна, яка вивчає методологію і проблематику комплексних кількісних оцінок якості будь-яких об'єктів» [1, с. 4]. Соціальний капітал споживчої кооперації як соціально-економічне явище, що охоплює як соціальні (власники, працівники, споживачі), так й економічні (підприємства й організації споживчої кооперації різних рівнів, міжгалузеві об'єднання, партнерські зв'язки) утворення, що мають здебільшого неформальний характер, з різним рівнем розвитку й характером відносин, формальними й неформальними проявами взаємодії між їх учасниками, належить до об'єктів соціальної кваліметрії. Науковцями описана технологія застосування кваліметрії в управлінні соціально-економічними об'єктами різних типів, результатом якої є комплексна оцінка стану об'єкта, а також альтернативні управлінські рішення щодо його подальшого розвитку.

Згідно з результатами проведеного теоретичного дослідження соціальний капітал споживчої кооперації є складним комплексом довіри, взаємодії, кооперативних цінностей і принципів, цільових настанов, кооперативних об'єднань, міжгалузевих партнерських зв'язків тощо. Нематеріальна природа та низький рівень формалізації компонентів соціального капіталу кооперативних систем виключає можливість їх простого вимірювання за явними кількісними ознаками. Це відповідає загальному розумінню того, що соціальний капітал є виключно складним об'єктом оцінювання як з методологічної, так і з методичної точок зору.

Аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень цієї проблеми свідчить, що методичні підходи щодо вимірювання й оцінювання соціального капіталу еволюціонували разом з його теоретичними положеннями. У контексті дослідження соціального капіталу споживчої кооперації принципового значення набуває усвідомлення відмінностей у підходах до вимірювання й оцінювання соціального капіталу за рівнями й площинами його формування.

Так, соціологічні і політологічні оцінювання мають надавати уявлення, з одного боку, про обсяг соціального капіталу суспільства, окремих соціальних груп, індивідуальних учасників суспільно-політичних відносин, держави, органів державного управління, громадських організацій та інших інститутів, а з іншого, – про напрям та інтенсивність впливу соціального капіталу на характер розвитку соціуму в процесі його взаємодії з іншими чинниками соціально-економічної, соціально-духовної й політичної динаміки. Відповідно до зазначених цілей і завдань методичний інструментарій оцінювання соціального капіталу поєднує кількісні, порівняльні та якісні методи його вимірювання, що спираються на матеріали соціологічних опитувань, результати експериментів, статистичні дані щодо ключових компонентів соціального капіталу, як то членство в соціальних групах та асоціаціях [10, с. 144], гендерні, соціально-психологічні [11] та інші характеристики соціального капіталу. З огляду на складність отримання для аналізу кількісних індикаторів соціального капіталу, соціологічні та політологічні вимірювання проводяться за вербальними ознаками його наявності. У межах основних соціологічних і по-

літологічних концепцій соціального капіталу розроблено методичні підходи щодо вимірювання й оцінювання його наявності – методики Р. Патнема, Д. Коулмана, Національної комісії США з громадянського оновлення, Ф. Фукуями, університету Стречклайд та Австралійського інституту вивчення сім'ї, для оцінки соціального капіталу сім'ї та інші [9].

В економічних дослідженнях цілі, завдання та інформаційна база вимірювання й оцінювання соціального капіталу суттєво відрізняються від соціологічних і політичних. Оскільки соціальний капітал є одним із специфічних нематеріальних ресурсів соціально-економічної системи, у процесі його вимірювання перевага надається кількісним і порівняльним методам, що дозволяють визначити його міру як чинника економічного розвитку. Можливість застосування якісних методів при цьому не виключається, проте це має місце, як правило, у поєднанні з кількісними методами у складі змішаних методик оцінювання соціального капіталу, адже визначення впливу соціального капіталу на економічну динаміку соціально-економічної системи за латентними ознаками вимагає, по-перше, аналізу й оцінки економічних показників, що характеризують наявність та ступінь реалізації потенціалу довіри та взаємодії між учасниками економічних відносин, а по-друге, – обов'язкового застосування математичних методів багатofакторного аналізу. Застосування порівняльних методів оцінювання соціального капіталу надає можливість упорядкування елементів соціально-економічних систем у просторі і в часі. Такий підхід створює більш надійну основу для обґрунтування управлінських рішень щодо складних ієрархічних господарських утворень, у тому числі системи споживчої кооперації.

Розгляд методологічних положень соціологічного, політологічного та економічного підходів щодо визначення обсягу й результативності функціонування соціального капіталу через призму теорії кооперативних систем свідчить про доцільність вирішення завдання вимірювання й оцінювання соціального капіталу системи споживчої кооперації на основі міждисциплінарного підходу, зокрема шляхом адаптації та комплексного застосування кількісних, якісних і порівняльних методів вимірювання соціального капіталу.

Враховуючи результати наукових досліджень, висновки та зауваження експертів з питань вимірювання соціального капіталу, висловлюємо переконання, що в межах економічного підходу до вивчення соціального капіталу ключовими принципами вимірювання та оцінювання соціального капіталу системи споживчої кооперації належить визнати:

- 1) *переваги кількісних оцінок соціального капіталу над якісними* – основу інформаційної бази вимірювання та оцінки соціального капіталу системи споживчої кооперації становлять дані про основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки, дані загальнодержавних статистичних спостережень;
- 2) *комплексного підходу та багатofакторної залежності* – оцінку слід проводити на основі комплексного індексного показника, побудованого за максимально

можливою кількістю параметрів, що непрямо вказують на наявність відносин соціального капіталу, мають вплив на результати господарювання кооперативних підприємств і організацій, можуть бути зібрані з матеріалів офіційних джерел;

3) *порівняльності результатів у часі й просторі* – результати оцінювання мають забезпечувати можливість здійснення просторових порівнянь у розрізі обласних спілок споживчих товариств, а також відстежувати зміни оцінок у динаміці;

4) *економічності* – витрати матеріальних і трудових ресурсів, понесені в ході вимірювання й оцінювання соціального капіталу мають бути адекватними до економічного результату, що досягається за рахунок його участі; серед процедур і методів збору та обробки аналітичної інформації перевага надається більш лаконічним та менш витратним;

5) *оперативності* – оцінювання соціального капіталу підприємств і організацій соціального капіталу доцільно здійснювати з періодичністю не частіше одного разу на рік; дослідження впливу соціальних, соціокультурних і морально-духовних чинників на величину соціального капіталу кооперативних організацій пропонується проводити з використанням методів польових досліджень та експертних методів у порядку розробки й обґрунтування відповідної складової концепції або програм розвитку споживчої кооперації на довгостроковий період;

6) *дотримання послідовності етапів оцінювання параметрів соціального капіталу підприємств і організацій споживчої кооперації*.

Запропоновані принципи характеризують особливості економічного підходу до вимірювання та оцінювання соціального капіталу в системі споживчої кооперації та створюють методологічну основу для подолання обмежень, притаманних такому оцінюванню в інших галузях наукових досліджень соціального капіталу.

Згідно з принципами оцінювання соціального капіталу кооперативних систем, вимірювання його компонентів відбувається з перевагою кількісних оцінок над якісними. Водночас, як нами було встановлено, відносини соціального капіталу не мають конкретного уречевленого еквівалента і не можуть бути визначені чітко ідентифіковані через його структурні елементи – довіру, кооперативні норми і цінності та кооперативні зв'язки.

У контексті вирішення проблеми кількісного вимірювання величини соціального капіталу на мікрорівні найбільш доречним виглядає науково-методичний підхід російського економіста В. І. Чаленко, згідно з яким соціальний капітал розглядається в розрізі трьох його складових (ресурсної, середовища та результативної), що існують взаємно, передбачають і обумовлюють одна одну, набувають прояву в процесі функціонування соціального капіталу як триєдина сутність [14]. Крім чітко вираженого економічного способу структуризації нематеріального об'єкта, яким є соціальний капітал, метод В. І. Чаленка створює ґрунт для операціоналізації досліджуваної категорії. При цьому результати дії одних і тих самих елементів соціального

капіталу споживчої кооперації – довіри, кооперативних цінностей і принципів, мережі зв'язків – знаходять відображення одночасно в усіх компонентах економічної моделі, як це показано на *рис. 1*.

Ресурсна компонента виконує роль базового елементу формування соціального капіталу. Інтегровані до її складу елементи соціального капіталу (довіра, зв'язки, організаційна культура) вже набули уречевлення в певних видах соціально-економічних ресурсів підприємства – фінансових, трудових, інтелектуальних та інших. Ресурсна компонента соціального капіталу утворює техніко-технологічний базис формування та відтворення соціального капіталу і, разом з іншими факторами виробництва, впливає на масштаби й темпи економічної діяльності. Така інтерпретація ресурсної складової соціального капіталу надає можливість для її операціоналізації (*табл. 1*).

Поєднання суспільного капіталу і соціалізація в масштабах споживчої кооперації мають важливі економічні наслідки – члени споживчих товариств демонструють наміри і готовність здійснювати спільну господарсько-економічну діяльність на основі об'єднання капіталу. На цій основі обсяг пайового капіталу, а також середній розмір пайового внеску одного члена споживчого товариства є виразниками довіри та індикаторами соціального капіталу споживчої кооперації.

Згідно з думкою А. В. Ланцман «вимірювання соціального капіталу є можливим виключно через ступінь включеності до тих чи інших мереж, а також через харак-

теристики самих мереж – їх розмір та щільність, потужність та інтенсивність мережових зв'язків [7, с. 58]. Принцип добровільного членства в кооперативних організаціях надає підстави визнати основними показниками, що характеризують величину кооперативних об'єднань і щільність їх внутрішніх зв'язків, а відтак, обумовлюють формування соціального капіталу кооперативних систем, є чисельність їх пайовиків та працівників.

У цілому індикаторами ресурсної компоненти економічної моделі соціального капіталу кооперативної організації пропонуємо визначити такі: обсяг пайового капіталу, обсяг позикових коштів, обсяг кредитів, залучених у внутрішньосистемному банку, розмір пайового внеску одного пайовика, чисельність пайовиків у цілому і, зокрема, асоційованих, чисельність персоналу, частка спеціалістів з вищою освітою в загальній чисельності персоналу, мережа роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, ринків.

Компонента середовища економічної моделі соціального капіталу підприємств і організацій споживчої кооперації відтворює внутрішні та зовнішні умови й чинники ефективного використання складових ресурсної та результативної компонент. Компонента середовища визначає спроможність системи залучати ресурси для фінансової підтримки внутрішньогосподарських процесів, демонструє стійкість системи до проявів деструктивних чинників. Операціоналізацію індикаторів середовища представлено в *табл. 2*.

У цілому індикатори компоненти середовища дозволяють оцінити стан ділового середовища та мож-

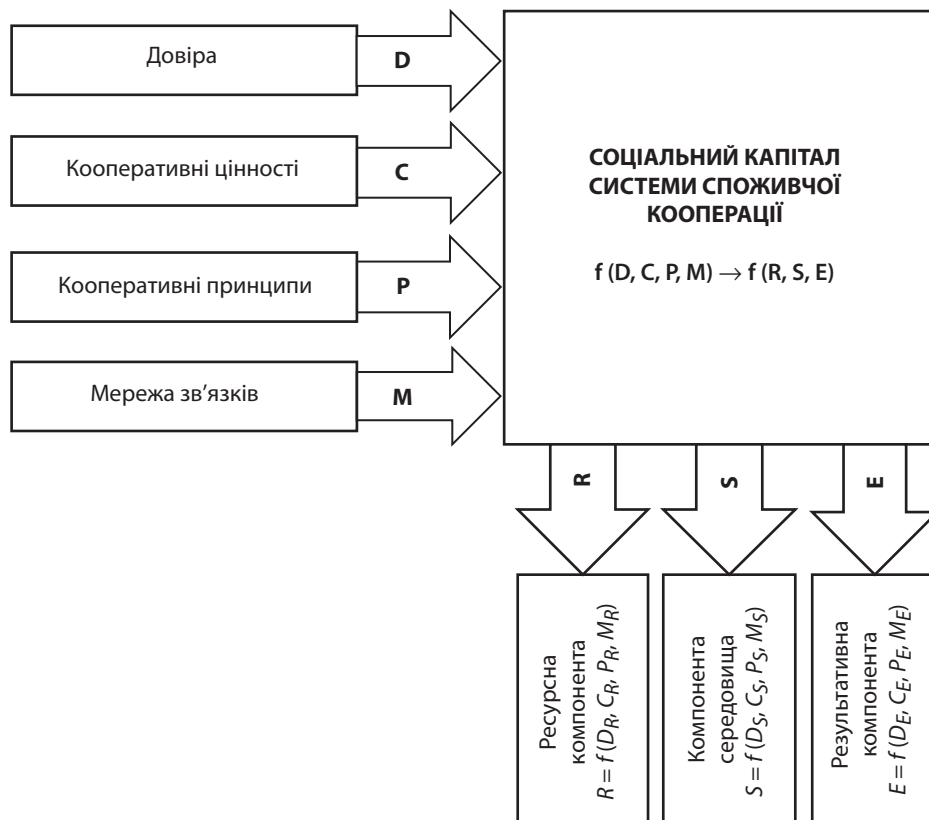


Рис. 1. Декомпозиція соціального капіталу системи споживчої кооперації відповідно до трикомпонентної економічної моделі

Джерело: розроблено автором.

Операціоналізація ресурсної компоненти соціального капіталу системи споживчої кооперації

Елемент соціального капіталу кооперативної системи	Індикатор ресурсної компоненти економічної моделі соціального капіталу (R)	Шифр індикатора
Довіра (D)	1. Обсяг пайового капіталу, тис. грн	RD1
	2. Обсяг позикових коштів, тис. грн	RD2
	3. Обсяг банківських кредитів, залучених у внутрішньосистемному банку (АБ «Укоопспілка»), тис. грн	RD3
	4. Питома вага внутрігалузового кредитування в загальному обсязі позикового капіталу, %	RD4
Кооперативні цінності (C)	1. Середня заробітна плата одного працівника, грн	RC1
	2. Пайовий внесок на одного пайовика, грн	RC2
Кооперативні принципи (P)	1. Чисельність членів (пайовиків) кооперативних організацій, осіб	RP1
	2. Чисельність асоційованих членів (пайовиків) кооперативних організацій, осіб	RP2
	3. Чисельність працівників, осіб	RP3
	4. Частка спеціалістів з вищою освітою в загальній чисельності працівників, %	RP4
Мережа зв'язків (M)	1. Мережа роздрібної торгівлі, магазинів	RM1
	2. Мережа ресторанного господарства, од.	RM2
	3. Мережа ринків, од.	RM3

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 2

Операціоналізація компоненти середовища соціального капіталу системи споживчої кооперації

Елемент соціального капіталу кооперативної системи	Індикатор компоненти середовища економічної моделі соціального капіталу (S)	Шифр індикатора
Довіра (D)	1. Частка товарообороту магазинів, розташованих у сільській місцевості, у загальному обсязі роздрібного товарообороту, %	SD1
	2. Питома вага асоційованих членів у загальній чисельності пайовиків, %	SD2
Кооперативні цінності (C)	1. Середня заробітна плата одного працівника, грн	SC1
Кооперативні принципи (P)	1. Обсяг непродуктивних втрат, тис. грн	SP1
Мережа зв'язків (M)	-	-

Джерело: розроблено автором.

ливості ефективної реалізації соціального капіталу. Кількісна оцінка індикаторів довіри, взаємовідносин взаємодопомоги та співпраці в колективі, міцності між-особистісних зв'язків у трудовому колективі стикається з відсутністю адекватних економічних показників. У такому випадку компоненту середовища може бути діагностовано на підставі порівняння кількісних оцінок ресурсної та результативної складових. При цьому низькі результативні показники на фоні високих ресурсних показників є підставою для негативної оцінки компоненти середовища, і навпаки.

Результативна складова економічної моделі соціального капіталу підприємств і організацій споживчої кооперації віддзеркалює кінцеві результати реалізації наявних можливостей з боку соціального капіталу. Як цільова компонента соціального капіталу кооперативної системи ресурсна складова виконує відповідальну функцію щодо забезпечення розвитку інших елементів

моделі. Внутрішня сутність ресурсної компоненти соціального капіталу визначає її потенційну спроможність до піднесення на новий якісний рівень функціонування всієї господарської системи споживчої кооперації і, у тому числі, капіталу ділових відносин. Зважаючи на те, що результати діяльності кооперативних організацій вимірюються досить широким спектром показників, труднощів з операціоналізацією ресурсної компоненти соціального капіталу кооперативних організацій не виникає (табл. 3).

ВИСНОВКИ

Таким чином, операціоналізація соціального капіталу кооперативних організацій за трикомпонентною економічною моделлю становить основу відповідного методичного підходу щодо його вимірювання та оцінювання. Розроблена система індикаторів надає можливість для глибокого та різнобічного аналізу формування соціального капіталу кооперативних організацій з по-

Операціоналізація результативної компоненти соціального капіталу системи споживчої кооперації

Елемент соціального капіталу кооперативної системи	Індикатор результативної компоненти економічної моделі соціального капіталу (Е)	Шифр індикатора
Довіра (D)	1. Роздрібний товарооборот, тис. грн	ED1
Кооперативні цінності (C)	–	–
Кооперативні принципи (P)	1. Чистий прибуток	EP1
Мережа зв'язків (M)	1. Товарооборот мережі, розташованої в сільській місцевості, тис. грн	EM1

Джерело: розроблено автором.

дальшим порівнянням результатів оцінки та розробки управлінських заходів щодо активізації відносин соціального капіталу в системі споживчої кооперації.

Застосування розглянутого методичного інструментарію для вимірювання та оцінки соціального капіталу споживчої кооперації створює підстави для обґрунтування цілей і напрямів управління системою кооперативних відносин з метою забезпечення розвитку споживчої кооперації. ■

ЛІТЕРАТУРА

- 1. Азгальдов Г. Г.** Квалиметрия: первоначальные сведения : учеб. пособ. / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин, В. В. Садовов. – М.: Высшая школа, 2011. – 143 с.
- 2. Буркинський Б. В.** Соціальний капітал : сутність, джерела та структура, оцінка / Б. В. Буркинський, В. Ф. Горячук // Економіка України. – 2013. – № 1. – С. 67–81.
- 3. Грейбил М. М.** Социальный и человеческий капитал как факторы благосостояния и развития : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / М. М. Грейбил. – М., 2003. – 204 с.
- 4. Демкив О.** Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры / О. Демкив // Социология: теория, методы и маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 99–111.
- 5. Дем'яненко Ю. В.** Модель оцінювання рівня соціального капіталу підприємств сфери послуг / Ю. В. Дем'яненко // Вісник Запорізького національного університету : Економічні науки. – 2011. – № 1 (9). – С. 102–108.
- 6. Коньков А. Т.** Социальный капитал и его функция в экономическом взаимодействии / А. Т. Коньков // Наука, образование, общество. – 2009. – № 8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sakhgu.ru/journal/work54.htm>
- 7. Ланцман А. В.** Социальный капитал как фактор повышения эффективности управленческой деятельности : дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (теория управления экономическими системами) / А. В. Ланцман ; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. – М., 2007. – 158 с.
- 8. Нечепуренко А. І.** Теоретичні основи фінансової оцінки соціального капіталу підприємства / А. І. Нечепуренко // Комунальне господарство міст : науково-технічний збірник. – 2013. – № 109. – С. 316–325.
- 9. Нилов В.** Методы измерения социального капитала и их использование в научных исследованиях / В. Нилов // Социальная инноватика в региональном развитии : сборник материалов Пятой школы молодых ученых. – Петрозаводск : Карельский научный центр РАН, 2009. – С. 141–149.
- 10. Смыслов Д. А.** Построение индикатора человеческого капитала социальных групп / Д. А. Смыслов // Прикладная эконометрика. – 2007. – № 2. – С. 95–125.

11. Социальный капитал в России: измерение, анализ, оценка влияния : материалы научного семинара Фонда «Либеральная миссия» ; под рук. д. е. н., проф. Е. Ясина (Москва, 20 мая 2011 г.). – М., 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.liberal.ru/articles/5265>

12. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма / Пер. с англ. – М.: АСТ : АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – 730 с.

13. Циба В. Т. Математичні основи соціологічних досліджень: кваліметричний підхід / В. Т. Циба. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.

14. Чаленко В. И. Некоторые подходы к оценке величины социального капитала экономической системы / В. И. Чаленко // Сфера услуг: инновации и качество. – 2011. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : journal.kfrgteu.ru/files/1/2011_1_6.pdf

Науковий керівник – Скляр Г. П., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

REFERENCES

- Azgdalov, G. G., Kostin, A. V., and Sadovov, V. V. *Kvalimetriia: pervonachalnye svedeniia* [Qualimetry: initial information]. Moscow: Vysshiaia shkola, 2011.
- Burkynskiy, B. V., and Horiachuk, V. F. "Sotsialnyi kapital : sutnist, dzherela ta struktura, otsinka" [Social capital: the nature, source and structure evaluation]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 1 (2013): 67-81.
- Chalenko, V. I. "Nekotorye podkhody k otsenke velichiny sotsialnogo kapitala ekonomicheskoy sistemy" [Some approaches to the estimation of the value of the social capital of the economic system]. journal.kfrgteu.ru/files/1/2011_1_6.pdf
- Demkiv, O. "Sotsialnyy kapital: teoreticheskie osnovaniia issledovaniia i operatsionalnye parametry" [Social capital: the theoretical bases of research and operational parameters]. *Sotsiologiya: teoriia, metody i marketing*, no. 4 (2004): 99-111.
- Demianenko, Yu. V. "Model otsiniuvannia ravnii sotsialnoho kapitalu pidpriemstv sfery posluh" [Model evaluation of social capital service industries]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Seriya "Ekonomichni nauky"*, no. 1 (9) (2011): 102-108.
- Fukuiama, F. *Doverie: sotsialnye dobrodeteli i put k protsvetaniiu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity]. Moscow: AST : AST Moskva: Khranitel, 2006.
- Greybil, M. M. "Sotsialnyy i chelovecheskiy kapital kak faktory blagosostoianii i razvitiia" [Social and human capital as factors of well-being and development]. *Diss. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05*, 2003.
- Konkov, A. T. "Sotsialnyy kapital i ego funktsiia v ekonomicheskoy vzaimodeystvii" [Social capital and its function in economic cooperation]. <http://sakhgu.ru/journal/work54.htm>
- Lantsman, A. V. "Sotsialnyy kapital kak faktor povysheniia effektivnosti upravlencheskoy deiatelnosti" [Social capital as a factor in increasing the efficiency of administrative activity]. *Diss. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05*, 2007.
- Nechepurenko, A. I. "Teoretychni osnovy finansovoi otsinky sotsialnoho kapitalu pidpriemstva" [The theoretical basis of the financial assessment of the social capital of the company]. *Komunalne hospodarstvo mist*, no. 109 (2013): 316-325.

Nilov, V. "Metody izmereniia sotsialnogo kapitala i ikh ispolzovanie v nauchnykh issledovaniakh" [Methods for measuring social capital and their use in research]. In *Sotsialnaia innovatika v regionalnom razvitii*, 141-149. Petrozavodsk: Karelskiy nauchnyy tsentr RAN, 2009.

Smyslov, D. A. "Postroenie indikatora chelovecheskogo kapitala sotsialnykh grupp" [Building human capital indicator of social groups]. *Prikladnaia ekonometrika*, no. 2 (2007): 95-125.

"Sotsialnyy kapital v Rossii: izmerenie, analiz, otsenka vlianiia: materialy nauchnogo seminar Fonda «Liberalnaia missiia»" [Social capital in Russia: measurement, analysis, impact assessment: proceedings of the scientific seminar Fund "Liberal Mission"]. <http://www.liberal.ru/articles/5265>

Tsyba, V. T. *Matematychni osnovy sotsiologichnykh doslidzhen: kvalimetrychnyi pidkhdid* [Mathematical Foundations of Sociological Research: qualimetric approach]. Kyiv: MAUP, 2002.

UDC 669.013

A STUDY ON THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPING SYSTEMS FOR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AS AN ALTERNATIVE DIRECTION OF DEVELOPMENT OF THE MARKETING ACTIVITY FOR MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

© 2015 RODIONOV S. O.

UDC 669.013

Rodionov S. O. A Study on Theoretical Aspects of Developing Systems for Customer Relationship Management as an Alternative Direction of Development of the Marketing Activity for Machine-Building Enterprises

The article considers a theoretical analysis of systems for customer relationship management, which serve as an alternative direction of development of the marketing activity of machine-building enterprises. It was determined that CRM information systems are the most relevant and promising tools towards management and building relationships with customers for machine-building enterprises. The article considers and generalizes the evolutionary aspect of information technologies and their impact on the production processes of enterprise, particularly on the marketing activities. The approaches to defining the essence of the notion of 'CRM' were analyzed and a definition of this notion has been proposed. The both distinctive characteristics and common features of the information systems for customer relationship management were studied, systematized and classified. The author has proposed some supplement to the classification presented.

Key words: development of marketing activity, machine-building enterprise, CRM system, systems for customer relationship management, Internet technologies.

Pic.: 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 24.

Rodionov Serhii O. – Postgraduate Student, Department of Economics and Marketing, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: rodionov89@gmail.com

УДК 669.013

Родіонов С. О. Дослідження теоретичних аспектів розвитку систем управління відносинами зі споживачами як альтернативного напрямку розвитку маркетингової діяльності підприємств машинобудівної галузі

Стаття присвячена теоретичному аналізу систем управління відносинами зі споживачами, які виступають альтернативним напрямком розвитку маркетингової діяльності підприємств машинобудівної галузі. Визначено, що для машинобудівного підприємства в напрямку управління та побудови відносин зі споживачами найбільш актуальними та перспективними інструментами виступають інформаційні системи класу CRM. Розглянуто та узагальнено еволюційний аспект інформаційних технологій та їх вплив на виробничі процеси підприємства, зокрема на маркетингову діяльність. Проаналізовано підходи щодо визначення сутності поняття «CRM» і запропоновано своє визначення цього поняття. Досліджено, систематизовано та класифіковано відмінні особливості та спільні ознаки інформаційних систем управління відносинами зі споживачами. Автором запропоновано доповнити представлену класифікацію.

Ключові слова: розвиток маркетингової діяльності, машинобудівне підприємство, CRM-система, системи управління відносинами зі споживачами, Інтернет-технології.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 24.

Родіонов Сергій Олександрович – аспірант, кафедра економіки і маркетингу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: rodionov89@gmail.com

УДК 669.013

Родионов С. А. Исследование теоретических аспектов развития систем управления отношениями с потребителями как альтернативного направления развития маркетинговой деятельности предприятий машиностроительной отрасли

Статья посвящена теоретическому анализу систем управления отношениями с потребителями, которые выступают альтернативным направлением развития маркетинговой деятельности предприятий машиностроительной отрасли. Определено, что для машиностроительного предприятия в сфере управления и построения отношений с потребителями наиболее актуальными и перспективными инструментами выступают информационные системы класса CRM. Рассмотрен и обобщен эволюционный аспект информационных технологий и их влияние на производственные процессы предприятия, в частности на маркетинговую деятельность. Проанализированы подходы относительно определения сущности понятия «CRM» и предложено свое определение этого понятия. Исследованы, систематизированы и классифицированы отличительные особенности и общие признаки информационных систем управления отношениями с потребителями. Автором предложено дополнить представленную классификацию.

Ключевые слова: развитие маркетинговой деятельности, машиностроительное предприятие, CRM-система, системы управления отношениями с потребителями, Интернет-технологии.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 24.

Родионов Сергей Александрович – аспирант, кафедра экономики и маркетинга, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: rodionov89@gmail.com