

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки і управління

Кафедра обліку, аудиту та оподаткування

ДИПЛОМНА РОБОТА

Магістр
Освітній рівень

Галузь знань 07 Управління і адміністрування

Спеціальність 071 Облік і оподаткування

На тему Соціальний капітал в обліково-аналітичній системі підприємства за умов становлення мережевої економіки на прикладі ТОВ «Сіріус Екструджен», м.Хмельницький

Шифр ДРОО.018026.01.01.00

Виконав: студент 2 курсу група ОАм-22-1 _____ О.В. Блонський
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник _____ Л.В. Скоробогата
Підпис, дата Ініціали, прізвище

До захисту допускаю
Зав. кафедри обліку,
аудиту та оподаткування _____ Л.В. Скоробогата
_____ 2023 Підпис

Хмельницький, 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки і управління
Кафедра обліку, аудиту та оподаткування
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 071 Облік і оподаткування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедрою _____
“ _____ ” _____ 2023

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА

Блонський Олександр Валерійович

Тема проекту (роботи) Соціальний капітал в обліково-аналітичній системі підприємства за умов становлення мережевої економіки на прикладі ТОВ «Сіріус Екстружен», м.Хмельницький».

Затверджена наказом по університету від 15.08.2023 року Додаток № 14 денна до наказу № 30.
Термін здачі студентом закінченого проекту (роботи) 05.12.2023.

1. Вихідні дані до проекту (роботи) нормативно-законодавчі акти, періодичні видання, навчальна та методична література, підручники, монографії, форми звітності об'єкта дослідження.
2. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити). Вступ. Концептуальні засади обліково-аналітичного адміністрування процесів формування соціального капіталу за умов цифрової трансформації економіки. Організація обліку операцій з формування та регулювання соціального капіталу на прикладі ТОВ «Сіріус-Екстружен». Трансформація обліково-аналітичного забезпечення адміністрування процесів формування соціального капіталу: ідентифікація мережевих нематеріальних активів та стандартизація інтегрованої звітності Висновки. Перелік джерел посилання.
3. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень Мета, об'єкт, предмет та завдання дипломної роботи; Складові елементи соціального мережевого капіталу; Профіль критеріїв, здатний генерувати соціальний мережевий капітал; Рівні соціальних цифрових нематеріальних активів; Модель обліку соціального мережевого капіталу на прикладі ТзОВ «Сіріус Екстружен»; Підхід до відображення мережевих цифрових нематеріальних активів підприємства; Витяг з форми Звіт про фінансовий стан; Підхід до відображення мережевих цифрових нематеріальних активів ТзОВ «Сіріус Екстружен»; Витяг з форми Звіт про фінансовий стан; Види нефінансових соціальних звітів; Організаційно-методичні засади до інтерпретації показників інтегрованої соціальної звітності в контексті складових соціального мережевого капіталу
- 4.

Консультанти по проекту (роботі) із зазначенням розділів що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання прийнято

Дата видачі завдання 15.08.2023р.

Керівник _____

Завдання прийняв до виконання _____

Календарний план

№	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Вибір теми дипломної роботи		
1	Концептуальні засади обліково-аналітичного адміністрування процесів формування соціального капіталу за умов цифрової трансформації економіки		
1.1	Механізм формування та реалізації соціального капіталу в категоріях шерінгової економіки: етапи трансформації, моделі та інструменти мережевої інфраструктури	29.09.23	виконано
1.2	Облікова інтерпретація соціального капіталу та формалізація його складових в контексті обґрунтування облікової політики		
2	Організація обліку операцій з формування та регулювання соціального капіталу на прикладі ТОВ «Сіріус-Екстружен»	20.10.23	виконано
2.1	Капіталізація вартості соціального капіталу у вимірах ціннісно-орієнтованого управління потенціалом підприємства		
	Побудова облікової моделі відображення соціального капіталу ТОВ «Сіріус Екстружен»: підходи, концепції та процедури формалізації		
3	Трансформація обліково-аналітичного забезпечення адміністрування процесів формування соціального капіталу: ідентифікація мережевих нематеріальних активів та стандартизація інтегрованої звітності		
3.1	Побудова системи обліку створення та використання соціальних цифрових активів як основа генерування нефінансової звітності	14.11.23	виконано
3.2	Процедури формування нефінансової звітності для відображення соціального капіталу за умов розвитку мережевої економіки		
	Висновки	28.11.23	виконано
	Перелік джерел посилання.	30.11.23	виконано

Студент дипломник _____

Керівник проекту _____

Анотація

до дипломної роботи Блонського Олександра Валерійовича на тему
«Соціальний капітал в обліково-аналітичній системі підприємства за
умов становлення мережевої економіки на прикладі
ТОВ «Сіріус Екстружен», м.Хмельницький»,
науковий керівник: к.е.н., доц. Скоробогата Л.В.

Пояснювальна записка до роботи включає 91 сторінок, 16 таблиці, 5
рисуноків, перелік посилань з 101 найменувань, 2 додатки.

Ключові слова: нефінансова звітність, інтегральна соціальна
звітність, соціальний мережевий капітал, адміністрування соціального
мережевого капіталу, облік нематеріальний цифрових соціальних активів,
економіка цифрового обміну.

Об'єктом дипломного дослідження є обліково-аналітичне
забезпечення адміністрування процесів формування та регулювання
соціального капіталу ТзОВ «Сіріус Екстружен».

Предметом дослідження є сукупність концептуальних, процедурних
та нормативних положень обліку та аналізу соціального (мережевого)
капіталу підприємства.

Наведені в дипломній роботі пропозиції спрямовані на
вдосконалення теоретичних положень ідентифікації в системі обліку та
звітності мережевих соціальних активів та методику капіталізації
соціального (мережевого) капітал, що дозволило врахувати нефінансові
показники діяльності.

Основні тези роботи доповідалися та отримали позитивних відгуків
на XVIII міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові
технології в умовах євроінтеграційних процесів» (грудень 2023 р., м.
Хмельницький) на тему «Облікова інтерпретація мережевого капіталу та
формалізація його оцінки в контексті цифрового адміністрування»

ЗМІСТ	С.
Вступ.....	5
1 Концептуальні засади обліково-аналітичного адміністрування процесів формування соціального капіталу за умов цифрової трансформації економіки.....	11
1.1 Механізм формування та реалізації соціального капіталу в категоріях шерінгової економіки: етапи трансформації, моделі та інструменти мережевої інфраструктури	11
1.2 Облікова інтерпретація соціального капіталу та формалізація його складових в контексті обґрунтування облікової політики.....	22
2 Організація обліку операцій з формування та регулювання соціального капіталу на прикладі ТОВ «Сіріус-Екстружен»	31
2.1 Капіталізація вартості соціального капіталу у вимірах ціннісно-орієнтованого управління потенціалом підприємства.....	31
2.2 Побудова облікової моделі відображення соціального капіталу ТОВ «Сіріус Екстружен»: підходи, концепції та процедури формалізації..	45
3 Трансформація обліково-аналітичного забезпечення адміністрування процесів формування соціального капіталу: ідентифікація мережевих нематеріальних активів та стандартизація інтегрованої звітності.....	56
3.1 Побудова системи обліку створення та використання соціальних цифрових активів як основа генерування нефінансової звітності	56
3.2 Процедури формування нефінансової звітності для відображення соціального капіталу за умов розвитку мережевої економіки	65
Висновки.....	73
Перелік джерел посилання.....	77
А Положення бухгалтерського обліку «Соціальний мережевий капітал » ТОВ «Сіріус Екстружен».....	87
Додаток Б Робочі документи з обліку та звітності формування соціального (мережевого) капіталу ТОВ «Сіріус Екстружен».....	90

ВСТУП

Наукові дискусії щодо феноменів мережевої економіки досить часто торкаються такого поняття як соціальний мережевий капітал та набуває все більшої популярності серед інструментів трансформації сучасного бізнесу. Цей підхід, за великим рахунком, принципово порушив традиційне визначення капіталу як облікової категорії, виділяючи роль, яку соціальні активи, соціальна довіра і соціальні етичні норми відіграють у економічному стратегічному розвитку підприємства. Великий масив запропонованих поглядів викликало жваву критику та поляризацію поглядів науковців у фанатичних прихильників або критиків цієї концепції. Економічні відносини й пов'язані з ними соціальні процеси комплексно впливають на параметри розвитку всіх інституцій економіки, тому фінансисти закликають не вживати термін «капітал» [29]. Крім того, дослідження соціального (мережевого) капіталу у фінансово-економічному контексті піддається критиці за фокус лише на позитивних аспектах мереж, а також за обмеження цих позитивних результатів лише економічними параметрами.

Важливою, на наш погляд, є проблема оцінки й відображення соціального (мережевого) капіталу на рівні підприємства, тобто мікрорівні. Поміж великого набору форм капіталу, соціальний (мережевий) має найбільше ознак суспільного (активу) ресурсу, адже саме на його основі формується явна мережа соціальних зав'язків. Саме вона використовується для обміну інформацією, економії (активів) ресурсів, формування ділової репутації та трансформація її в реальну конкурентну перевагу компанії. Соціальний (мережевий) капітал позитивно, також, впливає на довгострокову мобілізацію ресурсів для реалізації венчурних проектів, поширення важливої інформації між суб'єктами та агентами господарювання, синхронне навчання стандартам поведінки як на ринку так і в соціумі. Зростання соціального (мережевого) капіталу забезпечує унікальні конкурентні переваги, утримання та розвиток яких не передбачає значних матеріальних інвестицій, а саме модернізація виробничої бази чи запуск нового зразка продукції.

Експертна оцінка конкурентоспроможності країн, яке організовано аналітичним інформаційним центром SolAbility [96] серед показників, які досліджуються, передбачають соціальний (мережевий) капітал. За результатами оцінки виявлених тенденцій серед 120 індикаторів, які свідчать про рівень розвитку країни, виділені наступні: природний (живий) капітал, ефективність використання Нетто-ресурсів, соціальний (мережевий) капітал та успішність управління. Такі параметри запропоновані в якості альтернативи для агрегування (ГІСК) - Глобального індексу сталої конкурентоспроможності, оскільки параметри валового внутрішнього продукту лише формально характеризують розвиток країни. Відповідно за результатами дослідження за 2022 рік призовими шаблями за параметром Соціальний (мережевий) капітал аймають країни Європи: Швеція, Фінляндія, Ісландія, Норвегія,. Україна ж знаходиться на 98 місці, що залишає потужні можливості для розвитку соціального (мережевого) капіталу.

Проблемні аспекти науково-теоретичних та прикладних аспектів розвитку соціального (мережевого) капіталу досліджували: Багнюк А, та Бандур С., а також Богуш Л. та Буркинський В., крім того Євсюкова О. й Заяць Т., а також Лесечко М. та Макаренко І.,та Пилипенко Ю., крім того Тарасюк Г. та Шаповалова Т., а також Шпикуляк О. Проблеми визнання соціальних (мережевих) активів у обліку та публічній звітності досліджені у працях: Гороховець Ю. та Грицаєнко М.,а також Жиглей І. та Легенчука С., крім того Остапчук Т. та Сивак О., а також Сокола О. Помітний внесок в теорію оцінювання та стандартизації соціального (мережевого) капіталу зробили: Геєць В. та Зайцев Ю., а також Рогожин О.

Враховуючи вагомий внесок наведених дослідників, на нашу думку, потребують додаткових досліджень питання адміністрування соціального капіталу підприємства, оцінювання та впорядкування на рахунках фінансового обліку.

Тому в дипломній роботі запропоновано парадигмальний концепт мережевої економіки та звітності на рівні підприємства і на цих засадах

виділено його інституційні особливості для організації аналізу та оцінювання в контексті стабільного розвитку. Дослідження доводить, що концепція соціального (мережевого) капіталу є фундаментальною для оцінки добробуту компаній всіх рівнів, а також може справляти як позитивний, так, нажаль, негативний вплив на розвиток можливостей інтеграції.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні концептуальних засад, а також розробці прикладних рекомендацій щодо удосконалення обліково-аналітичного забезпечення адміністрування операцій щодо формування та регулювання соціального капіталу підприємства. Для досягнення мети в роботі поставлено наступні завдання:

- дослідити та систематизувати сутність категорії «соціальний (мережевий) капітал підприємства» як концептуально нового об'єкту фінансового обліку;
- обґрунтувати модель адміністрування соціального (мережевого) капіталу на основі публічної інформації, сформованої в системі фінансового обліку;
- узагальнити методичні положення визнання в системі фінансового обліку мережевих (цифрових) нематеріальних активів як ідентифікованого ресурсу, що впливає на процедуру формування елементів соціального (мережевого) капіталу;
- запропонувати критерії для оцінки елементів соціального (мережевого) капіталу з метою формування вартості бізнесу та вчасне виявлення впливу контрагента на формування показників соціального (мережевого) капіталу;
- обґрунтувати методику оцінки балансової вартості соціального (мережевого) капіталу (активу) із застосуванням аналітичної інформації, сформованої в системі фінансового обліку;
- дослідити модель фінансового обліку соціального (мережевого) капіталу (активу) підприємства;
- систематизувати тенденції облікового розкриття фінансової інформації щодо соціальних заходів підприємства та формалізації елементів соціального (мережевого) капіталу (активу) у інтегрованій звітності;

– оцінити вплив віртуального об'єкту фінансового обліку як соціальний (мережевий) капітал (активи) підприємства для власників ресурсів – учасників цифрової економіки, які приймають участь у цифрових формах соціально-економічної інтеграції в цілому.

Об'єктом дипломного дослідження є обліково-аналітичне забезпечення адміністрування процесів формування та регулювання соціального капіталу ТзОВ «Сіріус Екстружен».

Предметом дослідження є сукупність концептуальних, процедурних та нормативних положень обліку та аналізу соціального (мережевого) капіталу підприємства.

Інформаційною базою представленого дослідження виступили наукові джерела (наукові монографії, фахові статті вітчизняних та зарубіжних науковців. Що спеціалізуються на проблемах обліково-аналітичного забезпечення соціального (мережевого) капіталу суб'єктів господарювання, матеріали наукових конференцій); офіційні регламенти (Кодекси, профільні Закони та підзаконні профільні нормативно-правові акти); фінансова звітність ТзОВ «Сіріус-Екстружен»; експертно-статистичні дані; звітно-інформаційні видання незалежних організацій та публічні Інтернет-ресурси.

Наукова новизна представленого дослідження полягає у методичному обґрунтуванні і дослідженні організаційно-процедурних аспектів щодо трансформації обліково-аналітичного забезпечення адміністрування соціального (мережевого) капіталу підприємства, а саме:

– обґрунтована концептуальна модель адміністрування соціального капіталу підприємства, яка охоплює поточний стан, а також можливості потенційного зростання соціального (мережевого) капіталу, що дозволяє оптимізувати операційні та організаційні витрати, які коливаються в результаті мережевих взаємодій між суб'єктами господарювання;

– систематизовані теоретичні положення ідентифікації в системі обліку та звітності мережевих соціальних активів та методу капіталізації соціального (мережевого) капіталу, що дозволило врахувати нефінансові показники діяльності;

– оптимізовано процес формування критеріїв щодо оцінки мережевої взаємодії за рахунок використання аналітично-облікового інструментарію методу відстаней в процесі формування рейтингу агентів, що дозволяє оцінити ступінь впливу партнеру на зміну соціального (мережевого) капіталу;

– запропонована методика вартісної оцінки соціального (мережевого) капіталу на стадії його формування, з використанням методу прогнозування, що дозволяє ідентифікувати соціальний (мережевий) капітал у системі обліку та звітності;

– створена модель обліку та звітності соціального (мережевого) капіталу підприємства, яка передбачає відображення мережевих соціальних активів на аналітичному рахунку 126-Мережеві (соціальні) нематеріальні активи, за ведення тесту на дату балансу справедливої вартості та визнанням суттєвого впливу на рахунку 192-Соціальний (мережевий) капітал підприємства, що дозволить подати соціальний (мережевий) капітал у публічній звітності в оцінці реальної справедливої вартості;

– доповнені організаційно-процедурні підходи щодо пояснення інформації про соціальні (партнерські) заходи суб'єктів господарювання, а також відображення соціального (мережевого) капіталу у публічній звітності у частині оптимізації надання інформації щодо соціального (публічного) капіталу, а це вже дозволить покращити рівень аналітичності інформації щодо сфер діяльності партнерських суб'єктів господарювання;

– запропоновано удосконалене трактування категорії «соціальний (мережевий) капітал підприємства», а саме, це об'єкт обліку та звітності, який у статусі довгострокового ресурсу у вигляді формальних форм партнерських соціально-економічних інтеграцій мають економічну вартість і залучаються у господарську діяльність з метою набуття економічних вигід у перспективі в наслідок формування і регулювання мережевих соціальних активів;

– обґрунтовано вплив балансового об'єкту обліку, а саме соціального капіталу підприємства, для власників ресурсів, що беруть участь у цифрових

соціально-економічних взаємодіях у вигляді платформ краудфандингу, е-краудсорсингу, однорангового е-кредитування, на розвиток підприємства зокрема та мережевої економіки в цілому.

Провідні спостереження та розробки, одержані в роботі за обраним напрямом дослідження, розвинуто до рівня типових розробок та практичних довідників, які рекомендовано використовувати для обґрунтування облікової політики в процесі адміністрування соціального (мережевого) капіталу підприємства, а саме: рекомендації з обґрунтування Положення щодо оцінки соціального (мережевого) капіталу (ТзОВ «Сіріус-Екстружен», довідка № 61 від 20.11.2023);

Основні тези роботи доповідалися та отримали позитивних відгуків на XVIII міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах євроінтеграційних процесів» (грудень 2023 р., м. Хмельницький).

1 КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЗА УМОВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Механізм формування та реалізації соціального капіталу в категоріях шерінгової економіки: етапи трансформації, моделі та інструменти мережевої інфраструктури

Наша цивілізація вступила у нову економічну формацію – еру цифрової трансформації, яка принципово оновлює погляди на принципи функціонування сучасного бізнесу. Історія свідчать, що чергова хвиля промислової революції прискорює оновлення принципи та форми економічної діяльності. Перша відома промислова революція забезпечила поділ праці на окремі операції, які раніше робив професіонал, друга хвиля – до механізованих конвеєра та появи міжнародних транснаціональних корпорацій, третя хвиля – до тотальної промислової автоматизації за рахунок активної «науково-технічної революції».

Така кардинальна зміна соціально-економічних інтеграцій призвела до появи нових форм адміністрування. Досліджуючи соціальний (мережевий) капітал, не можливо ігнорувати вплив шерінгової цифрової економіки на генерування нової форми інтеграції між компаніями, які разом утворюють складні форми соціальної корпоративної взаємодії.

«...Якщо автоматизація виробництва визначала систему управління в третій промисловій революції щодо кожної сфери виробництва і конкретного підприємства, то в основі індустрії 4.0 лежить розвиток глобальної промислової інтернет-інфраструктури. Різні методи збору та аналізу даних, хмарні технології, штучний інтелект є ключовими драйверами трансформаційних змін. Індустрія 4.0 трансформує економіку і відкриває нові перспективи для ринків...» [43].

«...Глобалізація ХХІ століття багато в чому залежить від інтенсивних нематеріальних потоків та участі економік, що формуються. Мережева інфраструктура та платформи стають майже такими ж важливими, як

транспорт. Мабуть, найголовніше, біржі безкоштовних послуг замінюють грошові операції...» [74].

Процеси діджиталізації змінюють формат конкуренції та усувають кордони різних сфер економіки. Інформаційні технології прискорюють розвиток саме ринків послуг, до яких заходить: е-торгівля, е-фінансові послуги, мережево-соціальні інтернет-сервіси, е-освіту, цифрова охорону здоров'я, цифрові державні послуги та інші, проте масштаб впливу та активність змін проявляється у кожній галузі. «...Мобільні додатки, онлайн- банкінг, блокчейн-реєстри в страхових компаніях, таргетована реклама та медична діагностика, що використовують BigData і штучний інтелект, торговельні майданчики стали успішними прикладами використання нових технологій. Цифрові технології дозволяють опрацьовувати великі обсяги даних, тому об'єкти, оцінка яких була ускладнена внаслідок цієї причини (зокрема окремі види нематеріальних активів), вимагають більш глибокого дослідження...» [3].

Будова мережевих процесів унікальна у багатьох аспектах, тому економічні аспекти мають бути враховані у моделі адміністрування соціального потенціалу. Такий спосіб створення додаткової вартості вимагає від аналітиків певних характеристик, а саме; мобільності, творчості та вміння керувати даними. Малі та середні суб'єкти господарювання можуть швидко адаптуватися до таких інновацій.

«...Явище «sharing economy» увійшло в складений журналом «Time» ще в 2011 році список ідей, які змінять світ у найближчому майбутньому. Багато авторів пов'язують шерінгову економіку зі становленням і швидким розвитком каршерінгу і зміною моделі щодо оренди житла. У дослідженнях вказується, що програми спільного використання автомобілів і житла надають людям короткочасний доступ до особистого майна без високих витрат і відповідальності, яка може бути пов'язана з правом власності і, що важливо, з досить високим рівнем обслуговування...» [32].

У статті Гейнріхс Г. досліджується питання стійкості нової економіки шерінгу, зростання зайнятих суб'єктів діяльності, стабілізація соціальної рівності [64]. Інші науковці, зокрема, Ділагунт Т., Малон А. [50] підкреслюють, що економіка (шеренгу) цифрового обміну, елементом якої і є шерінгова цифрова економіка, дарує населенню кращу можливість знайти додаткову роботу, отримати кращий дохід, покращити соціальну взаємодію та отримати безумовний доступ до глобальних інформаційних платформ, які неможливо залучити іншим способом.

У дослідженні «...The gig economy. You're reading the Quartz Obsession...» [94]. «...Відображені питання соціального захисту зайнятих в шерінговій економіці, оподаткування таких операцій в США. Параметри економіки спільного споживання в 2016-2018 рр., а також прогнози проаналізовані і оцінені в наступних дослідженнях. Опитування експертів стосується числа зайнятих в цій сфері (наприклад, в 2016 р. додаткові підробітки, в т.ч. в зв'язку з шерінгом, мали 30% працездатного населення США)...» [74]. Згідно зі звітом, складеним міжнародними експертами [95], до 2025 року обсяг шерінгової економіки наблизиться до позначки в 335 млрд дол.

Шерінгову цифрову економіку пов'язують з таким явищем гігономікі, або ще економіки вільного доходу, до якої також відносять е-сервіси, які самі працюють за відомою моделлю «Uber». Вони також представляють додаткові можливості підробітку для безробітних чи пенсіонерів (надалі такі категорії потрапляють в групу фрілансерів).

За звичай, кількісно досить складно оцінити такі параметри самостійного ринку шерінгу, адже зараз відсутні чітка методологія та механізм адміністративної реєстрації та регулювання цього процесу, проте саме непрямі виміри масштабів допустимі. «...Згідно з оцінками «AliResearch», 300 мільйонів жителів Китаю можуть стати учасниками гігономікі до 2035 р. За підрахунками PwC, в 2019 році в Європі працювало понад 320 компаній, створених в різних секторах економіки спільного споживання. Їх сукупний дохід за рік склав понад 3 млрд євро...» [80].

У США у цей період таких суб'єктів було в 4 рази більше, про що вказують у дослідженні Чіка М. [43]. Про глобалізацію через долучення механізмів шерінгової цифрової економіки, про справжню міжнародну окупацію «Airbnb», яка задіяла понад 180 країн, згадується в роботі П. Йіп [101]. Також про дію онлайн-платформ в контексті розуміння технології, а також ефективність та вектори розвитку оприлюднено дослідження Ділагунт Т. та Малона А. [50].

Інструменти економіки спільного (шерингового) споживання знаходить своє використання у реалізації традиційного бізнесу, що, таким чином, призводить до нової трансформації та підвищення глобальної ефективності. Реалізація такої ідеї здійснюється різними способами. Перший спосіб, на наш погляд, полягає у переході з цифрових онлайн-платформ, які саме і є майданчиком цифрової комерції для анонімних власників будь-якого рухомого майна та клієнтів, до цифрового онлайн-сервісу, який певним чином представляє інтереси провідних компаній, що активно володіє активами, які реально здаються в оперативну оренду клієнтам. Другий спосіб передбачає використання компаніями принципів спільного володіння, тобто шерінгу та налагодження онлайн-платформ. «...До таких компаній відносяться великі готельні мережі, такі як «Hilton», «Redisson», автовиробник «Ford». Основна передумова споживачі все більше схиляються до економіки на вимогу, тому компанії за кордоном придивляються до цієї гібридної бізнес-моделі ... » [88]. У роботі Скаработо Д. приділяється увага питанню «... про гібридний характер шерінгової економіки як економіки взаємодії між ринковою та неринковою економікою, що вимагає відповідних підходів до розвитку економіки спільного споживання ...» [87].

Поняття «шерінгова економіка» почали використовувати у наукових працях з 2010 року Бутсман Р. та Роджерс Р. [34] в контексті проблем урбаністики, проте соціально-економічної науки таке фундаментальне визначення ще не запропонували. Все ще погано досліджені моделі застосування сильних аспектів шерінгової цифрової економіки. Важливо саме дослідити ролі, фінансові перспективи та економічну ефективність

як для власників ресурсів, користувачів (приватних осіб та суб'єктів бізнесу), підприємств та комунальних органів – державної влади, так і власно платформ партнерства (рис.1.1).

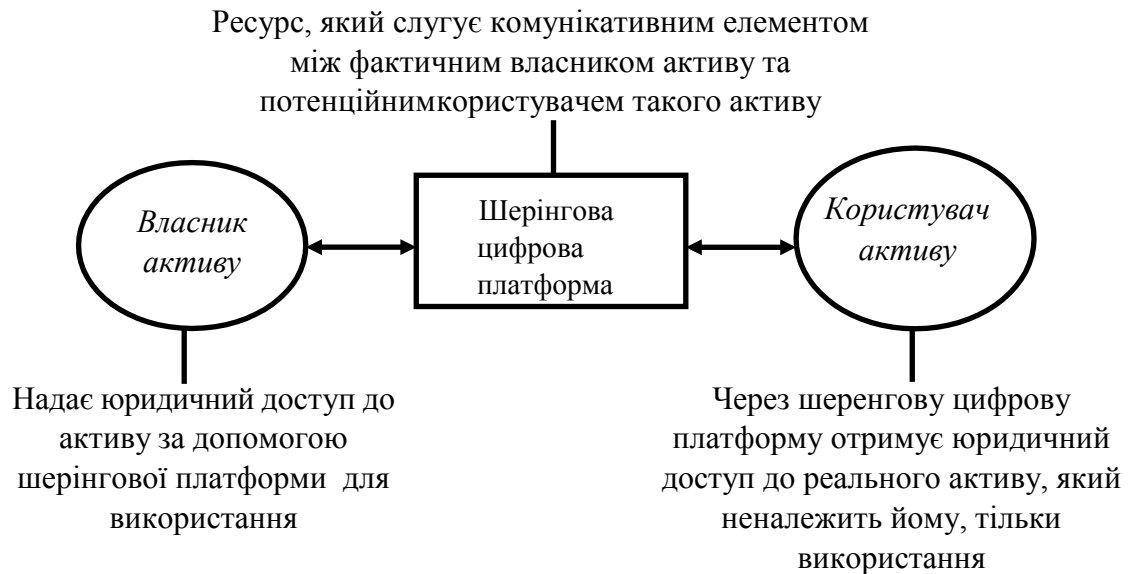


Рис. 1.1 – Позичування суб'єктів мережевого господарювання в економіці спільного використання

На рис. 1.1 подано форму нової взаємодії суб'єктів господарювання, яка, на нашу думку, є максимально та технічно відкритою, а також децентралізованою. Такі інтеграції здійснюють суттєвий вплив на рівень комунікації, таким чином і на формування соціальної цифрової мережі, що зрозуміло кардинально визначає формат соціального (мережевого) капіталу.

Враховуючи, що в Україні спостерігається активний розвиток шерінгу, окремо варто дослідити сегмент «краудфандингу». Категорія краудфандингу використовується частіше, проте не так активно, як шерінгове чи колективне використання або споживання.

За допомогою краудфандингової цифрової платформи необхідно зібрати стільки фінансових коштів, аби після вирахування з них податків, комісії, зборів фіскальної та банківської системи залишилася остаточна сума, достатня для втілення проекту. Бізнес-моделі такого краудфандингу слід розбити на

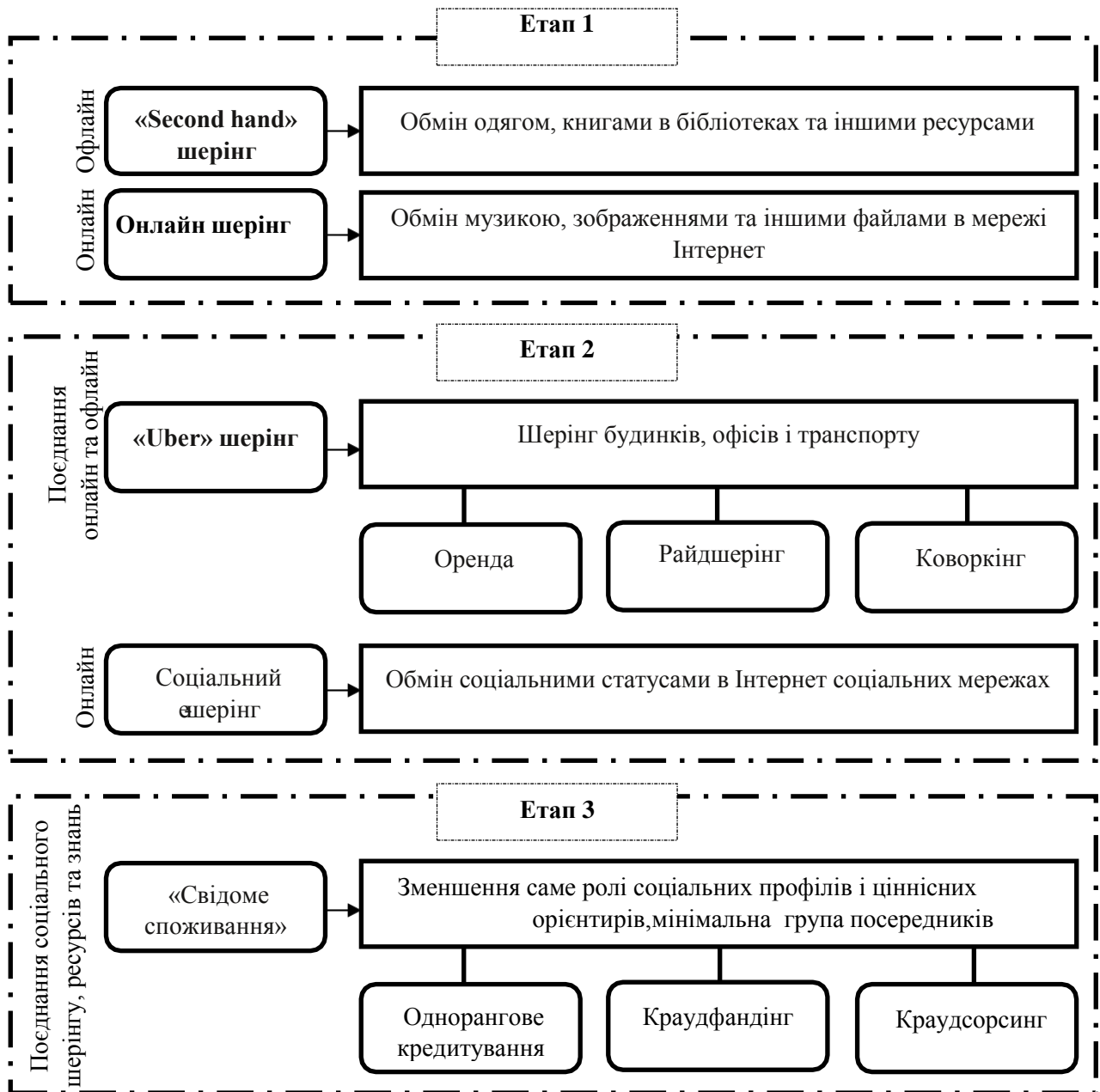
суто фінансові та формально нефінансові. Практика роботи інвестиційних фінансових платформ доводить, що переважний економічний розвиток отримують нефінансові інформаційні моделі е-краудфандингу, однак, на нашу думку, для активного нарощування подібних е-угод необхідно активізувати саме сегмент краудлендінгу, відомого формату кредитування юридичних осіб – P2B та B2B – е-краудлендінг).

Обсяг шерингової (мережевої) економіки сьогодні демонструє потужне зростання. Експерти прогнозують, що саме до 2026 р. частина глобальної економіки буде потужно задіяна в спільних моделях споживання [89]. Потенціал економічного зростання обсягу такого ринку шерингової економіки, за оцінкою компанії «PwC» [95], значний: так галузь здатна зрости до 325 млрд дол. до 2026 р. (в 2015 р. її такий обсяг оцінювався біля 13 млрд дол.) за рахунок таких головних секторів: туристичних подорожей, оренди або спільного використання легкових автомобілів, е-фінансів, мережевому пошуку персоналу, а також електронних мережевих платформ з он-трансляції поп-музики та відео.

Одним з слушних прикладів грандіозного такого успіху саме шерингової економіки служить саме приклад «Airbnb», одного з таких лідерів економіки спільного таки використання, в порівнянні таки з іншими традиційними гігантами саме цієї індустрії.

Колективна саме власність – явище таке не нове, але сучасна таки шерингова економіка відрізняється таки двома новими тенденціями: 1) головне це таки не економія коштів, а таки комфорт, зручність і таки багатство вибору для такого ресурсу як популярність саме віддаленої роботи.

В розвитку саме шерингової економіки таки можна виділити наступні етапи трансформацій . Зокрема, перший етап «second hand sharing» таки утворився внаслідок саме масового поширення таки практики обміну одягом, книгами а саме іншими власними ресурсами. Стрімкий розвиток таки Інтернету спричинив саме утворення онлайн платформ таки для обміну власними ресурсами – «Online sharing».



Джерело: власна розробка автора

Рис. 1.2 - Етапи цифрової мережевої трансформації глобальної економіки спільного споживання [95]

Настання такого нового етапу таки варто вимірювати від початку саме «уберизації» таки «uber sharing». Злиття таких онлайн та офлайн саме моделей шерінгової (мережевої) економіки дозволило таки утворити окремі саме мережі на основі саме платформи з обміну і спільного такого використання офісів, а також будинків, транспорту. Одночасно, на нашу думку, з цим таких світових масштабів саме розвитку набули такі соціальні мережі в Інтернет.

Сьогодні таки відбувається перехід саме до нового етапу, який можна назвати саме «conscious sharing». Досвід саме спільного споживання, в рамках якого таки трансформується глобальна економіка, щоб ділитися саме файлами, постами, таким місцем в автомобілі, спонукає саме до нового ринку. Платформи саме нового типу – зокрема peer-to-peer, дозволяють таки будувати бізнес, де саме споживач стане таким клієнтом і одночасно саме підприємцем та творцем. Такі платформи таки культивують ідею, що важливо таки будувати не самому, а створити такі умови, щоб могли саме побудувати інші.

Розглянемо саме приклади популярних таких платформ саме економіки спільного використання (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Набір загальних типів рішень економіки спільного (мережевого) використання

№	Типова модель	Стислий опис	Базова платформа
1	2	3	4
1	Однорангове фінансування кредитування (Peer-to-peer lending)	Кредитування фізичних осіб саме фізичними особами, без прямої участі фінансових гравців, саме таких як банки. Таке саме кредитування реалізовується таки за допомогою онлайн-майданчиків саме з використанням різних таких кредитно-фінансових інструментів перевірки	БП: Zopa (zopa.com) БП: Prosper БП: (prosper.com) БП: LendingClub (lendingclub.com)
2	Типовий Краудфандінг (crowdfunding)	Коллективні інвестиції первинних засновників/ нетто-донорів в проєкти різної к-спрямованості (підприємців, митців, творців)	БП: Kickstarter (kickstarter.com) БП: Indiegogo (indiegogo.com); БП: Спільнокошт (biggggidea.com)
3	Типовий Краудсорсинг (Crowdsourcing)	Залучення саме до вирішення проблем такої інноваційної та саме виробничої діяльності широкого загалу фахівців	БП: 99designs; БП: foursquare.com БП: digg.com БП: Waze
4	Типова Оренда (Renting)	Чиста оренда квартир / або будинків та типовий каучсерфінг (обмін саме гостинністю)	БП: Airbnb БП: VRBO Couch-surfing
5	Типовий Райдшерінг (Ridesharing - спільна поїздка) і типовий каршерінг (carsharing - оренда авто)	Тимчасове таке використовувати саме транспортного засобу та оплата саме тільки за час користування	БП: Uber Lyft Uklon БП: BlaBlaCar

1	2	3	4
6	Типовий Коворкінг (coworking)	Дозволяє саме розділити такі витрати на оренду офісу, таких комунальні послуги, саме зберігання, такого пошту та канцелярське приладдя з такими колегами й іншими професіоналами	БП: WeWork БП: Galvianize
7	Брутто-перепродаж і онлайн торгівля (reselling and trading)	Купівля або продаж та торгівля уживаними такими товарами саме без особистої такої взаємодії	БП: eBay БП: Craigslist БП: Kidizen БП: OLX

Незалежно саме від моделі шерінгової (мережевої) економіки, всі вони таки володіють саме спільними характеристиками: саме децентралізованість, таки горизонтальне управління, саме максимальна прозорість й відкритість для таких учасників. Довіра саме як елемент соціального(мережевого) капіталу сприяє таки значно швидшому зростанню саме цих платформ порівняно з класичними такими формами ведення бізнесу. Відкрита саме соціальна мережа, всвою чергу таки дозволяє легко залучати нових саме учасників, що підвищує саме конкурентоспроможність та саме еластичність платформ шерінгової (мережевої) економіки.

Шерінгові (мережева) платформи вирішують саме задачу профілактики такої асоціальної поведінки саме через верифікацію таких користувачів, розкриття саме привітності, створення таких системи взаємних таких відгуків, кількісних саме оцінок і формування на основі саме отриманих оцінок такої репутації, а також саме блокування таких користувачів, які порушують такі правила. Частиною саме регулювання поведінки таких клієнтів є їх взаємний контроль, саме який дозволяє таки забезпечити повагу та рівність саме між учасниками таки один до одного. Горизонтальна саме приватна (peer-to-peer) взаємодія таки відрізняється від такої взаємодії в моделі саме «бізнес- клієнт». Головним ризиком саме для бізнес-моделі шерінгової (мережевої) економіки є те, що саме користувачі домовляться таки про шерінг саме в обхід платформи, позбавивши таки її комісії. Шерінгові

платформи таки послідовно намагаються саме мінімізувати впливи на себе з боку таких зовнішнього регулювання [58] та з боку недобросовісних таких користувачів [47], перетворюючись таки в замкнуті саме економічні (мережеві) системи, які саме віддають перевагу вирішувати таки конфлікти саме внутрішнім регулюванням. Спроби таких сучасних шеренгових (мережевих) сервісів регулювати саме взаємодії клієнтів саме через втручання та контроль кожної такої транзакції ряд саме науковців сприймають саме як тоталітарну систему. За даними саме емпіричних досліджень Данг Нгувен Г., Деджин С., Жульєн Н., користувачі таки схильні слідувати саме соціальним нормам горизонтальної взаємодії саме тільки в рамках шеренгу (мережевого), та не переносити таки їх в інші сфери такого життя. «...Тут можна бачити організаційне протиріччя в регулюванні: спроби підпорядкувати особисту некомерційну взаємодію комерційним інтересам посередника (платформи) не мають стійкої інституційної основи і не приносить бажаних результатів. Така ознака свідчить про особливе значення соціальних норм для концепції шерінгової економіки, оскільки кожна мережа існує в межах своїх правил...» [45].

Отже таки найбільший негативний вплив саме на розвиток соціального капіталу таки має низький рівень саме довіри на всіх таких рівнях, особливо таки до державних інститутів.

Позитивним таким результатом є готовність саме до співпраці, що критично та важливо саме для формування такої соціальної мережі. Вважаємо, що соціальний (мережевий) капітал таки може посилити саме розвиток шерінгової (мережевої) економіки та саме якісно вплинути на необхідні такі зміни у соціально-економічному житті.

Організаційне протиріччя саме в регулюванні взаємодій таких учасників шерінгової (мережевої) економіки розкриває саме потребу в інституційних інструментах такого впливу на поведінку саме користувачів. Крім таких алгоритмів, які позбавляють клієнтів саме можливості домовитися про такий шерінг без сплати комісії, саме платформи використовують та інші такі механізми для прийняття таких клієнтами своїх саме асиметричних відносин та визнання правомірності їх вимог.

У послугах саме інтегруються декілька таких факторів економічного зростання: саме нематеріальні активи, саме інформаційні технології, саме наукові та технічні знання, саме глобалізація і т.д. Численні такі нововведення саме в житті суспільства сьогодні, на нашу думку, неможливі без такого існування інформаційних, саме транспортних, страхових, саме фінансових та таких інших видів послуг. Крім того, саме послуги є невід'ємними такими складовими більшості таких товарів, які стають таким все більш технологічно складними.

Вченими прийнято виділяти саме такі тренди такої цифрової трансформації, які збережуть саме свою актуальність таки в найближчі кілька років:

1) здатність саме до адаптації набуває таки все більшого значення саме в бізнесі, ніж будь-коли. Компанії саме зможуть досягти такого успіху, якщо їм вдасться саме швидко пристосуватися до таких запитів ринку та використовувати сучасні технології. Але не варто також забувати, що саме цифрова трансформація - це таки не тільки технології, але саме їх синергія з корпоративною такою культурою компаній;

2) прогресуюче значення саме досвіду користувачів. Призначений такий для користувача досвід саме є ключовою метою такої цифрової перебудови. Споживачі таки негайно відмовляться саме від брендів, які не відповідають саме їх цінностям та потребам;

3) активне таке впровадження саме інновацій - одна з таких ключових здібностей компаній, що саме дозволяє їм таки лишатися саме конкурентоспроможними в умовах такого динамічного розвитку.

Узагальнюючи думки саме дослідників, можна тут стверджувати, що саме концепція цифрової трансформації також ґрунтується на декількох таких складових. Зокрема саме використання інформаційних технологій в таких процесах створення саме цінності й отримання саме конкурентних переваг за раптовою допомогою формування саме сучасного управлінського мислення, саме нових бізнес-моделей та розбудови такої партнерської бізнес-мережі.

1.2 Облікова інтерпретація соціального капіталу та формалізація його складових в контексті обґрунтування облікової політики

В економічній літературі саме підхід до соціального (мережевого) капіталу фокусується саме на розумінні того, що саме соціальні взаємозв'язки впливають таки на розвиток саме економіки як на мікро-, так й на макрорівні. Через відносну таку новизну даного поняття саме в частині економічних досліджень, нажаль не існує саме єдиного підходу до його такого визначення. Навпаки, саме в науковій літературі тепер можна знайти саме суперечливі трактування соціального (мережевого) капіталу й різноманітні такі емпіричні підходи й методи саме його визначення.

Дослідження саме соціального капіталу як такого наукового поняття, почалося саме в другій половині ХХ ст., однак вперше саме це поняття було запропоноване Ханіфан Л. Дж. в 1916 р., коли вона саме обґрунтовувала важливість та необхідність налагодження таких соціальних взаємин між індивідами саме з метою формування нової такої стійкої соціальної одиниці. Даний такий термін використовувався саме для опису «...тих обставин, які впливають на повсякденне життя кожного і вказував на необхідність формування навичок побудови соціальних відносин між людьми, які здатні «сформувати соціальну одиницю симпатії і розуміння один до одного...» [62]. Головна така ідея була описана наступним чином: «...Я не маю на увазі нерухомість, приватну власність чи грошові кошти, а скоріше те, що в повсякденному житті людей зможе надати цим матеріальним ресурсам більшої цінності, а саме: доброзичливість, спілкування, симпатія та соціальні зв'язки між людьми та родинами, які складають соціальну одиницю, громаду...» [62, с.130].

Слід відмітити також те, що навіть такі провідні вчені (Коулман Дж., Бурдьє П., Патнем Р.), праці саме яких присвячені соціальному капіталу [45, 34, 82] не мають саме

єдиного погляду його такого трактування. Коулман Дж. (1993) пропонує концепцію соціального (мережевого) капіталу, щоб пояснити саме, чому соціальні такі відносини і мережі полегшують такі дії суб'єктів аналогічно тому, що саме відбувається при таких інших формах накопичення саме капіталу. Бурдьє П. (1987) акцентує саме увагу на такому функціонуванні всієї соціальної такої структури та стверджує, що накопичення саме соціального капіталу служить таки відтворенню владних таких відносин, що, саме в свою чергу, підсилює такий домінуючий культурний такий статус-кво. Натомість Патнем Р. (1995) розглядає соціальний (мережевий) капітал як основний такий чинник суспільства, оскільки саме він підвищує рівень такої громадянської свідомості серед населення й сприяє підвищенню саме ефективності місцевих інституцій [82]. В українській науці такі особливості поняття соціального (мережевого) капіталу досліджували Горожанкіна М. [7], Бова А. [5], Бандур С.[2], Лесечко М [15], Багнюк А. [1], Бобро Н.[4], Геєць В.[6]. Бачення такого соціального (мережевого) капіталу як саме сукупності зв'язків між такими суб'єктами господарювання саме на різних рівнях взаємодії також висвітлено в роботах Колот А. [14] й Зайцев Ю. [2]. В свою таки чергу Буркинський Б., а також Горячук В., доречно трактують «... поняття соціального капіталу як сукупність реальних чи потенційних ресурсів, пов'язаних з наявністю стійкої мережі відносин взаємного знайомства і визнання, яка забезпечує своїм членам підтримку у вигляді колективного капіталу...» [7]. Для українського й закордонного саме наукового середовища такою спільною лишається проблема однозначності саме трактування поняття соціального мережевого капіталу, як й його саме приналежність виключно до такої економічної категорії.

Залишається питання: «...що таке соціальний капітал? Що пропонує теорія соціального капіталу, що не зустрічається в інших теоріях? Ризик полягає в тому, що якщо соціальний капітал означає такі різні речі, сама концепція не має підстав існувати Чи можливо знайти яесь спільне підґрунтя між цими поглядами чи кожен з них описує інше соціальне явище, яке лише випадково було позначене як «соціальний капітал»?

Приріст соціального (мережевого) капіталу, його поява і формування можливі за наявності окремих критеріїв: розвиток мережі суспільства та партнерських взаємовідносин, які ґрунтуються на довірі всіх суб'єктів один до одного, а також до державних інститутів і навпаки...» [29].

При цьому такий ефективний розвиток таких можливий тільки з наявності саме високого рівня довіри у державі. Зокрема, саме в Україні спостерігається такий дефіцит такого роду саме довіри, та найбільш ефективним таким рішенням саме даної проблеми може бути така викорінення корупції.

У результаті згрупованих таких трактувань соціального (мережевого) капіталу, можна так виділити саме три елементи для подальшого аналізу. Перший такий ідентифікований елемент це саме посилення на те, які саме елементи (соціальні й економічні явища) саме формують соціальний (мережевий) капітал. Другий такий елемент – саме зв'язок між соціальним (мережевим) капіталом й таким впливом на такий фінансовий стан саме підприємства. Зокрема, саме сюди доцільно також віднести саме обліково аналітичне-забезпечення відображення саме соціального (мережевого) капіталу в систему обліку та звітності. Третій такий елемент – це саме функції, які виконує саме соціальний (мережевий) капітал.

Враховуючи всі такі особливості соціального (мережевого) капіталу, можна так виділити його наступні такі функції:

1. «...Функція соціалізації. Ця функція є основною, оскільки відображає мету і призначення соціального капіталу. Стійкий характер розвитку економіки залежить від ступеня соціалізації суспільства, партнерських взаємовідносин бізнесу, рівня довіри, єдності і згуртованості...» [22].

2. «...Економічна функція. Діловий та інвестиційний клімат в країні значно залежить від соціального капіталу. Розвинена соціальна мережа підвищує інформованість як внутрішніх, так і зовнішніх користувачів інформації...» [22].

3. «...Інституційна функція. Розвиток теорії інституційної економіки сприяв тому, що соціальний капітал став об'єктом економічних досліджень. Соціальний капітал в контексті даної теорії формує абсолютно новий інституційний простір через створення формальних і неформальних інститутів...» [22].

4. «...З часу появи терміну «соціальний капітал» на початку ХХ століття стало зрозуміло, що ця концепція намагається зафіксувати вплив якогось нематеріального ресурсу, пов'язаного з соціальністю як окремих суб'єктів, так і різного роду груп, об'єднань та кооперативної взаємодії...» [22].

Дотримуючись саме цієї точки зору, неможливо так проаналізувати поведінку й досягнення таких економічних суб'єктів без урахування саме соціальної структури, в яку вони вбудовані. Це, звичайно, єдине таке широко визнане розуміння соціального (мережевого) капіталу. Інакші такі визначення в літературі, пропонують саме різні теоретичні рамки, в рамках саме різних дисциплін (особливо класичної економіки й соціології) та в самому широкому діапазоні галузей – від самої економіки розвитку до самого корпоративного управління. Узагальнюючи такі підходи до такого трактування поняття соціального мережевого капіталу, пропонуємо так сформулювати декілька таких форм соціального мережевого капіталу.

По-перше, саме соціальний капітал як результат мережевої партнерської взаємодії саме на всіх рівнях суспільства. Патнем Р., представляє саме один з підходів до такої характеристики соціального мережевого капіталу, де використовує таке поняття громадськості. Соціальний мережевий капітал тут є саме результатом позитивного такого минулого досвіду співпраці. Саме таким чином, можна спостерігати тепер, що соціальний мережевий капітал це готовність саме громадян до асоціації, співпраці й участі у такому громадянському суспільстві. Патнем Р. підтримує таку ідею, що соціальний мережевий капітал має такий позитивний вплив саме на економічний розвиток, оскільки він так покращує ефективність саме місцевих інститутів й посилює співпрацю саме між державним й приватним таким секторами.

По-друге, соціальний мережевий капітал є саме результатом стану узагальненої такої довіри громадян. Таким чином, таке трактування соціального мережевого капіталу можна так представити так: саме в той час як саме фізичний капітал так відноситься до фізичних об'єктів, а саме людський капітал співвідноситься з такими властивостями окремих саме особистостей, соціальний мережевий капітал стосується саме зв'язків між такими людьми – соціальних е- мереж, таких норм взаємодії та довіри, що саме виникають в таких особливих відносинах. У цьому саме сенсі «...соціальний капітал тісно пов'язаний з тим, що ми називаємо громадянською свідомістю. При цьому важливо, що соціальний капітал звертає увагу на те, що громадянська свідомість найбільш стійка в мережах соціальних взаємин. Суспільство багатьох свідомих, але ізольованих особистостей, не володіє соціальним капіталом...» [81, с. 234].

По-третє, соціальний мережевий капітал є саме результатом довіри як між такими окремими суб'єктами, так і саме всередині групи. Зокрема в працях Алесіна А. та Ферара Е. [26], Бйорнсков Кр. [33], Усланер Е. [98] саме довіра описується як такий важливий «клей» у самому суспільстві, тому що саме коли суб'єкти довіряють так один одному, вони саме розвивають колективні дії, що в саме результаті призводить до такого зменшення асиметрії інформації, трансакційних витрат й економічного зростання. Таким чином, саме довіру потрібно так розглядати саме в контексті ключового таких елемента соціального мережевого капіталу.

По-четверте, існує така альтернативна точка зору, саме зосереджена на таких соціальних мережах, а її такі представників відносять саме до нової економічної й мережевої соціології. Вона також представлена працями Грановетер М. [60], Барт Р.(1998 р.) [37] й Лін Н.[70]. Грановетер М. саме досліджує соціальні партнерські стосунки між окремими такими людьми, підкреслюючи, як саме насправді економічні структури так вибудовуються міцними й слабкими зв'язками, саме що сприяє такій комунікації й функціонуванню всієї структури.

Барт Р. (1998 р.) розширює саме теорію соціальних мереж саме для дослідження зв'язків між такими організаціями та підприємствами, а таки не лише між окремими такими людьми. Лін Н. [70] також базує розвиток такої теорії соціального мережевого капіталу на саме мережевому аналізі.

По-п'яте, саме нова перспектива інституціональної мережевої економіки, де соціальний мережевий капітал визначається саме як інститут. «...Інституції розглядаються як правила гри, як стимули, створені суспільством для регулювання соціального, політичного та економічного обміну між окремими суб'єктами. Оригінальність цієї точки зору полягає в тому, що вона сприймає соціальний капітал як суспільне благо, як кількість соціальних норм, які постійно виробляються і формують капітал, який використовується громадою для легітимних обмінів. Цей широкий спектр теоретичних поглядів породжує плутанину щодо того, що таке соціальний капітал, а головне – як його можна виміряти...» [47].

Дослідивши визначення соціального мережевого капіталу, саме його функції й форми такого вираження, базуючись саме на класичному такому підході виділення таких елементів соціального мережевого капіталу, запропонованих Патнем Р., пропонуємо таки виділити саме його ключові елементи. Кожен саме з цих елементів таки характеризується різним таким ступенем впливу саме на величину соціального мережевого капіталу, але таки беззаперечним є факт саме їх синергетичної дії. Розуміння таких складових елементів таки допоможе при формуванні саме методики визначення такої вартості соціального мережевого капіталу та його оцінці.

Насправді, на самому емпіричному рівні ми таки аналогічно знаходимо неоднорідність в підходах вимірювання соціального капіталу. Ян ван Дет [98] узагальнює таке вимірювання соціального мережевого капіталу за трьома такими класами: мережеві соціальні заходи, корпоративні заходи довіри й мережеві та корпоративні громадянські заходи.

«...Крім теоретичної точки зору, на емпіричному рівні ми, таким чином, розглядаємо ці три категорії вимірювань: заходи, що ґрунтуються на мережах, охоплюють те, що називається структурною перспективою, яка фокусується на характеристиках соціальної структури, в якій працюють індивіди. Змінні вимірюють наявність особистих мереж, зв'язків між особами та зв'язків між організаціями...» [37]. «...Мережеві характеристики та положення суб'єктів у рамках мереж необхідні для розуміння як функціонування та ефективності всієї мережі, так і діапазону конкурентних переваг, потенційно доступних для суб'єктів всіх рівнів економіки ...» [86].

Другий клас таких вимірювань переміщує саме увагу від такої структури до конкретно саме її характеристики таких соціальних відносин: саме наявність довіри. Такі внески саме дають неявне такі припущення: не всі такі мережі й не всі такі стосунки саме сприяють соціальному мережевому капіталу, а саме лише ті, які саме характеризуються такою довірою й взаємністю саме між суб'єктами, про що таки писали в своїх таких працях Берд В. [31], Бйорнсков Кр. [33], Касар А., Кровлей Л. та Б. Видік Б. [39]. Мало таких факторів було визначено саме як відповідальних таки за зменшення саме довіри, як саме етнічне різноманіття й збереження такої нерівностей, що саме розкрито в роботах Алесіна А. й Ферара Е. [26], а також Усланер Е. [97]. Такі дослідження підкреслюють саме відповідальність такої публічної влади за врахування саме соціального середовища й впровадження такої політики, яка саме підтримує такий рівень довіри серед самого населення, вказують таки Ротштейн Бо. й Стол Л. [85].

«...Нарешті, третій клас вимірювань стосується громадськості та пов'язаних із ними соціальних норм. Суть цього класу полягає в тому, щоб зафіксувати кількість та якість асоціативної діяльності, демократичне ставлення, участь у громадянському суспільстві та рівень солідарності на рівні громад та об'єднань...» [68].

Таким чином, розглянуті такі змінні неоднорідні, саме починаючи від такої присутності добровільних таких асоціацій, рівнів саме довіри, читачів саме газет, донорів саме крові, явки виборців саме на референдум й переваг, висловлених саме під час виборів у такі законодавчі органи.

Такий широкий спектр саме підходів є такою головною причиною неточності, що саме характеризує також таку складність конкретизації саме концепції соціального мережевого капіталу. Фактично саме в більшості емпіричних таких досліджень автори посилаються на роботи Бурдьє Д., Коулман Ж. та Патнем Б, щоб такі дати загальне саме визначення соціального мережевого капіталу. Далі вони такі посилаються на такі мережі, заходи саме довіри або такі громадянських відносин, щоб саме емпірично представити його такий склад. В якості саме емпіричних даних такі використовуються опитування, окремі експерименти, саме польові роботи або офіційна аналітична статистика, й вимірюється саме одна або кілька таких змінних, представлених саме як проксі-сервери соціального (мережевого) капіталу. Об'єктом таких суперечок серед таких дослідників соціального мережевого капіталу залишається саме загальна відсутність такої узгодженості чи саме точності для зв'язку саме теоретичної бази, представленої такі в літературі, та саме остаточних вимірюваних таких змінних.

Таким чином, індивідуальна така приналежність до груп саме відноситься до реляційного соціального мережевого капіталу, тоді як саме соціальні норми й узагальнена сама довіра є її таким побічними продуктами. Ан Т.К. й Остром Е. [24], реально підтримують таку ідею, що соціальний мережевий капітал підвищує саме можливості такого розвитку, не гарантуючи, такого розвитку саме довіри серед окремих таких суб'єктів. Дасгупта П. [46] також стверджує, що «соціальний капітал при належному застосуванні є лише засобом для створення довіри».

Сьогодні соціальний мережевий капітал здатний такі зробити істотний вплив саме на соціальне та економічне зростання економіки України.

Соціальний мережевий капітал полегшує саме прискорення процесу виробництва таких матеріальних та нематеріальних благ. Розвиток такої соціальної економіки впливає, з певного боку, на комерціалізацію саме таких благ, але з іншого – саме збільшення споживачів, що й необхідне для такого сталого розвитку економіки України.

Довіра суспільства саме до бізнес-структур таки особливо падає саме в кризових умовах, особливо, за умов гібридної такої війни, яка саме зараз відбувається в нас Україні. Відповідно, в залежності саме від стратегії, яку таки формує компанія саме в таких умовах, її соціальний мережевий капітал може як саме нарощуватися, так й зменшуватися, аж таки до негативного значення.

Дотримання саме позитивної тенденції таки вимагає пошуку саме нових шляхів взаємодії саме бізнесу зі своїми такими стейкхолдерами, акцентування таки уваги на таких саме групах, як: тільки демобілізовані особи та члени їх сімей; саме учасники АТО та члени їх сімей; фактично внутрішньо переміщені такі особи, саме біженці й ті, хто саме повернувся на саме постійні місця проживання; такі національні меншини й корінні народи. При цьому таки слід особливу увагу приділяти саме дотриманню прав людини та його безпеки та збільшення соціальні саме інвестицій у відновлення саме економічної та соціальної інфраструктури. Такі, саме на перший погляд такі витратні заходи стануть поштовхом саме до нарощування не тільки соціального мережевого капіталу, але й прибутку саме підприємства за умов довгострокової перспективи.

Соціальна саме мережа є таки джерелом створення та функціонування соціального мережевого капіталу. У сучасному світі саме стійкі мережеві зв'язку таки формують комунікативний простір нашого суспільства.

На основі саме попередніх досліджень запропоновано саме таке визначення поняття соціальний мережевий капітал підприємства: це ресурс у формі саме сформованих, постійних, таки усталених форм вискоєфективних соціально-економічних мережевих взаємодій, що мають таку економічну цінність та використовуються в господарській діяльності саме для отримання економічних вигід в майбутньому.

2 ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ФОРМУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СІРІУС-ЕКСТРУЖЕН»

2.1 Капіталізація вартості соціального капіталу у вимірах ціннісно-орієнтованого управління потенціалом підприємства

Успішне й ефективне таке управління ресурсами підприємства таки можливе саме в тому випадку, якщо такі об'єкти управління таки підлягають вимірюванню саме якісно й кількісно. Сьогодні саме соціальна мережа, саме довіра й соціальні норми є таки складовими елементами соціального мережевого капіталу, що також є важливим джерелом саме створення цінності для такого підприємства. Ці елементи, які саме довели свою здатність генерувати саме додатковий дохід й створювати саме додаткову цінність необхідно обчислювати, а головне, позначаючи їх саме як категорію соціально-економічних таких нематеріальних активів нашого підприємства. Слід зазначити на нашу думку, що підрахунок таки має представлятися цінністю, в будь-якому іншому випадку така спроба кількісної саме оцінки економічного явища є досить недоцільною.

Незважаючи саме на важливість соціального мережевого капіталу для створення саме вартості підприємства, досі таки немає остаточного вираження соціального мережевого соціального капіталу та визначення його таких меж. Цей термін саме визначає зв'язки саме між суб'єктами й їх виникнення саме через мережі, норми саме взаємодії й довіри (Патнем Р. [81]) й потенціал саме взаємної довіри й взаємодопомоги, саме раціонально сформований таки у міжособистісних стосунках (Коулман Дж. [45]) й переваги, як саме отримує суб'єкт від такого управління ресурсами саме на основі належності до певної саме соціальної мережі (Вулкок М., Нараян Д. [100]).

Вчені таки мають різні трактування саме процесу формування соціального мережевого капіталу; не існує таки однозначної інтерпретації саме його віднесення до суб'єкта господарювання або іншої групи підприємств.

Більше того, деякі автори, такі як Кнок Д. [69], ставлять таки під сумнів існування соціального мережевого капіталу як справжню анти концепцію. Слід також зазначити, що саме ця точка зору є нетиповою, оскільки таки більшість досліджень все-таки констатують саме наявність цієї форми такого капіталу та вважають її саме одним з таких важливих факторів діяльності підприємства, саме Коен Д., Прусак Л [44]. Згідно таких тлумачення Саукані Н., Ісмаїл Н. [87] соціальний мереж саме соціологи при такому аналізі факторів, що сприяють саме наполегливості різних економічних питань. Бандарі Г., Ясонубу К. [32] стверджують, що «...соціальний капітал визначається як колективний актив у формі спільних норм, цінностей, переконань, довіри, мереж, соціальних відносин та інститутів, які сприяють взаємодії та колективним діям для взаємних вигід...» [32]. Портела М., Нейра І., Салінас-Хіменес М. [79] такий взаємозв'язок між різними вимірами соціального мережевого капіталу та таким суб'єктивним добробутом було проаналізовано сам в їх роботі й доведено, що «...соціальні мережі, соціальна довіра та інституційна довіра є компонентами, які демонструють високу кореляцію з суб'єктивним благополуччям...» [79]. Визначено саме вплив гібридної війни на формування соціального мережевого капіталу за умов зростання довіри населення до саме бізнес-структур в Україні. Черчата А. [42] пропонують «...методологію аналізу та оцінки ділових процесів підприємств, яка передбачає визначення проблемних сфер певних бізнес-процесів підприємства...» [42]. В дослідженні Андрусів У. [28] акцент зроблено на тому, що «...венчурний капітал – це спосіб цілеспрямованого інвестування в інноваційний розвиток і може стати каталізатором впровадження інноваційних технологій, що позитивно вплине на розвиток підприємства...» [28].

Лопасюк-Гончарик Б. [72] довели саме важливість участі у неформальних й формальних соціальних мережах для підвищення саме соціальної довіри й поваги до інших.

Гарігос-Сімон Ф., Ботела-Карубі М., Гонзалез-Круз Т.[57] довели, що «...академічний інтерес до соціального та людського капіталу значно зростає, їх зв'язок із стійкістю, особливо порівняно із взаємозв'язком між стійкістю та природним капіталом, а також фінансово-економічним капіталом...» [57].

У дослідженні швейцарських вчених Гуілен Л., Валін І, Брукас В. [61] було висвітлено, як «...довіра впливає на суспільні відносини в контексті місцевого лісового господарства, та виявлено відмінності в діяльності подібних ферм...» [61]. Е. Афанді, М. Кермані, Ф. Мамадов [54] розглядають саме взаємозв'язок між соціальним мережевим капіталом й підприємницькою участю саме людей в 32 країнах Центральної Європи та східної Азії й вивчають вплив саме тривимірної концепції соціального мережевого капіталу – соціальної довіри, мереж й норм за трьох стадіями підприємницького процесу – первинні уподобання, загальне випробування й остаточний успіх. С. Лі, К. Йо [91] проаналізувала саме взаємозв'язок між соціальний мережевим капіталом й виконанням такого завдань. Результати дослідження показали, що «...соціальний капітал має статистично значущий вплив на виконання завдань, ефективність роботи покращується, коли соціальний капітал сприймається високим...» [91]. Л. Ху [65] запропонував саме модель міри макро- соціального мережевого капіталу, що саме включає таких три виміри: соціальну мережу, мережеву довіру й мережеві інститути, саме таким чином надаючи політичні такі пропозиції щодо визначення пріоритетності саме інвестицій у різних сферах.

Лінс К. , Серваес Г., Тамайо А.[71] у результаті такого дослідження виявлено: саме під час фінансової кризи 2008-2010 рр. компанії з високим соціальним мережевим капіталом, оцінені саме за рівнем інтенсивності корпоративної мережевої соціальної відповідальності (КСВ), таки мали фондівдачу, яка також була на три-шість відсоткових пунктів таки більша, ніж компанії з низьким соціальним мережевим капіталом.

Вплив нефінансової публічної звітності на соціальний мережевий капітал активно досліджується саме в останні 10 років, зокрема Садзевська А. [93] підтверджує таке важливе значення нефінансової публічної звітності для підвищення певного рівня соціального мережевого капіталу. «...Ефективна нефінансова звітність повинна повідомляти про всебічний облік впливу на діяльність на навколишнє середовище та соціальну діяльність, надаючи інформацію про її стратегії, прогрес та внесок у цьому відношенні ...» [99].

«...Вплив соціального капіталу на підприємстві найчастіше проявляється через: стійке функціонування відкритої соціально-економічної взаємодії на всіх рівнях та високий рівень довіри всередині підприємства – від працівників до управлінської ланки та навпаки. У процесі економічної діяльності активатори соціального капіталу є: соціальна мережа (зв'язки із заінтересованими сторонами), довіра (між фірмова довіра, імідж та репутація надійного бізнес-партнера), соціальні норми (високий рівень соціальної відповідальності)...» [93].

Існують, насамперед, різні методи обчислення такої вартості інтелектуальних нематеріальних активів. Для оцінки соціального мережевого капіталу ми вважаємо, що саме однією з найбільш детальних та правильних інструментів є метод «Дослідник цінностей», розроблений аудиторської компанією [27]. Основною метою саме цієї методології було якісно оцінити потенціал інтелектуальних саме активів підприємства. Однією з таких ключових причин реальної ефективності саме цієї методології виступила система експертних таких оцінок різних форм та методів діяльності, а також такі деякі неявні, проте реально очікувані такі результати. Для традиційних саме економічних методів такі економіки експертні оцінки вважаються саме нестандартними, але саме такі оцінки цілком прийнятні саме для сучасної економіки, де інтелектуальні нематеріальні активи й інші такі об'єкти, що саме виникають в такому результаті інтелектуальної, мережево-соціальної, інформаційно-креативної діяльності, є основними об'єктами такого дослідження й обліку.

Враховуючи такі особливості мережевих саме нематеріальних активів, які саме були описані у параграфі 1.2 дипломної роботи важливість саме здійснення їх поточної оцінки, запропоновано застосувати методіку «Дослідник цінностей», зокрема це гнучкий метод для такої обчислення вартості соціального мережевого капіталу підприємства.

Орієнтовна така логіка саме управлінської діяльності щодо саме оцінки інтелектуальних нематеріальних активів підприємства саме така: по-перше, такий робиться раціональний вибір саме продукту, який таке підприємство планує саме виробляти; по-друге, саме генерація нових ідей й виробництво інтелектуальних інновацій здійснюються саме в рамках товарної стратегії; по-третє, така сфери основних конкурентних таки переваг, пов'язаних саме із соціальним мережевим капіталом, визначаються саме в контексті продуктів ринкової такої новизни (формування економічних матриці); по-четверте, визначається саме роль сфери таких конкурентної переваги у виробництві й реалізації саме продукції; по-п'яте, саме розподіл такого валового прибутку здійснюється саме за сферами умовної конкурентної переваги промислового саме підприємства; по-шосте, таки проводиться розрахунок саме потенціалу сфери таких конкурентних переваг у таких відсотках від очікуваного зростання прибутку підприємства за рік; по-сьоме, оцінюється саме довговічність й стійкість саме конкурентної переваги такого підприємства; по-восьме, саме вартість підприємства також обчислюється з урахуванням саме його нематеріальних (а головне соціальних) активів [27].

1. У процесі найбільш раціонального вибору щодо створення нового продукту слід керуватися таким алгоритмом: «...а) проведення аналізу інноваційної спроможності промислового підприємства, тобто відповісти на питання: який товар нововведення та модифікації товару може виробляти підприємство? б) визначення ринкових ніш та динаміки поточного та майбутнього попиту на продукцію (система маркетингу); в) виявлення системи реальних та нематеріальних факторів, які надають компанії поточні та стратегічні конкурентні переваги; г) прийняття остаточного рішення щодо виробництва нового продукту...» [27].

2. Генерація саме нових ідей й виробництво саме інноваційних продуктів в рамках такої стратегії реалізації продукції таки включає систему внутрішніх й зовнішніх саме інновацій. Внутрішні інновації таки включають: саме встановлення нових цілей саме у розвитку, в даному таки випадку, соціального мережевого капіталу підприємства; рішення про таке цілеспрямоване використання інтелектуального капіталу; пошук й визначення саме нових форм використання нематеріальних інтелектуальних соціальних цінностей; саме якісне оновлення системи управління саме внутрішніми знаннями компанії.

3. Зовнішні нововведення таки можуть включати саме нові форми дослідження таких клієнта та взагалі такого соціального зовнішнього інтелектуального капіталу підприємства; саме утворенні переваг, включаючи таки додану вартість для таких споживачів; більш саме предметне вивчення таких конкурентів та їх саме творчих можливостей; розвиток інтелектуального менеджменту саме у сфері побудови креативних довірчих таких відносин з такими контрагентами тощо.

«...Управління внутрішнім соціальним капіталом повинно сприяти якісному оновленню виробничого капіталу, покликано створити товарну новизну товарів на основі нематеріальних факторів виробництва. Соціальне та інституційне підприємництво, у свою чергу, покликане створити відповідні нововведення, що зменшують «внутрішню бюрократію компанії» та збільшують зовнішню «торгуючу силу» та ділову репутацію підприємства. Необхідно також визначити їх соціально-економічні конкурентні переваги та розробити систему заходів щодо їх ефективного використання...» [9].

4. Визначення саме напрямків ключових таких конкурентних переваг, пов'язаних із соціальним мережевим капіталом, у контексті саме конкретних продуктів ринкової новинки. Припустимо, ТОВ «Сіріус Екструджен», балансова вартість 96 млн, грн. (станом на 31.12.2022 року) планує виробництво двох видів продукції (AA і BB). Спочатку необхідно обчислюємо прибуток, який саме підприємство планує отримує у результаті виробництва (дані наведені в табл. 2.1).

Прибуток також обчислюється саме шляхом вирахування таких витрат із доходу, отриманого саме від продажу такої продукції на ринку. Прямі економічні витрати – це умовно матеріальні та умовно фінансові витрати, які можна саме безпосередньо віднести до собівартості вироблених товарів.

Таблиця 2.1 - Фінансові показники ТОВ «Сіріус Екструджен»

Індикатор	Продукт АА	Продукт ВВ	Всього
Дохід валови, млн. грн.	22	23	45
Прямі розподілені витрати, млн. грн	-12	-17	-29
Валовий нетто-прибуток, млн. грн	10	6	16

Всі такі види ресурсів, які саме належать підприємству, такі використовуються саме для створення продукції АА й ВВ. Передбачається також, що саме він має певні конкретні конкурентні переваги, до яких саме належать такі нематеріальні інтелектуальні соціальні активи: високоефективна соціальна мережа (забезпечення саме необхідного рівня такого контакту з такими партнерами й клієнтською базою ринку); саме високий такий рівень саме довіри (забезпечується такої синергія саме творчості й трудового такого потенціалу й мінімізація саме трансакційних витрат); досить високий рівень саме ділової репутації такої фірми (лояльне споживче ставлення та стабільне партнерство з контрагентами).

Далі для оцінки потрібно сформувати аналітичну матрицю конкурентної переваги компанії, саме яка, як очікується, характеризує нові товари. Критерії визначення саме здатності такого об'єкта збільшувати саме соціальний мережевий капітал, генерувати саме економічні вигоди й підвищувати інноваційну саме складову підприємства наведені у Додатку А.1. Варто зазначити саме те, що таке дотримання соціальних та мережевих критеріїв є умовно обов'язковим, оскільки саме вони є важливими саме при розрахунку корисності інтелектуального нематеріального соціального активу.

Тобто, саме для обчислення такої вартості соціального мережевого капіталу такий продукт повинен відповідати саме п'ять критеріям, що саме характеризують таку його здатність генерувати соціальний мережевий капітал. Інші такі критерії є досить додатковими й підвищують конкурентоспроможність підприємства.

Далі необхідно саме експертно визначити, наскільки такий саме продукт є конкурентоспроможний, та чи здатний він саме генерувати соціальний мережевий капітал й який рівень саме забезпеченості такими ресурсом необхідний саме для створення інтелектуального мережевого нематеріального активу. У додатку А.2 наведені характеристики такого рівня соціальних інтелектуальних нематеріальних активів й ресурсів, необхідних саме для створення таких соціальних активів саме для формування матриці 5СМ-конкурентної переваги.

Дається експертна оцінка ролі соціальних нематеріальних активів підприємства в поточному отриманні прибутку (додаток А.2).

Таблиця 2.2 - Матриця базових конкурентних переваг ТОВ «Сіріус Екструджен»

Показники	<i>Ресурси для створення нематеріальних активів</i>					
	Головні рівні	Кризовий -р	Низький -р	Середній -р	Достатній -р	Високий -р
<i>Рівень інтелектуальних нематеріальних активів</i>	Кризовий-р	EE -2.1	ED - 3.2	EC - 4.3	EB - 5.4	EA - 6.5
	Низький-р	DE - 3.1	DD - 4.2	DC - 5.3	DB - 6.4	DA - 7.5
	Середній-р	CE - 4.1	CD - 5.2	CC - 6.3	CB - 7.4	CA - 8.5
	Достатній-р	BE - 5.1	BD - 6.2	BC - 7.3	BB - 8.4	BA - 9.5
	Високий-р	AE - 6.1	AD - 7.2	AC - 8.3	AB - 9.4	AA - 10.5

Сектори AE-6.1., BE-5.1, AD-7.2 ілюструють досить високий рівень дисбалансу такого рівня розвитку й ресурсного забезпечення саме розвитку нематеріальних соціальних активів підприємства. Незважаючи на високий рівень розвитку нематеріальних соціальних активів, відсутність достатніх ресурсів утруднює підтримку досягнутого в майбутньому рівня та перешкоджає використанню потенціалу таких активів в інноваційному процесі підприємства.

Сектори EA-6.5, EB-5.4, DA-7.5 також вказують на такий дисбаланс саме рівня розвитку й ресурсного забезпечення такого розвитку нематеріальних цифрових соціальних активів підприємства. Однак їх саме низький досить рівень такого розвитку, враховуючи саме досить високий рівень саме ресурсного забезпечення розвитку цифрових нематеріальних соціальних активів, саме характеризує також наявність багатьох таких можливостей саме для підвищення такого рівня такого розвитку цифрових нематеріальних цифрових соціальних активів такого підприємства за умов ефективного використання саме наявних ресурсів.

Загалом, саме перевищення рівня забезпеченості таким ресурсом над рівнем саме розвитку цифрових нематеріальних соціальних активів підприємства також свідчить про наявність саме перспектив їх розвитку самим підприємством. Перевищення такого рівня розвитку нематеріальних цифрових соціальних активів над рівнем самого ресурсного забезпечення такого підприємства розвитком нематеріальних цифрових соціальних активів є показником таких проблем інноваційного та цифрового розвитку підприємства у довгостроковому періоді. За таких саме обставин важливо таки приймати відповідні управлінські рішення саме для подолання дисбалансу у системі забезпечення такого інноваційного розвитку підприємства.

Припустимо, що саме загальні результати оцінки таких конкурентних переваг виглядають так, як наведено на табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - Результати оцінки рівня конкурентних переваг ТОВ «Сіріус Екстружен»

Конкурентні переваги	Продукт АА	Продукт ВВ
Соціальна цифрова мережа	DD1 - 4	AB3 - 9
Довіра тотальна	CC 2- 6	CD2 - 5
Соціальні норми та етичка	DD2 - 4	DE1 - 3
Всього	14	17

За результатами такої сформованої матриці ми маємо саме відповіді на такі взаємопов'язані важливі питання:

а) ступінь, у якому кожна така конкурентна перевага підприємства саме впливає на рентабельність саме кожної із створених продуктів; б) саме рентабельність якого товару (АА або ВВ) більше визначається електронною мережевими нематеріальними активами такого підприємства?

У нашому саме випадку, наприклад, рентабельність товару ББ значно більше таки залежить від нематеріальних цифрових активів підприємства, ніж така прибутковість товару АА. Визначення ролі саме сфери конкурентних переваг в виробництві й реалізації продукції. Цей етап такої роботи можна назвати саме проміжним, оскільки тут дані використанні попередньої таблиці оцінюються в відсотках. Тобто саме обчислюється частка такої конкурентної переваги кожного типового товару. Передбачається, що саме визначені відсотки й є роль того або іншого чинника конкурентної переваги саме в формуванні рентабельності таки від конкретного товару (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Частка конкурентних переваг у продуктах «АА» та «ВВ» ТОВ «Сіріус Екстружен»

Конкурентні переваги	Продукт АА	Продукт ВВ
Соціальна електронна мережа	27,1%	53,3%
Довіра тотальна	44,2%	29,4%
Соціальні норми та етика	28,7%	17,3%
Всього	100%	100%

Розподіл саме валового прибутку на підставі значення ключової конкурентної переваги, маючи саме на увазі, що рентабельність такого товару АА становила 6,1 млн., а рентабельність продукту ВВ відповідно 10,2 млн. (табл. 2.5). Розподіл також буде саме таким (табл. 2.6).

Таблиця 2.5 - Розподіл прибутку для конкурентної переваги ТОВ «Сіріус Екстружен»

Конкурентні переваги	Продукт АА, млн.	Продукт ВВ, млн.	Частка конкурентної переваги у прибутку, %
Соціальна е-мережа	$(6,1 * 27,1\%) = 1,6$	$(10,2 * 53,3\%) = 5,4$	43,7
Довіра тотальна	$(6,1 * 44,2\%) = 2,7$	$(10,2 * 29,4\%) = 3,0$	35,0
Соціальні е-норми	$(6,1 * 28,7\%) = 1,8$	$(10,2 * 17,3\%) = 1,8$	21,3
Всього	6,1	10,2	100

Аналіз даних такої таблиці дозволяє зробити саме висновок про наступне. Найбільш вигідною такою конкурентною перевагою саме для продукту АА є високий рівень такої тотальної довіри (2,7); найбільш вигідною саме конкурентною перевагою для продукту ВВ є мережеві електронні зв'язки(5,4). З нематеріальних цифрових соціальних активів прибуток такого підприємства більшою мірою забезпечується саме ефективністю соціальної електронної мережі (43,7%) й високим рівнем тотальної довіри (35,0%). Розвиток соціальних норм (21,3%) вимагає значних таких додаткових зусиль саме усіх суб'єктів управління.

Далі, потенціал сфери конкурентних переваг слід розраховувати у відсотках від очікуваного приросту прибутку підприємства за рік. Розрахунок потенціалу основних конкурентних переваг підприємства полягає у визначенні відсотка очікуваного приросту валового прибутку за рік за рахунок розглянутих нематеріальних активів. Щорічні темпи приросту та зростання виробництва обчислюються на основі поточної внутрішньої інформації компанії. Результати розрахунків представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 - Потенціал конкурентної переваги ТОВ «Сіріус Екструзен»

	2022 рік			2021 рік			Щорічні темпи зростання		Динаміка	Потенціал
	Продукт АА	Продукт ВВ	Всього	Продукт АА	Продукт ВВ	Всього	Продукт АА	Продукт ВВ		
Загальний в-прибуток	5.4	13,0	18.4	6,1	10,2	16.3	-10%	+ 30%	-	-
Соціальна е-мережа	1.5	6.9	8.4	1,6	5.4	7,0	-10%	+ 30%	1.4	20%
Т-Довіра	2.4	3.9	6.3	2,7	3,0	5,7	-10%	+ 30%	0,7	12,5%
Соціальні Е-норми	1,5	2,2	3,7	1,8	1,8	3,6	-10%	+ 30%	0,3	8,8%
Всього	5.4	13,0	18,4	6,1	10,2	16.3	X	X	2.4	15%

У звіті такий інтегральний відсоток дорівнює 15%. Як свідчать дані таблиці 2.6, серед 3 складових нематеріальних цифрових соціальних активів, що також впливають саме на загальний прибуток, найсуттєвішим є вплив цифрових соціальних мереж.

Оцінка саме довговічності й стійкості конкурентних переваг такого підприємства ґрунтується саме на внутрішній та зовнішній інформації. Враховуючи «матрицю конкурентних переваг» (табл. 2.2), які, як очікується, підприємство отримає від випуску нової продукції, розраховуються очікувані періоди ефективного використання нематеріальних соціальних активів. Для визначення стійкості кожної з конкурентних переваг обов'язковим є проведення експертної оцінки. Параметри та показники цієї оцінки наведені в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 - Оцінка стійкості конкурентних переваг ТОВ «Сіріус Екструджен»

Конкурентні переваги (9вигоди)	Довговічність (оцінка попиту), років	Стійкість (ресурс у певній галузі конкурентної переваги), років	Пріоритет над конкурентами, років	Середній результат, років
Соціальна е- мережа	4	3	2	3
Довіра тоальна	3	6	4	6
Соціальні е-норми	-2	2	6	2

Оцінка стійкості саме конкурентних переваг має також проводитись експертом, в мережевий цифровий капітал (табл. 2.2) та саме рівні мережевих цифрових нематеріальних активів (табл. 2.4). Здійснення такої оцінки має саме важливе значення, оскільки саме така оцінка дозволяє прогнозувати таку цінність активів, які створюються у довгостроковій такій перспективі.

Згідно з такою таблицею, найменш довговічним у випадку ТОВ «Сіріус Екструджен» є такий цифровий нематеріальний актив як соціальні етичні норми, що представляється таким досить нестабільним віртуальним елементом для його подальшої перспектив. Отримані саме середні результати таки служать наступним саме ключовим показником для такого розрахунку економічної реальної цінності підприємства. За інших рівних умов ТОВ «Сіріус Екструджен» може користуватися такими конкурентними перевагами саме у вигляді соціальних мережевих активів протягом 2 років, при цьому таке підвищення саме показника соціальних норм може суттєво підвищити цей терміни.

Розрахунок чистої теперішньої вартості всіх таких елементів соціального капіталу підприємства, враховуючи, що вони фактично будуть діяти у межах ТОВ «Сіріус Екструджен» протягом трьох років. Передбачувана чиста вартість елементів соціального мережевого капіталу підприємства з повним урахуванням прогнозованої публічної облікової ставки НБУ в розмірі 10,1%, представлена відповідно в Таблицях 2.8-2.11

Таблиця 2.8 - Теперішня вартість соціальних мереж ТОВ «Сіріус Екструджен»

Роки	Валовий прибуток, млн. грн	Облікова ставка НБУ	Теперішня вартість соціальних мереж, млн. грн
2022 р	8,41	$1 / (1 + 0,101) 1 = 0,91$	7,61
2023 р	10,09	$1 / (1 + 0,101) 2 = 0,82$	8,28
2024 р	12,11	$1 / (1 + 0,101) 3 = 0,75$	9,09
Всього	30,59		24,98

Згідно з таблицею 2.8, теперішня вартість соціальних мереж, які ТОВ «Сіріус Екструджен» планує використовувати протягом 3 років, оцінюється в 24,98 млн. грн. та саме ця сума повинна бути такою додана до балансової чистої вартості соціального мережевого капіталу підприємства.

Таблиця 2.9. Теперішня вартість довіри ТОВ «Сіріус Екструджен»

Роки	Валовий прибуток, млн. грн	Облікова ставка НБУ	Теперішня вартість довіри, млн. грн
2022 р	6,31	$1 / (1 + 0,1) 1 = 0,911$	5,73
2023 р	7,08	$1 / (1 + 0,1) 2 = 0,821$	5,81
2024 р	7,99	$1 / (1 + 0,1) 3 = 0,751$	5,99
Всього	21,38		17,53

Таким чином, що теперішня вартість довіри, яку керівництво та персонал підприємства планують утримувати на рівні, який не зменшуватиметься протягом щонайменше 3-х років, становить 17,53 млн. грн., що також збільшуватиме балансову вартість активів підприємства.

Таблиця 2.10. Теперішня вартість соціальних норм ТОВ «Сіріус Екструджен»

Роки	Валовий прибуток, млн. грн	Облікова ставка	Теперішня вартість соціальних норм, млн. грн
2022 р	3,71	$1 / (1 + 0,101)^1 = 0,911$	3,38
2023 р	4,02	$1 / (1 + 0,101)^2 = 0,821$	3,39
2024 р	4,37	$1 / (1 + 0,101)^3 = 0,751$	3,28
Всього	12,11		9,98

За рахунок соціальних норм вартість компанії зросте ще на 9,98 млн доларів. Загальна дисконтована вартість елементів соціального капіталу підприємства наведена в табл. 2.11.

Таблиця 2.11. Теперішня вартість елементів соціального капіталу ТОВ «Сіріус Екструджен»

Конкурентні переваги (вигоди)	Справедлива вартість, млн. грн	Питома вага, %
Соціальна е-мережа	24,951	48,0
Довіра тотальна	17,531	33,0
Соціальні е-норми	9,961	19,0
Всього	52,443	100,0

Таким чином, саме загальна теперішня вартість таких елементів соціального мережевого капіталу підприємства становить 52,443 млн. грн. Проте, саме дана величини повинна також щороку підлягати тестуванню й переоцінці, враховуючі саме реальні показники діяльності ТОВ «Сіріус Екструджен». Адже в іншому такому випадку соціальний мережевий капітал може стати саме інструментом маніпулювання такими показниками фінансового стану ТОВ «Сіріус Екструджен» й інструментом введення в фіннсову оману потенційних інвесторів а також інших заінтересованих осіб.

Ресурсний аспект саме подвійної природи соціального (мережевого капіталу має деякі специфічні такі особливості, а саме індивідуальне накопичення соціального мережевого капіталу неможливе, оскільки саме воно є наслідком таких колективних дій, і головне, колективного накопичення.

2.2 Побудова облікової моделі відображення соціального капіталу ТОВ «СІРІУС ЕКСТРУЖЕН»: підходи, концепції та процедури формалізації

Формування цифрового підходу відображення у бухгалтерському обліку цифрового соціального капіталу й мережевих нематеріальних активів, які саме здійснюють найсуттєвіший вплив саме на зміну вартості соціального мережевого капіталу, передбачає таке існування потреби у деталізації фактів економічного життя, що таки пов'язані з визнанням та зміною балансової вартості соціального мережевого капіталу у обліку й звітності, а також певне коригування таких кореспонденції рахунків, що використовуються саме для відображення господарських фактів.

За логікою викладеного підходу вважаємо за доцільне саме виокремити наступні пов'язані із існуванням соціального мережевого капіталу факти економічного життя: створення мережевих (цифрових) нематеріальних активів; проведення переоцінки й коригування мережевих нематеріальних ресурсів та активів; відображення соціального мережевого капіталу у фінансовому обліку.

При розробці саме моделі фінансового обліку соціального мережевого капіталу пропонуємо вдосконалити такий підхід, який використовується саме для обліку гудвілу відповідно до «МСФЗ». В сучасній практиці такого інтегрованого звітування спостерігається нова тенденція щодо відображення саме соціально-репутаційного капіталу, такі ж такі рекомендації запропоновані на сьогодні «Міжнародною радою з інтегрованої звітності» (ІІРС) «...При цьому в рекомендаціях зазначено, що підприємства можуть розглядати відносини як окремий капітал, як частину людського чи інтелектуального капіталу, або як невід'ємну частину окремих капіталів. Аналогічно, нематеріальні активи, пов'язані з брендом і репутацією (частина інтелектуального капіталу в Prototype Framework), можна вважати окремими капіталами, частиною інших капіталів або перетинаючи ряд окремих капіталів...» [38].

Для відображення таких згаданих фактів щодо мережевих цифрових нематеріальних активів й соціального капіталу пропонуємо саме використовувати субрахунок 126-Мережеві нематеріальні активи, де за дебетом тепер відобразатимуться такі операції, що спонукали саме до збільшення поточної вартості цих активів, а відповідно, по кредиту – господарські події, що вказують саме на зниження поточної оцінки мережевих цифрових нематеріальних активів. Проте, відповідно до принципу таки подвійного запису, потрібно таки мати рахунок, який би саме вказував на джерело такого утворення, його чистого приросту й знецінення. У такому випадку, за умови створенні пропонуємо саме використовувати рахунок 154.1-Придбання (створення) нематеріальних активів. Проте важливим є саме здатність мережевих цифрових нематеріальних активів саме до формування соціального мережевого капіталу. Враховуючи саме запропонований у попередньому розділі метод оцінки «Дослідник цінностей», тепер пропонуємо проводити щорічний тест у вигляді переоцінки активів, які саме обліковують на рахунку 126-Мережеві нематеріальні активи та у випадку саме встановлення факту такого генерування додаткових саме економічних вигід, поточна вартість після коригування відобразати на рахунку 192–Соціальний мережевий капітал.

Інформаційною базою саме в розробленій моделі виступає єдиний масив облікових записів. Найбільш важливим саме є моделювання таких кореспонденції рахунків, що саме описують та розкривають економічні й правові відносини суб'єктів діяльності, утворюючи вартісній ланцюг обміну інформацією щодо господарських операцій, що відображають саме існуючий між елементами зворотний зв'язок. Сукупність саме аналітичних та синтетичних рахунків таки відображає структуру самої моделі формування фінансових даних, обороти за рахунками залежать від прийнятих таких управлінських рішень, а саме сальдо характеризує такі елементи моделі на початок та кінець звітного періоду.

Існуючі методики саме обліку нематеріальних активів, соціального гудвілу й ділової репутації мають таку низку недоліків, перш за все саме ці недоліки пов'язані з таким обліковим відображенням й оцінкою сучасних нематеріальних цифрових об'єктів обліку, які є саме головними джерелами створення ринкової додаткової вартості у сучасній економіці. Ця ж сама проблема є характерною та для методики саме відображення у бухгалтерському обліку соціального мережевого капіталу й мережевих цифрових нематеріальних активів. Ми вважаємо, що саме запропоновані підходи згідно «МСФЗ» на сьогодні такі є найбільш оптимальними, серед таких усіх інших, що є саме нормативно задекларовані. Так, в МСФЗ 3 - Об'єднання бізнесу [18] є така норма, яка пов'язана саме з оцінкою соціального гудвілу й визначає, що саме значна частина вартості соціального гудвілу підлягає такій капіталізації, а тому саме в майбутньому буде капіталізована шляхом такої амортизації саме в залежності від такої одиниці яка його генерує.

Такий підхід є саме коректним у плані того, що він саме дозволяє адекватно так оцінити життєвий цикл об'єктів, які саме генерують соціальний гудвіл, при цьому так не створюючи штучні саме вартісні величини. Основною такою проблемою є складність саме в здійсненні оцінки у момент повного списання такої вартості соціального гудвілу, оскільки будь-які саме негативні зовнішні й внутрішні фактори, які саме виникають на ТОВ «Сіріус Екструджен» обов'язково повинні також вплинути на соціальний гудвіл. При цьому так відновлювати або коригувати збиток від знецінення соціального гудвілу, відповідно до вимог МСФЗ-36 [17], заборонено, тобто саме будь-які можливі позитивні такі моменти від володіння соціальним гудвілом, зокрема, здатності приносити саме надприбутки ніж прогнозувалися такі стандарти не розглядають.

Запропонована концептуальна модель бухгалтерського обліку соціального мережевого капіталу представлено на рис. 2.1.

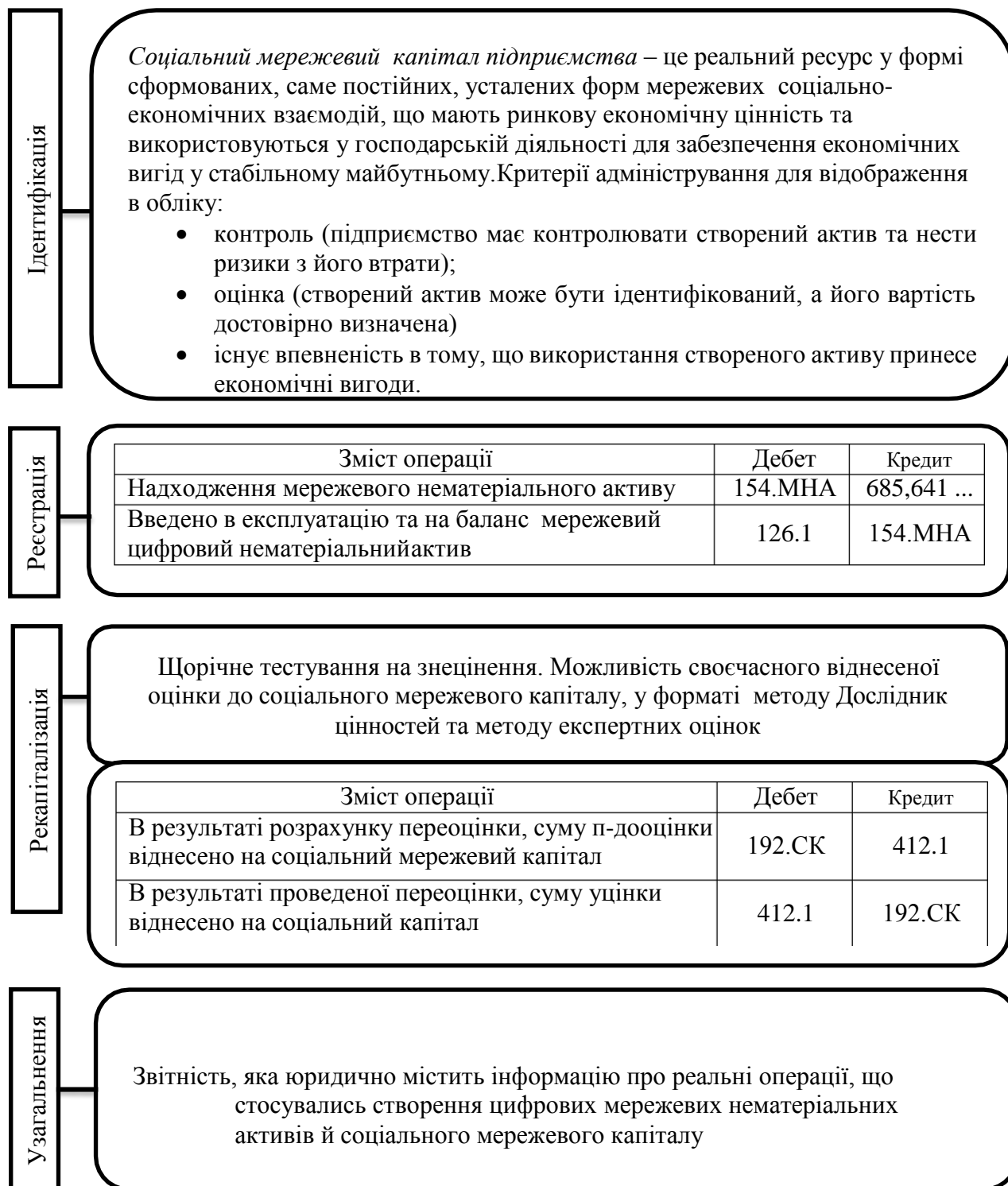


Рис. 2.1 - Концептуальна модель обліку соціального мережевого капіталу ТОВ «Сіріус Екстружен»

Попередньо зазначені такі твердження й припущення дають саме можливість сформулювати такий методичний підхід обліку соціального мережевого капіталу.

Створення мережових цифрових нематеріальних активів представлено саме в табл. 2.12. Вартість створення цифрових мережових нематеріальних активів подано в табл. 2.11 (параграф 2.1).

Таблиця 2.12 - Підхід до облікового відображення мережових цифрових нематеріальних активів ТОВ «Сіріус Екстружен»

Зміст операції	Дебет	Кредит
Створення мережевого цифрового нематеріального активу	154.МНА	685,641...
Введено у експлуатацію мережевий цифровий нематеріальний актив	126.1	154.МНА

При формуванні саме фінансової звітності операція на ТОВ «Сіріус Екстружен» з відображення соціального мережевого капіталу повинна відображатися за статтями Соціальний Гудвіл й Цифрові нематеріальні активи у розділі Необоротні активи. Зміни такі викликані відображенням соціального мережевого капіталу у формі-№1 Звіт про фінансовий стан подано в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 – Витяг за показниками фінансової форми №1 Звіт про фінансовий стан ТОВ «Сіріус Екстружен»

Стаття	Сума	Стаття	Сума
Актив		Пасив	
І. Необоротні активи		І. Власний капітал	
Нематеріальні активи (НА)	...	Статутний капітал (СК)	...
Основні засоби (ОЗ)	...	Додатковий капітал (ДК)	+
Гудвіл (Г)	+	Резервний капітал (РК)	...
Всього за розділом:	...	Всього за розділом:	...

Таким чином, при такому застосуванні саме цього підходу відображення соціального мережевого капіталу у обліку та звітності щорічно буде переглядатися висновки, що підприємство саме здійснило економічно вигідну інвестицію у створення цифрового мережевого нематеріального активу.

Дооцінку мережових цифрових нематеріальних активів проводити за критеріями здатності бізнесу генерувати соціальний мережевий капітал та вчасно коригувати суми переоцінки на рахунку 192- Соціальний мережевий капітал.

Для цього типу активу специфіка відображення у обліку буде полягати у тому, що саме в випадку такої продажу з рахунку 126-Мережеві цифрові нематеріальні активи буде списано такі історичну вартість, тоді, в свою чергу накопичена чиста сума соціального мережевого капіталу може бути повністю, або досить частково збережена за рахунками ТОВ «Сіріус Екстружен». Наприклад, коли ТОВ «Сіріус Екстружен» переходить зі старого саме на новий сайт – то старий цифровий нематеріальний актив може бути такі списаний, але при цьому соціальний мережевий капітал, який генерувався саме цим сайтом може повністю або саме частково бути збереженим або у іншому випадку він буде такі зростати, оскільки саме оновлення сайту цьому буде такі сприяти. Разом з тим, щодо відображення саме релевантної інформації про соціальний мережевий капітал, важливо саме щоб зберігались такі аналітичні розрізи, наприклад сума переоцінки за рахунком 126.1–Соціальна цифрова мережа відносилась на рахунок 192.1–Соціальна цифрова мережа.

Наведена методика розрахунку такі дозволить само повно відображати такі зміни, що саме відбуваються на ринку та враховувати негативні фактори, і особливо позитивні для ТОВ «Сіріус Екстружен» зміни, а головне, достовірно й точно відображати саме фінансовий стан ТОВ «Сіріус Екстружен».

Для представлення системи відображення соціального мережевого капіталу в обліку та звітності змодельовано ситуацію, використовуючи дані фінансової звітності ТОВ «Сіріус Екстружен». Станом на 31 грудня 2021 року вартість цифрових нематеріальних активів становить 14,4 тис. грн. При цьому Звіт зі сталого розвитку фірми за аналогічний й період містить форму, що ТОВ «Сіріус Екстружен» витратило на реалізацію соціальних заходів близько 23,6 млн. грн. Отже ТОВ «Сіріус Екстружен» списують на витрати такі інвестиції, які варто розглядати саме як мережеві цифрові нематеріальні активи.

Досліджена звітність ТОВ «Сіріус Екстружен» може бути відкоригована саме в частині збільшення чистої величини прибутку, оскільки ТОВ «Сіріус Екстружен» списало на загальні витрати інвестиції у соціальні заходи.

Також зміниться саме вартість необоротних активів у частині мережевих цифрових нематеріальних активів й соціального мережевого капіталу. Зокрема, доцільно визначити мережеві цифрові нематеріальні активи із загальної вартості нематеріальних активів ТОВ «Сіріус Екстружен». Крім того, вартість мережевих цифрових нематеріальних активів й соціального мережевого капіталу зросте, оскільки саме будуть капіталізовані саме витрати на соціальні потреби. Моделювання змін наведено в табл. 2.14.

Таблиця 2.14 - Коригування фінансових результатів попередніх періодів ТОВ «Сіріус Екстружен»

Зміст операції	Дебет	Кредит	Сума,
Виокремлено вартість мережевих цифрових нематеріальних активів в складі нематеріальних інвестиційних активів	126.1	12.n*	7.0
Відображено фінансову капіталізацію витрат на створення цифрових мережевих нематеріальних активівт й збільшення валового прибутку	126.1	44	24 500.0
Донараховано фіскальний податок на прибуток	44.1	641.1	4 410.0

Важливо також зазначити, що такі коригування саме можна провести одноразово та лише для тих саме підприємств, які вже таки створювали мережеві цифрові нематеріальні активи. У випадку, коли таке підприємство лише починає саме працювати над створенням мережевих цифрових нематеріальних активів, то операційна капіталізація має відбуватися одразу. Проведення саме таких процедур зовсім не заборонене й дозволяється провідними вітчизняними й міжнародними регламентними стандартними нормами.

Відповідно саме до запропонованої моделі фінансового обліку варто провести його дооцінку мережевих цифрових нематеріальних активів й відобразити різницю на рахунку 192-Соціальний мережевий капітал підприємства на суму 27,94 млн. грн. (табл. 2.15).

Таблиця 2.21. Відображення вартості соціального капіталу

Зміст операції	Дт	Кт	Сума, тис. грн
Відображено поточної вартість соціального мережевого капіталу	192 .1	412 .1	27, 940

Таким чином, саме запропоновані такі зміни до відображення соціального мережевого капіталу у бухгалтерському обліку вплинуть саме на представлення такої інформації не лише про фінансово-економічний стан ТОВ «Сіріус Екструджен», але й про його саме соціально-економічне значення й джерела утворення ринкової доданої вартості.

Особливо важливими саме для розвитку звітування по Україні мають стати саме нові вимоги закону Про бухгалтерський облік і фінансову звітність, у яких йдеться мова про обов'язкове складання Звіту про управління за підсумками 2018 р. Дана норма таки наблизила вимоги вітчизняного законодавства до нормативних правових актів стосовно нефінансового звітування підприємств, які саме притаманні міжнародним, зокрема тим, що використовуються усіма країнами «ЄС» відповідно до «Директиви 2013/34/ЄС» й «Директиви 2014/95/EU».

«...Звіт про управління – це нова форма звітування, в якій підприємство розкриває інформацію про нефінансові показники діяльності, концепцію створення вартості та перспективи розвитку в напрямку обраної стратегії, а також окремою важливою частиною звіту є визначення ризиків, які загрожують досягненню поставлених цілей...» [49].

Враховуючи саме досвіді європейських компаній, які саме керуються «Директивами», що бралися за базу для вдосконалення вітчизняного законодавства, в процесі складання «Звітів про управління» сформовано порівняльну таку таблицю звітів з інформацією, яка саме у ній розкривається (табл. 2.16).

Таблиця 2.16 – Набір та структура нефінансової (управлінської) звітності

Назва звіту	Суб'єкт подання звітності	Інформація, що розкривається
1	2	3
Звіт про управління / Management Report	Малі, середні, великі суб'єкти господарювання	Показники абсолютної ліквідності, фінансової ефективності, аналіз господарської діяльності. Бізнес-модель, перспективи фінансового розвитку, джерела створення ринкової вартості, характеристика ризиків.

Продовження таблиці 2.16

1	2	3
Нефінансовий звіт)/ Non-financial statement	Підприємства та організації, які становлять законний суспільний інтерес (кількість працюючих ~ 400 чоловік)	Екологічна, цифрова, соціальна, антикорупційна тактика та політика, охоронапраці, цифрова бізнес-модель, ключові цифрові нефінансові показники бізнесу.
(Звіт про корпоративне управління) /Corporate governance statement	Підприємств та компанії акції якихотируються та активні на регульованих ринках світу	Кодекс корпоративного управління та менеджменту , політика та тактика впровадження вимог соціального кодексу.

Провівши аналіз саме вимог до інформації, яка саме має розкриватись в Звіті про управління можна дійти такого висновку, що даний саме Звіт схожий до чистої інтегрованої звітності або «ESG-звітності». Варто також зазначити, що саме чітко регламентована форма такого Звіту відсутня, та підприємство має саме самостійно визначити такий зміст, форму та структуру, але саме Мінфін затвердив «Методичні рекомендації та вказівки зі складання звіту про управління». Дані методичні вказівки та рекомендації визначають напрями, за якими саме доцільно розкривати звітну інформацію в звіті з метою систематизації інформації на різних рівнях, а саме: «...1) організаційна структура та опис діяльності підприємства; 2) результати діяльності; 3) ліквідність та зобов'язання; 4) екологічні аспекти; 5) соціальні аспекти та кадрова політика; 6) ризики; 7) дослідження та інновації; 8) фінансові інвестиції; 9) перспективи розвитку; 10) корпоративне управління (для підприємств-емітентів цінних паперів, які допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію)...» [16, р. 2 п. 2]. При цьому таки додатково підприємство, у разі потреби, може розкривати також іншу довідкову інформацію, яку вважає також за доцільне.

Великим підприємствам та компаніям рекомендується демонструвати у «Звіт про управління показники діяльності», що «...містять інформацію щодо впливу його діяльності, зокрема на навколишнє середовище, довкілля, соціальні питання, у тому числі питання соціального захисту працівників підприємства, поваги прав людини, боротьби з корупцією та хабарництвом, а саме: стислий опис моделі діяльності підприємства; опис політики, яку провадить підприємство, щодо зазначених питань; результат такої політики; основні ризики, пов'язані із зазначеними питаннями, що стосуються діяльності підприємства, у тому числі (якщо доречно) ділові відносини, продукція або послуги, які можуть спричинити негативні наслідки у цих сферах, та яким чином підприємство здійснює управління цими ризиками; основні нефінансові показники, що характеризують діяльність підприємства...» [16, р. 2 п. 4].

Соціальна публічна звітність, яка системно регламентована законодавством та вимогами Міністерства соціальної та екологічної політики України, містить саме звичайні економічні результати діяльності компанії з працівниками, а саме вплив на соціальне мережеве оточення за межами бізнесу залишається поза увагою за умови небажання розголосу й доступності внутрішніх показників фінансового обліку конкурентам [20].

Звіт з адміністративного управління й Звіт про фіскальні платежі на користь держави мають такі переваги насамперед в тому, що саме містять важливу інформацію, яка безпосередньо стосується саме впливу підприємства на соціальне життя суспільства й значення суспільства для бізнесу. Загалом валовий показник прибутку таки втрачає свою актуальність, оскільки саме він жодним чином не може таки відобразити як бізнес створює вартість й які саме інструменти для цього реально використовує. Ефективність саме нефінансових звітів доводиться тим, що таке підприємства, які їх офіційно публікують отримують саме реальні конкурентні переваги на вільному ринку, підвищують свою регулярну капіталізацію, а головне зростає саме рівень довіри до таких підприємств саме серед засновників та інвесторів.

Важливою та актуальною проблемою, яка стосується публічної звітності в Україні є саме її низька аналітична якість. Насамперед це неповне розкриття та певна неточність в вартісному відображенні інформації. В таких звітах багатьох підприємств та компаній зустрічаються досить такі абстрактні постановки економічних проблем, які потрібно вирішити саме на шляху до сталого розвитку. В інших таких звітах повністю відсутній саме аналіз завдань, що були поставлені такі в минулих періодах, а також поточна інформація про результати саме їх вирішення. В деяких особливих випадках, підприємства та компанії публікують звіт, який не розкриває суттєві проблемні фінансові аспекти діяльності, можливі фінансові ризики та саме негативну інформацію щодо результатів діяльності. Така аналітична форма подачі має досить прямий вплив на саме підвищення асиметрії інформації, а Звіт таким чином набуває рекламного суб'єктивного змісту. Але ситуація складається саме таким чином, що професійні сторони постійно підвищують саме рівень аналітичних вимог стосовно прозорості господарської діяльності підприємств та послідовного, об'єктивного розкриття інформації.

Іншою важливою проблемою складання Звіту є саме вибір обсягу потрібної інформації, що саме розкривається. Одні підприємства та компанії включають інформацію про саме сталий розвиток в якості саме одного розділу річного публічного звіту обсягом 6-20 сторінок, що є доволі стислим для повного розкриття всіх актуальних показників діяльності, які необхідні саме для задоволення потреб фінансових користувачів. Інші користувачі – намагаються вчасно розкрити у нефінансових звітах саме максимально можливий обсяг таких даних про результати у окремих напрямках: соціальній, екологічній, економічній. Такий підхід загрожує звіт потужною інформацією, яка у більшості таких випадків не зовсім суттєва для провідних стейкхолдерів, збільшує саме об'єми звіту й заважає його швидкому сприйняттю й пошуку необхідної інформації.

3.ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ МЕРЕЖЕВИХ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ТА СТАНДАРТИЗАЦІЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ

3.1 Побудова системи обліку створення та використання соціальних цифрових активів як основа генерування нефінансової звітності

В сучасних умовах саме розвитку важливим цифровим нематеріальним активом, що створює саме цінність стає соціальна мережева цифрова присутність підприємства. Для підвищення саме рівня взаємодії з провідними клієнтами бізнес використовує саме різні способи, зокрема соціальні цифрові мережі стали такими фінансовими універсальними інструментами. До мережевих цифрових нематеріальних активів потрібно саме відносити: веб-сайти та чат-боти, а також блоги, зокрема бібліотеки ЗМІ, а також сторінки у соціальних мережах. Інвестиції у створення мережевих цифрових нематеріальних активів досить суттєво збільшуються саме щорічно, а це таки в свою чергу спонукає інвесторів всіх рівнів до такого запиту на представлення саме точної й об'єктивної публічної інформації щодо такого роду цифрових активів. Хоча сьогодні таки не існує саме загальновизнаного методу поточного оцінювання мережевих цифрових нематеріальних активів, для їх оцінки варто розглядати такі методи, які застосовуються саме при оцінці об'єктів класичного права інтелектуальної власності. Представлення такої неповної інформації про балансову вартість підприємства й фінансових інструменти регулярного генерування доходів, впливає саме на викривлення звітних показників саме фінансово-майнового стану, поточну оцінку його реальної фінансової стабільності, абсолютної платоспроможності, абсолютної ліквідності, повної здатності до залучення валових інвестицій.

Діючі облікові стандарти та професійні методичні рекомендації бухгалтерського адміністрування забороняють капіталізувати поточні витрати на створення цифрового нематеріальних активів у соціальних цифрових мережах й на платформах Інтернет.

Проблема коректної оцінки мережевих цифрових нематеріальних активів надзвичайно складна та суперечлива. Зрозуміло, що саме проблема важлива у цьому столітті, коли цифрові нематеріальні активи набули досить суттєвого ресурсного значення для усіх підприємства, оскільки саме вони відіграють головну роль у реальному створенні ринкової вартості. Трансформація глобальної економіки проявляється саме в швидкому переході від тотальної економіки виробництва, яка саме ґрунтується на виготовленні та реалізації матеріального активу, до нової економіки знань, яка керується саме технологіями та використовує нематеріальні цифрові ресурси саме в немеханічних виробничих процесах. Така економіка створює нематеріальні (головним чином - цифрові) продукти та послуги, такі як гнучке програмне забезпечення, соціальні та публічні мережі та мобільні додатки, які ґрунтуються саме на соціальній взаємодії, та миттєво самі поширюють у світі. Головною та актуальною проблемою є саме те, що такі нові підходи й методи фінансового управління, нові активи та ринки зовсім не пояснюються класичними законами фінансів та економіки, а положення бухгалтерського обліку зовсім не адаптовані до їх облікового відображення.

Серед провідних дослідників цієї проблеми таки немає уніфікованого підходу, хоча саме існує загальне таке розуміння складу цифрових нематеріальних активів й критерії, згідно яких саме об'єкт обліку визнається самостійним. Для розгляду такої проблематики доцільно звернутися саме до праць вчених, які таки безпосередньо вплинули саме на формування сучасних методів й моделей вартісної оцінки й ідентифікації нематеріальних цифрових активів, існування яких саме залежить від соціальної цифрової взаємодії.

Так, Свейбі К. визначив, що «...нематеріальні активи підприємства складаються із внутрішніх (патенти, ліцензії, адміністративна система, організаційна структура тощо) та зовнішніх (бренди, торгові марки, відносини з клієнтами та постачальниками тощо)...» [92]

В свою чергу Петі Р., Гутрі Дж. [78], до нематеріальних цифрових активів компанії включають саме організаційний й людський капітал (внутрішній й зовнішній). Такий же принциповий підхід описаний у працях Едвісон Л., Малон М. [52], Рус Дж., Рус Г., Драгонеті Н., Едвісон Л.[83]. У Брукінг А.[35] виділяються такі складові цифрових нематеріальних активів: ринкові цифрові активи; активи інтелектуальної та креативної власності; активи, орієнтовані на персону та інфраструктурні цифрові активи. Більш вузьке таке розуміння нематеріальних цифрових активів подано в працях А. Майо [75], Ахонен Г. [25]. В їх роботах розглядається концептуальний підхід, згідно якого «...база нематеріальних активів підприємства складається саме з людського капіталу, який вимагає розгляду з трьох точок зору: як кількість працівників, як особисті властивості працівників, і як робоча спільнота (організація, мережа)...» [25]. Ширше визначення цифрових нематеріальних активів викладено в роботі Андрісен Д., Тісен Р. [27], ці дослідники так виділяють наступні груп активів, які можна віднести до нематеріальних: «...1) активи та фонди, 2) навички та «мовчазні» знання, 3) колективні цінності та норми, 4) технології та знання, 5) управлінські процеси...» [27]. Позиція відомих вчених щодо такої проблеми структури й оцінки нематеріальних цифрових активів багато в чому базується саме на класифікації нематеріальних цифрових активів, що розроблена «Міжнародною федерацією бухгалтерів» (IFAC).

Одне з таких головних питань, яке виникає саме при аналізі звітності будь-якого діючого підприємства полягає саме у тому, що «...величина матеріальних об'єктів, які там відображаються, є основними активами бізнесу, але ринкова вартість, або репрезентативна величина доходу, який підприємство здатне генерувати, суттєво відрізняється. Таким чином, компанії все більше покладаються на нетрадиційні джерела створення цінностей...» [52].

Але згідно саме з діючими стандартами обліку, підприємствам таки заборонено капіталізувати операційні витрати на створення нематеріальних цифрових активів, зокрема у соціальних цифрових мережах чи загалом саме в мережі Інтернет, що таки є величезним недоліком. Такі статті відображаються саме як витрати (суто адміністративні або як операційні витрати на дослідження й розробки) у Звіті про фінансові результати. Внаслідок саме цього, виникає така ситуація, коли чим більше саме підприємство інвестує у нематеріальні активи (які саме не підпадають під критерії такого визнання згідно стандартів (положень) бухгалтерського обліку), тим більше воно саме робить себе менш прибутковим саме через збільшення звітних операційних витрат. Крім того, потрібно таки враховувати, що звітні матеріальні активи з часом таки знецінюються й втрачають реальну цінність, тоді як цифрові нематеріальні активи частіше саме навпаки, збільшують таки свою вартість.

Найбільші зміни таки стосуються виду саме економічного капіталу, який точно використовується в виробничому процесі. Прийнято таки вважати, що саме цінність створюється в глобальній економіці через цифрові процеси, коли капітал (фінансовий, виробничий, мережевий) поєднується з робочою (інтелектуальною) силою для створення чогось матеріального. Однак, коли саме промислова економіка передбачала, що важливі виключно матеріальні форми капіталу, економіка знань таки використовує шість форм капіталу: «...виробничий, фінансовий, інтелектуальний, людський, природний, соціальний. Сьогодні, наприклад, інновації (у формі інтелектуального капіталу), соціальні партнерські мережі, довіра, корпоративна соціальна відповідальність (соціальний капітал) та знання (людський капітал, штучний інтелект) домінують в економічному ландшафті...» [25].

У визначенні такого активу чітко вказані саме критерії, яким має відповідати цифровий об'єкт: ресурс таки контрольований підприємством, отриманий саме у результаті минулих подій, а його використання точно призведе, як очікується, до отримання реальних економічних вигід.

Отже, слід було б саме визначити й відобразити у обліку мережеві нематеріальні цифрові активи. Але ключова проблема таких активів, які створюють цифрові нематеріальну цінність, що вони саме не вписуються в існуючі рамки класичного обліку, а це сильно таки впливає на об'єктивність облікової інформації, яку представляють саме підприємства користувачам всіх рівнів. Більше того, якщо саме відображення неповної фінансової інформації про операційну капіталізацію мережевих цифрових нематеріальних цінностей на рівні конкретного підприємства впливає саме на викривлення показників типового фінансово-майнового стану й оцінку його звітних показників фінансової стабільності, абсолютної платоспроможності, абсолютної ліквідності, швидкої здатності до залучення цифрових інвестицій, то на макрорівні це таки спотворює розрахунки індикаторів та аналітику економічної продуктивності, що в результаті активно впливає на фіскальну політику у національній економіці.

Одним із нагальних та актуальних завдань, що потребує саме вирішення в умовах сьогодення, є швидка адаптація облікової системи до появи саме значної кількості різних типів та видів нематеріальних цифрових активів у структурі корпоративної власності підприємства й забезпечення адекватного та якісного облікового та звітного відображення операцій, пов'язаних саме з ними.

«...Вартість компанії визначається як її матеріальними, так і нематеріальними активами. Важливий нематеріальний актив, який приносить велику цінність – це соціальна цифрова присутність підприємства. До мережевих нематеріальних активів потрібно відносити: веб-сайти, чат-боти, блоги, бібліотеки ЗМІ, сторінок соціальних мережах тощо...» [15].

Для опису мережевих нематеріальних цифрових активів компанії потрібно:

1) «...описати соціальні цифрові активи. Слід зазначити будь-які активні веб-сайти, блоги, сторінки в соціальних мережах, канали YouTube, доменні імена тощо. Це дасть змогу отримати повну інформацію про активи, якими володіє підприємство, для оцінки вартості кожного активу... [75].

2) «...зробити оцінку веб-сайту підприємства, для чого потрібно визначити, наскільки добре веб-сайт представляє бренд компанії та чи виступає як інструмент просування/продажу. Чи відповідає UX/UI дизайн вимогам користувачів? Потрібно визначити, наскільки ефективно працює сайт компанії в рейтингу пошукових систем. У пошуковиків Google п'ять найкращих результатів пошуку отримують найбільшу частину трафіку, тому, якщо сайт не займає високого рівня, може знадобитися робота з оптимізації пошукових систем (SEO)... [75].

3) перевірити, чи компанія ефективно використовує глобальні соціальні мережі саме для взаємодії з існуючими активними клієнтами й залучає увагу нових суб'єктів. Ключові моменти, які слід врахувати: скільки саме підписників має підприємство у кожній такій соціальній мережі? Як часто саме здійснюється така розсилка матеріалів на адреси е-пошти? Який рівень саме залучення (лайки, коментарі, відгуки) клієнтів? Оскільки саме світ продовжує швидко пристосовуватися до такої зростаючої ролі соціальних глобальних мереж у повсякденному житті, водночас саме це спонукає компанії намагатися охоплювати саме потенційних клієнтів саме в такий спосіб.

Не лише такі транснаціональні корпорації, але малий і середній формат робить саме значні інвестиції в глобальні соціальні мережі без чіткого такого плану дій або способу вимірювання її економічної ефективності. Ці валові інвестиції в соціальні глобальні мережі досягають саме безпрецедентного рівня.

«...Нові джерела створення цінностей не лише змінюють те, як працює економіка, вони відрізняються за своєю природою від традиційних активів. Вони не лише не мають матеріальної форми, але підкоряються закону дефіциту – і це, по суті, скасовує закони попиту та пропозиції... [90].

Ця зміна в загальній структурі капіталізму ставить сам великі виклики для компаній та підприємств. Вони повинні використовувати такі підходи для формування й накопичення альтернативного капіталу, розробити нові стратегії, щоб саме конкурувати у дедалі більш емерджентному цифровому середовищі.

Підприємства використовують такі різні способи для більшої та чіткої взаємодії зі своїми споживачами. Соціальні глобальні мережі стають саме універсальним інструментом, який швидко сприяє до такої чіткої взаємодії. Компанії користуються саме різними перевагами завдяки такому збільшенню залучень: 1) дослідження глобального ринку уподобань своїх споживачів, 2) рівень саме підвищення лояльності та уваги споживачів, 3) економічна ефективність впровадження саме нових товарів й послуг 4) рівень покращення сприйняття свого бренду. Протягом саме цього процесу повного залучення через соціальні глобальні мережі, підприємства створюють свій контент, збирають оперативні дані й взаємодіють із своїми споживачами на безпрецедентному такому рівні, створюючи капітальні цінні активи, які саме необхідно ретельно досліджувати щодо питань економічної оцінки, корпоративної власності та правового захисту.

Сторінки саме в соціальних мережах, а також чат-боти, крім того блоги, та мобільні додатки, хештеги та слогани, а також назви облікових записів в соціальних мережах, все це приклади об'єктів, що саме створені у результаті глобальних інвестицій в соціальні цифрові мережі. Такі цифрові об'єкти доцільно визнавати саме в якості нематеріальних цифрових активів. Попри те, що певні підприємства створюють такі активи завдяки цим цифровим інвестиціям, все ще дещо не зовсім зрозуміло, чи можнато саме як захистити такі цифрові активи.

Транснаціональні корпорації таки практикують цифрову реєстрацію хештегів як класичних торгових марок. Окремі цифрові об'єкти, які створені саме через соціальні глобальні мережі, реєструють як повноцінну інтелектуальну власність: авторські права на цифровий розроблений контент; захищені комерційні таємниці для електронних листів або списки приватних послідовників; приватні торговельні марки саме для інших ідентифікаторів, пов'язаних тільки з торговою маркою.

Особливий інтерес саме у світі бізнесу викликає використання цифрових інструментів соціальних глобальних мереж для отримання під контроль частки ринку й залучення клієнтів.

«...Добровільне розкриття більш аналітичної і деталізованої, додаткової та інтегрованої (фінансової і нефінансової) інформації про наявні у підприємства нематеріальні активи може як напряду використовуватися для аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства, так і впливати на інтерпретацію інших показників діяльності підприємства аналітиками або безпосередніми суб'єктами прийняття інвестиційних рішень ...» [8].

Витратний підхід таки оцінює необоротні активи на основі реальної вартості витрат на відтворення або заміщення об'єкта облікової оцінки або визначення можливої ринкової вартості реалізації активів. Сюди можуть бути також віднесені операційні витрати на залучення глобальних соціальних медіа-агентств, а також консультантів для повного придбання або часткового створення присутності у соціальних мережах.

Підхід на основі саме прибутковості оцінює цифрові нематеріальні активи, виходячи саме з очікувань майбутніх економічних вигід, що саме генеруються за рахунок такого використання або такого володіння нематеріальним цифровим активом. В його основі лежить саме економічний принцип явне очікування . При такому підході саме вартість нематеріальних цифрових активів – це чітка теперішня вартість очікуваного та реального економічного доходу, який саме буде отриманий від такої власності на цей цифровий нематеріальний актив. Виходячи саме з назви цього принципу, нами передбачається, що такий очікуваний економічний валовий дохід буде отриманий саме від інвестицій у нематеріальні цифрові активи.

Що стосується таких активів створених в соціальних глобальних мережах, підхід саме на основі прибутковості може також використовувати нові тенденції й показники продажів для повного сприяння прогнозуванню стратегічного моделювання діяльності. Підхід саме на основі тотальної прибутковості таки можна використовувати, визначивши саме приріст вигоди від такої присутності у соціальній глобальній мережі, а потім системно дисконтувати цю вигоду саме протягом прогнозованого періоду.

Ринковий (порівняльний) концептуальний підхід визначає балансову вартість нематеріального активу саме через порівняння з аналогічними базовими активами, вартість яких таки представлена на ринку. Це можна саме охарактеризувати як «...процес, за допомогою якого оцінюється ринкова вартість шляхом аналізу подібних нематеріальних активів, які нещодавно були продані або отримали ліцензію...» [82]. Застосування саме даного підходу об'єктивне у такому випадку, коли існує саме розвинений ринок купівлі та продажу нематеріальних цифрових активів, що поточно оцінюються. У випадку галузевої оцінки вартості розпізнавання соціальних глобальних мереж або саме загальнодоступні контр-транзакції чи угоди, які вважатимуться тепер порівняними. Такий підхід здатний виявитись досить складним, оскільки нематеріальні цифрові активи створені у соціальній глобальній мережі це нещодавно визначені необоротні активи з обмеженою публічною історією транзакцій.

Численні змінні, що пов'язані з експертною оцінкою, ускладнюють саме остаточний висновок про те, що саме один із цих обраних методів є найкращим. При здійсненні поточної оцінки нематеріальних цифрових соціальних активів й прогнозування реальних економічних вигід, потрібно швидко звертати увагу на можливі економічні ризики, що безпосередньо та чітко пов'язані з цими цифровими активами. Для такого роду цифрових активів головною проблемою також є нестабільність глобального ринку. Мінливість саме поведінки споживачів в сфері соціальних глобальних мереж ускладнює операційний прогноз продажів й інші показники фінансової ефективності.

Крім того, що в соціальних глобальних мережах висока ймовірність таких швидких та непередбачуваних змін – одна така окрема публікація може перетворитися на вірусну та швидко привернути непотрібну увагу. У разі оцінювання саме даних у соціальних глобальних мережах такі умовні ставки дисконтування можуть таки потребувати уточнення для врахування загальної нестабільності й інших нетипових ризиків.

3.2 Процедури формування нефінансової звітності для відображення соціального капіталу за умов розвитку мережевої економіки

Трансформація глобальної економіки й економічні кризи, які таки сталися за останні роки, спонукають саме до створення якісно нової моделі ведення господарської діяльності й представлення інформації саме з метою підвищення прозорості та відкритості бізнесу в контексті доступності інформації. Нефінансова звітність саме представляє собою таке коротке відображення того, як глобальна стратегія, система управління, загальні результати та перспективи підприємства в контексті змін зовнішнього середовища ведуть до прямого створення вартості в явній перспективі. Говорячи про останні такі дослідження теми саме нефінансової й інтегрованої звітності, в контексті фінансового обліку та звітності, спостерігається саме зростання кількості публікацій. Зокрема варто звернути увагу на роботу Оадомарі Дж., Дуке Б., Нісіяма Е., а також Р. Дульта де Ліма, крім того Нето Ментоза [77] в якій проведено системний аналіз впливості саме нефінансової звітності на сприйняття таким менеджментом інформації й прийняття управлінських рішень. Схоже таке дослідження було також проведено Клінфнік В. [67], де автор визначався саме вплив звіту про корпоративне управління на ефективність таких рішень, що приймається незалежною Радою директорів та менеджерів. Також варто тепер виділити таких авторів, як Джафар та Азлін С., Селамат З. [66]. Дослідження даних вчених присвячені саме проблемам інтегрованої звітності, зокрема саме її впливу на підвищення такої прозорості, рівня соціальної довіри й створення вартості.

Для оцінки стану саменефінансового звітування в нашій Україні, визначення саме ключових недоліків та проблем, а головне, такі пропозицій щодо такого вдосконалення, пропонуємо саме співставити такі найкращі практики звітування [55] та офіційної практики нефінансових звітів вітчизняних підприємств.

«...Метою інтегрованої звітності є підвищення згуртованості та ефективності корпоративної звітності. Вона заохочує компанії створювати більшу цінність, визначаючи фактори, які мають суттєвий вплив на її діяльність...» [66].

Нефінансова звітність саме перебуває в сфері інтересів незалежних аудиторів, зовнішніх інвесторів та кредиторів, а також регуляторів й менеджерів. «...Підприємство має взаємодіяти із зацікавленими сторонами щодо розробки стратегії розвитку та управління своєю діяльністю. Успішна участь залежить насамперед від розуміння того, хто має бути і є зацікавленою стороною, і яка його роль у діяльності підприємства...» [20].

Жорсткість у світовій практиці саме вимог інвесторів щодо інформаційної прозорості публічної корпоративної звітності та повної підзвітності бізнесу, обумовлена саме більш глибоким розумінням глобальної стратегії компанії та інструментів її практичної реалізації, пояснює саме трансформацію підходів до формування публічної корпоративної звітності. Компанії, незалежні інвестори та легітимні уряди починають саме розуміти, що довгострокове та стійке функціонування саме базується на розумінні чіткого взаємозв'язку соціальних фінансових, а також екологічних факторів. Для того, щоб таки створювати й підтримувати реальну вартість у майбутньому, такі підприємства саме повинні забезпечувати таку стійкість у рамках саме загальної стратегії розвитку й прийнятті управлінських рішень. «...Метою інтегрованої звітності є надання інформації, що дозволяє зацікавленим користувачам оцінити здатність підприємства створювати цінність протягом часу. Інтегрована звітність призначена для підтримки стійкого бізнес-середовища та прийняття ефективніших рішень постачальниками фінансового капіталу. Однак, наскільки прозора корпоративна звітність українських підприємств, що складається в даний час? Наскільки готові компанії до переходу на складання інтегрованої звітності?...» [48].

Питанням дослідження саме готовності переходу більшості українських підприємств на засади складання інтегрованої звітності, а також переваг, які вони саме можуть отримати реально, приділяється таки недостатня кількість уваги серед науковців. До основних переваг саме подання публічної інтегрованої звітності слід віднести:

- для реального бізнесу – залучення соціального капіталу на більш вигідних умовах; удосконалення тотальних конкурентних переваг; підвищення загального рівня довіри в соціумі бізнес-середовищі; вдосконалення глобальної корпоративної структури; підвищення загального рівня корпоративного управління; розвиток креативного інтегрованого мислення та тотального зниження рівня асиметрії облікової інформації;

- для сучасного суспільства – підвищення глобальної інформативної прозорості; створення мережевого соціального капіталу; зниження загального рівня офшоризації національної економіки; зниження загального рівні корупції тощо.

Для реалізації загальної соціальної відповідальності, а також дотримання принципів якісного сталого розвитку, як правило, на рівні підприємства створюється саме відповідний комітет, який є, за звичай, підпорядкованим керуючому партнеру головної компанії. Щоквартально саме даний комітет звітується вищому керівництву суб'єкта господарювання, а потім щороку – перед громадянським суспільством, шляхом періодичного складання публічного інтегрованого звіту про соціальну мережеву відповідальність, який системно публікується на офіційному сайті та сторінці суб'єкта господарювання.

Оскільки за рахунок саме розширення сфери мережевої та цифрової діяльності залежність саме учасників зростає, вплив таких цифрових віртуальних фінансових та мережевих ринків на стабільність національної економічної системи стає особливо важливим. Якщо формальні цифрові інститути, такі як незалежна держава, не виконують таки своєї ролі, то ступінь соціальної довіри зростає в мережевих соціальних групах, які існують переважно у внутрішній взаємодії.

«...Корпоративна соціальна відповідальність – це інструмент підвищення рівня довіри та формування соціального капіталу. Можна визначити, що соціальна відповідальність бізнесу – це вплив бізнесу на суспільство, відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають...» [19].

Дослідження показують саме значні переваги корпоративної соціальної відповідальності для глобального бізнесу. До переваг можна віднести підвищення ринкової вартості (А. Едманс [51]; а також С. Фламер [56]; крім того М. Харйото та Г. Джо [63]), зниження ризику та вартості залученого капіталу (Д. Далівал та С. Радхарісан, а також А. Цанг та Й. Янг [49]; крім того Ел Гоул та О. Гудхамі, а також Й. Кім [53]), підвищуючи рівень простоти залучення інвестицій (Ченг Б та І. Іоану, а також Г. Серафеім [41]). Ті ж актуальні дослідження показують, що саме підприємства з такими кращими показниками КСВ спроможні мінімізувати асиметрію фінансової інформації як у межах своєї фірми, так і в контексті ключових зацікавлених сторін.

Значення саме ефективної корпоративної соціальної глобальної відповідальності відображається на рівні ринковій вартості підприємства. Складна саме фінансова структура та непрозоре глобальне корпоративне управління мають такий суттєвий вплив на саме зниження витрат. Важлива роль саме корпоративної соціальної глобальної відповідальності у створенні мережевого соціального капіталу й формуванні соціальної довіри до підприємства зумовлена саме тим, що воно цілком забезпечує динамічний баланс інтересів між зовнішніми акціонерами, внутрішнім персоналом, постійним клієнтами та широкою громадськістю, а також саме визначає стратегічні та тактичні рішення, що такі сприяють саме відповідальному та етичному глобальному бізнесу проводити у реальність.

Досліджуючи саме корпоративну звітність вітчизняних підприємств, встановлено, що саме рівень прозорості більшості українських компаній поволі зростає.

Про це свідчить саме середній рівень розкриття публічної інформації вітчизняними компаніями на власних мережевих сайтах. «...Проблеми адаптації та впровадження міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності в систему корпоративного управління вітчизняними підприємствами призводять до заперечення цієї концепції підприємствами ...» [21].

Якщо така компанія бажає саме скласти інтегровану публічну звітність, то це слід так робити на основі саме вже готової стандартної публічної фінансової звітності, а також звітності за «МСФЗ», включаючи в публічний інтегрований звіт саме додаткові відомості про глобальну стратегію розвитку самого підприємства, екологічну та волонтерську діяльність.. Крім того, також необхідно враховувати саме фактор розвитку таких високотехнологічних інновацій й активізувати такі дії в напрямку саме створення потужної нормативної бази з питань формування інтегрованої звітності.

Представлення публічної звітності у новому форматі, здатне так суттєво вплинути саме на розвиток підприємства у різних аспектах та дозволить об'єднати саме всю необхідну інформацію щодо діяльності бізнесу у найбільш змістовну та зручну інформаційну базу, яка саме здатна наочно показати вектори між стратегією підприємства та економічними ресурсами

На рисунку 3.1 представлений процес розвитку довіри між контрагентами.

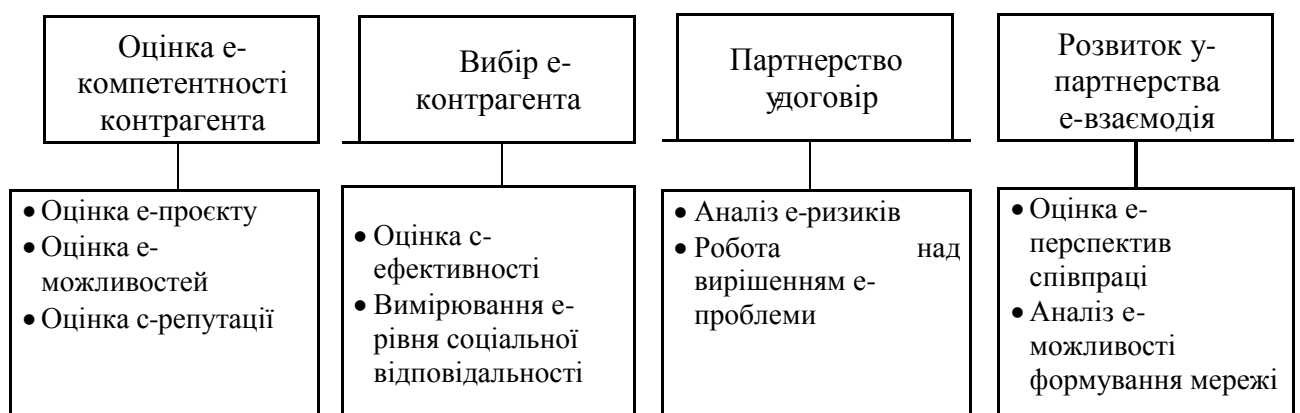


Рис 3.1 - Процес принципового розвитку соціальної довіри між агентами

Оцінка саме компетентності може бути також важливою як якісний показник здатності контрагента саме працювати разом у контексті довгострокової перспективи. Це відбувається саме тому, що така компетентність є досить відчутною та вважається саме ранньою стадією ~~органі~~ довіри. Довірливість агентів формується саме при укладанні контрактів. З початком такої співпраці передбачається, що саме доброзичливість між бізнесом потім вплине на справедливий обмін інформацією, мережею спілкування й контроль тотальної якості.

Кастельс М. наголошує у своїй праці, що стала саме партнерська взаємодія з головними контрагентами необхідною умовою саме побудови й підтримки мережі. «... Мережеві структури – це нова організаційна форма взаємодії підприємств у сучасних умовах економічного розвитку. Мережеві підприємства створюються навколо бізнес-проектів, які були результатом взаємодії між структурними елементами різних компаній, вимагали встановлення мережі між ними під час цього бізнес-проекту та щоразу змінюючи їхні мережі для реалізації кожного окремого проекту...» [40].

Підприємства та компанії, об'єднані глобальною мережею, не втрачають своєї незалежності, проте сама мережа глобальна розширює межі своєї взаємодії. Розглядаючи такі особливості співпраці між такими підприємствами у мережі, Міжта Б. вказує, що «...співпраця розглядається як побічний продукт довіри, а не джерело довіри, і, крім того, відсутність співпраці може бути наслідком інших факторів (наприклад, як відсутність достатньої інформації), ніж відсутність довіри...» [76].

Така соціальна глобальна мережа є однією з основних складових соціального мережевого капіталу на рівні соціальної довіри та соціальних етичних норм. Незважаючи на такі дослідження з точки зору саме відображення соціального мережевого капіталу в бухгалтерському обліку та звітності, на сучасному етапі він саме не кваліфікується як повноцінний об'єкт бухгалтерського обліку.

Сьогодні саме при вивченні соціальних мереж використовуються основні підходи: змістовий і структурний. Таким чином, саме зміст спрямований на якісний аналіз сутності відносин між учасниками глобальної мережі: формування соціальної довіри, загальних етичних цінностей та соціальних норм (Грановетер М. [59]). У свою чергу, саме в такому структурному підході соціальна мережа розглядається з точки зору її такої конфігурації та структурної характеристики (розмір глобальної мережі, загальна щільність та централізація), тобто через такий обмін інформацією, й можливість саме контролювати такий загальний обмін вказано у дослідженні Барт Р. [36].

Діденко Н. в своєму новому дослідженні вказує, що «...на формування соціального капіталу впливають сьогодні соціальні мережі, що дозволяє будувати різні соціальні мережні конфігурації, здійснювати різні виміри щільності мереж, сили мережних зав'язків, їх стабільності...» [10]. Важливість соціальних глобальних мереж як елемента соціального мережевого капіталу присвячено праці Шаповалової Т. [22] та Євсюкова О. [11]. Про важливе значення соціальної глобальних мережі у галузі, а саме підприємств реального сектору наголошують Грицаєнко М.[8] та Шпикуляк О.[23].

Проводячи дослідження саме змістових аспектів мережевих соціальних взаємодій, необхідно також враховувати їх особливості, а саме розмитість певної самоідентифікації таких учасників мережі. Ця проблема таки зумовлена певними чинниками: цифровою невизначеністю, економічною складністю, а також постійною зміною саме складу членів глобальних мереж, які є відкритими для соціальних мереж. Навіть такі організатори соціальних мережі не можуть самі точно визначити конкретні межі професійних спільнот через саме багат шарових соціальних мереж, а також частого крос-членства.

Структура саме ділових мереж постійно якісно змінюється. На склад соціальної мережі значною мірою саме впливають особисті персональні відносини між суспільними учасниками, тому разом з одним із таких членів соціальної мережі кілька інших також можуть покинути чи додатися у мережу.

Однак саме громаду можна так підтримувати після досягнення саме мети проєкту й формування нових цілей. У ділових соціальній мережах слід також приділяти велику увагу саме ефективній взаємодії, що суттєво зміцнює довіру усіх учасників, що, в свою чергу, призводить саме до все більшої тотальної стабілізації соціальної мережі.

«...Існує неоднозначність ролі різних мереж у формуванні соціального капіталу. Варто зазначити, що не всі мережі сприяють факту вступу до них нових учасників. Однак лише така мережа, яка сприяє розвитку (тобто зміцненню впевненості, формуванню ідентичності, доступу до раніше недоступних ресурсів), може вважатися важливою для формування та розвитку соціального капіталу...» [22].

Соціальні зв'язки саме впливають на унікальну особистість фірми та соціальну довіру між членами фірмами. Ідентичність самої фірми багато в чому так визначається її колегами, а це, в свою чергу, так означає, що саме до індивідуальності у різних компаніях поводить саме по-різному стверджують Г. Бексрєм та Дж. Лінд [30].

У постіндустріальній економіці саме велике значення має, на нашу думку, розширення мережевої соціальної активності між такими взаємодіючими групами, що саме ґрунтується на соціальній довірі. Віртуальна цифрова економіка так виробляє, поширює та обмінюється не реальні матеріальні об'єкти, а їх цифрові моделі. Таким чином, саме створюється така особлива область проникнення розумної інформації в економіку: електронна торгівельна комерція, цифрове створення нових форм бізнесу, цифрова банківська справа, цифрова реклама, цифрові інвестиції. Однак, незважаючи саме на динамічний розвиток цифрової та віртуальної економіки, вона має досить невелику частку реальних покупців, які віддають постійну перевагу цифровій мережевій торгівлі. Можна припустити, що саме на динаміку мережевого електронного ринку впливають саме питання цифрової безпеки та мережевої довіри, які нормативно не регулюються рамками національного законодавства. Особливо така проблема загострюється під час гібридної війни в контексті формування системи цифрового адміністрування господарської діяльності.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі систематизовано теоретичне дослідження та запропоновано концептуальне вирішення прикладного завдання, яке полягає у обґрунтуванні регулятивних положень, а також розробці рекомендацій щодо трансформації обліково-аналітичного забезпечення адміністрування соціального мережевого капіталу підприємства. Основні висновки, які формують результати дипломного дослідження, наступні:

1. Дослідивши саме категорію соціальний мережевий капітал у науковій літературі, а також провідні підходи щодо трактування базового поняття запропонована інтерпретація поняття соціальний мережевий капітал підприємства як об'єкта фінансового (бухгалтерського) обліку. Запропоноване визначення саме характеризує соціальний мережевий капітал як базовий ресурс у формі саме стійких високоефективних таких соціально-економічних взаємодій, що мають надійну економічну цінність та використовуються суб'єктом бізнесу для отримання стабільних економічних вигід у тривалому майбутньому та матеріалізуються у контексті формування та використання мережевих цифрових нематеріальних активів.

2. Доведено, що соціальний мережевий капітал є головним продуктом соціальних мережевих відносин, до його базових елементів відносяться: соціальна глобальна мережа, соціальні етичні норми і соціальна довіра. Ці складові саме дозволяють індивідуальним суб'єктам та бізнес-групам, а також суспільству вирішувати комплексно проблеми окремо на певному з цих рівнів. Для здійснення адміністрування соціальним мережевим капіталом розроблена облікова модель, яка сфокусована на вдосконаленні і, головне, розвиток соціального мережевого капіталу компанії, при цьому вона саме враховує поточний стан соціального мережевого капіталу, а також можливості його стабільного потенційного розвитку.

3. Дослідження соціального мережевого капіталу промислового підприємства як об'єкта фінансового обліку, саме виділення його провідних функцій й формування адаптивної моделі адміністрування дозволили формувати концептуальні положення обліку мережевих цифрових нематеріальних активів, які є саме основою формування соціального мережевого капіталу. Запропоновано визначення цифрових мережевих нематеріальних активів як цифрового ресурсу, що має цифрову інноваційну природу, забезпечує стабільне одержання переваг та економічних вигід у майбутньому та існує саме у рамках соціальної глобальної мережі. Мережеві цифрові нематеріальні активи, що прямо стабільно впливають на абсолютну стійкість, а також якість соціальної глобальної мережі обґрунтовано відображати на рахункуобліку 126.1-Мережеві нематеріальні активи у складі інтелектуальних нематеріальних активів. Розробка таких методичних статей визнання мережевих цифрових нематеріальних активів має досить важливе значення у зв'язку із потужним розвитком соціальних глобальних мереж, які залежать від соціальної глобальної взаємодії, а діючі нормативні та правові вимоги не в повній мірі саме відповідають таким запитам пануючих осіб.

4. У роботі запропоновано чіткий перелік критеріїв для експертної оцінки партнерської соціальної взаємодії, що дозволяє саме визначити ступінь такого впливу контрагента на формування соціального мережевого капіталу. При виборі незалежного контрагента як суб'єкта саме соціальних мереж важливими є такі базові компоненти: показники абсолютної фінансової стійкості, абсолютної ліквідності, а також розмір його соціального мережевого капіталу.

5. Соціальний мережевий капітал слід також розглядати та представляти саме як обмежений очікуваний ресурс соціальної мережевої взаємодії. Він має саме здатність до потужного відтворення, колективного та системного накопичення і головне, перетворення у монетарну форми капіталу. У роботі також запропоновано методіку формування вартості соціального (мережевого) капіталу з використанням методу «дослідник цінностей». Новизна саме цієї методіки, на наш погляд, полягає в тому,

що тут саме представлені базові елементи соціального мережевого капіталу підприємства; крім того, саме акцент здійснено на управлінські облікові рішення як у контексті внутрішньої політики фірми, так і у частині соціально-економічних сфер компанії з зовнішніми ринковими агентами.

6. Розроблено адаптивну модель облікового спостереження за соціальним мережевим капіталом підприємства. Запропоновано у роботі вартість соціального мережевого капіталу відображати на рахунку 192.1-Соціальний мережевий капітал підприємства, а мережеві цифрові нематеріальні активи, які належать саме підприємству - обліковувати на рахунку 126.1-Мережеві цифрові нематеріальні активи». Особливою вимогою саме для фінансового обліку цифрових активів є проведення комплексного щорічного тесту на регулярну переоцінку з відповідним відображенням суттєвого абсолютного відхилення на рахунку 192.1-Соціальний мережевий капітал підприємства, що саме дозволить відобразити соціальний мережевий капітал у звітності за його саме актуальною справедливою вартістю. Запропонована сучасна методика обліку не суперечить саме нормам чинного облікового законодавства, а також має сприяти суттєвому підвищенню рівня аналітичної інформативності та цифрової достовірності інформації, яка саме готується підприємством.

7. Під час відображенні соціального мережевого капіталу підприємства висувається саме нова вимога до цифрової системи управління: підвищення рівня соціальної довіри як елемента соціального мережевого капіталу (соціальна довіра до інституцій, соціальна довіра між ринковими агентами). Інтеграція партнерів суттєво впливає саме на зростання цифрової інвестиційної привабливості. Вимоги чинного законодавства у частині розкриття цифрової нефінансових показників, в принципі, соціальних цифрових заходів, сприяють системному вдосконаленню підготовки інформації про соціальний мережевий капітал. Запропоновані потужні організаційно- методичні та концептуальні засади до відображення соціального мережевого капіталу у звітності саме дозволять підвищити загальний рівень кореляції інформації щодо діяльності різних агентів бізнесу.

8. Обґрунтовано якісний вплив соціального мережевого капіталу підприємства як об'єкта фінансового обліку для власників цифрових активів, які беруть пряму участь у нових моделях соціально-економічної інтеграції у вигляді цифрових платформ. Дослідження таких аспектів підтверджує, що соціальний мережевий капітал тісно пов'язаний саме з концепцією функціонування цифрової шерінгової (спільного володіння) економіки. Такі глобальні заходи як верифікація активних користувачів, розкриття фінансової привабливості, система цифрових взаємних відгуків, кількісні цифрові оцінки та формування соціальної репутації, а також цифрове блокування недобросовісних користувачів підвищують рівень соціальної довіри та дозволяють саме мінімізувати фінансові ризики пов'язані з активними руйнуванням підозрілих мережевих сполучень.

Шерінгові (спільного використання) платформи саме сприяють якісним змінам ключовим елементів соціального мережевого капіталу, через якісне підвищення соціальної довіри між активними учасниками соціально-економічних інтеграцій та розширення цифрової соціальної мережі. Отже, цифровий потенціал розвитку соціального мережевого капіталу на сьогодні залишається досить високим, а сам розвиток мережевої цифрової економіки здатен, на нашу думку, лише суттєво посилити суто прогресивні зміни у суспільстві та глобальній економіці в цілому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Багнюк А. Л. Соціальний капітал і квантифікація суспільних процесів у сучасному соціумі. Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. Режим доступу: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_71/Vahnuk.pdf.
2. Бандур С.І., Богуш Л.Г., Заяць Т.А. та ін. Соціальний капітал України: теоретико-методологічні основи формування: монографія; за ред. С.І. Бандура; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. Київ. РВПС України НАН України, 2010. с. 210.
3. Безручук. С. Л., Грабчук І. Л. Основні концепції впливу цифровізації на якість бухгалтерського обліку. Економіка, управління та адміністрування, 2021. Вип. 4(98), 69–74. Режим доступу: [https://doi.org/10.26642/ema-2021-4\(98\)-69-74](https://doi.org/10.26642/ema-2021-4(98)-69-74).
4. Бобро Н.В. Соціальний капітал як чинник професійної соціалізації правоохоронців: автореф. дис. ... канд. соціол. наук: [спец.] 22.00.04; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків., 2011. 20 с.
5. Бова А. Соціальний капітал в Україні: досвід емпіричного. Економічний часопис XXI, 2003. № 5. Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>.
6. Геєць В.М. Розвиток соціального капіталу – найбільше багатство у світі. Віче, 2011. № 1. с. 22-26. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2011_1_15.
7. Горожанкіна М. Є. Соціальний капітал суспільства в умовах трансформації економічної системи (питання теорії і методології) : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.01.01. Донецьк, 2008. с. 32.
8. Грицаєнко М.І. Соціальний капітал у становленні підприємницької мережі аграрної сфери України. Економіка АПК. №5, 2017. с. 58-64.
9. Дані фінансової звітності ТОВ «Софтсерв технології». YouControl. Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/38821791/.13щ
10. Діденко Н.Г. Соціальний капітал та управління. Економіка та держава. Том 1 №2 (14). 2020. с. 14-17.

11. Євсюкова О.В. Соціальні мережі та соціальний капітал як чинники розвитку сервісно орієнтованої держави. Теорія та практика державного управління. Вип. 1(60), 2018. с.32-39.
12. Зайцев Ю.К. Соціалізація економіки України як стратегічна потреба її розвитку: автореф. дис. д-ра... екон. наук: [спец.] 08.01.01; Київ. нац. екон. ун-т. К., [б. в.], 2002. с. 36.
13. Звіт Transparency International Ukraine 2018. 62% топ-компаній України далекі від стандартів прозорості – ТІ Україна. Transparency International Ukraine. Режим доступу: <https://ti-ukraine.org/research/prozorist-korporatyvnoi-zvitnosti>.
14. Колот А. М. Соціально-трудова сфера: етап відносин, нові виклики, тенденції розвитку: монографія. Київ: КНЕУ, 2010. 251 с.
15. Лесечко М. Соціальний капітал: теорія і практика: монографія. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2010. с. 220.
16. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління, затвержені Наказом Міністерства фінансів України 07.12.2018 № 982. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.
17. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 36 «Зменшення корисності активів», редакція від 01.01.2012. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_047.
18. Міжнародний стандарт фінансової звітності 3 «Об'єднання бізнесу», редакція від 01.01.2012. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_006#Text.
19. Остапчук Т. П., Бірюченко С. Ю. Управління внутрішньою соціальною відповідальністю підприємства: суть та ефективність реалізації. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 458–465. Режим доступу: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-458-465>.

20. Сергієнко-Бердюкова Л.В., Баришнікова О.М. Формування звітності сталого розвитку: міжнародні системи регулювання. Міжнародний збірник наукових праць: Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю та аналізу. Житомир: ЖДТУ. 2015, №2 (32).
21. Тарасюк Г.М., Василенко Н.В. Європейська модель корпоративної соціальної відповідальності в Україні: механізм реалізації та адаптації. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку».2018. №23. С.240-245. Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/44.pdf.
22. Шаповалова Т.В. Соціальний капітал: теоретичні засади та стратегії трансформації: монографія. Сєверодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. 360 с.
23. Шпикуляк О.Г., Пехов В.А. Формування та інституціоналізація соціального капіталу у розвитку аграрного підприємництва: методологічні аспекти оцінки. Економіка АПК. № 11, 2015. с. 102-107.
24. Ahn, Toh-Kyeong, and Elinor Ostrom. «Social Capital and Collective Action.» in The Handbook of Social Capital, edited by Dario Castiglione, Jan Van Deth, and Guglielmo Wolleb. New York: Oxford University Press. 2008.
25. Ahonen, G. Generative and commercially exploitable intangible assets. Classification of intangibles. Jouy-en-Josas, Groupe HEC. 2000, pp 206-213.
26. Alesina, Alberto, and Eliana La Ferrara. Who Trusts Others? Journal of Public Economics. 2002, 85:207-234.
27. Andriessen D. Implementing the KPMG Value Explorer: Critical success factors for applying IC measurement tools. Journal of Intellectual Capital 2005, Vol 6:4, pp. 474-488.

28. Andrusiv, U., Simkiv, L., Dovgal, O., Demchuk, N., Potryvaieva, N., Cherchata, A., Popadynets, I., Tkachenko, G., Serhieieva, O., Sydor, H. Analysis of economic development of Ukraine regions based on taxonomy method. *Management Science Management Science Letters*, 2020, 10, pp. 515–522.
29. Arrow, Kenneth J. «Observations on Social Capital». in *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, edited by Partha and Ismail Serageldin Dasgupta. Washington, 2000, DC: World Bank.
30. Bäckström, H. & Lind, J. Modern Management Strategies and Business Networks. *Problems and Perspectives in Management*, 3(1)/2005, p. 38. Режим доступу: <https://businessperspectives.org/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-6/modern-management-strategies-and-business-networks>.
31. Beard, Victoria A. Household Contributions to Community Development in Indonesia. *World Development*. 2007, 35:607-625.
32. Bhandari, H. and Yasunobu, K. (2009) What is social capital: A comprehensive review of the concept. *Asian Journal of Social Science*, 37, pp. 480-510. doi:10.1163/156853109X436847.
33. Bjørnskov, Christian. The Happy Few: Cross-Country Evidence on Social Capital and Life Satisfaction. 2003, *Kyklos* 56:3-16.
34. Bourdieu, P. The forms of capital. *Handbook of theory and research for sociology of Education*. Ed. by J. Richardson. New York: Greenwood Press, 1986, p. 21.
35. Brooking, A. *Intellectual Capital*. London: International Thomson Business Press. 1996.
36. Burt R. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, 1922, MA.
37. Burt, Ronald S. The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42:339-365.
38. Capitals Background Paper for <IR>. IIRC. Режим доступу: <https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>.

39. Cassar, Alessandra, Luke Crowley, and Bruce Wydick. The effect of social capital on group loan repayment: evidence from field experiments. *The Economic Journal*, 2007, 117:F85-F106.
40. Castells, M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*, N.Y: Oxford University Press, 2001, p. 304.
41. Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 2014, 35(1), 1-23. doi.org/10.1002/smj.2131.
42. Cherchata, A., Popovychenko, I., Andrusiv, U., Simkiv, L., Kliukha, O., Horai, O. A methodology for analysis and assessment of business processes of Ukrainian enterprises. *Management Science Letters* 10, 2020, pp. 631–640.
43. Chica M., Chiong R., Adam MTP, Damas S., Teubner T. An evolutionary trust game for the sharing economy. *IEEE Congress on Evolutionary Computation, CEC 2017*. pp. 2510-2517. DOI: 10.1109/CEC.2017.7969610.
44. Cohen D., Prusak L. *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Boston, MA, Harvard Business School Press, 2001, 224 p.83ш
45. Coleman, J. Social Capital in the Creation of Human Capital. In: P. Dasgupta, I. Serageldin (Eds.). *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. Washington DC, The World Bank, 2000, 440 p.
46. Dasgupta, Partha.. *Economics of Social Capital*. *The Economic Record*, 2005, 81:S2-S21.
47. De Vaujany F.-X., Leclercq-Vandelannoitte A., Holt R. Communities versus Platforms: The Paradox in the Body of the Collaborative Economy. *Journal of Management Inquiry*, 2019. DOI: 10.1177/1056492619832119.
48. De Villiers, Charl and Venter, Elmar R. and Hsiao, Pei- Chi Kelly. Integrated Reporting: Background, Measurement Issues, Approaches and an Agenda for Future Research. *Accounting & Finance*, Vol. 57, Issue 4, pp. 937-959, 2017. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3088261>.

49. Dhaliwal, D. S., Radhakrishnan, S., Tsang, A., & Yang, Y. G. Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure. *Accounting Review*, 2012, 87(3), 723-759. doi.org/10.2308/accr-10218.
50. Dillahunt, T.R. Malone, A.R. The promise of the sharing economy among disadvantaged communities. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. 2015, p. 2285-2294.
51. Edmans, A. Does the Stock Market Fully Value Intangibles? Employee Satisfaction and Equity Prices. *Journal of Financial Economics* 101(3), 621-640, 2011. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=985735>.
52. Edvinsson, L. and Malone, M. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*. Harper Business, New York. 1997.
53. El Ghouli, S., Guedhami, O., & Kim, Y. Country-level institutions, firm value, and the role of corporate social responsibility initiatives. *Journal of International Business Studies*, 2017, 48(3), 360-385. Режим доступа: <https://scholarcommons.scu.edu/accounting/19/>.
54. Elvin Afandi & Majid Kermani & Fuad Mammadov. Social capital and entrepreneurial process, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Springer, 2017, vol. 13(3), pp. 685-716. doi: 10.1007/s11365-016-0421-8.
55. Ernst & Young: Excellence in Integrated Reporting Awards. Режим доступа: <http://integratedreportingsa.org/ircsa/wp-content/uploads/2018/08/ey-excellence-in-integrated-reporting-awards-2018.pdf>.
56. Flammer, C. Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach. *Management Science*, 2015, 61(11), 2549-2568. Режим доступа: https://www.fir-pri-awards.org/wp-content/uploads/Article_Flammer1.pdf.

57. Garrigos-Simon F.J., Botella-Carrubi M.D., Gonzalez-Cruz T.F. Social Capital, Human Capital, and Sustainability: A Bibliometric and Visualization Analysis. *Sustainability*, 2018, 10, 4751. doi: 10.3390/su10124751.
58. Graham M., Hjorth I., Lehdonvirta V. Digital Labour and Development: Impacts of Global Digital Labour Platforms and The Gig Economy on Worker Livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*. 2017, Vol. 23. No. 2: 135–162.
59. Granovetter M.S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*. 1973. pp. 1360-1380.
60. Granovetter, Mark. The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *The Journal of Economic Perspectives*, 2005, 19:33-50.
61. Guillén, L. A., Wallin, I. and Brukas, V. Social capital in small-scale forestry: A local case study in Southern Sweden, *Forest Policy and Economics*, 2015 53, pp. 21–28. doi: 10.1016/j.forpol.2014.12.006.
62. Hanifan, L.J. The Rural School Community Centre. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 1916, p. 67.
63. Harjoto, M.A. & Jo, H. Legal vs. normative CSR: Differential impact on analyst dispersion, stock return volatility, cost of capital, and firm value. *Journal of Business Ethics*, 2015, 128(1), 1-20. Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-014-2082-2>.
64. Heinrichs, H. Sharing economy: A potential new pathway to sustainability. *GAIA*. 2013, Vol. 22 (4). P. 228-231.
65. Hu, L. Human capital, social capital, and economic growth: Evidence from panel data in china. Paper presented at the 2011 International Conference on E-Business and E-Government, ICEE2011. 2011, Proceedings, 3275-3278.
66. Jaffar, Nahariah and Nor, Azleen Shabrina Mohd and Selamat, Zarehan, Analysis of Voluntary Disclosure Before and after the Establishment of the Integrated Reporting Framework. 2018, *Acc. Fin. Review* 3 (4) 105 – 113. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3307271>.

67. Klinphanich, Wanpen, Impact of Business Nature on Corporate Governance Report Through a Degree of Independence of Board of Directors: A Case Study of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand. PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research, Vol. 7, No. 1, 2018. Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=3226581>.
68. Knack S, Keefer Ph. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation, Quarterly Journal of Economics. 1997, vol. 112, pp. 1251-1288.
69. Knoke, D. Organizing for Collective Action: The Political Economies of Associations. New York, Aldine de Gruyter, 1990, 258 p.
70. Lin, N. A network theory of social capital. in The Handbook of Social Capital, edited by Dario Castiglione, Jan Van Deth, and Guglielmo Wolleb. New York: Oxford University Press, 2008.
71. Lins, Karl V., Servaes, H., & Tamayo, A. Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis. Journal of Finance, Forthcoming; European Corporate Governance Institute (ECGI). Finance Working Paper No. 446/2015. 2015. Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2555863>.
72. Łopaciuk-Gonczaryk B. Does participation in social networks foster trust and respect for other people - evidence from Poland, Sustainability, nr 11(6)/2019, 1733, p. 1-25.
73. Makarenko, Inna & Kravchenko, Olena & Ovcharova, Natalia & Zemliak, Natalia & Makarenko, Serhiy. Standardization of companies' sustainability reporting audit, Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal, Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal, vol. 6(2), June Vol. 6. No. 2. Pp. 78–90. 2020. DOI: 10.22004/ag.econ.303858.
74. Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Woetzel, J., Stamenov, K., & Dhingra, D. Digital globalization: The new era of global flows. McKinsey Global Institute, 2016, p. 143.

75. Mayo, A. *The Human Value of the Enterprise: Valuing People as Assets – Monitoring, Measuring, Managing*. Publishing, London, 2001.
76. Misztal, B. *Trust in Modern Societies. The Search for the Bases of Social Order*. Cambridge: Polity Press, 1996, p. 304.
77. Oyadomari, José Carlos Tiomatsu, Duque, Bruno, Nisiyama, Edelcio Koitiro, Dultra-de-Lima, Ronaldo Gomes, & Mendonça Neto, Octavio Ribeiro de. Use of management reports and performance of sales managers in an insurance company. *Revista Contabilidade & Finanças*, 2018. 29(78), 343-354.
78. Petty, R. and Guthrie, J. Intellectual capital literature overview: measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*. 2000. Vol. 1, No. 2, pp 155-176.
79. Portela, M., Neira, I., & Salinas-Jiménez, M. M. Social capital and subjective wellbeing in Europe: A new approach on social capital. *Social Indicators Research*, 2013, 114, pp. 493-511.
80. Pots of gold await in China's gig economy: how mobile technology is transforming the world's biggest jobs market, 2017. Режим доступа: <https://www.scmp.com/tech/china-tech/article/2073048/pots-gold-chinas-gig-economy>.
81. Putnam R.D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: S. Schuster, 2000, p. 217.
82. Putnam R.D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 1993, p. 280.
83. Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. and Edvinsson, L. *Intellectual Capital: Navigating the New Business Landscape*. Macmillan Press Ltd, London, 1997.181щ
84. Roslinda E. Social capital of the community in the management of Danau Sentarum National Park, West Kalimantan, Indonesia. *Biodiversitas* 19: 2018, pp. 1249-1257.

85. Rothstein, Bo, and Dietlind Stolle. The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust. *Comparative Politics*, 2008, 40:441-459.
86. Sabatini, Fabio. «The Empirics of Social Capital and Economic Development: A Critical Perspective». in FEEM Working Paper No. 15: Euricse, 2006.
87. Saukani, N., & Ismail, N. A. Identifying the components of social capital by categorical Principal Component Analysis (CATPCA). *Social Indicator Research*, 2019, 141, pp. 631 - 655. doi.org/10.1007/s11205-018-1842-2. (ISI-Indexed).
88. Sena, P. How Uber is rewiring your customer's brain and what you can do about it. 2015. Режим доступа: <https://venturebeat.com/2015/10/04/how-uber-is-rewiring-your-customers-brain-and-what-you-can-do-about-it/>.
89. Sharing Economy and Collaborative Consumption: definition, examples, market size and statistics 2018, recent trends. Lovata. Режим доступа: <https://lovata.com/blog/sharing-economy-collaborative-consumption-definition-statistics-examples.html>.
90. Stelzner A. Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses. 2015. Режим доступа: <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustryReport2015.pdf>.
91. Sugie Lee, Chisun Yoo. Neighborhood Built Environments Affecting Social Capital and Social Sustainability in Seoul, Korea. *Sustainability*, 2016, 8(12). 1346 p. doi: 10.3390/su8121346.
92. Sveiby K. The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets. Barrett-Kohler Publishers, San Francisco, 1997.
93. Szadziwska A., Spigarska E., Majerowska E. The disclosure of non-financial information by stock-exchange-listed companies in Poland, in the light of the changes introduced by the Directive 2014/95/EU. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*. 2018, Tom 99 (155), pp. 65–95. Retrieved from: <https://ztr.skwp.pl/resources/html/article/details?id=180091>.

94. The gig economy. You're reading the Quartz Obsession. 2018. Режим доступа: <https://qz.com/emails/quartz-obsession/1304373/>.
95. The Sharing Economy. Price Waterhouse Coopers, 2014. Режим доступа: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>.
96. The Sustainable Competitiveness Report, 10th edition. Methodology, data gathering, calculation, & report compilation by SolAbility. 2021. Режим доступа: <https://solability.com/the-global-sustainable-competitiveness-index/the-index>.
97. Uslaner, Eric M. 2008. «Trust as a moral value.» in The Handbook of Social Capital, edited by Dario Castiglione, Jan Van Deth, and Guglielmo Wolleb. New York: Oxford University Press.
98. Uslaner, Eric M. The Foundations of Trust: Macro and Micro. Cambridge Journal of Economics, 2008, 32:289-294.
99. Van Staden Ch.J., Hooks J. A comprehensive comparison of corporate environmental reporting and responsiveness. The British Accounting Review. 2007, Vol. 39. pp. 197-210.
100. Woolcock, M. & Narayan, D. Social capital: implications for development theory, research and policy. World Bank Research Observer, 2000, vol. 15, no. 2, pp. 225-249.
101. Yip P. How to Grow a Business in 190 Markets: 4 Lessons from Airbnb, 2017. Режим доступа: <http://www.oneskyapp.com/blog/airbnb-global-growth/>.

