

Библиографические ссылки

1. Договор о Евразийском экономическом союзе: [подписан в г. Астане 29.05.2014] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. Минск, 2021.
2. Статистические таблицы: Основные показатели финансовой статистики по государствам-членам Евразийского экономического союза : сайт. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/fin_stat/stat_tables/Pages/default.aspx (дата обращения: 12.02.2021).
3. Мониторинг экономических показателей государств – членов Евразийского экономического союза : сайт // Евразийская экономическая комиссия. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/monitoring/Pages/default.aspx/ (дата обращения: 12.02.2021).

УДК 330.14.01+ 330.117:330.16

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СПЕКТР СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА
В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

И. В. Терон

*Кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник
отдела проблем формирования социального капитала
Института демографии и социальных исследований им. М. В. Птухи
Национальной академии наук Украины, г. Киев, Украина*

В публикации охарактеризован феномен социального капитала и его функциональный спектр. Отмечено, что изменения в структуре приоритетов и особенностях реализации функций социального капитала вызваны изменением технологического ядра и основных движущих сил общественного развития, источников экономической ценности, взаимосвязей и субординации в социальной структуре общества.

Ключевые слова: функции социального капитала; ресурсы социального капитала; социальный субъект; социально-экономические взаимодействия; реципрокность.

**FUNCTIONAL SPECTRUM OF SOCIAL CAPITAL
IN THE MODERN ECONOMY**

I. V. Teron

*PhD in Economics, Leading Researcher of the Department for Studying Issues
of Social Capital Formation of the Ptoukha Institute for Demography and Social Studies
of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The publication describes the phenomenon of social capital and its functional spectrum. It was pointed that changes in the priorities structure and implementation features of the social capital functions are caused by a changes in the technological core and the main driving forces of social development, economic value sources, relationships and subordination in the society social structure.

Keywords: functions of social capital; resources of social capital; social subject; social and economic interactions; reciprocity.

Исследование функциональности социального капитала особенно важно в современной экономике, когда традиционные факторы экономического роста продемонстрировали свою практическую исчерпанность, а разработка инноваций, накопление ин-

формации и эффекты их использования определяются уже не только интеллектуальной и профессионально-квалификационной компонентами человеческих ресурсов, но прежде всего их поведенческими качествами, способностью накапливать и использовать социальный капитал. Мы определяем социальный капитал как совокупность ресурсов (финансовых, информационных и т. п.) доступных экономическому или социальному субъекту благодаря его принадлежности к устойчивой, относительно замкнутой сети институционализированных связей или отношений взаимного доверия и реципрокности, позволяющих субъекту капитализировать эти ресурсы, конвертировать их в другие виды капитала и получать определённую ренту [1, с. 200–201]. В этом контексте целесообразно упомянуть точку зрения Дж. Коулмана, согласно которой сущность социального капитала определяется именно его функциями, благодаря которым социальный капитал способствует активности субъектов в рамках определённой социальной структуры, детерминирует их продуктивность в различных видах деятельности и делает возможным достижение ими специфических целей [2, р. S98].

Ресурсная функция является базовой экономической функцией социального капитала, позволяющая рассматривать данный капитал как продуктивный ресурс наравне с физическим, финансовым, человеческим капиталом. Её функциональный императив – мультипликация ценности социального капитала у его владельцев, а также предоставление социальным субъектам возможности использовать аккумулированный потенциал тех благ и ресурсов, которые не являются их частной собственностью.

Квинтэссенцией базовой социальной функции социального капитала – функции социализации – является совокупность процессов, с помощью которых люди становятся членами системы социетальной общности и получают определённый социальный статус.

Ценностная функция предполагает формирование уникального ценностного ядра, воплощающего убеждения, интересы, нормы деятельности – этическую основу интеграции социальных субъектов для совместной взаимовыгодной продуктивной деятельности, групповых доверия и реципрокности.

Функция социальной интеграции ответственна за структурированный процесс объединения социальных и экономических субъектов в группу, консолидацию частных социальных капиталов и их совокупное синергетическое приращение, обеспечивая при этом необходимый уровень внутригрупповой взаимной лояльности и солидарности относительно использования социального капитала членов группы.

Содержанием функции идентификации является содействие установлению подобия между членами одной группы в аспекте признания конкретных ценностей, социальных установок и ролей, с помощью позиционирования в сети взаимосвязей или коллективного взаимоотношений, интерактивного развития коллективной солидарности.

Функция оптимизации управления и координации взаимоотношений приобретает особую важность в условиях значительного усложнения и усиления непредсказуемости рыночных взаимодействий, когда стандартные системы менеджмента уже не обеспечивают необходимых результатов. Наличие социального капитала позволяет компаниям трансформировать дискретные рыночные сделки в более тесные долгосрочные взаимосвязи, базирующиеся на взаимном доверии и реципрокности, модернизировать механизм управления взаимоотношениями компаний-партнёров, а для социальных групп – генерировать и распределять ценности для сбалансированной и бесконфликтной реализации интересов членов группы в определённых сферах жизни.

Запрос на выполнение социальным капиталом конкурентной функции обусловлен не только обострением традиционно индивидуальной рыночной конкуренции, но и переводом конкуренции в новый формат вследствие смещения её полюса от соперничества на основе материально-финансовых ресурсов к соперничеству локально значи-

мых ценностей, репутаций, социальных связей, ресурсов социальных групп, превращающихся из простого объединения индивидов в своеобразную закрытую экосистему, способную поддержать своих членов в достижении ими конкретных целей жизнедеятельности.

Рост напряжённости, сложности и скорости социальных процессов, распространение экстремально-психологических ситуаций (войн, терактов, природных катаклизмов и проч.) и нестабильности создали общество риска с его движущей силой – потребностью в безопасности. Это формирует новые функциональные роли социального капитала: 1) создание своеобразной социальной «подушки безопасности» с помощью эмпатии, демпфера внешних стрессоров, помощи в жизненных проблемах, создании комфортного социально-психологического и экономического микроклимата преодоления трудностей; 2) способность капитала обеспечивать его владельцам адаптацию, то есть активное приспособление к изменчивым условиям окружающей среды и формирование соответствующих дифференцированных социальных ролей. Более высокий уровень социального капитала, как утверждают исследования [3, с. 98], облегчает преодоление кризиса как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе, активизируя межсетевые поиски путей привлечения ресурсов и способов выхода из кризиса.

С другой стороны, развитие, усложнение и разбалансирование социальной реальности, падение доверия социума к базовым государственным институтам, нарушение общественного консенсуса между социумом и отдельными группами, индивидами и государством обесценивают общепринятые социальные нормы и «правила игры», вовлекая в решение острой проблемы упорядочения и регулирования социального пространства базовую (по Р. Патнему [4]) функциональную способность социального капитала сообществ к коллективным действиям ради достижения общей цели, т. е. к активному гражданству и социальной ответственности. Сегодня данная функция находит яркое проявление в росте общественных инициатив, активной деятельности общественных ассоциаций, волонтёрских движений, составляющих гражданское общество, в котором люди чувствуют свою ответственность за то, что происходит вокруг них и через групповые ресурсы влияют на политические процессы в обществе.

В заключение отметим, что социально-экономические реалии функционирования социального капитала опровергают утверждения отдельных исследователей, считающих полезность социального капитала преувеличенной [5, р. 29], а расширение сферы применения этого термина – необоснованным, называя такое расширение колонизацией всех аспектов социальной теории [6, р. 98]. Структура и содержание современного функционала социального капитала убедительно свидетельствует, что он по своему назначению является механизмом социального мультипликатора-акселератора, способного мультиплицировать и мобилизовать эффекты и преимущества других видов и форм капитала, нивелировать или смягчать разнообразные угрозы и риски, а полнота и сбалансированность реализации всего функционального спектра социального капитала вместе с адекватностью его форм и типов определяют эффективность и динамику социально-экономического развития (цивилизационного прогресса).

Проведённое исследование свидетельствует, что на протяжении каждого этапа общественного развития функциональный спектр социального капитала претерпевает трансформации, обусловленные изменением технологического ядра и ведущего направления научно-технического прогресса, основных движущих сил общественно-экономического базиса и источников экономической ценности и добавленной стоимости, взаимосвязи и субординации в экономической и социальной структуре общества. Подчёркнём взаимосвязь этих процессов: общественное развитие в разных его формах создаёт новые условия и возможности полномасштабного использования социального капитала, дальнейшей качественной трансформации функционала социального капита-

ла, и дальнейшего их подъёма на качественно новую ступень развития. В свою очередь, социальный капитал формирует надёжную социальную платформу для нового витка общественного, научно-технологического и экономического прогресса.

Библиографические ссылки

1. Терон І. В. Методична схема регіонального аналізу розвитку соціального капіталу // Стратегія розвитку України. Науковий журнал. Серія : Економіка, соціологія, право. 2011. № 2. С. 200–206.
2. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital // American Journal of Sociology. Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure (1988). P. S95–S120.
3. Афанасьев Д. В. К исследованию роли социального капитала регионов в условиях социально-экономического кризиса // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 4 (40). С. 88–108.
4. Putnam R. Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy. Princeton : Princeton University Press, 1993. 247 p.
5. Quibria M. G. The Puzzle of Social Capital: A Critical Review // Asian Development Review. 2003. Vol. 20. № 2. P. 19–39.
6. Fine B. Social Capital versus Social Theory: Political Economy and Social Science at the Turn of the Millennium. London, New York : Routledge, 2001. 293 p.

УДК 339.9

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

И. А. Толстик

*Кандидат филологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник
сектора международной экономической интеграции Центра мировой экономики
Института экономики Национальной академии наук Беларуси, г. Минск*

Систематизированы наиболее перспективные для внешнего рынка маркетинговые коммуникации, раскрыта специфика их применения, приведены методики оценки эффективности некоторых из них.

Ключевые слова: международные маркетинговые коммуникации; реклама; спонсорство; «пиар»-работа; маркетинговый центр.

PROMISING MARKETING COMMUNICATIONS IN THE FOREIGN MARKET

I. A. Tolstik

*PhD in Philology, Associate Professor, Leading Researcher
of the International Economic Integration Sector Center of the World Economy Institute
of the Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk*

The article systematizes the most promising marketing communications for the foreign market, reveals the specifics of their application, and provides methods for evaluating the effectiveness of some of them.

Keywords: international marketing communications; advertising; sponsorship; «PR»-work; marketing center.