

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com. ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 11, 2019 | 28.11.2019 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.77](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.77)

УДК 330.3:334

*Л. В. Єлісєєва,  
к. е. н., доцент, старший науковий співробітник відділу економічної історії  
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»  
ORCID: 0000-0002-8801-3329*

## **ВПЛИВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

*L. Yeliseieva  
PhD, Associate Professor,  
Senior Research Associate at the Institute of Economics and Forecasting of  
National Academy of Science of Ukraine*

### **THE IMPACT OF INFORMATION AND DIGITALIZATION OF THE ECONOMY ON THE TRANSFORMATION OF SOCIAL CAPITAL**

*У статті досліджено вплив інформатизації та віртуалізації економіки та трансформацію соціального капіталу. Для цього в контексті міжнародного досвіду проаналізовано особливості поширення Інтернету та становлення інформаційно-мережевої економіки в Україні. Виявлено вплив інформаційних технологій на демократизацію економіки та зміну відносин власності, пов'язаних із нею. Конкретизовано роль поширення Інтернету, мобільних гаджетів, технології web 2.0 у розвитку віртуальних соціальних мереж та значення останніх у генеруванні нових економічних можливостей для суб'єктів господарювання. Систематизовано вигоди економічних агентів від участі в мережах, пов'язаних зі зміною економічного вибору товарів і послуг, можливостей працевлаштування, скорочення транзакційних витрат, структури виробничих витрат тощо. Охарактеризовано мережеві ефекти, які виникають унаслідок цифровізації економіки. Визначено напрями трансформації відкритого, закритого, структурного, когнітивного соціального капіталу під впливом розвитку цифрових технологій та їх економічні наслідки.*

*In the article the influence of informatization and virtualization of economy and transformation of social capital is investigated. For this purpose, in the context of international experience, the peculiarities of Internet dissemination and the emergence of an information and network economy in Ukraine have been analyzed. The main goals of using the Internet in Ukraine and the reasons for the rapid expansion of virtual social networks in Ukrainian society have been clarified. Specific features of social networks on the Internet are specified. The example of Facebook and Viber describes some of the socio-economic functions of social networks and messengers. Influence of information technologies on democratization of economy and change of property relations connected with it is revealed. The role of the Internet, mobile gadgets, web 2.0 technology in the development of virtual social networks and the importance of the latter in generating new economic opportunities for business entities are specified. Benefits of economic agents from participating in networks related to changing the economic choice of goods and services, employment opportunities, reduction of transaction costs, structure of production costs, etc. are systematized. The network effects that result from the digitalization of the economy are characterized. The*

*directions of transformation of bridging, bonding, structural, cognitive, institutional social capital under the influence of the development of digital technologies and their economic consequences are determined. The peculiarities of changes in demand, supply, competitive environment under the influence of the spread of information technologies and crowd-technologies are investigated. The tendency of development of global bridging social capital is characterized. Changes in the ways of mobilization of social capital and its economic forms under the influence of the development of information technologies are revealed. It is revealed that the transformation of social capital in the conditions of digitization of the economy gave impetus for the emergence of new business models, and accordingly has considerable potential for ensuring economic development in the national and global economies.*

**Ключові слова:** соціальний капітал; інформаційно-мережева економіка; мережеве благо; цифровізація економіки; мережевий ефект.

**Keywords:** social capital; information-network economy; network good; digitalization of economy; network effect.

**Постановка проблеми.** Для характеристики сучасного глобального інституційного середовища часто використовують термін VUCA (*Volatility* – волатильний, мінливий; *Uncertainty* – невизначений; *Complexity* – складний; *Ambiguity* – аморфний, неоднозначний). Однією з причин цього є тектонічні зрушення в сфері технологій, у тому числі стрімке поширення Інтернету та цифрових технологій. Останні суттєво впливають на зміну суспільства та національної економіки загалом. У зв'язку з цим дослідження напрямів трансформації соціального капіталу під впливом цифровізації економіки та вивчення нових економічних можливостей, які з'являються внаслідок цього, вважаємо своєчасним та актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню соціального капіталу присвячені роботи П. Бурд'є, Дж. Коулмана, Р. Патнема, Ф. Фукуями та ін. Окремі аспекти формування соціального капіталу в Україні розкриті у працях З. Галушки [1], В. Геєця [2], Н. Гражевської [4], А. Гриценка [5; 8], Н. Супрун [12], Т. Шаповалової та ін. Проте, на нашу думку, недостатньо розкритими залишаються проблеми трансформації соціального капіталу в умовах інформатизації та цифровізації економіки.

**Формування цілей статті.** Метою статті є проаналізувати характер впливу інформатизації та цифровізації економіки на трансформацію соціального капіталу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні технологічні зрушення були започатковані в 1970-х роках завдяки появі комп'ютеру, а згодом – Інтернету. Останній був створений науковцями та студентами як засіб вільної комунікації. На локальному рівні це означало, що за допомогою інтернет-технологій економічні агенти почали обмінюватися між собою інформацією, проте в ширшому сенсі були закладені підвалини для спрощення доступу до інформації незалежно від місця розташування й соціально-економічного профілю користувачів та відкрилися нові економічні можливості перед усіма суб'єктами господарювання. Водночас розширення форм соціальної та економічної взаємодії, задоволення значного кола потреб приватного сектору в рамках віртуального простору стимулювали подальше розширення мереж і зростання їх ролі в економічних процесах. Це й ознаменувало становлення нового типу суспільства та економіки – мережевого суспільства та інформаційно-мережевої економіки.

У рамках інформаційно-мережевої економіки основним продуктом стає інформація, яка швидко поширюється мережею. Унаслідок цього спостерігається демократизація доступу до інформації та зміна відносин власності, пов'язаних із нею. Останню особливість відзначили економісти ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» А. Гриценко й Є. Песоцька, які стверджували, що інформація стає всезагальною власністю, а відповідно кожен індивід є її власником, тому «індивідуальна і всезагальна (суспільна) власність у цьому разі діалектично збігаються», що є неможливим у випадку з матеріальними благами [5, с. 6]. Вони відносять інформацію до мережевих благ, корисність яких виявляється виключно через мережеві зв'язки. Від обміну мережевим благом вииграють обидні сторони трансакції. Крім того, участь економічних агентів у мережах дозволяє отримати їм значні переваги: для домогосподарств – швидше одержати необхідну інформацію, більший економічний вибір товарів і послуг, розширити можливості працевлаштування тощо; для бізнесу – конкурентні переваги через скорочення трансакційних витрат, пов'язаних насамперед із пошуком інформації та контролем, економію на масштабі, зміну структури витрат у зв'язку з тим, що граничні витрати поширення інформації наближаються до нуля, а використання ресурсів спільнот дозволяє суттєво скоротити постійні витрати виробництва тощо.

Катализатором створення мережевого суспільства та інформаційно-мережевої економіки стало стрімке поширення Інтернету. До початку 1990-х років кількість інтернет-користувачів в світі не перевищувала 10 млн осіб, тоді як наприкінці ХХ ст. їх чисельність почала стрімко зростати. За даними Світового банку станом на 2016 р. кількість користувачів Інтернету вже склала 3,2, а на кінець 2018 р. – 4 млрд осіб [21]. Упродовж перших трьох кварталів 2019 р. кількість підключених до Інтернету людей зросла на 5,3% порівняно з попереднім роком і на сьогодні рівень проникнення Інтернету в світі складає 53,6%. Водночас цінність

Інтернету як мережевого блага зростає для кожного з учасників тим швидше, чим більше людей його використовують, тому стрімке збільшення кількості користувачів підвищує економічну та соціальну цінність інтернет-технологій.

Проте в Україні, яка тривалий час входила до складу СРСР, що здійснював централізований контроль за інформаційними потоками, поява Інтернету відбулася значно пізніше. Крім того, тут він поширювався дещо повільніше, ніж у розвинених країнах Північної Америки та Західної Європи. У 1997 р. лише 1% дорослого населення України був користувачем Інтернету [6]. Через десять років по тому 90% українського населення знову констатували відсутність доступу до всевітньої мережі. На початку XXI ст. за показником проникнення Інтернету Україна суттєво відстала від багатьох країн пострадянського простору. Станом на 2006 р. в Україні 92,8% населення не мало доступу до Інтернету, тоді як водночас цей показник у Польщі склав 69,6%, Словаччині – 64,9%, Угорщині – 64,1%, Чеській Республіці – 62% [3] тощо.

Упродовж 2002-2010 рр. відбувалося повільне зростання кількості інтернет-користувачів з темпом від 1% до 6% [6]. Проте в 2011 р. кількість залучених учасників стрімко зросла на 11%, причому збільшення інтернет-аудиторії спостерігалось в усіх вікових групах, за винятком осіб понад 70 років. У такий спосіб темп приросту користувачів Інтернету в Україні лише впродовж 2011-2012 рр. склав рекордні 34%. У 2013 р. темп приросту інтернет-аудиторії в Україні дещо сповільнився (до 16%) і в підсумку рівень проникнення Інтернету склав 50%. Такий показник поширення Інтернету в національній економіці порівняно з багатьма іншими країнами залишався невисоким. Для прикладу рівень проникнення Інтернету в США на рівні 56% був характерний для населення віком понад 65 років, тоді як серед усього дорослого населення він становив 85%. В Україні наступний прорив відбувся після 2014 р. У 2016-2017 рр. в Україні вже 62%, а в 2018 р. – 64% дорослого населення вільно користувалися Інтернетом, причому темпи його поширення виявилися стрімкішими, ніж прогнозували експерти. Водночас з 2014 р. спостерігається стрибкоподібне зростання використання всевітньої мережі всіма віковими групами.

Наразі майже уся молодь активно користується Інтернетом та мобільними додатками. Суттєвий прорив у користуванні новітніми інформаційними технологіями також спостерігається у групах населення віком 30-60 років, що свідчить про широке залучення українського населення у всевітню мережу. Крім того, упродовж останніх років згладилася нерівномірність поширення Інтернету в населених пунктах різної величини та місцерозташування: його рівень проникнення в обласних центрах та невеликих населених пунктах уже майже не відрізняється. На даний момент значно відстає в проникненні Інтернету лише сільська місцевість, що передовсім пов'язано з технічними причинами.

Подальшому розвитку інформаційно-мережевої та передумовою для цифровізації економіки в Україні сприяло поширення смартфонів та інших мобільних девайсів. У 2009 р. відомий дослідник Т. О'Рейлі констатував, що «революція смартфонів перемістила мережу з робочих столів у кишені» [19], проте в Україні це ще не відбулося в повній мірі.

Станом на кінець 2013 р. лише 1% українського населення використовував смартфон, планшет і власний комп'ютер чи ноутбук, тоді як 43% не мали жодного з цих пристроїв. За останні п'ять-шість років ситуація змінилася докорінним чином. Уже на початок січня 2019 р. кількість абонентів бездротового доступу в Інтернет зросла до 20 млн осіб [9], а мобільний зв'язок відчутно замінив стаціонарний (на початку 2014 р. користувачами мобільного були 88%, тоді як у 2018 р. – 93% українців [7]). Наразі майже половина населення України – постійні користувачі смартфонів, що в п'ять разів більше порівняно з 2013 р. Відповідно до дослідження «Smart Ukrainians 2018» упродовж 2013-2018 рр. кількість власників смартфонів зросла з 9% до 45% [20]. За даними Міжнародної дослідницької компанії Newzoo Україна входить до топ-50 країн за кількістю користувачів смартфонів у світі. Загалом це наближає Україну до європейських країн, хоча така частка користувачів смартфонів у них була ще два-три роки тому. Для прикладу поширення смартфонів у Польщі сягає 61%, а Румунії – 53% [20].

Важливе значення для появи нових економічних можливостей, пов'язаних із трансформацією соціального капіталу під впливом інформатизації економіки, мало також запровадження в Інтернеті технології web 2.0. Уперше цей термін був використаний Т. О'Рейлі в 2005 р. Серед іншого вона передбачає організацію у віртуальному просторі інтернет-спільнот та зростання ролі їх учасників у створенні та обміні інформацією. Наслідком впровадження та соціалізації web 2.0 стало поширення вікі-сайтів, де користувачі беруть активну участь у колективному створенні та редагуванні контенту (на зразок Вікіпедії), а також ведення блогів, мережевих щоденників, створенні груп у соціальних мережах тощо. Водночас активне залучення користувачів обумовлює виникнення мережевого ефекту, що дозволило Т. О'Рейлі констатувати, що «мережа дедалі більше стає окремим світом».

Завдяки технології web 2.0 споживачі вже не є пасивними користувачами інформаційного продукту, а стають активними учасниками виробничого процесу. Унаслідок цього змінюється природа пропозиції. Вона розкриває нереалізований потенціал і використовує можливості груп, які, як правило, до цього були лише джерелом попиту. Водночас почала розмиватися межа між виробниками й споживачами. Полегшений доступ до засобів виробництва (хмарних сервісів, безкоштовного програмного забезпечення тощо) надав людям можливості, які тривалий час вважалися доступними лише виробничим компаніям. Унаслідок цього руйнується традиційний конкурентний ландшафт, завдяки чому нові бізнес-моделі з'являються на ринку.

Унаслідок поширення Інтернету, мобільних гаджетів та технології web 2.0 зросло значення нової форми соціального капіталу – віртуальних соціальних мереж. Ще на початку XXI ст. науковці прогнозували експонентне зростання кількості віртуальних спільнот. За словами розробника інтернету Т. Бернерс-Лі основна мета створення всевітньої мережі та інтернет-спільнот – «допомогти людям взаємодіяти та працювати разом».

Пришвидшення темпу життя, зменшення обсягу вільного часу та соціальна потреба в спілкуванні в умовах розвитку інформаційних технологій підштовхнули людей до участі в організованих віртуальних соціальних мережах – Facebook, Twitter, Вконтакте тощо. Останні створили зручне інституційне середовище для соціально-економічної взаємодії та організації спільнот.

Доступ до соціальних мереж залишається найбільш поширеною причиною використання Інтернету в Україні. До активізації участі українців в соціальних мережах підштовхнули також низький рівень інституційної довіри до державних органів влади, значна асиметрія інформації та макроекономічні дисбаланси в національній економіці. На противагу реальному соціуму віртуальні соціальні мережі є формою егалітарного суспільства. На вході до них усі є рівними, а тому їх ключовою ознакою є меритократичність, яких прагнуть українці та молодь зокрема. Приналежність до інтернет-спільнот передбачає, що кожна людина перебуває на рівні з усіма та має однакові можливості. Зростання аудиторії соціальних мереж підтверджує цінність для українців горизонтальних зв'язків.

На сьогодні Інтернет і віртуальні соціальні мережі стали противагою «закритим системам». Їх феномен полягає в тому, що вони створюють можливість згуртування великої кількості незнайомих між собою людей, які відрізняються за віком, місцезнаходженням, фахом, освітніми характеристиками тощо. Однак спільним у них є соціальна, економічна проблема чи спільний інтерес. Водночас розвиток соціальних мереж (т.зв. Інтернет-ком'юніті) усуває перешкоди для географічної, соціальної та професійної мобільності економічних агентів.

Разом з тим соціальні мережі, створені в Інтернеті, мають свої особливості: 1) вони є динамічними: постійно змінюється кількість їх учасників; 2) згуртовуються навколо спільних інтересів; 3) сприяють поширенню рівності, але водночас – опортуністичної поведінки (у тому числі обману, підозр і маніпуляцій), 4) є достатньо щільними; 4) потребують організації, що пояснює популярність бізнес-моделей Facebook, Вконтакте, Однокласники тощо. Проте в таких мережах соціально-економічна поведінка людей стає більш залежною одне від одного – спрацьовує ефект приєднання до більшості. Такий «цифровий натовп» легше використати для поширення інформації серед мас, навіть якщо вона й хибна.

Найбільш поширеною соціальною мережею в Україні є Facebook. Тут кожен користувач створює онлайн-профіль і формує мережу «друзів». Вони взаємодіють один із одним, об'єднуються для досягнення спільної цілі, надають соціальну допомогу, поширюють інформацію тощо. Станом на початок 2019 р. інтернет-аудиторія Facebook в Україні нараховувала вже 13 млн осіб [18]. За цим показником Україна все більше віддаляється від Російської Федерації та наближається до Німеччини й Польщі. Загалом за темпом зростання величини facebook-аудиторії Україна посіла третє місце в світі, поступившись лише Індії та Філіппінам [18]. Цьому серед іншого також сприяло блокування російських соціальних мереж «ВКонтакте» та «Однокласники» з травня 2017 р.

Можливості створення віртуальних груп зі спільними інтересами також відкрили месенджери: Viber, Telegram, WhatsApp та інші.

В Україні особливого поширення набули Viber, Facebook Messenger та Skype. Останнім часом зростає значення Telegram. Водночас японський електронний сервіс Viber є одним із найбільш популярних в Україні, який встановлений на 97% смартфонах українців [10]. Він дозволяє не лише здійснювати безкоштовні дзвінки й відправляти повідомлення, але й спілкуватися в межах груп. В Україні вже створено кілька сотень тисяч груп і їх кількість щоденно збільшується. До недавнього часу Viber-групи переважно використовували для обговорення та вирішення спільних, як правило, побутових проблем у невеликих колективах людей. У такий спосіб вони стали інструментом прийняття колективних рішень та збалансування економічних інтересів у невеликих групах. Проте з березня 2019 р. у Viber з'явилася можливість створювати спільноти чисельністю до 1 млрд осіб, що підтверджує популярність та значний нерозкритий потенціал месенджерів у веденні соціального діалогу та економічній взаємодії між учасниками інтернет-спільноти. Крім того, це стимулює розбудову формальних і неформальних віртуальних соціальних мереж та розвиток нової якості структурного соціального капіталу українців.

Достатньо стрімке розширення мережі користувачів Інтернету, смартфонів та зміна цінностей сучасного покоління дозволили перенести різні види соціально-економічної діяльності населення, бізнесу, а згодом – і державного сектору у віртуальне середовище Інтернету та ширше застосовувати цифрові технології для задоволення потреб суб'єктів господарювання. Це дозволяє стверджувати про початок розгортання процесу цифровізації економіки.

Нині майже 65% українців стверджує, що використовує всесвітню мережу декілька разів на день. Це підтверджує, що Інтернет уже став повсякденною практикою для пересічних українців. У 2016 р. лише 24% населення України стверджували, що не мають потреби в Інтернеті, тоді як усі інші активно використовують його вдома та на роботі. Важливим є той факт, що все рідше його застосовують із метою «блукання по мережі». Найчастіше він є інструментом для пошуку інформації, навчання, підвищення кваліфікації тощо. Водночас значна роль Інтернету для комунікації в чатах, ICQ, соціальних мережах та ін. У рамках віртуального простору домогосподарства й бізнес також активно беруть участь в електронній торгівлі: у 2018 р. ринок електронної комерції в Україні виріс на третину порівняно з 2017 р. (вартість товарів і послуг, куплених онлайн у 2018 р., склала 65 млрд грн) і очікується, що в 2019 р. його приріст становитиме не менше 25% [11]. Одночасно збільшилася частка безготівкових розрахунків в Україні: у 2019 р. вони склали майже 50% усіх платежів [13]. Крім того, усталився тренд поширення безконтактних платежів за допомогою смартфонів та інших NFC-пристроїв.

Віртуалізації та цифровізації економіки сприяє і той факт, що впродовж останнього десятиліття в Україні спостерігалось зростання частки сфери послуг у структурі ВВП. Так, ще в 2010 р. експерти Світового банку і Міжнародного банку реконструкції та розвитку констатували структурний перехід України до сервісної економіки: упродовж 2002-2010 рр. частка сфери послуг зросла з 42% до 45% (а за умов врахування й фінансових послуг – 51%)[14] валової доданої вартості України. Зростання сфери послуг на фоні вище зазначених трендів економічного розвитку посилює суспільний запит на цифровізацію економіки.

Таким чином, стрімке поширення Інтернету й використання мобільних гаджетів еволюційно підвело суспільство до усвідомлення нових економічних можливостей через застосування цифрових технологій. Підтвердженням цього є той факт, що Інтернет поступово став важливим інституційним середовищем для покупок, ведення підприємницької діяльності, навчання, а також спілкування, одержання інформації, пошуку партнерів, кооперації з метою реалізації економічних інтересів тощо. Разом з тим виявилось, що існує чимало бар'єрів для реалізації економічних можливостей, створених інтернет-технологіями. У цьому спостерігається прояв дихотомії Веблена – Ейрса – виникнення протиріччя між новими організаційними формами, які з'явилися в інтернет-середовищі, та стабільними правилами та механізмами інфорсменту, розроблені державним сектором.

За даними The Digital Economy and Society Index (DESI) до топ-10 стратегічних трендів в технологіях (більшість із яких і є підризними технологіями), які й надалі будуть стрімко розвиватися, належать розвиток інтелектуальних (штучний інтелект, машинне навчання, інтелектуальні додатки, Інтернет речей), цифрових (блокчейн, цифрові двійники, віртуальна та доповнена реальність), мережевих технологій (адаптивна архітектура безпеки, платформи цифрових технологій, розподілена архітектура сервісів і додатків, месенджери) [16] тощо. Тому цифровізація економіки, яка передбачає поширення електронно-цифрових пристроїв та налагодження взаємодії між ними у всіх сферах життєдіяльності людей, є неминучою.

Цифровізація економіки супроводжується збільшення обсягів інформації, а відповідно обсягу ресурсів, які можна використати в господарській діяльності. Водночас унаслідок цифровізації мережевої економіки виникає мультиплікативний ефект: спрощення доступу до ресурсів (людських, фінансових, фізичних, технологічних та ін.) учасників мережі – т.зв. крауд-ресурсів – багатократно впливає на збільшення економічної активності населення й бізнесу тощо. Проте такі ресурси можуть бути використані в господарській діяльності по-різному. З одного боку, вони можуть стати ключовими факторами виробництва під час запуску нових бізнес-проектів, розвитку альтернативних форм працевлаштування чи фінансування, а, з іншого боку, використані для посилення ринкової влади та монополізації виробництва тощо. Наприклад, станом на кінець серпня 2019 р. ринкова капіталізація Facebook становила 523 млрд дол. [17], а значні фінансові інвестиції дозволяють поглинати потенційних конкурентів на ранніх стадіях (у 2012 р. Facebook викупив Instagram за 715 млн дол., у 2014 р. WhatsApp – за 19 млрд дол. тощо). На зміцнення монопольного становища компанії спрямоване й нещодавнє рішення керівництва щодо об'єднання додатків Facebook messenger, WhatsApp і Instagram. Крім того, компанія Facebook постійно використовує дані користувачів для таргетованої реклами. Наразі Facebook володіє двома п'ятьма реклами, що демонструється онлайн.

Прискорення темпів цифровізації економіки також обумовлює зміну якості соціального капіталу. По-перше, це дає поштовх для подальшого розвитку глобальної горизонтальної комунікації, «горизонтальних» віртуальних спільнот та розбудови соціального капіталу нової якості – глобального відкритого соціального капіталу. За допомогою соціальних мереж також посилюються інтеграційні процеси: за даними Facebook щоліта, коли європейці під час відпусток подорожують до інших країн Європи, кількість доданих на Facebook «друзів» із інших країн збільшується. Відсоток нових «міжнародних друзів» усередині Європи зріс із менше 2% у січні 2009 р. до понад 4% у серпні 2016 р. [15]. Аналогічні тенденції спостерігаються й в Україні (особливо після запровадження безвізового режиму).

Розвиток інформаційних технологій змінили спосіб мобілізації соціального капіталу та його економічні форми. Наразі економічні суб'єкти одночасно входять до великої кількості соціальних мереж, відповідно отримують доступ до більшого обсягу різної інформації, частково вирішуючи проблему її асиметрії. Водночас через слабкі зв'язки їх учасників останні є більш крихкими, ніж традиційні форми соціального капіталу: у них достатньо швидко руйнується довіра чи порушуються спільні соціальні норми. За останні п'ять років у глобальній економіці відбулося кілька витоків інформації про персональні дані користувачів соціальних мереж, що спричинило руйнування загальної довіри. Так, лондонська компанія Cambridge Analytica використала дані 87 млн американських користувачів Facebook для таргетованої політичної реклами. Після викриття цього Facebook втратив понад 100 млрд дол. та кілька мільйонів онлайн-спільноти. Згодом у 2018 р. Google закрила соціальну мережу Google+ через витік даних 52,5 млн учасників. З квітня 2019 р. цей сервіс став доступний лише для бізнес-користувачів. За даними New York Times понад 150 компаній отримали пряму вигоду від того, що ці соціальні мережі збирали інформацію про своїх користувачів. Таким чином, соціальні мережі стали дуже динамічними, унаслідок чого змінюється структурний соціальний капітал.

Унаслідок цифровізації економіки змін зазнає й інституційний соціальний капітал. Серед економічних агентів все більше зростає довіра до бізнесу та горизонтальних структур (наприклад, громадських, релігійних організацій тощо), що підтверджується даними Edelman Trust Barometer останніх років.

Суттєвих змін зазнає і когнітивний соціальний капітал через формування т.зв. мережевого індивіда та зміну його економічної поведінки. Економічний індивід, як правило, одночасно включений у велику кількість мереж, у кожній із яких передбачено різні моделі поведінки. Його уподобання визначаються мережевою логікою і часто не є послідовними, що не відповідає класичним теоріям споживацької поведінки як складових мікроекономіки, які й досі викладають у вищих навчальних закладах. Крім того, через спрощення доступу до

інформаційних даних в приватного сектору посилюється відчуття власного впливу на економічні та політичні процеси в національній економіці. Наприклад, відстежування хештегів у твіттері стало інструментом залучення населення до демонстрацій, що позбавили Х. Мубарака влади в Єгипті. Під час революції Гідності в Україні соціальні мережі застосовувалися для організації протесту на Майдані. У 2019 р. Telegram активно використовувався протестуючими в Гонконзі тощо.

Модернізація структурного та когнітивного соціального капіталу в Україні та світі відкриває нові економічні можливості перед бізнесом і населенням. Наприклад, в Україні майже половина всіх користувачів Інтернету здійснює покупки через соціальні мережі (найчастіше – через Facebook). Через це бізнес усе більше переміщається в соціальні мережі. Корпорації активно використовують механізм соціальних мереж для поширення реклами та ефективнішого обслуговування клієнтів. Прикладом цього є Facebook, більша частка прибутку якого згенерована через поширення таргетованої реклами. Дохід від розміщення бізнес-реклами є також основним джерелом доходів Viber в Україні [10] та інших подібних компаній.

Крім того, поширення набуває створення підприємницьких мережових структур, що дозволяють використовувати крауд-технології для генерування нових або ефективнішого використання існуючих ресурсів. Для прикладу в Україні така структура характерна для Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Shafa.ua, що є найбільшими онлайн торговельними сервісами в Україні (у 2017 р. за їх допомогою українці здійснили покупки вартістю понад 14,2 млрд грн [11]).

Водночас зростає значення різних форм соціального контролю. За даними Comfy.ua вісім із десяти людей в Україні, які купують товар у магазині, попередньо шукають інформацію про нього через пошук Google, читають огляди, відгуки, характеристики та порівнюють ціни.

Крім того, низка бізнес-проектів була згорнута через втрату підтримки з боку онлайн-спільнот. Соціальна мережа Facebook припинила функціонування автономного додатка для приватного обміну фотографіями з друзями «Moments» через непопулярність серед своїх користувачів. У 2018 р. про своє закриття повідомили Yahoo Messenger, який стартував у 1998 р. під назвою Yahoo Pager, та соціальна мережа Path, що з'явилася в 2012 р. і давала з 50-500 «друзями».

Поширення Інтернету також дало поштовх для появи інноваційної бізнес-моделі, що передбачає використання соціального капіталу інтернет-користувачів. Першопрохідцями стали CouchSurfing, Facebook, Flickr, проте ця ідея також покладена в основу діяльності Airbnb, Uber, Lyft та ін.

**Висновки.** Таким чином, поширення Інтернету та цифровізація економіки суттєво видозмінили інституційний ландшафт глобальної та національної економіки. Унаслідок цього були створені сприятливі умови для появи нових організаційних форм соціального капіталу, серед яких – віртуальні соціальні мережі тощо. Водночас формування онлайн-спільнот та їх згуртування навколо спільних інтересів (а не під примусом чи за принципом близького сусідства, як було раніше) заклали підвалини для появи феномену «Інтернету близького знайомства», розвитку нової якості культури участі, трансформацію відкритого, структурного, когнітивного й інституційного соціального капіталу та відкрило можливості для розвитку економіки спільного користування.

## Література.

1. Галушка З.І. Соціальний капітал як суспільне благо: проблеми формування у процесі ринкової трансформації економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Випуск 27. Частина 1. С. 7–10.
2. Геєць В. Розвиток соціального капіталу – найбільше багатство у світі. *Віче*. 2011. № 1. С. 22–26.
3. Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. К.: Інститут соціології НАН України, 2006. 142 с.
4. Гражевська Н., Мостепанюк А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. № 2 (197). С. 12–19.
5. Гриценко А., Песоцька Є. Формування інформаційно-мережевої економіки. *Економічна теорія*. 2013. № 1. С. 5–19.
6. Динаміка проникнення Інтернету в Україні: результати національного соціологічного опитування (10–19 лютого 2012 р.)/КМІС. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=80&page=1>
7. Засоби телефонного зв'язку/ Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Інститут довіри в координатах економічного простору-часу: монографія/За ред. А. Гриценко. К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2012. 212 с.
9. Кількість абонентів зв'язку на 1 січня 2019 року/Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. На чому Viber заробляє в Україні і чому месенджери стануть головними в телефонах. Інтерв'ю з топ-менеджером Viber. *Економічна правда*. 2019. 30 серпня. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/08/30/651085/>
11. Підсумки і плани: e-commerce України 2018-2019. URL: <https://eopac.org.ua/pidsumky-i-plan-y-e-commerce-ukrayiny-2018-2019/>
12. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 3. С. 61-74.

13. Третина безготівкових розрахунків платіжними картками у pos-терміналах відбувається безконтактно/Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno>
14. Україна. Огляд урбанізації/Світовий банк. Вашингтон, 2015. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/787061473856627628/pdf/ACS15060-REVISED-PUBLIC-UKRANIAN-ukr-web-text-cover.pdf>
15. Фергюсон Н. Площі та вежі. К.: Наш формат, 2018. 552 с.
16. Digital Economy and Society Index (DESI)/ European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>
17. Facebook Market Capitalization. URL: [https://ycharts.com/companies/FB/market\\_cap](https://ycharts.com/companies/FB/market_cap)
18. Facebook в Україні: актуальні дані української інтернет-аудиторії (січень 2019)/PlusOne. URL: [https://plusone.com.ua/fb/facebook\\_in\\_ukraine.pdf](https://plusone.com.ua/fb/facebook_in_ukraine.pdf)
19. O'Reilly T., Battelle J. Web Squared: Web 2.0 Five Years On: Special Report of Web 2.0 Summit. URL: [https://assets.conferences.oreilly.com/1/event/28/web2009\\_websquared-whitepaper.pdf](https://assets.conferences.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf)
20. Smart Ukrainians 2018/KMIC, LEAD9 Mobile Marketing. URL: <https://www.facebook.com/LEAD9/posts/1728357953914523>
21. World Development Report 2016: Digital Dividends/World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>

## References.

1. Halushka, Z.I. (2017), "Social capital as a public good: problems of formation in the process of market transformation of the economy", *Naukovyj visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 27, no. 1, pp. 7–10.
2. Heiets', V. (2011), "Social capital development is the largest wealth in the world", *Viche*, vol. 1, pp. 22–26.
3. Holovakha, Ye., Horbachyk, A. and Panina, N. (2006), *Ukraina ta Yevropa: rezul'taty mizhnarodnoho porivnial'noho sotsiologichnoho doslidzhennia* [Ukraine and Europe: results of an international comparative sociological survey], Instytut sotsiologii NAN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
4. Hrazhevs'ka, N. and Mostepaniuk, A. (2018), "Corporate social responsibility as a factor of accumulation of the newest forms of capital in the modern market economy", *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 2, no. 197, pp. 12–19.
5. Hrytsenko, A. and Pesots'ka, Ye. (2013), "Formation of information-network economy", *Ekonomichna teoriia*, vol. 1, pp. 5–19.
6. The official site of Kyiv International Institute of Sociology (2012), "Dynamics of Internet penetration in Ukraine", available at: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=80&page=1> (Accessed 19 November 2019).
7. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2019), "Zasoby telefonnoho zv'iazku", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 19 November 2019).
8. Hrytsenko, A. (2012), *Instytut doviry v koordynatakh ekonomichnoho prostoru-chasu* [Institute of confidence in the coordinates of economic space-time], Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
9. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2019), "Number of subscribers as of January 1, 2019", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 19 November 2019).
10. Nekrasov, V. (2019), "Na chomu Viber zarobliaie v Ukraini i chomu mesendzhery stanut' holovnymy v telefonakh. Interv'iu z top-menedzherom Viber", *Ekonomichna Pravda*, available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/08/30/651085/> (Accessed 19 November 2019).
11. The official site of USAID (2019), "Pidsumky i plany: e-commerce Ukrainy 2018-2019", available at: <https://eopac.org.ua/pidsumky-i-plany-e-commerce-ukrayiny-2018-2019/> (Accessed 19 November 2019).
12. Suprun, N.A. (2009), "Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' iak chynnyk staloho rozvytku", *Ekonomika i prohnozuvannia*, vol. 3, pp. 61-74.
13. The official site of National Bank of Ukraine (2019), "Tretyna bezgotivkovykh rozrahunkiv platizhnymy kartkami u pos-terminalakh vidbuvaiet'sia bezkontaktno", available at: <https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno> (Accessed 19 November 2019).
14. The official site of the World Bank (2015), "Ukraina. Ohliad urbanizatsii", available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/787061473856627628/pdf/ACS15060-REVISED-PUBLIC-UKRANIAN-ukr-web-text-cover.pdf> (Accessed 19 November 2019).
15. Fergiuson, N. (2018), *Ploschi ta vezhi* [Square and towers], Nash format, Kyiv, Ukraine.
16. The official site of the European Commission (2018), "Digital Economy and Society Index (DESI)", available at: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi> (Accessed 19 November 2019).
17. The official site of the Ycharts (2019), "Facebook Market Capitalization", available at: [https://ycharts.com/companies/FB/market\\_cap](https://ycharts.com/companies/FB/market_cap) (Accessed 19 November 2019).
18. The official site of the PlusOne (2019), "Facebook v Ukraini: aktual'ni dani ukrains'koi internet-audytorii", available at: [https://plusone.com.ua/fb/facebook\\_in\\_ukraine.pdf](https://plusone.com.ua/fb/facebook_in_ukraine.pdf) (Accessed 19 November 2019).
19. O'Reilly, T. and Battelle, J. (2009), "Web Squared: Web 2.0 Five Years On: Special Report of Web 2.0 Summit", available at: [https://assets.conferences.oreilly.com/1/event/28/web2009\\_websquared-whitepaper.pdf](https://assets.conferences.oreilly.com/1/event/28/web2009_websquared-whitepaper.pdf) (Accessed 19 November 2019).

20. The official site of Kyiv International Institute of Sociology (2018), “Smart Ukrainians 2018”, available at: <https://www.facebook.com/LEAD9/posts/1728357953914523> (Accessed 19 November 2019)

21. The official site of the World Bank (2016), “Digital Dividends”, available at: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016> (Accessed 19 November 2019).

*Стаття надійшла до редакції 20.11.2019 р.*