

УДК 316.3: 338.48

Ю. В. Карпенко,

кандидат економічних наук,

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Постановка проблеми. Модернізація – процес становлення суспільства, перехід його до нових форм розвитку або рух до його сучасних типів, що характеризується змінами, які відповідають новій системі інтересів, цінностей і пріоритетів. Даний процес відбувається в різних сферах життєдіяльності суспільства, але саме в соціокультурній сфері можлива саме та модернізація, яка забезпечує незворотність усіх інших трансформацій: економічних, технологічних, інституційно-політичних та ін.

Генеральна асамблея ООН ухвалила проголосити 2017 рік Міжнародним роком сталого туризму в інтересах розвитку. У резолюції, прийнятій 4 грудня 2016 р., визнається «важливість міжнародного туризму для поліпшення взаєморозуміння між народами в усьому світі, поширення знань про багату спадщину різних цивілізацій і забезпечення дбайливого ставлення до цінностей різних культур і зміцнення тим самим миру в усьому світі». Як зазначив Генеральний секретар ЮНВТО Т. Ріфаї: «Це надає унікальну можливість для розширення вкладу сектора туризму в рамках трьох компонентів стійкості – економічної, соціальної та екологічної, при одночасному підвищенні інформованості про справжні масштаби сектора, який часто недооцінюється» [1]. Тому, актуальним є приділення уваги соціальній компоненті стійкого розвитку, що орієнтована на людину і спрямована на збереження стабільності соціальних і культурних систем – соціальному капіталу, що дозволяє виявити причини, що лежать в основі ефективного функціонування суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні основи дослідження соціального капіталу закладені у роботах західних дослідників: Л. Ханіфана, П. Бурд'є, Дж. Коулмана, Р. Патнема. Подальший розвиток концепції соціального капіталу знайшов у дослідженнях Ф. Фукуями, Р. Барта, Н. Ліна, В. Бейкера, А. Портеса, Дж. Вулкока, М. Шиффа, П. Франкоїса, Дж. Якобса та ін. Сьогодні феномен соціального капіталу отримав глибоку концептуалізацію, і більшість дослідників сконцентрувалося на аналізі даного феномену на мікро-, мезо- і макрорівнях. Дослідження проблематики сутності, виявлення структури, функцій, взаємозв'язку з іншими формами капіталу та аналізу його впливу на економічне зростання знайшли своє відображення у роботах вітчизняних науковців та

дослідників інших пострадянських країн: Б. Буркінського, Ф. Власенко, Н. Гавкалової, О. Грішнєвої, А. Длугопольського, В. Єлагіна, Г. Жалдак, Н. Корж, І. Мачерінскене, А. Рублевського, М. Рябінчука, С. Сисоева, Г. Скляра, Т. Соболев, Л. Стрельнікової, М. Хайкіна, Ж. Черновалої, Т. Шаповалової, О. Шпикуляк, В. Щербіної та ін.

Незважаючи на весь спектр фундаментальних досліджень є відкритими для подальших розробок або потребують подальшого обґрунтування питання щодо сутності, структури та методологічних особливостей дослідження соціального капіталу в різних сферах матеріального виробництва та послуг, зокрема в сфері туризму, що і визначає актуальність даної статті.

Метою статті є уточнення сутності та змісту соціального капіталу, а також дослідження структурно-функціональних особливостей його формування у сфері туризму крізь призму інституційної теорії.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 1916 р. одним з перших термін «соціальний капітал» в роботі «Сільська школа – центр общини» застосував Л. Ханіфан щодо доброзичливості, спілкування, взаємної симпатії, та соціального спілкування серед групи людей та родин [2]. Однак, розвитку дана дефініція набула лише в 80-х роках ХХ ст. коли в роботі «Форми капіталу» П. Бурд'є використав поняття «капітал соціальний» для позначення соціальних зв'язків, які можуть виступати ресурсом отримання вигод; досліджував його як сукупність потенційних і наявних ресурсів, які пов'язані з міцними мережами та інституційними відносинами взаємного визнання [3]. Р. Патнем, обґрунтовуючи концепцію «соціального капіталу», в роботі «Щоб демократія спрацювала. Громадянські традиції в сучасній Італії» зробив спробу пояснити різницю між регіонами Італії через різну ступінь соціального капіталу та визначив його основні складові елементи: моральні принципи і норми, соціальні цінності та мережу соціальної інфраструктури [4]. Концептуальне опрацювання категорії знайшло своє відображення в роботі Дж. Коулмана «Капітал соціальний і людський», який займаючись соціологічним аналізом освіти і колективної дії, запропонував своє розуміння соціального капіталу на емпіричній традиції в американській соціології і теорії людського капі-

талу [5]. Ф. Фукуяма в роботі «Довіра: соціальні чесноти і шлях до процвітання» розвиває попередню концепцію і пропонує розглядати соціальний капітал як фактор ефективності економічної діяльності на рівні громад, окремих етнічних і соціальних груп, ототожнює його з нормами, очікуваннями та з довірою [6].

У наукових дослідженнях існує широкий спектр різноманітних підходів учених щодо розуміння феномену «соціального капіталу»: етнологічний (соціально-антропологічний) – розглядається зв'язок форм соціального життя і культурного досвіду людини з урахуванням його біологічної природи, як основи соціального капіталу; соціологічний – ґрунтується на нормах, мережах та праві, які являють собою порядок суспільних відносин в діях і поведінці людей за сприяння яких вони можуть отримати користь; політологічний – заснований на об'єктивній потребі в підвищенні керованості суспільства, коли значна увага в соціальному капіталі приділяється ролі інститутів, норм у формуванні людської поведінки; економіко-інституційний – дослідження даного феномену, як економічної категорії, доповнюється аналізом інститутів та враховуються неекономічні чинники його накопичення та використання. Дана категорія розглядається як результат і ресурси соціальних відносин, що характеризують задоволення потреб інтересів і максимізують індивідуальну користь.

Теоретико-методологічні підходи щодо визначення категорії соціального капіталу, які знайшли своє відображення в роботах сучасних науковців, мають принципові розбіжності (табл. 1).

Критичний аналіз різних підходів щодо визначення поняття «соціальний капітал» та його складових дозволив дійти висновку, що серед науковців не існує єдиного підходу щодо розгляду даної проблеми. Однак їх переважна більшість вважає, що основними складовими елементами соціального капіталу є сукупність норм, правил поведінки, довіри, мережа зв'язків, а дослідження даної проблеми мають такі вектори:

- система соціально-економічних відносин заснована на принципах довіри, взаємодопомоги, цінностях, які спрямовані на досягнення суспільного і індивідуального блага;
- інституційне середовище, яке забезпечує ефективну взаємодію індивідів в суспільстві;
- сукупність капіталів, ресурсів необхідних для задоволення матеріальних і культурних потреб людини та суспільства;
- продукт об'єктивізації соціально-економічних відносин;
- інтегрований показник результату користування окремих індивідів соціальними мережами.

Також, слід зазначити, що більшість наведених визначень сформовані відповідно мереж-носіїв та

відповідних рівнів накопичення соціального капіталу, який має розгалужену структуру.

Фахівці Світового Банку запропонували узагальнену структуру соціального капіталу на основі двох ключових аспектів: сфер його застосування (мікро-, мезо- і макро-) та його форм (когнітивна – формується владою на основі довіри, цінностей, внутрішніх норм; структурна – формується державними інститутами, законами за участю внутрішніх інститутів та соціальних мереж) [26, с. 20].

Розподіл рівнів проте не означає автоматичну субстантивізацію різних форм капіталу, а радше є поглядом на один і той самий феномен з різних ракурсів. Мікропідхід зосереджується на соціальній реальності як просторовій взаємодії між індивідами. Такі взаємодії відбуваються у рамках повсякденності в сім'ї, сусідській спільноті, робочому колективі, добровільних організаціях і т. д. Мезорівень – рівень колективів та спільнот, груп, що є детерміновані водночас мережево та з боку ширшого суспільства. В таких групах виникає обмежена солідарність та довіра. Макропідхід натомість зосереджений на інституціональному вимірі соціальної реальності, докладаючись до виявлення стійких взаємовпливів поміж рівнями і формами інституалізації та взаємодіями на основі довіри [27, с. 62]. На наш погляд, не слід обмежуватися трьома рівнями при розгляді сфер застосування соціального капіталу, доцільно звернути увагу на метарівень соціально-економічної системи суспільства, де найважливішими механізмами накопичення соціального капіталу є угоди між державою і бізнесом у формі державно-приватного партнерства, що реалізують сутність понять «взаємодопомога», «цінності», «довіра».

Сутність соціального капіталу ефективно проявляється через його функції. Найбільш повний перелік з дев'яти функцій, які є загальноновизнаними та часто виділяються, навів у своїй роботі М. Хайкін, а саме: соціалізації, інформаційна, інституційна, економічна, обліку та контролю, суспільно-політична, синергетична, інтелектуалізації та інноваційного розвитку, відтворення людського капіталу [28, с. 89–90]. Форми та особливості прояву вказаних вище функцій у сфері туризму нами розглянуто далі. Так, базовою функцією соціального капіталу, яка визначає передумови для сталого розвитку суспільства на основі довіри, становлення особистості, самоствердження впевненості, є *функція соціалізації*.

Найважливішим інститутом соціалізації особистості є об'єднання, яке стимулює соціальну активність і створює додаткові умови для формування життєвої позиції. Самодіяльна спільнота надає додатковий життєвий простір для соціального самоствердження, оцінки та визнання результатів своєї діяльності, і в силу цього має величезний виховний потенціал. Соціалізації особистості в самодіяльному об'єднанні сприяють сприятливі умови для міжосо-

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Скляр Г., Мокрова Н. [18, с. 20]	Система внутрішніх і зовнішніх господарських відносин і зв'язків, що заснована на кооперативних принципах і цінностях, реалізують сутність поняття взаємодопомоги і довіри на засадах соціального партнерства в соціальній і виробничій мережах	+	+	+	+						
Гавкалова Н., Грішина В. [19, с. 60]	Сукупність структурованих соціально-економічних відносин, заснованих на інститутах, дотримання яких дає вигоду економічним суб'єктам цих відносин у вигляді доступності	+	+			+					
Буркінський Б., Горячук В. [20, с. 69]	Соціальний капітал як інституційне середовище – сукупність діючих формальних та неформальних норм (правил) і організацій, що дозволяють соціальним групам і суспільству в цілому організувати своїх членів для вирішення спільних економічних і соціальних завдань	+	+	+		+					
Жалдак Г. [21, с. 257]	Нематеріальне економічне благо, що є мережею потенційних та існуючих соціально-економічних стосунків, ґрунтованих на неформальній, доцільній, свідомій, довірчій взаємодії суб'єктів економічної діяльності, яка відкриває доступ до ресурсів і закріплює загальні правила поведінки взаємодіючих сторін			+	+		+				
Сисоев С. [22, с. 37]	Суспільні відносини, взаємозв'язки і відповідні структури, а також правила і норми, сформовані на основі довіри і взаємодопомоги, які забезпечують розширене відтворення господарської системи	+		+	+						
Другопольский А. [23, с. 28]	Основу соціального капіталу формує мережа соціальних зв'язків, що використовується для трансляції інформації, економії ресурсів, посилення довіри між партнерами, формування індивідуальної репутації і перетворення її в надбання спільноти, мобілізації ресурсів для реалізації громадських проєктів, поширення достовірної інформації між економічними агентами, взаємного навчання правилам поведінки	+			+					+	
Гуглін Є., Чепак В. [24, с. 52, 56]	Продукт об'єктивізації соціальних відносин, що дозволяє агентам в процесі їх взаємодії вступати в протистояння або співпрацювати з метою завоювання домінуючої позиції в соціальному полі (просторі)		+	+	+						+
Черновалова Ж. [25, с. 121]	Становлення здорового громадянського суспільства шляхом зниження соціальної напруженості і встановлення відносин довіри, джерело додаткових доходів внаслідок зниження трансакційних витрат			+	+						

¹ Складено автором.

бистісних комунікацій. Туристський простір – це зона спілкування, сфера розкриття здібностей і реалізації потреби в самовираженні і визнання. У самодіяльній спільноті особистість вчиться дивитися на світ очима іншого, програючи безліч ролей, глибше пізнає себе, співвідносить свої недоліки з цінностями іншого і коригує свою поведінку. Соціалізація в туристичному просторі є засвоєння соціальних ролей і культурних норм. Ключовими у даному випадку поняттями є: соціалізація, навчання нормам, освоєння ролей. У туризмі цей процес, як не в якій іншій сфері людського життя, має широкий діапазон. Адже туризмом займаються з раннього дитинства до глибокої старості. Тому і весь цей процес ідей нерозривно пов'язаний із запропонованою вище схемою: навчання освоєнню ролей і мікрольові відносини. Причому все це відбувається під соціальним контролем [29, с. 48–49]. Тобто, це двосторонній процес: засвоєння індивідом соціального досвіду того суспільства, до якого він належить, і відтворення ним систем соціальних зв'язків і відносин, в яких він розвивається. В туризмі це можливість учасників подорожі спілкуватися один з одним у неформальній обстановці без виробничої субординації, врахування соціального становища, віку, національності, громадянства та інших ознак, що розрізняють людей.

Науково-технічний прогрес, який охопив всі сторони життєдіяльності суспільства забезпечив необхідні передумови для розвитку масового туризму (транспортні засоби для масових пасажирських перевезень, засоби розміщення та інші винаходи). Завдяки збільшенню ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанню його інформатизації, створення глобального інформаційного простору, соціалізація в туристичному просторі перейшла на новий рівень формування світогляду, світосприйняття, що веде до зміни особистісних цінностей та ідентичності людини. Сучасні інформаційні технології і комп'ютерна техніка змінили процес подорожей та особистого ознайомлення з природою, культурою та життям людей інших регіонів, підготовки до подорожей, який все більше стає «віртуальним». Саме тому, засвоєння досвіду і цінностей інших націй та їх порівняння з власними може бути необ'єктивним, особливо коли інформація фрагментарна, швидко змінюється, і мати стримуючий вплив на розвиток сфери туризму. З іншого боку, існує протидія сторонньому впливу, пов'язана з бажанням зберегти національну культуру, мову за умов стрімкого розвитку контактів і зв'язків між людьми та розширенням інформаційного простору.

Незважаючи на це, нещодавно з'явилося безліч комерційно успішних Інтернет-проектів, які існують за рахунок обороту «недовикористаних активів» в основі яких: довіра громадян до суспільства, спільні цінності, соціальні зв'язки і відносини, тобто

соціальний капітал. Онлайн-сервіси з розміщення, пошуку та оренди житла по всьому світу: Booking, Airbnb, TravelPony, HostelWorld, HomeAway тощо, що взагалі не володіють нерухомістю і працюють за парадигмою економіки спільної участі. Дані сервіси дозволяють не тільки готелям та іншим подібним об'єктам розміщення, але простим власникам нерухомості поліпшити своє фінансове становище, здаючи помешкання туристам. Гостьова мережа CouchSurfing, яка об'єднує спільноту з понад 7 млн учасників зі всього світу, пропонує безкоштовно погостювати у себе вдома іншим членам цієї спільноти. Екологічний ефект від сервісів, наприклад, таких як BlaBlaCar, Подорожники через які водії знаходять попутників, обчислюється сотнями тисяч тонн не викинутих в атмосферу шкідливих речовин.

Таким чином, у соціальному капіталі сфери туризму проявляється *інформаційна функція*, оскільки в туризмі ми сприяємо як пізнанню інших, так і пізнанню своєї соціальної сторони особистості та ідентичності. Завдяки підвищенню інформованості суспільства про об'єкти, явища, процеси формується об'єктивна чи суб'єктивна картина для прийняття відповідних рішень, що сприяє взаєморозумінню народів, розвитку мирних, дружніх відносин у суспільстві.

Сучасний етап розвитку суспільства обумовлений трансформацією світової економічної системи в контексті її інтелектуалізації, одним з проявів якої є стимулювання інновацій. При цьому провідна роль відводиться соціальному капіталу сфери туризму, що забезпечується виконанням *функції інтелектуалізації та інноваційного розвитку*. Дана функція проявляється у тому, що завдяки розвитку подорожей інновації отримували найширшого розповсюдження, які сьогодні сприймаються як саме собою зрозуміле, повністю змінили наші уявлення про світ. Туризм – це продукт інноваційного розвитку, соціокультурний феномен який є одним із засобів виникнення і розповсюдження інновацій в житті суспільства, інструментом трансформації економічних інститутів.

Результати дослідження свідчать, що *суспільно-політична функція* соціального капіталу сфери туризму має свій прояв у таких взаємнопротилежних аспектах:

- сучасний світ неможливий без міжнародних контактів і туристичних обмінів, які складають важливу частину економіки, міжнародних відносин та глобальної політики;

- незважаючи на те, що громадянське суспільство є результатом тривалого історичного розвитку, досвід політичних подій останніх років в Україні (мова насамперед йде про «Угоду про асоціацію України з ЄС») показує, що туризм у широкому сенсі цього слова, може стати одним із факторів, який прискорює розвиток громадянської самодіяльності і

політичної активності, реальної участі громадян в політиці створення умов для дотримання прав і свобод. Разом з тим, він є фактором, що його стримує, оскільки для розвитку сфери туризму особливо важливими є політична стабільність, позитивний імідж держави, сприятливий візовий та митний режими, суспільна безпека, які може забезпечити тільки держава;

– туристична сфера перетворюється на ринок тільки тоді, коли середній клас стає вагомим соціальним фактором, створюючи прошарок людей, які мають вільні кошти і вільний час.

Інституційну функцію соціального капіталу сфери туризму ми розглядаємо крізь призму твердження, що туризм є соціально-економічним інститутом. Туризм, зближуючи не тільки культурну та рекреаційну сфери, але й багато інших сфер життя суспільства, діяльності людей, забезпечує формування ефективних економічних відносин, координацію господарської діяльності, досягнення суспільно-політичних цілей розвитку держави. Однак інституціоналізація сфери туризму має певну особливість, а саме на відміну від інших сфер економічної діяльності, які формуються за принципом єдності продукту і технологій, дану сферу вирізняє попит, що задовольняється поза середовищем проживання споживачів – це ускладнює упорядкування та формалізацію соціальних зв'язків і відносин, основ соціального капіталу.

Доповнює попередню функцію *економічна функція*, яка має два аспекти. З одного боку, соціальний капітал обумовлений соціально-економічним, науково-технічним розвитком суспільства і культури, а з іншого – перетворився на потужний інструмент суспільного розвитку, процвітання і благополуччя. Дана функція полягає у тому, що за рахунок підвищення довіри громадян до суспільства соціальний капітал зменшує витрати на координацію спільної діяльності, замінюючи формальні правила і процедури неформальними нормами, які є традиційними для певної країни, тобто є джерелом додаткових доходів. Однак, окрім позитивного економічного впливу на платіжний баланс, ВВП, рівень розвитку слабких в економічному відношенні регіонів і рівень зайнятості населення, він може чинити негативний вплив на інші сфери життя, наприклад, на культурну, навколишнє середовище тощо.

Взаємозв'язок туризму з іншими сферами економічної діяльності обумовлює зростання уваги до оцінки його результатів господарської діяльності, а також до комплексного аналізу його взаємозв'язків з іншими соціально-економічними процесами на основі певних концепцій, рамок, відповідних баз даних і методів. Для цього система національних рахунків у більшості країн доповнена функціональними допоміжними рахунками, які засновані на зборі та аналізі статистичних даних, які раніше не

бралися до уваги при оцінці туризму і його внеску в економіку країни. Метою таких рахунків є зосередження уваги на певних аспектах економічної сфери, за їх допомогою статистика туризму отримує зв'язок з основним масивом макроекономічного аналізу, де основою обліково-контрольного механізму з дослідження питань добробуту суспільства, рівня розвитку економіки, суспільного розвитку, функціонування інститутів виступає соціальний капітал, який характеризує *функція обліку та контролю*.

Наступною функцією, яка характеризує соціальний капітал, є *синергетична функція*, що формує розуміння складних процесів, динамічних систем, їх самоорганізацію, закономірності еволюції сфери туризму, де особливе місце займають складні людино-розмірні системи (біосфера, біогеоценози, соціальні об'єкти, логістичні системи, туристські комплекси тощо) в яких людина відіграє особливу роль.

Виникнення синергетичного ефекту пов'язано з впливом потужних зовнішніх факторів природної або антропогенної природи, а також функціонуванням системи туризму або окремих її елементів в граничних режимах, з переходом кількісних змін у якісні. Ефект синергії, як показує досвід, виникає стрибкоподібно, внаслідок емерджентності системи. Синергетичний ефект проявляється в якісно нових властивостях і (або) елементах системи. Синергетичний ефект можна отримати в усіх сферах туризму: економічній, соціальній, екологічній тощо. Синергія в галузі управління обумовлена нелінійними залежностями, вона проявляється в тому, що управлінське рішення, прийняте щодо однієї сфери туризму, може викликати несподівано сильні ефекти в інших сферах [30, с. 46–47].

Синергетичний ефект спостерігається в розширених логістичних системах, утворених на базі сервісного (в нашому випадку – туристського) комплексу, і мезологістичної системи. У першому випадку інтегруються підприємства, які надають різні види послуг (горизонтальна інтеграція). У другому випадку інтерналізуються також постачальники матеріальних ресурсів (вертикальна інтеграція). Відмінністю сфери послуг є те, що тут можна говорити не тільки про звичний синергетичний ефект виробництва, а й про аналогічний ефект споживання. Зокрема, в сервісному комплексі, а тим більше в мезологістичній системі, ефект для споживача створюється при отриманні взаємопов'язаних послуг [31, с. 149].

Синергетичний ефект неформальної взаємодії між туристичними підприємствами особливо яскраво проявляється в тих випадках, коли вони стикаються з непередбаченими ситуаціями і несподіваними перешкодами. Такі флуктуації з боку зовнішнього середовища, як зміни конкурентом оточення, або непередбачувана динаміка цін і просування нових продуктів на ринках, призводять туристичне

підприємство до ситуації біфуркації. У цій ситуації взаємодія між підприємствами, заснована на довірі, неформальна підтримка з боку стратегічного партнера, сприяють більш ефективній адаптації туристичного підприємства до ситуації, що склалася [32, с. 98].

Отже, ключові прояви синергетичного ефекту сталого розвитку туристичної сфери виступають як підсумки корисного результату використання факторів, задіяних для їх отримання внаслідок ефективного поєднання.

Туризм є важливою сферою економічної діяльності, яка забезпечує розвиток соціального капіталу. Основу соціального капіталу складає людській капітал, що є найбільш значущою економічною категорією в структурі продуктивних сил. Зазвичай «метою стратегії розвитку людського капіталу підприємства є створення цілісної й всеосяжної моделі розвитку людей, формування ініціативної, творчої, інноваційної поведінки, досягнення оптимальної професійно-вікової структури кадрів» [33, с. 4].

Економічні відносини є умовою, що забезпечує постійне відтворення людського капіталу. Вони виникають з приводу прискорення цього процесу і отримання від нього більш високого корисного ефекту у вигляді накопиченої якості даного капіталу. У даному випадку можна говорити, що дані відносини характеризує *функція відтворення людського капіталу*, яка обумовлює підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва і, відпо-

відно, зростання доходів його носія. «...Всі елементи людського капіталу є динамічними. Вони накопичуються за рахунок інвестицій упродовж усього життя, тому що людина набуває поступово певних знань, навичок, здібностей та покращує своє здоров'я. Проте тільки від рішення людини залежить їх функціонування. Ступінь віддачі від їх застосування залежить від індивідуальних інтересів людини, від її переваг, матеріальної й моральної зацікавленості, світогляду, загального рівня її культури» [34, с. 36].

Розвиток сфери туризму в процесі надання послуг відпочинку і дозвілля через систему соціальної інфраструктури впливає на відтворення таких видів людського капіталу: капітал здоров'я (соціально-оздоровча підсистема), культурно-моральний капітал, інтелектуальний капітал (духовно-освітня підсистема). Саме в сфері туризму капітал здоров'я складає базу відтворення, сприяє відновленню сил і працездатності людини і відповідно психофізіологічних ресурсів суспільства та обумовлює різке підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва і, відповідно, зростання доходів носія соціального капіталу. Культурно-моральний та інтелектуальний капітал є додатковими факторами забезпечення отримання конкурентних переваг, досягнення ринкового успіху індивіда або індивідів.

Отже, аналіз різних концепцій і теорій соціального капіталу дозволяє згрупувати наступні ознаки та виділити форми його прояву в сфері туризму (табл. 2).

Таблиця 2

Функції, ознаки та форми прояву соціального капіталу сфери туризму*

Назва функції	Ознаки	Форми прояву в сфері туризму
1	2	3
Соціалізація	Зростання довіри та впевненості; становлення особистості; формування життєвої позиції	Розкриття здібностей і реалізації потреби в самовираженні і визнання; засвоєння і відтворення соціальних ролей і культурних норм; полегшення адаптації в середині групи
Інформаційна	Поширення та обмін інформацією, в результаті підвищення інформованості суспільства про об'єкти, явища, процеси	Формування нового рівня світогляду та світосприйняття; засвоєння та порівняння досвіду і цінностей інших націй; запобігання зовнішнім впливам та збереження специфіки національної культури й мови
Інтелектуалізації та інноваційного розвитку	Формування, обґрунтування, пропозиції та впровадження інновацій в результаті соціальних взаємозв'язків у відповідному інтелектуальному середовищі	Породження і трансляція інновацій в життя суспільства; інструмент трансформації інститутів
Суспільно-політична	Розвиток і зміцнення зв'язків в рамках функціонування соціально-економічних систем; становлення здорового громадянського суспільства	Зміцнення суспільної безпеки; зниження соціальної напруженості і встановлення відносини довіри; розвиток громадянської самодіяльності і політичної активності
Інституційна	Поглиблення і прискорення трансформаційних процесів розвитку інституційного середовища; коригування існуючого і формування нового інституційного простору силами громадських інститутів	Зближення усіх сфер життя формування ефективних економічних відносин; формування нових соціальних стандартів якості життя; формування нових поглядів на різні області знань, сфери життя
Економічна	Забезпечення доступу суб'єктів господарювання до благ і цінностей, зростання обсягу доступних ресурсів; зростання ділової та інвестиційної активності та валових макроекономічних показників	Зниження рівня трансакційних витрат; зниження невизначеності та ризиків; підвищення ефективності використання специфічних активів

Закінчення табл. 2

1	2	3
Обліку та контролю	Забезпечення обліку та контролю над процесами господарської діяльності	Запровадження допоміжного рахунку туризму (метод оцінки впливу туризму як на економіку окремо взятої країни, так і на світову економіку в цілому)
Синергетична	Об'єднання і переплетення складної системи соціальних взаємозв'язків у рамках функціонування соціально-економічних систем супроводжується появою синергетичного ефекту	Синергетичний ефект можна отримати в усіх сферах туризму: економічній, соціальній, екологічній тощо
Відтворення людського капіталу	Підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва і, відповідно, зростання доходів його носія	Різне збільшення віддачі людського капіталу (капіталу здоров'я, культурно-морального, інтелектуального капіталів)

* Складено автором на основі джерела [14, с. 89–90].

Висновки з цього дослідження. Соціальний капітал підприємств сфери туризму має стратегічне значення не тільки для успішного функціонування, але і розвитку інших сфер економічної діяльності. Він є основою соціально-економічних відносин, що забезпечують координацію і співпрацю в досягненні взаєморозуміння та поваги в суспільстві; індивідуальне і колективне удосконалення; сталий розвиток; використання культурної спадщини людства та її збагачення; економічне зростання та добробут суспільства.

Соціальний капітал сфери туризму можна представити як систему зв'язків, відносин засновану на принципах довіри в суспільстві, спільності і стабільності цінностей, обумовлену суспільно-політичним, соціально-економічним, науково-технічним розвитком та розширеним відтворенням людського капіталу, яка змінює індивіда та позиціонує його по-новому в соціальному просторі.

Подальші дослідження автора за цією проблематикою будуть зосереджені на питаннях формування соціального ресурсу сфери туризму.

Література

1. **Организация** Объединенных Наций провозглашает 2017 год Международным годом устойчивого туризма в интересах развития [Электронный ресурс]: Прес-релиз № 15094. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-12-15/organizatsiya-obedinennykh-natsii-provozglashaet-2017-god-mezhdunarodnym-go>. – Заголовок с экрана.

2. **Hanifan L. J.** The Rural School Community Center [Електронний ресурс] / L. J. Hanifan // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. – 1916. – No. 67. – P. 130–138. – Режим доступа: <http://www.jstor.org/stable/pdf/1013498.pdf>. – Назва з екрана.

3. **Bourdieu P.** The forms of capital / P. Bourdieu // *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* / Ed. by J. G. Richardson. – New York: Greenwood, 1986. – P. 241–258.

4. **Патнэм Р.** Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Р. Патнэм. – Москва: Ad Marginem, 1996. – 234 с.

5. **Коулман Дж.** Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // *Общественные науки и современность*. – 2001. – № 3. – С. 121–139.

6. **Фукуяма Ф.** Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. /

Ф. Фукуяма. – Москва: ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.

7. **Гришнова О.** Социальный капитал: сущность, значения, взаимосвязь с другими формами капитала / О. Гришнова, Н. Полив'яна // *Україна: аспекти праці*. – 2009. – № 3. – С. 19–24.

8. **Мачеринскене И. М.** Социальный капитал организации: методология исследования / И. М. Мачеринскене, Р. В. Инкуте-Генриксон, Ж. Й. Симанавичене // *Социологические исследования*. – 2006. – № 3. – С. 29–39.

9. **Гець В. М.** Довіра як елемент соціального капіталу в економічному розвитку України / В. М. Гець // *Економічна теорія*. – 2010. – № 3. – С. 7–19.

10. **Корж Н. В.** Передумови формування соціального капіталу / Н. В. Корж, Ю. В. Білан // *Актуальні проблеми економіки*. – 2015. – № 7 (169). – С. 263–270.

11. **Шаповалова Т. В.** Вплив соціального капіталу на економічне зростання / Т. В. Шаповалова // *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. – 2013. – Том 14. – № 1. – С. 167–175.

12. **Бондарь Е. А.** Социальный капитал в западном социокультурном контексте / Е. А. Бондарь // *Теория и практика общественного развития*. – 2012. – № 1. – С. 18–21.

13. **Щербина В. К.** Социальный капитал: сущность и проблемы развития / В. К. Щербина // *Бизнес Информ*. – 2010. – № 4 (3). – С. 114–116.

14. **Дем'янчук О. І.** Соціальний капітал як елемент сталого економічного розвитку суспільства / О. І. Дем'янчук // *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки*. – 2007. – № 12. – С. 25–27.

15. **Рублевский А. В.** Элементы социального капитала / А. В. Рублевский // *Вестник полоцкого государственного университета. Серия D*. – 2016. – № 5. – С. 36–41.

16. **Шпикуляк О. Г.** Становлення соціального капіталу в аграрній сфері трансформаційної економіки / О. Г. Шпикуляк // *Роль соціального капіталу та локальних ініціатив у забезпеченні сільського розвитку: міжнар. симпозіум, Україна, м. Житомир, 16-18 трав. 2007 р.: доповіді*. – Житомир, 2007. – С. 28–34.

17. **Єлагін В. П.** Про сущность понятия «социальный капитал» та його роль у процесі розбудови соціальної держави / В. П. Єлагін // *Актуальні проблеми державного управління*. – 2011. – № 1. – С. 46–55.

18. **Скляр Г. П.** Методологічні особливості дослідження відносин соціального капіталу спілок споживчих товариств у сфері туризму / Г. П. Скляр, Н. В. Мокерова // *Науковий вісник Полтавського*

університету економіки і торгівлі. Серія економічна. – 2013. – № 1 (56). – С. 19–24. 19. **Гавкалова Н. Л.** Взаємозв'язок соціального капіталу та трансакційних витрат // Н. Л. Гавкалова, В. В. Гришина // Економіка розвитку. – 2015. – № 3 (75). – С. 56–65. 20. **Буркинський Б. В.** Социальный капитал: сущность, источники и структура, оценка / Б. В. Буркинський, В. Ф. Горячук // Экономика Украины. – 2013. – № 1 (606). – С. 67–81. 21. **Жалдак Г. П.** Економічна сутність соціального капіталу / Г. П. Жалдак // Міжвузівський збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. – 2013. – Випуск 6. – С. 251–258. 22. **Сысоев С. А.** Социальный капитал: эволюция, функции, институты / С. А. Сысоев // Весник БДУ. Сер. 3. – 2014. – № 1. – С. 37–39. 23. **Длугопольський А. В.** Имеет ли доверие ценность, или как социальный капитал влияет на экономику / А. В. Длугопольський // Теоретическая экономика. – 2014. – № 4. – С. 24–38. 24. **Гугнин Э.** Феномен социального капитала / Э. Гугнин, В. Чепак // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 1. – С. 49–56. 25. **Черновалова Ж. В.** Основные направления повышения уровня социального капитала Республики Беларусь: рекомендации для экономической политики / Ж. В. Черновалова // Вестник Брестского университета. – 2016. – Серия 2. – № 1. – С. 117–124. 26. **Grootaert C.** Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative / Christiaan Grootaert, Thierry van Bastelaer // Social Capital Working Paper Series. – Washington: The World Bank Social Development Department, 2001. – No. 24. – 31 p. 27. **Рябінчук М. В.** Соціальний капітал: структура та зміст / М. В. Рябінчук // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2012. – Вип. 2. – С. 59–64. 28. **Хайкин М. М.** Социальный капитал и социальные сети / М. М. Хайкин, А. Б. Крутик // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2014. – Т. 8. – № 1. – С. 85–92. 29. **Степановский Е. П.** Социализация в туристском пространстве / Е. П. Степановский // Научный вестник ЮИМ. – 2015. – № 4. – С. 48–52. 30. **Боголюбов В. С.** Самоорганизация в системе управления туризмом в регионе / В. С. Боголюбов, С. А. Севастьянова // Экономическое возрождение России. – 2005. – № 4. – С. 44–53. 31. **Скоробогатова Т.** Образование синергетического эффекта в туризме как результат функционирования логистических сервисных систем / Т. Скоробогатова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2. – С. 148–151. 32. **Бочарников С. А.** Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы / С. А. Бочарников. – Москва: Финансы и статистика, 2000. – 270 с. 33. **Берсуцький А. Я.** Людський капітал та його роль в системі стратегічного розвитку промислового підприємства / А. Я. Берсуцький, О. О. Каменська // Вісник економічної науки України. – 2014. – № 3. – С. 3–7. 34. **Воронков Д. К.** Взаємозалежність людського

капіталу і професійних компетенцій працівників підприємства / Д. К. Воронков, А. М. Гриньов // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 4. – С. 33–39.

Карпенко Ю. В. Сутність і структура соціального капіталу сфери туризму в умовах модернізації економіки

Проаналізовано наукові доробки вчених щодо дефініції категорії «соціальний капітал», виокремлено основні підходи до її визначення, які акцентують увагу на певних елементах її структури. Обґрунтовано, що сутність даної категорії проявляється через функції, які охарактеризовано, визначено форми та особливості їх прояву в сфері туризму. Запропоновано авторське визначення економічної категорії «соціальний капітал сфери туризму».

Ключові слова: соціальний капітал, функції соціального капіталу, людський капітал, економічний інститут, соціалізація, довіра, туризм, сфера туризму, модернізація.

Карпенко Ю. В. Сущность и структура социального капитала сферы туризма в условиях модернизации экономики

Проанализированы научные труды ученых по дефиниции категории «социальный капитал», выделены основные подходы к её определению, которые акцентируют внимание на определенных элементах её структуры. Обосновано, что сущность данной категории проявляется через функции, которые охарактеризованы, определены формы и особенности их проявления в сфере туризма. Предложено авторское определение экономической категории «социальный капитал сферы туризма».

Ключевые слова: социальный капитал, функции социального капитала, человеческий капитал, экономический институт, социализация, доверие, туризм, сфера туризма, модернизация.

Karpenko Yu. The essence and structure of social capital in tourism sector under the conditions of economy modernization

There was analyzed scientific definition regarding the category of «social capital», singled out the basic approach to its definition, which the focuses on certain elements of its structure. It was proved that the essence of this category is seen due to the described features. There were defined the form and features of their revealing in the field of tourism. The author gives his own definition for the economic category «social capital of tourism sector».

Keywords: social capital, functions of social capital, human capital, economic institution, socialization, confidence, tourism, tourism sector, modernization.

Стаття надійшла до редакції 27.01.2017

Прийнято до друку 22.03.2017