

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

О. В. Забелина¹

независимый исследователь (Ростов-на-Дону, Россия)

Д. В. Забелин²

Донской государственный технический университет
(Ростов-на-Дону, Россия)

УДК: 330.117

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА³

Непрерывный поиск устойчивых практик в индустрии туризма открывает перспективы применения альтернативных подходов к развитию отрасли. Туристам нужен качественный продукт, местным жителям — рабочие места, а бизнесу необходима прибыль. Чтобы достичь этих целей, а также сохранить результаты для будущих поколений, важно учитывать экономические, социальные, экологические и этические факторы при планировании туристской деятельности. Все эти задачи можно решить в рамках концепции устойчивого развития туризма. Цель данного исследования — устранить пробел в знаниях, представив концепцию устойчивого развития туризма как более целостную экономическую стратегию для отрасли через призму анализа социального капитала. В работе изложены основные исследовательские подходы к роли социального капитала в туризме с учетом их достоинств и недостатков, а также специфики применения к индустрии туризма России. В заключение обозначены направления для дальнейших исследований.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туризм, социальный капитал, социальные сети, политика, механизм координации, государственное регулирование.

Цитировать статью: Забелина О. В., Забелин Д. В. Роль социального капитала в устойчивом развитии индустрии туризма // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 84–108.

¹ Забелина Оксана Викторовна — к.э.н., магистр общественной политики и администрирования, независимый исследователь, e-mail: ksenz2001@mail.ru, ORCID: 0000-0003-1982-9583.

² Забелин Денис Викторович — к.э.н., доцент, Донской государственный технический университет, e-mail: dzabelin@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-5642-2400.

³ Авторы выражают признательность уважаемым анонимным рецензентам за замечания, высказанные в ходе подготовки работы, позволившие существенно улучшить первоначальный вариант.

O. V. Zabelina

Independent researcher (Rostov-on-Don, Russia)

D. V. Zabelin

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russia)

JEL: Z38, Q01, D7

SOCIAL CAPITAL IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

The continuous search for responsible and sustainable practices in the tourism industry paves the way for alternative approaches to tourism development. Tourists need a quality product, local communities need jobs, and business needs profit. To achieve these goals, as well as preserve the results for future generations, it is necessary to consider economic, social, environmental and ethical factors in a tourism planning. All these tasks can be met within the sustainable tourism development concept. The purpose of this study is to address a gap in knowledge by conceptualizing sustainable tourism development as a more holistic economic strategy. Using social capital as a theoretical lens, this paper explores the ways which facilitate sustainable tourism planning. The basic research approaches of social capital in tourism are described with respect to their advantages and disadvantages, as well as the specifics of use for the Russian tourism industry. The future research directions were suggested at the conclusion.

Keywords: sustainable development, tourism, social capital, social networks, policy, governance, state regulation.

To cite this document: Zabelina O. V., Zabelin D. V. (2020) Social capital in the sustainable development of the tourism industry. Moscow University Economic Bulletin, (4), 84–108.

Постановка проблемы и структура исследования

Путешествия с целью отдыха, развлечений и развития являются неотъемлемой частью культуры и повседневной жизни современного человека. Мировая индустрия туризма растет и эволюционирует, открывая все новые горизонты достижений и стандарты экономической деятельности, которые для многих участников российского рынка туризма остаются пока за гранью возможностей. Выездной туризм в России стабильно опережает въездной. Так, в 2019 г. зафиксирован рекордный показатель за последние пять лет — превышение почти в два раза. Несовершенная методология подсчетов Росстата не позволяет достоверно оценить уровень внутреннего туризма, но предпочтения россиян можно определить по косвенным показателям.

По данным Ростуризма, после девальвации рубля в 2014 г. и увеличения рублевой стоимости услуг в сфере зарубежного туризма на 37% следующий, 2015 г. показал падение выездного турпотока на 20%, а рост за-

грузки российских средств размещения составил лишь 9% [Бюллетень, 2016]. Российские туристы предпочли внутреннему туризму другие виды досуга. Кроме того, опросы туристов демонстрируют явный выбор россиян в пользу зарубежных средств размещения. По данным опроса портала «Турпром», 71% респондентов считают, что уровень сервиса на зарубежных курортах превосходит российский [Опрос Турпром, 2019].

Вопросы развития, стратегий и тактик не являются в экономической науке преходящими и постоянно обсуждаются специалистами в тех или иных аспектах и переменных, заданных временем. В туристской отрасли наиболее важные цели и задачи развития также видоизменяются. Эволюция данной проблематики отчетливо прослеживается и в новейшей экономической истории российского туризма.

В начале 1990-х гг. прошлого века в России остро стояли вопросы становления туристской отрасли как сферы частной предпринимательской деятельности; распределения и установления прав собственности на объекты туризма; формирования новых экономических связей как внутри страны, так и за рубежом. С наступлением «тучных нулевых», когда экономическая конъюнктура способствовала росту доходов населения, а значит, и росту расходов, связанных с туризмом, туристская сфера в России уже была сформирована, и начали подниматься вопросы качества. Затем в процесс развития внесли свои коррективы вопросы внешней политики, и в 2010-х гг. для туристской индустрии вновь стала актуальна категория «невъездных» туристов, появились санкционные запреты и произошло закрытие целых стран по причине их небезопасности для россиян. Казалось бы, российская туриндустрия уже адаптировалась к постоянно меняющимся условиям игры и состояниям рынка, но начало 2020-х гг. ознаменовалось новой глобальной проблемой — пандемией вируса COVID-19.

Сейчас еще рано проводить комплексную оценку последствий удара пандемии по туротрасли, но даже та ситуация, которую мы наблюдаем, свидетельствует о неустойчивости действующей бизнес-модели в туризме и ее неспособности противостоять глобальным угрозам. Не все страховые механизмы сработали, не все оказалось возможно застраховать от подобного рода форс-мажора. Ситуация полной остановки целой группы отраслей вряд ли могла быть кем-либо предусмотрена. В этой связи еще более остро встал вопрос о совместных действиях участников туриндустрии для выживания отрасли и устойчивого развития в будущем.

Основными показателями той или иной туристской деятельности до сих пор являются исключительно экономические индикаторы: количество туристов и поездок, прибыль, темпы наращивания средств размещения и т.д., при этом и государство, и общественность предъявляют все больше требований социального и экологического характера. В условиях пандемии список этих требований значительно расширился, что должно привести

к еще более существенному пересмотру параметров деятельности турфирм. И если изначально не учитывать общественно значимые вопросы при формировании стратегии развития туризма, то не стоит требовать социальной или экологической ответственности от бизнеса.

Концепция устойчивого развития позволяет решать эти задачи и осуществлять ответственное целеполагание, которое, в свою очередь, требует формулировки таких разнообразных целей, как, например, энергосбережение, высокий уровень обслуживания туристов и повышение качества жизни местных жителей. Такой масштаб согласования целей может быть основан только на механизмах отлаженного общественного диалога. Именно поэтому проблема развития социального капитала носит столь актуальный характер при обсуждении методов достижения устойчивого развития туризма.

Следует отметить, что концепция устойчивого развития является чрезвычайно сложной для рассмотрения именно в силу ее междисциплинарности и пересечения большого количества методологических подходов. Мингалева и Оборин справедливо отмечают важность всеобщего (философского) метода познания, который определяет мировоззренческую платформу исследователя, на основе которой формируется совокупность конкретных методов и понятий [Мингалева, Оборин, 2017]. Принимая во внимание практическое отсутствие единой методологии в данном направлении исследования, мы в своей работе основывались прежде всего на историческом и холистическом методах анализа, для того чтобы максимально полно осветить подходы к исследуемому вопросу, а также отразить изменение взглядов во времени.

Структура исследования основана на принципе «от общего к частному». В начале будет рассмотрено понятие устойчивого развития, его эволюция и современная трактовка. После этого будет обозначена специфика устойчивого развития для индустрии туризма. Затем в рассмотрение вводится понятие социального капитала и через его призму анализируются пути реализации концепции устойчивого развития в туризме. В заключение работы будут подведены итоги и обозначены направления будущих исследований.

Концепция устойчивого развития и ее использование в туризме

Термин «*устойчивое развитие (sustainable development)*» появился в экономической теории относительно недавно, но довольно широко используется в различных направлениях науки, являясь собирательным обозначением бережного и гуманистичного роста. Устойчивое развитие очень часто путают с развитием постоянным или стабильным (*steady-state growth*), понимая под таким развитием непрерывный количественный рост, как пра-

вило, исключительно показателей экономической деятельности. В то же время в экономической теории, социологии и ряде наук о развитии территорий и природоохранной деятельности термин «устойчивое развитие» имеет четкое определение.

В начале 1970-х гг. прошлого века обсуждение в рамках ООН и Римского клуба вопросов развития человечества и сохранения планеты для будущих поколений привело к появлению первых деклараций по расширенному пониманию роста. Наиболее известным из этих программных документов стал доклад «Пределы роста», посвященный вопросам загрязнения окружающей среды и ограниченности природных ресурсов. Проблемы экологии, экономики и социального развития были впервые связаны в рамках единой концепции развития.

Непосредственно сочетание *sustainable development* впервые встречается в качестве термина в широко известном докладе Г. Х. Брундтланд в 1987 г., созданного в рамках работы комиссии ООН по окружающей среде и развитию: «Человечество способно сделать развитие устойчивым — обеспечить нужды настоящего поколения, не подвергая риску способность будущих поколений удовлетворять свои потребности». Там же была впервые представлена триединая концепция устойчивого развития с обозначением трех сфер развития, которые обеспечивают устойчивость: экономическая, социальная и экологическая [Доклад, 1987]. Концепция развивалась в ходе многочисленных обсуждений, и уже с 2003 г. это объединенное понимание полноценного развития становится одним из ключевых терминов в стратегиях ООН, а в 2015 г. были сформулированы 17 целей устойчивого развития (ЦУР) на период до 2030 г., которые увязывают экономическое, социальное и экологичное развитие общества [ООН ЦУР, 2019].

Устойчивое развитие определяется как развитие, отвечающее потребностям нынешнего поколения без ущерба для возможностей будущих поколений удовлетворять их собственные потребности. Устойчивое развитие предусматривает согласованные усилия по созданию инклюзивного, устойчивого и жизнеспособного будущего для людей и планеты. Для достижения устойчивого развития крайне важно согласовать три основных элемента: экономический рост, социальную интеграцию и охрану окружающей среды.

Следует отметить, что в ходе отраслевых исследований устойчивое развитие неизменно приобретает свою специфику, связанную непосредственно с видом деятельности, и туризм не является исключением.

ООН определяет устойчивый туризм в своей программе по защите окружающей среды UNEP как «туризм, который в полной мере учитывает свои нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих сообществ» [UNEP, 2013]. Здесь

важно подчеркнуть, что устойчивость — это сбалансированный взгляд на развитие индустрии и на все последствия такого развития, как позитивные, так и негативные [Nunkoo, 2017]. Хотя некоторые исследователи делают акцент именно на положительном балансе экономических, экологических, социально-культурных воздействий туризма, а также интересов туристов и местного населения между собой [Береза, 2009].

На рис. 1 представлена схема формирования триединой концепции устойчивого развития туризма. Главным здесь является не состав или обязательность конкретных целей, которые могут различаться в зависимости от региона, масштаба и времени планирования, а именно возможность учета всех трех сфер жизнедеятельности одновременно. В частности, в данной интерпретации схемы нами были взяты за основу системы агрегированных индикаторов развития устойчивого туризма и дополнены в соответствии с рекомендациями по статистическому измерению ЦУР Всемирной туристской организации при ООН [Lozano-Oyola et al., 2019; Asmelash and Kumar, 2019; Kester UNWTO, 2017].



Рис. 1. Схема формирования триединой концепции устойчивого развития туризма

Источник: составлено авторами.

При бесспорной важности всех семнадцати ЦУР в рамках решения тех или иных проблем имеет смысл стремиться к достижению одной-трех целей одновременно, иначе неизбежно возникают сложности в реализации. Так, в устойчивом туризме, если сразу поставить цели сниже-

ния бедности принимающих регионов, защиты экосистем и сохранения исторических ценностей, то едва ли удастся достичь успехов даже на пути к одной из них, поскольку такие цели не только масштабны, но и слишком разноразнаправленны по охвату участников. Вопрос выявления наиболее важных целей, расставления приоритетов и утверждения стратегии устойчивого развития требует участия представителей бизнеса, государства и местного сообщества.

Для формирования политики устойчивого развития туризма важна координация действий и управление стратегией. При этом не следует понимать координацию и управление исключительно как процесс государственного регулирования. Б. Джессоп дает следующее определение механизмам координации (*governance*) применительно к концепции устойчивого развития туризма: «Рефлексивная самоорганизация субъектов, вовлеченных в сложные отношения взаимозависимости, где самоорганизация основана на продолжающемся диалоге и совместном использовании ресурсов для разработки взаимовыгодных совместных проектов, а также управлении противоречиями и дилеммами, неизбежно возникающими в таких ситуациях» [Jessop, 2003]. Данное определение включает в себя сразу несколько элементов, присущих феномену «социального капитала», а именно: сложные отношения, взаимозависимость, совместное использование ресурсов, взаимовыгодность проектов.

Кроме того, нельзя не учитывать необходимость доверия между участниками туристского сообщества, которое также является одним из условий формирования благоприятной основы для устойчивого развития. Согласно результатам исследования группы ученых из Франции и США государственное регулирование имеет сильную отрицательную корреляцию с различными показателями уровня доверия в обществе. В результате сравнения группы стран с переходной экономикой с группой стран ОЭСР был сделан вывод о наличии двух разноразнаправленных тенденций, когда в странах с высоким уровнем доверия наблюдается низкий общественный спрос на государственное регулирование, и наоборот [Aghion et al., 2010]. И хотя авторы напрямую не используют термин «социальный капитал», а оперируют такими понятиями, как «убеждения», «доверие», «цивилизованность», прослеживается тесная взаимосвязь между социальным капиталом и устойчивым экономическим и социальным развитием.

Социальный капитал в концепции устойчивого развития туризма

Рассматривая роль социального капитала в устойчивом развитии туризма, необходимо принимать во внимание тот факт, что в научном сообществе существуют различные теоретические подходы к определению как содержания феномена социального капитала, так и задач по его ис-

следованию. Из всего многообразия взглядов на социальный капитал следует выделить по крайней мере четыре основных подхода к его исследованию: социоантропологический (психологический), социологический, экономико-институциональный, политологический [Стрельникова, 2003].

В рамках данной работы нас в наибольшей мере интересуют отношения между субъектами туризма, формирующиеся с целью устойчивого социально-экономического развития. Поэтому в вопросах определения социального капитала мы будем придерживаться его социологических трактовок и ряда экономико-институциональных расширений, тем более что во многих аспектах эти исследовательские подходы пересекаются.

Согласно исследованиям американского социолога А. Портеса, идея социального капитала заимствована из основ социологии XIX в., где данная концепция так или иначе подразумевается в работах Э. Дюркгейма и К. Маркса [Портес, 1998]. Французский социолог П. Бурдьё был первым, кто последовательно проанализировал понятие социального капитала в его современном понимании. Бурдьё определяет социальный капитал как совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания, — иными словами, с членством в группе [Бурдьё, 1986]. Он ставит объем социального капитала в зависимость от размера сети связей агента, которые тот может эффективно мобилизовать, и от объема капитала (экономического, культурного или символического), которым, в свою очередь, обладает каждый из тех, кто с ним связан. Кроме того, он подчеркивает роль прибыли, приносимой членством в группе, которая лежит в основе солидарности групп.

В экономических исследованиях широко используется определение социального капитала, данное американским социологом Дж. Коулманом, который использовал экономические принципы рационального поведения в анализе социальных систем, не ограничиваясь рассмотрением экономических систем и проводя анализ таким образом, чтобы не выпадала социальная организация. Определяя социальный капитал как нечто нейтральное, Коулман делает акцент на его функциях, составляющих и возможностях использования [Coleman, 1988]. Коулман отмечает, что продуктивность социального капитала заключается в том, что с его помощью могут быть достигнуты соответствующие цели, добиться которых при его отсутствии невозможно. Это полностью укладывается в концепцию устойчивого развития, которая требует участия индивидов, групп и организаций из различных сфер, которых весьма сложно даже собрать вместе, а тем более привести к консенсусу.

По мнению Коулмана, различные формы социального капитала имеют свою ценность для упрощения некоторых действий, но в то же время эта ценность является потенциальной и может оказаться бесполезной. Применяя данный тезис к индустрии туризма, можем определить соци-

альный капитал по факту наличия в отрасли различного рода объединений, форумов, союзов и т.д. В то же время наличие тех или иных форм ассоциаций в сфере туризма вовсе не гарантирует, что в рамках их деятельности будут приниматься решения, способствующие развитию, и что такие объединения вообще будут проявлять продуктивную активность.

Более того, инициаторы подобного рода ассоциаций, являясь создателями социального капитала и, как следствие, общественного блага, обычно получают лишь малую часть этого самого блага [там же, с. 116]. Это свойство социального капитала, а также понимание того, что гражданские инициативы обычно носят волонтерский характер со стороны активистов, приводят нас к необходимости включения в рассмотрение таких категорий, как доверие, ответственность, честность. В этой связи интересно развитие идеи социального капитала американским политологом Р. Д. Патнэмом, который понимает его как всеохватывающую концепцию для норм и социальных сетей, регулирующих взаимодействие между индивидами и группами индивидов. Патнэм рассматривает социальный капитал и гражданское общество как основные предпосылки для общественного благосостояния, «когда доверие и социальные сети хорошо развиты, индивиды, фирмы, районы и даже нации процветают» [Putnam, 1993].

Значительный вклад в экономическое понимание социального капитала внесли С. Нек и Ф. Кифер, которые в начале 1990-х гг. провели масштабные эмпирические исследования степени воздействия социального капитала на экономику развитых и развивающихся стран. Полученные результаты позволили авторам утверждать, что социальный капитал не следует рассматривать как однородную субстанцию, и влияние его различных составляющих на экономику и общество во многом зависит от контекста, но в целом страны с более высоким ВВП на душу населения и темпами экономического роста имеют также и высокий уровень социального/гражданского капитала и доверия в обществе [Knack, Keefer, 1997]. Позже Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес предложили скорректированное определение социального капитала как «постоянные и общие убеждения и ценности, которые помогают группе преодолеть проблему безбилетников в осуществлении социально значимых видов деятельности» [Guiso et al., 2010], таким образом прямо обозначая наличие экономического воздействия данного капитала на общественную жизнь.

Важно отметить, что многообразие и мультидисциплинарность исследований социального капитала породили проблему отсутствия единства в понимании терминов «форма», «тип», «вид», «элемент», «компонент» по отношению к социальному капиталу. Не предполагая введения новых определений или структурирования уже имеющихся, обозначим наше понимание ряда ключевых терминов, которые использованы в настоящей работе.

Понятия *формы, элемента и компонента* отнесем к категории, упорядочивающей внутреннее содержание, т.е. всегда включаемой в определение социального капитала вне зависимости от исследовательского подхода. Жесткое ядро в определениях социального капитала составляют три элемента так называемой триады социального капитала: нормы, доверие и социальные сети [Полищук, Меняшев, 2001, с. 48]. В свою очередь, наиболее близким к целям данного исследования является определение Мирового банка, основанное на указанных элементах: «Социальный капитал означает сети контактов и взаимоотношения между людьми, способствующие доверию и формирующие качество и количество социальных взаимодействий в обществе» [World Bank, 1999, с. 18].

Понятия *тип и вид* обозначают группу, содержащую характерные, обобщенные черты социального капитала. Каждая подобная типологизация в той или иной мере происходит в определенном исследовательском контексте и соотносится с характеристиками какого-либо компонента социального капитала.

В настоящий момент существует большое количество классификаций и типологий социального капитала, но основным и наиболее часто упоминаемым в литературе является разделение по следующим признакам:

- 1) масштаб анализа: микро-, мезо- и макроуровень;
- 2) уровень обобществления: групповой и индивидуальный; внешний, внутренний и смешанный;
- 3) институционализированность: формальный и неформальный;
- 4) характеристики сети: объединяющий и связывающий, открытый и закрытый, по силе связи и/или плотности сети и т.д.;
- 5) историко-организационный контекст: семейный, общинный, артельный, самоуправляющихся бригад, организаций, предприятий, отделов, клубов и т.п.;
- 6) агрегированные формы: структурный, когнитивный и отношенческий 1 и 2-го типов.

Для устойчивого развития туризма важны все формы и типы социального капитала именно потому, что это позволяет наилучшим образом добиться учета разноплановых интересов. Тем не менее одной из наиболее приоритетных исследовательских задач видится выявление специфики социального капитала, задействованного в ходе формирования политики устойчивого развития. Формирование политики — процесс более инклюзивный и динамичный в сравнении с разработкой стратегии и в большей степени соответствует принципам устойчивого развития. В свою очередь, политический процесс основан на различных механизмах координации, действующих в обществе.

Определим модель устойчивого развития туризма, обеспечивающую наиболее полную представленность интересов, через механизмы координации. За основу мы приняли типологию механизмов организационного контроля У. Ооти, которая была модифицирована Г. Томпсоном и соав-

торами, а именно структурирована по оси взаимоотношений (*ось x* от конкуренции к координации) и организационных форм (*ось y* от иерархичных организационных форм к независимым) и дополнена концепцией сетей [Ouchi, 1979; Frances et al., 1991, p. 244]. Полученную структуру мы адаптировали под специфику применения в туризме, наполнив координационные механизмы акторами — субъектами туристской деятельности. Вывод о природе формирования политики устойчивого туризма на пересечении квадрантов был получен на основе работ А. Аморе и М. Холла, которые после анализа и систематизации современных механизмов координации обнаружили, что партисипативные, совещательные и рефлексивные механизмы находятся в области, близкой к пересечению четырех «идеальных типов» механизмов координации [Amore, Hall, 2016]. Для устойчивого развития туризма нам интересны наиболее партисипативные сочетания механизмов координации.

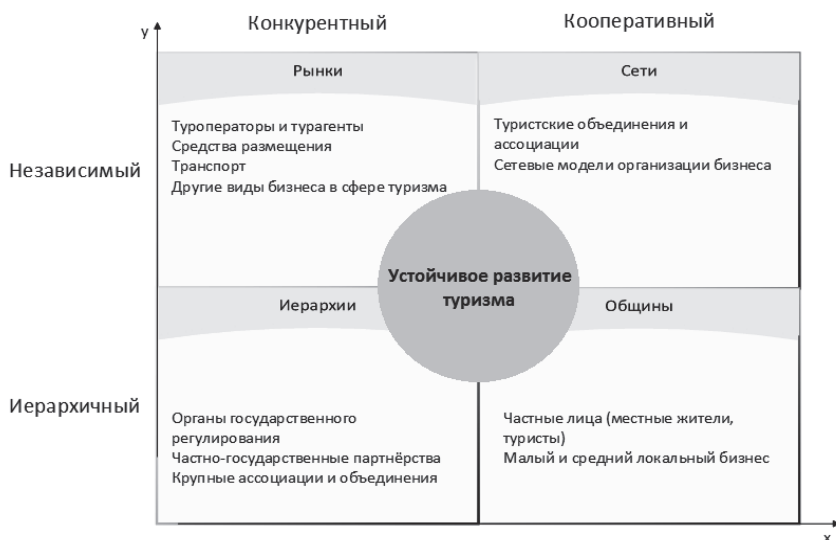


Рис. 2. Модель устойчивого развития туризма на основе типов механизмов координации
 Источник: составлено авторами.

Квадранты модели представляют механизмы координации, которые различны по сути организации и внутренних взаимоотношений. В упрощенном виде они характеризуются следующим образом: Иерархия — идеализированная модель демократической координации и общественного администрирования; Рынок — механизм координации, при котором аллокация ресурсов с помощью закона спроса и предложения рассматривается как единственно эффективная; Сеть — управляемая координация частно-государственных интересов и ресурсов множеством акторов-участ-

ников посредством создания социальных структур; Община¹ — механизм координации, в котором первостепенная роль при решении проблем отводится местным сообществам с минимальным уровнем государственного вмешательства [Hall, 2011, p. 444]. Акторы в данном случае — это субъекты туристской деятельности, их объединения и органы государственного регулирования.

Среди субъектов туристской деятельности Федеральным законом от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с дополнениями и изменениями) выделяются: туристы, туроператоры и турагенты, экскурсанты и экскурсоводы, гиды-переводчики, инструкторы-проводники. Кроме того, в туристскую индустрию законодательно включены гостиницы и иные средства размещения, транспорт, средства развлечения и операторы информационных систем, следовательно, все субъекты этой деятельности также могут считаться субъектами туризма.

Определив модель устойчивого развития через основные механизмы координации и акторов, принимающих участие в формировании политики развития туризма, обозначим роль социального капитала в данном процессе. Основываясь на том, что каждый механизм координации характеризуется специфичной организацией и взаимоотношениями, предположим, что актерам потребуются различные типы социального капитала для действия внутри одного механизма координации или взаимодействия между ними. При таком условии наиболее интересным инструментом видится систематизация исследовательских подходов к социальному капиталу в их взаимосвязи с координацией и воздействием на общественную политику, разработанная М. Вулкоком и Д. Нараяном, которые объединили формы социального капитала в группы на основе политэкономических теорий разделения общества и новой институциональной экономики [Woolcock, Narayan, 2000]. Четыре группы подходов — общинный, сетевой, институциональный и синергетический — во многих аспектах совпадают с четырьмя «идеальными типами» механизмов координации, представленных в модели устойчивого туризма. В табл. 1 мы произвели сопоставление вышеназванных подходов и механизмов координации, а также обозначили позитивные и негативные эффекты при использовании каждого подхода в исследовании социального капитала в туризме на основе работ Р. Нанку и М. Холла, которые проанализировали воздействие различных элементов социального капитала на политику развития туризма [Nunkoo, 2017; Hall, 2011].

¹ В современном русском языке все переводы англоязычного слова «community» уже ассоциируются с ранее использовавшимися значениями. В данной работе мы переводим «community» как «община», понимая под этим термином небольшое географически ограниченное сообщество людей с какими-либо общими характеристиками, без привязки к историко-культурному контексту, существовавшему ранее.

Исследовательские подходы к роли социального капитала в устойчивом развитии туризма

Исследовательские подходы	Механизмы координации	Акторы	Эффекты использования в туризме	
			Позитивные	Негативные
Общинный	Общинный	Частные лица (туристы и местные жители), малый и средний локальный бизнес	Учитываются интересы местных сообществ, развиваются нормы взаимовыручки и поддержки, снижается бедность	Относительно низкий масштаб охвата, ограниченная вовлеченность, негативное восприятие туризма, неравенство и дискриминация; высокая вероятность развития негативных форм социального капитала; возможность быстрой реализации плохих идей
Сетевой, институциональный	Сетевой, рыночный	Туроператоры и турагенты, средства размещения, транспорт, другие виды бизнеса в сфере туризма, туристские объединения и ассоциации, сетевые модели организации бизнеса	Децентрализация программ развития, создание туристских кластеров, развитие вертикальных и горизонтальных бизнес-связей Укрепление гражданских свобод, развитие прозрачности и доверия в сфере регулирования туризма	Изоляция отдельных участников, преследование узких интересов, ограничение информации в рамках замкнутых групп, «провалы рынка»; выбор неправильных целей и индикаторов развития Недостаточная представленность микрорунья, «навязанное сверху» планирование, игнорирование интересов местных сообществ
Синергетический	Иерархический	Органы государственного регулирования, частно-государственные партнерства, крупные ассоциации и объединения	Совместное производство и развитие туристских сервисов, расширение масштабов деятельности местного туризма, вовлечение негосударственных участников в деятельность	Деграляция частно-государственного партнерства, конфликт интересов в вопросах целеполагания развития туризма, насилие со стороны более организованных групп, плохая реализация хороших идей

Источник: составлено авторами на основе [Woolcock, Narayan, 2000; Hall, 2011; Nunkoo, 2017].

Первый подход к изучению социального капитала в туризме — *общинный, или уровень местного сообщества*, характеризуется степенью и интенсивностью участия местных жителей в работе локальных объединений, таких как: советы, клубы, ассоциации, кооперативы, местные НКО. Такой капитал создают и накапливают люди, которые ведут туристскую деятельность непосредственно в местах размещения туристов и дестинациях. Участие во взаимосвязях подобного рода позволяет выявить проблемы и интересы местных жителей, связанные не только с туристской деятельностью, но и с экономико-социальной ситуацией региона в целом. На данном уровне анализируются виды участия в управлении, причины такого участия, интенсивность деятельности местного сообщества [Wondirad, Ewnetu, 2019]. Кроме того, рассматриваются такие управленческие механизмы, как оптимизация местных туристских объединений или моделей туристского планирования [Moscardo et al., 2017].

В большинстве случаев различного рода взаимодействия на общинном уровне рассматриваются как исключительно позитивное явление, поскольку зачастую только этот регулятивный канал доступен местным жителям для решения своих проблем. Тем не менее негативные стороны при анализе на данном уровне также нужно учитывать. В первую очередь это небольшой масштаб деятельности и неспособность (или нежелание) ее расширять. В туризме это чаще всего проявляется в низком уровне качества. Например, если крупные сетевые гостиницы находятся в процессе постоянного совершенствования сервиса, внедряя новые стандарты деятельности, разработанные централизованно, то небольшие частные гостиницы работают «по старинке». То же относится к возможности аккумуляции капитала для расширения деятельности. У местных сообществ доступ к инвестиционным ресурсам значительно меньше, чем у крупных участников туррынка.

Кроме того, еще одним минусом социального капитала общинного уровня является его относительная однородность и закрытость, что порождает различные виды дискриминации и развитие негативных форм социального капитала. Устойчивое развитие туризма требует справедливого участия и вознаграждения всех работников отрасли, в то время как местные сообщества далеко не всегда открыты для всех групп населения. Национальные и гендерные вопросы наиболее остро встают именно на локальном уровне, куда менее всего проникают правила корпоративной культуры, основанные на недискриминационных нормах международного права.

При рассмотрении *сетевого и институционального* подходов мы сохранили их оригинальное разделение по версии Вулкока и Нараяна, однако с учетом современного состояния сетевого анализа граница между данными подходами становится все более размытой. Новая институциональная теория оказала существенное влияние на развитие методологии

исследования сетевых форм организации бизнеса [Шерешева, 2014]. Понятия ограниченной рациональности, оппортунистического поведения, специфичности активов, транзакционных издержек, контрактного подхода в качестве методологического принципа анализа позволяют сравнивать экономическую эффективность разных механизмов координации [Баджо, Шерешева, 2014]. Таким образом, разделение указанных подходов можно наблюдать только в ряде «технических» аспектов, на которых остановимся подробнее.

В основе *сетевого* подхода лежит принцип анализа связей социальных позиций внутри социальной структуры [Frances et al., 1991, p. 173]. При анализе социальных сетей принимается во внимание не только тип участников (индивид, группа, организация и т.д.), но и вид образуемых связей, их плотность, количество, наличие посредника и т.д. В отличие от общинного сетевого подход позволяет проследить процесс формирования социального капитала у участников туриндустрии различного уровня и различных географических локаций. Если в случае общины мы наблюдаем в основном горизонтальные связи, например между владельцами гостиниц в одном регионе, то сетевой подход позволяет анализировать крупные сети, участники которых могут иметь связи как по горизонтали, так и по вертикали, не ограничиваясь при этом территорией региона или рамками специализации.

Примером такой сети является Российский союз туриндустрии (РСТ), куда входит более 1000 организаций, среди которых туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма. Все эти организации обладают социальным капиталом, который имеет форму возможности совместной деятельности и выражения интересов при формировании политики развития туризма. Кроме того, существуют сетевые бизнес-модели, участники которых также способны оказать значительное влияние на формирование политики туризма. Так, М. Оборин и М. Шерешева выделяют в туристско-рекреационной сфере России три основные сетевые модели организации бизнеса с различным составом участников, различающихся по профилю деятельности [Оборин, Шерешева, 2017].

При всей перспективности сетевого подхода нельзя не отметить его недостатки, во многом обусловленные «провалами рынка». В случае нарушения деятельности конкурентных механизмов существует вероятность сговора и отстранения (изоляции) отдельных игроков. Дж. Солард описывает ситуацию дисбаланса объединяющего и связывающего социального капитала при реализации стратегии развития туризма в США, приведшего к появлению региональных анклавов, участники которых бойкотировали внедрение стратегии [Soulard et al., 2018]. Кроме того, участники сети не всегда выбирают наиболее оптимальные цели с точки зрения концеп-

ции устойчивого развития туризма. О. Эркус-Озтюрк и А. Эрайдин приводят опыт развития сетей в дестинациях Турции, где сети формируются с экономическими целями в ущерб экологическим и социальным [Erkus-Ozturk, Eraydin, 2010].

С точки зрения *институционального* подхода (технически определяя данный подход только формальными ограничениями и правилами игры по Д. Норту) к пониманию социального капитала главная роль отводится государству как основному источнику формирования организационно-правовой среды, в которой взаимодействуют участники туристской индустрии. Главное отличие институционального подхода от общинного и сетевого заключается в том, что социальный капитал здесь является величиной зависимой. В первых двух подходах участники взаимодействуют самостоятельно и результат этих взаимодействий зависит исключительно от их усилий. В случае же институционального подхода к анализу социального капитала уровень его развития зависит от условий, созданных государством.

Доверие к действующим институтам обуславливает доверие к новым государственным инициативам и вовлечению людей в регулирование, т.е. способствует развитию социального капитала [Nunkoo, Smith, 2013]. Среди институтов, способствующих развитию социального капитала, М. Фрейтаг и М. Булман обозначили: универсализирующие, институты разделения властей, а также институты, ограничивающие некооперационное поведение [Freitag, Buhlmann, 2009]. В случае же их слабой развитости участники политического процесса ограничены в своих возможностях влиять на институциональные условия, и, следовательно, их усилия по созданию и использованию социального капитала также ограничены. Так, Б. Нутебум отмечает, что недостаток институтов, с одной стороны, предполагает большую ориентацию на социальный капитал, а с другой — требует дополнительных усилий и затрат на его развитие, что в результате ограничивает его генерацию [Nooteboom, 2007].

В то же время при анализе социального капитала в рамках институционального подхода нельзя ограничиваться только формальными институтами. Так, Л. Полищук отмечает, что «формальные институты и социальный капитал, решая близкие задачи, взаимно заменяют друг друга, и при достаточном запасе социального капитала потребность в государственном присутствии в экономике и в обществе снижается», и социальный капитал правомерно рассматривать как институт особого рода, имеющий неформальное происхождение [Полищук, Меняшев, 2001, с. 49]. Таким образом, влияние неформальных институтов на формирование социального капитала также имеет смысл исследовать в рамках *институционального* подхода, пересмотрев монопольную роль государства в данном процессе. Более того, в направлении изучения неформальных институтов происходит и развитие новой институциональной экономической теории

[Аузан, Никишина, 2013], что также указывает на необходимость поиска негосударственных форм.

Как следует из описания институционального подхода, его реализация во многом устраняет недостатки подхода сетевого. Однако такая позиция противоречит концепции свободного рынка, которая отвергает государственное вмешательство. Последний подход — *синергетический* — объединяет в себе элементы всех перечисленных выше подходов к пониманию социального капитала. Взаимовыгодное объединение по типу «государство — общество — бизнес» должно в итоге сформировать стратегию развития туризма, учитывающую интересы максимального количества участников. При этом принимаются во внимание интересы местного сообщества, цели развития бизнеса, а государство обеспечивает институциональную среду для взаимодействия и реализации поставленных задач.

Однако основной предпосылкой для критики как институционального, так и синергетического подходов является их ориентация на макроуровень акторов. Если принять за аксиому, что формулирование политики — прерогатива исключительно государства или крупных участников рынка, то неизбежно возникает проблема недостаточного внимания к местным реалиям и методам воздействия на стратегию устойчивого развития. Более мелкие участники процесса не имеют возможности отстаивать свои интересы, поэтому даже формирование институциональной среды, которая должна обеспечивать общественный диалог, будет изначально ориентировано на тех, кто смог пролоббировать свои интересы на высшем уровне. Там же, где государство относительно слабо представлено и доминирует традиционное местное сообщество, в менее выгодном положении окажется бизнес. Другими словами, синергетический подход требует баланса в разделении власти между участниками, чего достигнуть в реальной ситуации практически невозможно.

Устойчивое развитие, государство и социальный капитал — возможность сосуществования в России

На сегодняшний день нет единого мнения ни о возможности стимулирования развития социального капитала, ни о существовании эффективных форм такого развития. Дискуссия разворачивается между двух полярных мнений: социальный капитал формируется только самим обществом (снизу) — и государство может стимулировать развитие социального капитала (сверху). Дж. Льюис, рассуждая о неоднозначности роли государства в развитии социального капитала, отмечает, что само по себе государственное вмешательство в процесс формирования социального капитала означает, что государство нам предписывает, с кем общаться, как интенсивно и насколько доверительно, что противоречит либеральным ценностям и ставит под сомнение необходимость такого социального капитала

[Lewis, 2010]. В то же время реализация таких сложных и общественно значимых стратегий, как устойчивое развитие туризма, при котором пересекаются разнонаправленные интересы множества участников, невозможно без внешней координации. Так, в Гиде Всемирной туристской организации при ООН для участников формирования политики устойчивого туризма красной нитью проходит мысль о центральной роли государства в данном процессе [UNEP/UNWTO, 2005].

Именно исходя из невозможности осуществления в настоящий момент политики устойчивого туризма без вмешательства государства, мы включили в данное исследование раздел, посвященный проблемам воздействия государства на процесс формирования социального капитала в России. Среди существующих политических проблем наиболее значимыми для развития социального капитала с точки зрения всех описанных ранее подходов нам видятся три фундаментальных ограничения со стороны государства: монополизация власти, коррупция и консервация действующей системы управления.

Монополизация власти — проблема, которую нельзя однозначно списать на авторитарность режима и узурпацию механизмов координации. Это и слабость гражданского общества. Россияне проявляют весьма низкую гражданскую активность, которую можно оценить по степени участия в различных объединениях и ассоциациях. Согласно данным базы Всемирного исследования ценностей (WVS), только процент участия в тех или иных инициативах колеблется от 0,1 до 2,4%, и первые по популярности организации — это спортивные и религиозные [Inglehart et al., 2011]. Если государственная власть не уравновешивается властью гражданской (а это и есть деятельность гражданских объединений вокруг общественно-политической проблематики), то со временем происходит монополизация власти и становление автократических режимов, при которых оказать влияние на стратегическое развитие практически невозможно.

Тенденция государственной монополизации власти уже четко прослеживается в России. Так, по данным опросов Левада-Центра, 58% респондентов считают себя совершенно неспособными повлиять на происходящее в стране, а 46% никак не могут повлиять на принятие государственных решений, 42% респондентов считают, что интересы власти и общества не совпадают. Среди причин нежелания активно участвовать в политике россияне указывают: занятость повседневными делами — 28%, уверенность в невозможности что-либо изменить — 24%, убеждение в том, что «политика не для рядовых граждан, политикой занимаются власти» — 22% [Левада-Центр, 2020]. Это самые популярные ответы на вышеобозначенные вопросы. Таким образом, вопросы формирования политики всех уровней воспринимаются гражданами как нечто, лежащее вне сферы их возможностей. При таком поведенческом паттерне очень сложно пы-

таться формировать социальный капитал на общинном и сетевом уровне, а институциональный и синергетический вообще остаются чисто теоретическими концептами.

Второй чрезвычайно важной проблемой в вопросе использования социального капитала является коррупция. Как уже отмечалось, вмешательство государства в процесс формирования социального капитала не всегда оценивается экспертами как благоприятное, а если это происходит с корыстными намерениями, то возникает прямо противоположный эффект. Так, Дж. Филд, подчеркивая роль государства в процессе развития социального капитала, отмечает, что чиновники, непреднамеренно подрывая существующие и налаженные связи, создают новые связи, которые потом могут иметь негативные эффекты [Field, 2016]. Негативные эффекты — это как минимум непродуктивное взаимодействие, но, к сожалению, чаще всего они принимают форму коррупционных схем.

Согласно Индексу восприятия коррупции, рассчитываемому международной организацией Transparency International, в 2019 г. Россия занимала 137-е место из 180 по уровню коррупции. Большая часть опрошенных россиян — 41% — главными характеристиками современной российской власти считают криминальность и коррумпированность [Левада-Центр, 2020, с. 41]. Ситуация усугубляется историчностью коррупционного развития (*path-dependence*), когда неэффективность начального набора институтов привела к тому, что система продолжает воспроизводить неэффективные состояния и коррупционные схемы регулирования, что особенно актуально для постсоветских экономик, существенно деформировавшихся в переходный период [Забелин, 2007]. В ситуации, когда закон и порядок не относятся к прерогативам государственной власти, возникает вопрос, является ли вмешательство такого государства благом в принципе или участникам туристской отрасли выгоднее вернуться к таким не институционализированным государством нормам, как доверие.

И третья проблема, связанная с государственной функцией в сфере формирования социального капитала, логично вытекает из первых двух и заключается в попытке консервации существующей системы управления. Очевидно, что монополистов устраивает монополия, а коррупционеров безнаказанность, поэтому любые попытки изменения сложившихся схем управления выдаются за дестабилизацию экономической и политической ситуации. Понятие устойчивого развития подменяется понятием устойчивости, которая упорно сводится к задачам стабилизации макроэкономики, опирающейся на приоритет экономического роста для накопления капитала в ущерб окружающей среде, как природной, так и социальной. Такой подход не отражает ни сути, ни целей устойчивого развития, заложенных в концепции ООН. Более того, это говорит о развитии «анти-устойчивых» тенденций в экономике, связанных с истощением природного и человеческого капитала.

Безусловно, при формировании и использовании социального капитала возникают проблемы не только со стороны государства, но и на всех остальных уровнях, начиная с поведенческих установок индивидов, ограничивающих социальные коммуникации, и заканчивая сложностями межатраслевого взаимодействия. Однако обозначенные проблемы государственной сферы видятся наиболее сложными для решения и требующими масштабных реформ.

Выводы и направления будущих исследований

Улучшение качественных характеристик туристской деятельности, переход к социально ответственным и экологичным методам хозяйствования делают необходимым внедрение концепции устойчивого развития в планирование стратегий развития туризма. За почти полувековую историю существования концепция устойчивого развития была конкретизирована на уровне ООН до четко сформулированных целей и задач для реализации. Принципы устойчивого развития были детализированы и адаптированы на уровне отраслей, в том числе и в туризме.

В ходе проведенного исследования была обозначена необходимость учета разноплановых интересов для формулирования стратегий устойчивого развития туризма, выражающаяся в самоорганизации, общественном диалоге и активности участников всех уровней. Большое количество участников политического процесса требует установления тесных доверительных отношений в рамках обсуждения и планирования развития. Вопросы создания и реализации таких отношений относятся к сфере формирования социального капитала.

Понимая социальный капитал с точки зрения его социологических трактовок как сети контактов и взаимоотношения между людьми, способствующие доверию и формирующие качество и количество социальных взаимодействий в обществе, мы провели анализ подходов к изучению его роли в устойчивом развитии туризма. Определив модель устойчивого развития туризма, обеспечивающую наиболее полную представленность интересов, через четыре «идеальных типа» механизмов координации, мы сопоставили их с группами подходов к изучению социального капитала, а также обозначили позитивные и негативные эффекты при использовании каждого подхода в исследовании социального капитала в туризме.

При всей важности самоорганизации и личной активности участников туристской индустрии нельзя недооценивать роль государства в процессе генерации социального капитала и интенсификации его использования. Учитывая важность институциональной основы и общей регулятивной деятельности, мы отдельно обозначили проблемы, которые возникают именно на государственном уровне: монополизация власти, коррупция

и консервация сложившихся практик управления. Понятие устойчивого развития подменяется понятиями устойчивости и стабильности, а попытки вовлечения общественности в планирование развития сводятся к политическим вопросам борьбы за власть.

Полученные результаты позволяют не только обобщить имеющиеся данные и уточнить роль социального капитала в устойчивом развитии, но и выявить перспективные направления для будущих исследований:

- 1) социальная структура и ее специфика в приложении к отраслевому взаимодействию в России [Uzzi, 1997; Martin, 2011];
- 2) межфирменное взаимодействие при формировании общих конкурентных преимуществ, передаче технологий и устойчивом развитии [Ahuja, 2000; Wike et al., 2019; Martínez-Pérez et al., 2019];
- 3) сетевые модели разработки политики устойчивого развития туризма при участии игроков различного уровня [Laumann, Knoke, 1987; Bai et al., 2019];
- 4) использование социального капитала для развития адаптивной способности и социального обучения как ответной меры пандемическому кризису в туристической индустрии [Musavengane, Kloppers, 2020; Dressel et al., 2020; Hall et al., 2020].

Необходимо также исследовать культурологические и поведенческие аспекты формирования гражданских инициатив и объединений для решения вопросов устойчивого развития. Кроме того, крайне важным является проведение междисциплинарных конференций для специалистов в сфере экономики, социологии и экологии, что послужит толчком для проведения совместных исследований по вопросам устойчивого развития. Вовлечение большого количества участников в подобные исследования уже само по себе способствует генерации социального капитала и развитию гражданского общества.

Список литературы

1. Аузан А. А., Никишина Е. Н. Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. — 2013. — № 4. — С. 48–57.
2. Баджо Р., Шерешева М. Ю. Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2014. — № 2. — С. 3–21.
3. Береза О. А. Подходы к исследованию устойчивого развития туристско-рекреационной отрасли на региональном уровне // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2009. — № 3(29). — С. 97–104.
4. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Ноябрь 2016. — М.: Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/11063.pdf> (дата обращения: 14.05.2020).

5. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития «Наше общее будущее» // ООН: официальный сайт. URL: <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (дата обращения: 02.11.2019).
6. *Забелин Д. В.* Условия устойчивого развития туризма в отраслевой структуре стран с посткризисной экономикой // Экономический вестник Ростовского государственного университета. — 2007. — Том 5. — № 2. — Часть 2. — С. 95–99.
7. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 446 с.
8. *Мингалева Ж. А., Оборин М. С.* Формирование методологии исследования устойчивого развития территорий // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2017. — № 3. — С. 3–24.
9. *Оборин М. С., Шерешева М. Ю.* Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере // Управленец. — 2017. — № 4(68). — С. 24–31.
10. Общественное мнение — 2019. — М.: Левада-Центр, 2020 — 188 с.
11. Опрос «Где лучше сервис?». Туристский портал Турпром — 2019. URL: <https://www.tourprom.ru/polls/127/> (дата обращения 22.04.2020).
12. *Полищук Л., Меняшев Р.* Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. — 2001. — № 12. — С. 46–65.
13. *Стрельникова Л. В.* Социальный капитал: типология зарубежных подходов // Общественные науки и современность. — 2003. — № 2. — С. 33–41.
14. Цели в области устойчивого развития // ООН: официальный сайт. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (дата обращения: 06.11.2019).
15. *Aghion P., Algan Y., Cahuc P., Shleifer A.* Regulation and Distrust // Quarterly Journal of Economics. — 2010. — Vol. 125(3). — P. 1015–1049.
16. *Ahuja G.* The duality of collaboration: inducements and opportunities in the formation of inter-firm linkages // Strategic Management Journal. — 2000. — Vol. 21. — P. 317–343.
17. *Amore A., Hall C. M.* From governance to meta-governance in tourism? Re-incorporating politics, interests and values in the analysis of tourism governance // Tourism Recreation Research. — 2016. — Vol. 41(2). — P. 109–122.
18. *Asmelash A. G., Kumar S.* Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators // Tourism Management. — 2019. — Vol. 71. — P. 67–83.
19. *Bai X., Colbert M., McPhearson T., Roberts D., Siri J., Walsh B., Webb B.* Networking urban science, policy and practice for sustainability // Current Opinion in Environmental Sustainability. — 2019. — Vol. 39. — P. 114–122.
20. *Bourdieu P.* The Forms of Capital // In: *John G. Richardson* (ed.): Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. — New York: Greenwood Press, 1986. — P. 280–291.
21. *Coleman J. S.* Social Capital in the Creation of Human Capital // The American Journal of Sociology. — 1988. — Vol. 94. — P. S95–S120.
22. *Dressel S., Johansson M., Ericsson G., Sandström C.* Perceived adaptive capacity within a multi-level governance setting: The role of bonding, bridging, and linking social capital // Environmental Science & Policy. — 2020. — Vol. 104. — P. 88–97.

23. Entering the 21st Century. World Development Report 1999/2000. — Published for the World Bank by Oxford University Press, 1999.
24. *Erkuş-Öztürk H., Eraydın A.* Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organization building in the Antalya tourism region // *Tourism Management*. — 2010. — Vol. 31(1). — P.113–124.
25. *Field J.* Social Capital (Key Ideas). 3rd Edition. — Routledge, 2016.
26. *Frances J., Levačič R., Mitchell J., Thompson G.* Introduction. In G. Thompson, J. Frances, R. Levačič, & J. Mitchell (Eds.), *Markets, hierarchies and networks: Comparison between models* (pp. 243–245). — London: Sage, 1991.
27. *Freitag M., Buhlmann M.* Crafting trust: the role of political institutions in a comparative perspective // *Comparative Political Studies*. — 2009. — Vol. 42. — P. 1537–1566.
28. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Civic Capital as the Missing Link // *Chicago Booth Research Paper*. — 2010. — No. 10–16.
29. *Hall C.M.* A typology of governance and its implications for tourism policy analysis // *Journal of Sustainable Tourism*. — 2011. — Vol. 19(4-5). — P. 437–457.
30. *Hall M. C., Scott D., Gössling S.* Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for // *Tourism Geographies*. — 2020.
31. *Inglehart R., Haerpfer C., Moreno A., Welzel C., Kizilova K., Diez-Medrano J., Lagos M., Norris P., Ponarin E., Puranen P. et al.* (eds.). *World Values Survey: Round Six — Country-Pooled Datafile Version*: Madrid: JD Systems Institute, 2014. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> (дата обращения: 24.04.2020).
32. *Jessop B.* Governance and meta-governance: On reflexivity, requisite variety and requisite irony // H.P. Bang (Ed.). *Governance as social and political communication*. — Manchester: University Press, 2003.
33. *Kester J.* Measuring Sustainable Tourism and the SDGs. 6th Meeting of the IAEG-SDG Manama, Kingdom of Bahrain, World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://unstats.un.org/sdgs/files/meetings/iaeg-sdgs-meeting-06/5.%20UNWTO%20Tourism%20Indicators.pdf> (дата обращения: 04.04.2020).
34. *Knack S., Keefer P.* Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross country Investigation // *Quarterly Journal of Economics*. — 1997. — Vol. 112 — No. 4. — P. 1251–1288.
35. *Laumann E. O., Knoke D.* The organizational state: social choice in national policy domains. — The University of Wisconsin Press, 1987.
36. *Lewis J. M.*, *Connecting and Cooperating: Social Capital and Public Policy*. — UNSW Press, Sydney, 2010.
37. *Lozano-Oyola M., Blancas F.J., González M., Caballero R.* Sustainable tourism tags to reward destination management // *Journal of Environmental Management*. — 2019. — Vol. 250.
38. *Martin J. L.* *Social Structures*. — Princeton University Press, 2011.
39. *Martínez-Pérez Á., Elche D., García-Villaverde P.M.* From diversity of interorganizational relationships to radical innovation in tourism destination: The role of knowledge exploration // *Journal of Destination Marketing & Management*. — 2019. — Vol. 11. — P. 80–88.
40. *Moscardo G., Konovalov E., Murphy L., McGehee N. G., Schurmann A.* Linking tourism to social capital in destination communities // *Journal of Destination Marketing & Management*. — 2017. — Vol. 6(4). — P. 286–295.

41. *Musavengane R., Kloppers R.* Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes // *Tourism Management Perspectives*. — 2020. — Vol. 34.
42. *Nooteboom B.* Social capital, institutions and trust // *Review of Social Economy*. — 2007. — Vol. 65(1). — P. 29–53.
43. *Nunkoo R.* Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? // *Journal of Destination Marketing & Management*. — 2017. — Vol. 6(4). — P. 1–9.
44. *Nunkoo R., Smith S. L. J.* Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants // *Tourism Management*. — 2013. — Vol. 36. — P. 120–132.
45. *Ouchi W. G.* A Conceptual Framework for the Design of Organizational Control // *Mechanisms. Management Science*. — 1979. — Vol. 25(9). — P. 833–848.
46. *Portes A.* Social capital: its origins and applications in modern sociology // *Annual Review of Sociology*. — 1998. — P. 24:1–24.
47. *Putnam R. D.* Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. — Princeton University Press, 1993.
48. *Soulard J., Knollenberg W., Boley B. B., Perdue R. R., McGehee N. G.* Social capital and destination strategic planning // *Tourism Management*. — 2018. — Vol. 69. — P. 189–200.
49. UNEP 2013. Green Economy and Trade — Trends, Challenges and Opportunities // UNEP: официальный сайт. URL: <http://www.unep.org/greeneconomy/GreenEconomyandTrade> (дата обращения: 06.11.2019).
50. UNEP/UNWTO 2005, Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. URL: http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата обращения: 29.04.2020).
51. *Uzzi B.* Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness // *Administrative Science Quarterly*. — 1997. — Vol. 42(1). — P. 35–67.
52. *Wilke E. P., Costa B. K., Freire O. B. D. L., Ferreira M. P.* Interorganizational cooperation in tourist destination: Building performance in the hotel industry // *Tourism Management*. — 2019. — Vol. 72. — P. 340–351.
53. *Wondirad A., Ewnetu B.* Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park Milieu // *Land Use Policy*. — 2019. — Vol. 88, 104155. — P. 1–13.
54. *Woolcock M., Narayan D.* Social capital: Implications for development theory, research, and policy // *The World Bank Research Observer*. — 2000. — Vol. 15(2). — P. 225–244.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A. A., Nikishina E. N.* Dolgosrochnaja jekonomicheskaja dinamika: rol' neformal'nyh institutov // *Zhurnal jekonomicheskoy teorii*. — 2013. — № 4. — S. 48–57.

2. *Badzho R., Sheresheva M.*Ju. Setevoy podhod v jekonomike i upravlenii: mezhdisciplinarnyj harakter // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 6. Jekonomika. — 2014. — № 2. — S. 3–21.
3. *Bereza O. A.* Podhody k issledovaniju ustojchivogo razvitija turistsko-rekreacionnoj otrasli na regional'nom urovne // Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta (RINH). — 2009. — № 3(29). — S. 97–104.
4. Bjulleten' o tekushhij tendencijah rossijskoj jekonomiki. Nojabr' 2016. — M.: Analiticheskij centr pri pravitel'stve Rossijskoj Federacii. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/11063.pdf> (data obrashhenija: 14.05.2020).
5. Doklad Vsemirnoj komissii po voprosam okružhajushhej sredy i razvitija «Nashe obshhee budushhee» // OON: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (data obrashhenija: 02.11.2019).
6. *Zabelin D. V.* Uslovia ustojchivogo razvitija turizma v otraslevoj strukture stran s postkrizisnoj jekonomikoj // Jekonomicheskij vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2007. — Tom 5. — № 2. — Chast' 2. — S. 95–99.
7. Metodologija issledovanija setevyh form organizacii biznesa: kollekt. monogr. / M. A. Bek, N. N. Bek, E. V. Buzulukova i dr.; pod nauch.red. M. Ju. Shereshevoj; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki». — M.: Izd. dom Vyshej shkoly jekonomiki, 2014. — 446 s.
8. *Mingaleva Zh. A., Oborin M. S.* Formirovanie metodologii issledovanija ustojchivogo razvitija territorij // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 6. Jekonomika. — 2017. — № 3. — S. 3–24.
9. *Oborin M. S., Sheresheva M.*Ju. Specifika setevyh biznes-modelej v turistsko-rekreacionnoj sfere // Upravlenec. — 2017. — № 4(68). — S. 24–31.
10. Obshhestvennoe mnenie — 2019. — M.: Levada-Centr, 2020. — 188 s.
11. Opros «Gde luchshe servis?». Turistskij portal Turprom — 2019. URL: <https://www.tourprom.ru/polls/127/> (data obrashhenija: 22.04.2020).
12. *Polishhuk L., Menjashev R.* Jekonomicheskoe znachenie social'nogo kapitala // Voprosy jekonomiki. — 2001. — № 12. — S. 46–65.
13. *Strel'nikova L. V.* Social'nyj kapital: tipologija zarubezhnyh podhodov // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. — 2003. — № 2. — S. 33–41.
14. Celi v oblasti ustojchivogo razvitija // OON: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (data obrashhenija: 06.11.2019).