

На правах рукописи

Рогач Ольга Владимировна

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РОССИИ

5.4.7. Социология управления

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора социологических наук

Научный консультант

Фролова Елена Викторовна,
доктор социологических наук, профессор

Москва – 2024

Диссертация выполнена в ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет».

Диссертация представлена к публичному рассмотрению и защите в порядке, установленном ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в соответствии с предоставленным правом самостоятельно присуждать ученые степени кандидата наук, ученые степени доктора наук согласно положениям пункта 3.1 статьи 4 Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».

Публичное рассмотрение и защита диссертации состоится 18 июня 2024 г. в 10:00 часов на заседании диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.125 по адресу: Москва, Ленинградский проспект, д. 51, корп.1, аудитория 1001.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале Библиотечно-информационного комплекса ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по адресу: 125167, Москва, Ленинградский проспект, д. 49/2, комн. 100 и на официальном сайте Финансового университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: www.fa.ru

Персональный состав диссертационного совета:

председатель – Фролова Е.В., д.социол.н., профессор;
заместитель председателя – Юдина Т.Н., д.социол.н., профессор;
ученый секретарь – Каменева Т.Н., д.социол.н., доцент;

члены диссертационного совета:

Александрова О.А., д.э.н.;
Барков С.А., д.социол.н., профессор;
Вершинина И.А., д.социол.н., доцент;
Наберушкина Э.К., д.социол.н., доцент;
Проказина Н.В., д.социол.н., профессор;
Силласте Г.Г., д.филос.н., профессор;
Тен Ю.П., д.филос.н., доцент;
Тюриков А.Г., д.социол.н., профессор;
Шарков Ф.И., д.социол.н., профессор.

Автореферат диссертации разослан 11 марта 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
Финансового университета Д 505.001.125

Т.Н. Каменева

I Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. В современной практике управления территориальным развитием особое внимание уделено ресурсному потенциалу муниципальных образований. Однако обращение властей к внутренним источникам территории, как правило, базируется на экономической и инфраструктурной детерминантах. Муниципальные практики использования социального капитала часто ограничиваются пониманием традиционного взаимодействия власти и населения, где последнему отведена роль донора в решении задач развития территорий.

Социальный капитал, будучи достаточно сложным феноменом как с точки зрения своего структурного представления, так и набора условий, необходимых для формирования устойчивых локальных сетей, остается малоизученным в контексте социологического знания. Дополнительную сложность создает неоднозначность толкования социального капитала ввиду пересечения экономических и социальных смыслов взаимодействия индивидов. При этом контекст отраслевого развития в научной литературе не ставится вовсе.

Поэтому в диссертационной работе предлагается научное осмысление концепта социального капитала, практик его использования для развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации. Проблемы в инфраструктурном профиле муниципалитетов, унифицированность туристских практик, отсутствие эффективных механизмов и инструментов развития туризма в деятельности органов власти на местах инициировали снижение востребованности отечественного туристского продукта, а следовательно, в фокусе внимания властей преобладает поиск новых источников поддержки и развития туристской отрасли. Особую практическую значимость приобретают механизмы консолидации усилий ключевых субъектов местных сообществ, которые могут стать драйверами создания объектов туристского притяжения и основаны на национальных традициях, гастрономии, охоте, фольклоре, обычаях, народных промыслах, культурно-историческом наследии.

Индустрия туризма – достаточно широкое «поле» хозяйственной деятельности, поэтому в диссертационной работе предлагается сосредоточиться на возможности формирования и использования в деятельности властных структур социального капитала развития. Это связано с возможностью местного населения оказывать влияние на характерные черты территории ввиду самого факта своего присутствия на ней (культура,

быт, традиции, доминантные экономические практики). В современных реалиях практики использования в деятельности муниципальных органов власти социального капитала лимитированы низким уровнем вовлечения населения на правах партнерства в решение местных проблем территории, отсутствием гаранта поддержания интересов и удовлетворения потребностей представителей местных сообществ. Следствием таких дисфункций становится снижение доверия населения к органам управления, отчуждение от инициатив власти при развитии туризма на местах. Имеющие место практики включения местного населения в развитие туристической привлекательности муниципалитетов наталкиваются на административные и финансовые барьеры.

Таким образом, в социологии управления анализ вопросов самоорганизации населения и активизации их социальных взаимодействий в целях территориального развития представляет собой значимое направление научных изысканий.

Степень разработанности темы исследования. Анализу теоретических и прикладных проблем формирования и расширения социального капитала территории посвящены исследования, проблематику которых условно можно разделить на два ключевых блока. Первый блок научных трудов раскрывает концептуальные положения теорий социального капитала. Интерес представляют работы А. Токвиля, который описывает механику объединения, сплочения индивидов, хотя напрямую термин «социальный капитал» ученый не использует. Концептуальное оформление идей социального капитала во многом является заслугой П. Бурдьё, который использовал данное понятие при описании социальных связей, которые дают возможность социальной группе получить определенные выгоды. Новые методологические возможности исследования социального капитала раскрыл Г. Лоури, обосновав тезис о его наследовании. В исследованиях социального капитала, проведенных Г. Беккером, предлагается трактовка социального капитала через призму социальных структур, которые становятся фундаментом реализации ресурсов отдельных индивидов. В свою очередь, Дж. Коулман вводит в научный оборот такое понятие, как «корпоративный актор», что позволяет упорядочить понимание специфики коллективных действий и их влияния на качество социальных связей. В трудах Р. Патнэма приводится новое толкование социального капитала через призму связи между социальными индивидуумами, которая возникает в ходе сетевых взаимодействий на основе норм взаимности; выводится прямая корреляция между величиной социальных сетей и

качеством жизни местного сообщества. Критика феномена социального капитала представлена в трудах К. Оффе и А. Портеса.

Теоретический каркас концептуального представления роли доверия в формировании социального капитала сформировали такие ученые, как: П. Штомпка, Ф. Фукуяма, Э. Гидденс и другие. В подходе, предложенном Н. Луманом, можно увидеть взаимосвязь между феноменом доверия и развитием субъектности индивида. Методологическую ценность для диссертационной работы имеют труды Г. Зиммеля, Э. Дюркгейма, М. Вебера.

Ценный вклад в разработку методологического ядра теории социального капитала внесли и российские ученые. В.В. Радаев выводит следствие о невозможности присвоения социального капитала, поскольку тот представляет собой надындивидуальное благо, не сводимое к отдельным материальным ценностям и атрибутам. Л.И. Полищук, работая в схожих методологических рамках, предложил трактовать социальный капитал через способность группы к самоорганизации и коллективным действиям.

Второй блок научных исследований представлен трудами, в которых рассматриваются практики использования социального капитала в целях развития территорий. Основы аксиологического подхода к использованию социального капитала заложены в трудах классиков социологии Т. Парсонса и М. Вебера; вопросы подвижности пространства социальных взаимодействий раскрыты в трудах З. Баумана и Р. Бахлайтнера. В контексте развития туристической привлекательности указанные идеи трансформируются в социокультурную основу туристического пространства, порождаемую взаимосвязью социального и культурного обмена отдельных личностей, социальных групп или общностей.

Интерес представляют труды К.А. Евдокимова, который рассматривает туризм как инструмент трансформации устоявшихся социальных отношений и связей; работы О.В. Лысиковой, рассматривающей туристскую сферу как пространство межличностных коммуникаций, которое конструируется согласно набору социокультурных кодов местного сообщества; труды Е.Б. Квашниной, где обосновывается связь мультипликативного эффекта туризма и социокультурного контекста общественного развития.

В исследованиях С.П. Кузика делается заключение, что туристическая привлекательность территории – это отражение ее туристского потенциала,

использование которого обеспечит достижение желаемого эффекта в экономической и социальной жизни местного сообщества. В работах Е.В. Фроловой и Е.Е. Кабановой «туристическая привлекательность» рассматривается в категории результата от приложенных усилий органов власти. В научных трудах Н.В. Буровой и В.Г. Шубаевой обосновывается полисемичность термина «привлекательность» в виду влияния субъектности индивида на ее восприятие.

Значительное влияние на осмысление специфики интеракций туриста и местного населения оказала теория Дж. Урри, которая описывает новые черты «человека путешествующего». Опыт азиатского региона, интерпретированный в трудах П.Л. Пирса и М. Мао-Янга, показал зависимость между практиками эмоционального вовлечения туриста через погружение в местный быт и ростом удовлетворенности туриста от поездки. Опыт некоторых штатов США, раскрытый в трудах А. Гордона, показал наличие прямой взаимосвязи между социальным ресурсом и получением туристом позитивных впечатлений.

Ставится научная задача по оценке функционального состояния социального капитала российских локальных социумов, определении возможностей его использования властными структурами для развития внутреннего туризма, идентификации барьеров формирования социального капитала развития в современных условиях. Решение указанной научной задачи имеет важное значение для социально-экономического развития России, так как позволяет обосновать набор условий и инструментов формирования социального капитала развития территорий, а также внедрить в муниципальную повестку алгоритм разработки стратегии по формированию социального капитала развития, адаптировать современные технологии для повышения эффективности использования ресурсов участников социальной сети в развитии туризма.

Цель исследования заключается в разработке научно обоснованных предложений по повышению эффективности формирования и использования социального капитала развития туристической привлекательности территорий в деятельности муниципальных органов власти.

В ходе диссертационной работы реализованы следующие **задачи исследования**:

- 1) Дополнены новыми смыслами формирования сетевых взаимодействий индивидов теории социального капитала, в том числе введен в структуру социологического знания термин «социальный капитал развития».

2) Представлен комплексный подход к научному осмыслению роли социального капитала развития туристической привлекательности в вопросах территориального развития; определены предпосылки и закономерности его формирования.

3) Обеспечена качественная трансформация методологических основ анализа социального капитала развития, в том числе за счет изменения подхода к интерпретации экономического смысла практик сетевых взаимодействий, рассмотрения возможности имитации участия местного сообщества в капитализации ресурсов социальной сети для развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации.

4) Проанализирован состав и содержание институциональных условий формирования социального капитала развития туристической привлекательности, дана их социологическая интерпретация, а также установлена функциональная роль местной власти в стабилизации и укреплении сетевых взаимодействий, формировании контуров ресурсного обмена в местных сообществах.

5) Проанализирован потенциал социальных практик использования социального капитала развития туристической привлекательности территорий в деятельности органов власти на основе изучения отечественного и зарубежного опыта, установлены возможности и ограничения его адаптации в современных российских реалиях.

6) Проведен социологический анализ проблем в деятельности органов власти по использованию социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий, в том числе проведена оценка состояния туристского потенциала муниципалитетов, даны количественно-качественные характеристики ресурсной базы и определено место социального капитала развития в ее составе, установлены ключевые формы и инструменты конвертации социального капитала развития в туристскую отрасль.

7) Обеспечен прирост эмпирической базы, описывающей позицию населения российских муниципальных образований в части оценки возможностей и ограничений использования социального капитала развития туристической привлекательности в современных условиях.

8) Предложен алгоритм разработки на муниципальном уровне управления стратегии формирования социального капитала развития туристической

привлекательности территории, предложены адаптированные технологии его формирования для современной муниципальной практики.

9) Разработана инновационная модель использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий в деятельности органов власти.

Объект исследования – социальный капитал местных сообществ как социальная сеть локального социума, в которую жители включены на основе идентичных ценностных установок, а также убежденности в получении дивидендов от вложения индивидуальных ресурсов.

Предмет исследования – потенциал использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий в деятельности муниципальных органов власти.

Область исследования диссертации соответствует п. 1. «Развитие понятийно-категориального аппарата социологии управления применительно к изменяющимся объектам управления»; п. 2. «Анализ современных концепций социологии управления и их развитие»; п. 3. «Проблемы взаимодействия субъектов и объектов управления»; п. 8. «Социальные стратегии и практики в управлении регионами и муниципалитетами»; п. 12. «Социальные технологии в системе управления»; п. 17. «Проблема мотивации и формы участия граждан в управлении» Паспорта научной специальности 5.4.7. Социология управления (социологические науки).

Научная гипотеза. Гипотеза-основание: исключение экономического смысла из сущностного восприятия социального капитала развития приводит к отказу в признании доминанты личной выгоды участия населения в практиках развития туризма. Такой подход сужает формы использования социального капитала развития до донорских практик, не позволяя сформировать устойчивую сеть на принципах экономического интереса от инвестирования индивидуального актива. Гипотеза-следствие: органы местной власти способны выстроить ресурсный обмен внутри социальной сети (страхование рисков, гарант получения дивидендов, ресурсозамещение), что определяет их ведущую роль в формировании социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий.

Методология и методы исследования. Теоретико-методологическое ядро диссертационной работы составили положения теорий социального действия Т. Парсонса и М. Вебера; теории имитации, которая была предложена Ж.Т. Тощенко; теории

социального управления (В.Н. Иванов, О.А. Уржа); теории социального капитала (П. Бурдьё, Дж. Коулман, Р. Патнэм, С. Бюссе, А. Портес); теории доверия (П. Штомпка, Ф. Фукуяма).

Решение научной проблемы, поставленной в диссертационной работе, опирается на комплекс подходов: системный (Р. Акофф, В.Г. Афанасьев, Л. Берталанфи, И.В. Блауберг); ситуационный подход (Т. Бернс, В.С. Дудченко, А.И. Пригожин); институциональный подход (Д. Норт, В.И. Добренъков, А.И. Кравченко, Е.В. Фролова).

В качестве теоретического базиса в исследовании представлены труды отечественных и зарубежных ученых, в рамках которых проведен анализ проблем формирования социального капитала (В.В. Радаев, Л.И. Полищук, К.О. Магомедов, Г.К. Лоури, Л. Уорнер, Г. Беккер и другие); потенциала использования социального ресурса в развитии туризма (А.А. Чернега, Н.А. Гончарова, О.В. Лысикова, А. Франклин, Б. Куинн, Дж. Ап, Дж. Кромптон, Р. Проссер).

В ходе подготовки диссертационной работы применялся комплекс аналитических процедур и методов исследования. В частности, качественный анализ документов, моделирование, классификация и другие.

Для сбора эмпирических данных использовались опросные методы исследования. В диссертационной работе приведены материалы экспертного опроса Глав муниципальных образований (N=306 в 2019 году); материалы анкетного опроса населения (N₁=732 в 2018 году и N₂=768 в 2021 году).

Для интерпретации полученных данных использовались корреляционный анализ, сравнительный анализ и статистический анализ. Обработка материалов осуществлялась с использованием программного обеспечения SPSS.

Информационная база исследования состоит из программных документов органов власти, законодательных актов федерального значения, материалов официальной аналитики отраслевых ведомств и статистических данных, представленных Федеральной службой государственной статистики.

Эмпирическая база исследования иллюстрируется материалами исследований, проведенных автором или с его участием в составе исследовательской группы по разработке инструментария, сбору и обработке первичных данных, анализу и оформлению материалов социологических исследований:

1) «Культурно-познавательный туризм в городах России: потребности, стереотипы и территориальные возможности». Исследование проводилось с октября

2016 года по март 2017 года в рамках реализации научного гранта, поддержанного РГНФ (№ 16-33-01106). Руководитель проекта – доктор социологических наук, профессор Е.В. Фролова. Территориальный охват социологической диагностики представлен муниципальными районами Московской области. Выборочная совокупность составила 860 человек и дифференцируется по возрастному признаку и уровню дохода. Одной из задач исследования является анализ стереотипов различных социальных групп российского общества при планировании своих туристических поездок, а также определение особенностей их восприятия культурно-познавательного туристского потенциала и туристских услуг в городах Российской Федерации. Результаты исследования учитывались при анализе проблем развития внутреннего туризма.

2) «Взаимодействие ключевых субъектов местных сообществ в целях повышения туристической привлекательности российских территорий: ограничения, ресурсы и технологии развития». Исследование проведено в 2019 году (февраль-апрель) в рамках реализации первого этапа гранта РФФИ (№ 19-011-00565). Руководитель проекта – доктор социологических наук, профессор Е.В. Фролова. Поддержку в сборе информации оказал комитет по федеративному устройству и вопросам местного самоуправления Государственной Думы. Итоговая выборка составила N=306 экспертов (руководителей муниципальных образований). Распространение анкеты осуществлялось по электронной почте.

3) «Анализ технологий формирования социального капитала местных сообществ и развития городской среды». Исследование проведено в два этапа. Первый этап стартовал в 2018 году (октябрь-декабрь). Ключевым методом исследования выбран анкетный опрос населения муниципальных образований Российской Федерации (N₁=732). Вместе с тем, эпидемиологический кризис наложил существенный отпечаток на все процессы общественной жизни, что не могло не сказаться на взаимодействии и социальных связях внутри местных сообществ. Поэтому в целях верификации полученных ранее данных, а также уточнения ряда положений диссертационной работы в период с сентября по ноябрь 2021 года прошел второй этап исследования. Использовалась многоступенчатая выборка. Исследование проводилось в форме анкетного опроса (N₂=768). Полученные материалы исследования изложены в третьей главе диссертационной работы. В том числе, в ряде случаев приведены результаты сравнительного анализа материалов двух этапов, что позволило учесть изменения, инициированные сложной эпидемиологической обстановкой.

Научная новизна исследования:

1) *Теоретическая и методологическая научная новизна представлена:*

а) уточнением категориального аппарата: «социальный капитал» (С. 25-49), «туристическая привлекательность муниципального образования» (С. 49-65); введением в научный оборот термина «социальный капитал развития» (С. 32; 83-84);

б) дополнением положений теорий социального капитала: дополняя теории Дж. Коулмана и Р. Берта, обосновывается необходимость рассмотрения социального капитала не как совокупности ресурсов или контактов, а через определяющий признак наличия социальной сети (С. 47-48); в отличие от теорий Р. Патнэма и Дж. Коулмана, рассматривающих социальный капитал в русле общественного блага, обосновывается, что ключевую роль в выборе индивидом социальной сети играет ее ресурсность и размер ожидаемой личной выгоды (С. 77-78); дополняя теорию социального капитала Ф. Фукуямы, обосновывается, что для развития туристической привлекательности территории значимую роль играет не только уровень доверия в локальном социуме, но и наличие широкого радиуса его охвата (С. 43-44);

в) определением предикатов формирования социального капитала развития муниципальных образований (С. 25-49).

2) *Методическая новизна представлена разработкой:*

а) инструментария социологического анализа проблем в деятельности органов власти по развитию туристической привлекательности российских территорий (С. 127-128; 286);

б) инструментария социологического исследования возможностей и ограничений использования социального капитала развития туристической привлекательности в российских условиях (С. 164-165; 291).

3) *Практическая новизна исследования* отражена в предложениях по повышению эффективности использования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований в деятельности органов власти. В частности:

а) предложен алгоритм разработки стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности территорий (С. 202-218);

б) рекомендовано использование адаптированных технологий формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципалитетов (С. 219-240);

в) разработана оригинальная инновационная модель использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий (С. 242-255).

Положения, выносимые на защиту:

1) В дополнение к существующим теориям социального капитала сформулированы новые смыслы данного концепта. Установлено, что социальный капитал следует рассматривать не столько как совокупность ресурсов или контактов (Дж. Коулман / Р. Берт), сколько как социальную сеть. Ресурсы выступают внутренним наполнением, который может быть инвестирован третьими лицами, тогда как сетевая структура выступает определяющим атрибутом интерпретации социального капитала (С. 25-48).

Обоснована необходимость выделения социального капитала развития как поля конструктивного взаимодействия индивидов на основе социально одобряемых норм и ценностей (С. 32; 83-84). Впервые сформулировано понятие социального капитала развития муниципальных образований как социальной сети локального социума, в которую включены жители на основе идентичных ценностных установок, убежденности в получении дивидендов от вложения индивидуальных ресурсов (С. 25-47). Обосновано, что приоритетная роль в наполнении ценностного содержания социальной сети локального социума принадлежит муниципальным органам власти (С. 86-104).

В отличие от существующих теорий, обоснован приоритет экономической доминанты вступления индивидов в социальную сеть. В отличие от теорий Р. Патнэма и Дж. Коулмана, рассматривавших социальный капитал в русле общественного блага, доказано, что значимую роль в выборе индивидом социальной сети играет ее ресурсность и размер ожидаемой личной выгоды (С. 25-63).

2) Впервые установлен базис формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципального образования. В числе базовых условий выделены: наличие ресурса инвестирования, наличие устойчивых структур, формально или неформально определяющих «правила игры» в ходе социальных взаимодействий, общность норм и ценностей для представителей одного сообщества (С. 49-85). Дополняя теорию социального капитала Ф. Фукуямы, обосновано, что для развития туристической привлекательности территории значимую роль играет не только уровень доверия, но и наличие широкого радиуса его охвата (С. 43-44).

Идентифицировано значение социального капитала развития муниципалитетов, которое имплицитно:

а) в создании новых каналов инвестирования актива населения для развития туризма на местах;

б) в создании сетевых структур – конструкторов аутентичных черт территорий.

Рекомендовано рассматривать когнитивные потребности туриста (визуализация, обращение к эмоциональной сфере, семантика пространства и тому подобное) в качестве требований к капитализации индивидуальных ресурсов участников социальной сети, что может быть отражено в формировании местным населением новых культурных образцов, которые, эксплуатируя образ территории, дают ей символическое наполнение; включении туриста в местную культуру и событийную повестку муниципального образования (С. 58-63).

Обоснована закономерность развития территориальной туристической привлекательности: при минимальном уровне инфраструктурной обеспеченности использование социального капитала позволяет привлекать и удовлетворять социокультурные запросы туристов; отсутствие инфраструктурного профиля территории не только затрудняет формирование социального капитала, но и делает невозможным его применение в практиках развития туризма (С. 67-70; 133-162). Обоснован вывод о детерминации эффективности формирования и расширения радиуса социального капитала развития туристической привлекательности степенью адаптивности территории к требованиям макросреды (С. 70-73).

3) Выделены вторичные формы социального капитала, которые могут быть конвертированы в туристическую привлекательность: коммерциализированное гостеприимство, аутентичная культура, традиции, которые создают неповторимый облик территории, условия для увеличения туристического потока. Обоснован приоритет личного интереса, сводимый не только к идеям общественного блага; социальный капитал развития воспринимается индивидом как структура для инвестирования, осознанно им выбранная для получения доступа к общему активу и получения дивидендов от участия (С. 77-78).

Установлено, что социальный капитал базируется на внутренней приверженности членов социальной сети общим нормам, однако социальный капитал развития туристической привлекательности территории требует планомерной замены привычных установок индивида, участвующего в социальном обмене, на приспособление к запросу

внешних акторов (туристов), исходя из соображения интереса. Доказано, что продуктом социального капитала развития туристической привлекательности территории должны стать имманентные характеристики муниципального образования, вызывающие интерес у современного туриста (С. 49-64).

Установлена возможность имитации социального капитала развития территории со стороны местного населения. Впервые в социологической науке выделены признаки имитации участия местного сообщества в капитализации ресурсов социальной сети: активная пропаганда общественного блага без реальных практик его достижения; включение индивида в социальную сеть без затрат индивидуального ресурса; имитация поддержания общих ценностей социальной сети без их реального «внутреннего проживания»; нарушения правил ресурсными представителями социальной сети ввиду уверенности в своем высоком статусе; демонстрация доверия как способа расположить других членов социальной сети без соблюдения «правил игры» (С. 78-80).

4) Обоснован вывод о том, что формирование социального капитала развития туристической привлекательности территории обусловлено внутренними источниками (мотив участия, наличие индивидуального ресурса, готовность инвестировать и тому подобное) (С. 87-90). При этом наличие внутренних источников является обязательным, но недостаточным условием формирования социального капитала. Установлена определяющая роль местной власти в стабилизации и укреплении сетевых взаимодействий, формировании контуров ресурсного обмена. Впервые обосновано, что малоресурсность участников социальной сети может быть восполнена властным ресурсом. Кроме того, органы власти могут стать заемщиком актива для участников социальной сети, что дает возможность властным структурам определять вектор конвертации социального капитала (С. 86-104).

С опорой на идеи институционального подхода доказано, что неформальные нормы становятся основанием формирования социального капитала, так как интегрируют в себе культурный и экономический рычаги принуждения индивида к инвестированию своего ресурса и возврата, взятого «социального кредита». Формальные нормы, в свою очередь, определяют контекст внешней атрибутики социальных отношений и ставят границы пространства функционирования социальной сети (С. 86-104).

5) Анализ социальных практик использования в деятельности муниципальных органов власти социального капитала для развития туристической привлекательности территории установил наличие предпосылок для нарушения стабильности развития

местного сообщества: бесконтрольность роста численности туристов на территории муниципалитета; создание на территории «туристских анклавов», где «сверхувеличение» туристских потоков вытесняет местное население; отсутствие гаранта поддержания достаточного уровня социального благополучия и безопасности представителей местного сообщества. Установлены угрозы: нарушение жизненного уклада местного сообщества ввиду присутствия туристов; снижение разнообразия жизненных траекторий для коренного населения, что становится причиной его оттока из туристских зон; рост инертности населения в поддержании позитивного социокультурного и экономического взаимодействия с туристом, а также объективные ограничения экономической и социальной среды как фактор, лимитирующий возможности индивидов объединяться в социальные сети, конвертировать свои индивидуальные ресурсы в экономические блага (С. 119-122).

Впервые обосновано, что использование социального капитала развития туристической привлекательности территории будет эффективным в случае идентификации ядра социальной сети: ключевой идеи, смысла, который позволит объединить индивидов и направить их усилия в одно русло, а также обеспечения муниципальными властями гаранта соблюдения интересов местных жителей (С. 104-121).

6) На основании социологического исследования установлен отказ Глав малоресурсных муниципальных образований от реализации управленческих инициатив по расширению социального капитала территории (например, взаимодействие с бизнес-сообществом) и ориентация на потребление внутреннего актива (например, благотворительность местных жителей). В оценках руководителей муниципальных образований уменьшается роль экономической мотивации действий населения локального социума. На основе опроса Глав муниципальных образований Российской Федерации установлены риски доминирования потребительской позиции органов власти в отношении местного населения, эмпирически доказана атрибуция благотворительности как ролевого эталона участия населения в практиках развития туризма (С. 128-162).

7) Обоснована закономерность: закрепление за местным населением роли донора приводит к утрате экономического смысла участия местного населения в практиках развития туристической привлекательности территории и создает обратный эффект дистанцирования представителей локального социума от инвестирования в социальные сети. Рекомендовано представление местному населению возможностей для

долгосрочного инвестирования своего актива в экономические детерминанты развития туризма (С. 128-162).

Рекомендовано строить практики использования социального капитала развития территории вокруг интеграции принципов солидаризации в достижении целей территориального развития, а также культивирования экономических предпочтений взаимодействия участников социальной сети. Эмпирически доказано, что возможность получения реальных дивидендов от инвестирования ресурса в социальную сеть, обеспечивающую развитие туристической привлекательности территории, может повысить желание и готовность представителей местного сообщества к участию в туристических практиках (С. 165-201).

8) Впервые предложен алгоритм разработки стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности. Обоснованы принципы разработки стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований: принцип социального экспертирования, принцип учета специфики социально-экономического ландшафта муниципального образования, принцип превентивизации дисфункций формирования социального капитала развития, принцип альтернативности стратегий развития сложных социальных сетей, принцип комплементарности формирования социального капитала развития туристической привлекательности (С. 202-218).

Доказывается преимущество использования инкрементального подхода к постановке стратегических целей использования социального капитала развития. Методологическая ценность такого подхода обусловлена созданием инкремента – отдельного «продукта», который может сразу быть использован на практике еще до получения других инкрементов (достижения других целевых установок), что позволит обеспечить поступательное развитие местных сообществ (С. 216-220).

Разработаны адаптированные под контекст развития туристической привлекательности территории технологии формирования социального капитала. Рекомендовано использовать в деятельности муниципальных органов власти:

а) технологию межмуниципального сотрудничества, обеспечивающую создание туристических кластеров, сетевое взаимодействие и обмен ресурсами между участниками разных социальных сетей;

б) технологию социального конструирования туристского пространства, в том числе посредством привлечения ресурсов местного сообщества для создания объектов

туристического притяжения и организации сопутствующих услуг, популяризации местного туристического продукта;

в) технологию трехстороннего партнерства ключевых участников социальной сети (властные структуры, бизнес-сообщества, жители локального социума) на основе реализации принципов экономики сотрудничества;

г) технологию проектного управления как комплекса методов организации взаимодействия местных жителей и органов власти, обеспечивающих снижение рисков в процессе совместной проработки проблем развития внутреннего туризма в российских муниципалитетах, а также повышение эффективности включения местных жителей в проекты / туристские инициативы муниципальных органов власти (С. 219-240).

9) Разработана оригинальная инновационная модель использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий. Признаки инновационности модельной репрезентации: новая интерпретация структурно-содержательного представления социального капитала, новых экономических смыслов формирования социальных сетей локального социума; учет предикатов формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципального образования, выраженного в создании муниципальными органами управления институциональных условий (инвестиционные практики, ресурсозамещение избыточными мощностями, в том числе муниципальной собственностью); акцент на определяющую роль местной власти в стабилизации и укреплении сетевых взаимодействий, формировании контуров ресурсного обмена; артикуляции субъектности категории «туристическая привлекательность территории» (С. 242-256).

Теоретическая значимость работы заключается:

а) в обогащении категориального аппарата социологии управления в части расширения и уточнения понятий «социальный капитал», «социальный капитал развития», «туристическая привлекательность»;

б) в дополнении и уточнении концептуальных положений теорий социального капитала в части определения предикатов его формирования в современных муниципалитетах, определения условий использования муниципальными властями социального капитала в практиках развития туризма.

Практическая значимость работы. Предложения и выводы, сделанные в диссертационной работе, могут применяться в стратегическом планировании на уровне

муниципальных образований, а также для разработки проектов, обеспечивающих привлечение представителей местных сообществ к туристским практикам. Сделанные выводы и рекомендации имеют важное значение для социально-экономического развития России.

Данные, полученные в ходе подготовки диссертационной работы, могут применяться для обновления и расширения содержания учебных дисциплин: «Управление развитием социального капитала территории», «Стратегическое управление», «Исследование социально-экономических и политических процессов», «Социология управления».

Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования.

Достоверность исследования обеспечивается, с одной стороны, широким охватом отечественной и зарубежной научной литературы по проблемам формирования социального капитала местных сообществ, возможности его использования в различных практиках социально-экономического развития муниципальных образований Российской Федерации. С другой стороны, опорой на комплекс научных методов исследования.

В рамках апробации основные результаты исследования были представлены в выступлениях на международных, российских научно-практических конференциях, семинарах: на XV Афанасьевских чтениях «Развитие научной школы социальной инженерии как методологии управленческой деятельности» (Москва, РГСУ, 15-16 февраля 2019 г.); на XIV Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация» (Москва, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 25 апреля 2019 г.); на IV Международной научно-практической конференции (Москва, Государственный университет управления, 25-26 апреля 2019 г.); на XIX Всероссийском социально-педагогическом конгрессе «Геймификация в образовании и профессиональной деятельности» (Москва, РГСУ, 6 июня 2019 г.); на XVI Афанасьевских чтениях «Социально-ориентированное управление в решении вопросов современной социальной политики России» (Москва, РГСУ, 28-29 февраля 2020 г.); на Всероссийской конференции X Ивановские чтения «Актуальные тренды социального управления в России» (Москва, РГСУ, 10 апреля 2020 г.); на VI Всероссийском социологическом конгрессе «Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов» (г. Тюмень, Российское общество социологов, 14–16 октября 2020 г.); на XX Социальном конгрессе (Москва, РГСУ,

20 октября 2020 г.); на IV Международной научной конференции памяти академика А.И. Татаркина «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» (г. Челябинск, Челябинский государственный университет, 25-26 ноября 2020 г.); на Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием «Социальные риски в современном обществе» (г. Красноярск, Мурманский арктический государственный университет, 3-4 декабря 2020 г.); на XVII Афанасьевских чтениях «Социальное управление: тенденции и инновации в условиях современных вызовов» (Москва, РГСУ, 16 февраля 2021 г.); на Международной конференц-сессии «Государственное управление и развитие России: проектирование будущего» (Москва, РАНХиГС, 17-21 мая 2021 г.); на II Всероссийской научно-практической конференции «Социальное управление в условиях цифровых трансформаций: вызовы и риски» (Москва, РГСУ, 22 декабря 2021 г.); на XVIII Афанасьевских чтениях «Развитие научного наследия академика В.Г. Афанасьева в системе современного социального управления» (Москва, РГСУ, 15 февраля 2022 г.); на VIII Международной научно-практической конференции Мартовские чтения памяти доктора экономических наук, профессора Д.Е. Сорокина «Политическая экономия в эпоху структурно-системного перехода: история и логика процесса» (Москва, Финансовый университет, 4 марта 2022 г.); на Всероссийской научно-практической конференции (XI Ивановские чтения) «Современные тенденции управления и общественного развития: социальные, экономические и политические аспекты» (Москва, РГСУ, 19 мая 2022 г.); на IV Международной научно-практической конференции «Трансформация рынка труда: риски, доверие, перспективы» (Москва, Финансовый университет, 23-24 июня 2022 г.); на VI Международной научной конференции памяти академика А.И. Татаркина «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» (г. Челябинск, Челябинский государственный университет, 26-28 октября 2022 г.); на Международной научно-практической конференции «Цифровая трансформация социальных и экономических систем» (Москва, Московский университет им. С.Ю. Витте, 27 января 2023 г.); на XXV Управленческих чтениях (XX Афанасьевских чтениях), в честь 100-летия со дня рождения В.Г. Афанасьева «Социально-ориентированное управление – основная парадигма подготовки управленческих кадров в развитии научной школы В.Г. Афанасьева» (Москва, РГСУ, 17 февраля 2023 г.); на I Всероссийском симпозиуме «Имидж счастья как социальный феномен: психологические, политические и экономические вызовы и ресурсы» (Москва, РГСУ, 17 ноября 2023 г.);

на IV Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы социального управления в России» (Москва, РГСУ, 21 декабря 2023 г.).

Материалы диссертации были использованы в научной деятельности ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет» (РГСУ), в ходе реализации гранта РФФИ (№ 19-011-00565) «Взаимодействие ключевых субъектов местных сообществ в целях повышения туристической привлекательности российских территорий: ограничения, ресурсы и технологии развития» в 2019-2020 гг.

Рекомендации, представленные в диссертационной работе, внедрены в деятельность органов власти, общественных советов и исследовательских организаций. В частности, в рамках деятельности Комитета Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера на уровне местных органов власти практическое применение получили: технологии проектного управления, социального конструирования туристского пространства. Используя трехстороннее социальное партнерство, местными органами власти был получен кумулятивный эффект: отмечается рост доли туристских инициатив от местного населения, рост уровня доверия в среде местного сообщества, в том числе к муниципальным структурам.

В городе Киров реализованы следующие рекомендации: социальное обследование мнения местного населения; привлечение экспертного сообщества, представителей бизнес-структур и иных объединений к разработке стратегии развития территории; уход от тиражирования унифицированных мероприятий по развитию внутреннего туризма; выстраивание альтернативных траекторий достижения стратегических целей территориального развития. В Кировской области реализован ряд предложений из стратегии формирования социального капитала местных сообществ, направленных на активизацию общественной активности населения, что позволило повысить уровень включенности местного населения в туристские инициативы органов власти.

Всероссийская ассоциация развития местного самоуправления реализовала инновационную модель использования социального капитала развития, что позволило повысить уровень включенности местного населения в туристские инициативы органов власти, обеспечить рост эффективности взаимодействия органов местного самоуправления и инициативных граждан в решении вопросов развития внутреннего туризма.

Применение в деятельности Института региональных экономических исследований нашли инструментарий социологического анализа проблем развития туристической привлекательности российских территорий, методика оценки возможностей и ограничений взаимодействия ключевых субъектов местных сообществ. По итогам внедрения авторских предложений получен следующий эффект: учет интересов населения, привлечение дополнительных финансовых средств для развития российских территорий.

Материалы диссертационной работы используются кафедрой Современного государственного и муниципального управления РГСУ в преподавании учебных дисциплин: «Управление развитием социального капитала территории»; «Муниципальное управление в сфере туризма», «Управление государственными и муниципальными проектами развития территории», «Деятельность органов власти по развитию туристической привлекательности территории».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

Публикации. Основные положения и результаты исследования освещены в 31 научной работе общим объемом 68,11 п.л. (авторский объем – 52,21 п.л.), в том числе 19 работ общим объемом 13,37 п.л. (авторский объем – 10,04 п.л.), опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России, а также 6 работ общим объемом 6,6 п.л. (авторский объем – 3,8 п.л.), опубликованы в цитатно-аналитической базе RSCI.

Структура и объем диссертации отражают цели и задачи исследования. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы из 201 наименования и 2 приложений. Текст диссертации изложен на 300 страницах, содержит 4 таблицы, 44 рисунка.

II Основное содержание работы

В главе I «Теоретико-методологические основы анализа социального капитала развития туристической привлекательности территорий» представлены результаты научного осмысления теорий социального капитала: расширены и дополнены базовые положения теорий в части категориального аппарата, установлении новых смыслов и закономерностей формирования социального капитала, проведена

социологическая интерпретация сущности «социального капитала развития» в контексте туристической привлекательности российских территорий.

В параграфе 1.1 «Социальный капитал развития в структуре социологического знания» ставится научная задача по интерпретации ключевых идей теорий социального капитала и поиска новых смыслов формирования сетевых взаимодействий индивидов.

Делается заключение, что социальный капитал целесообразно исследовать как социальные сети, в которые вступают индивиды на основе разделяемых норм и ценностей, а также убежденности в получении выгоды от вложения индивидуальных ресурсов. Проведенный анализ, позволил обосновать необходимость выделения в научном тезаурусе категории «социальный капитал развития» как сети конструктивного взаимодействия индивидов, инвестирующих свой актив в целях достижения общественного блага. В ходе исследования установлено, что социальный капитал развития возможен при наличии широкого радиуса доверия, что становится противовесом аномии современного общества, условием для достижения баланса личных и общественных интересов.

Не опровергая возможности индивидуалистского подхода, видится необходимым опора на институциональные идеи при исследовании социального капитала развития, что позволяет проводить оценку институциональной устойчивости социальных сетей как условия формирования социального капитала развития территорий; установить механику нормативно-ценностного наполнения социальных взаимодействий при достижении общественного блага. Обосновано, что приоритетная роль в наполнении ценностного содержания социальной сети локального социума принадлежит муниципальным органам власти.

Соглашаясь с тем, что природа социального капитала в целом отличается от сущностного выражения иных форм капиталов (несводимость к денежному эквиваленту, способность к самообразованию и росту при его расходовании, зависимость от уровня доверия и прочее), раскрывается экономический смысл капитализации социального ресурса местного сообщества. В частности, социальный капитал развития обладает свойством наследования, накопления и инвестирования через социальные связи индивидов, что определяет экономические детерминанты формирования социальных сетей. Обобщая предложенную в теориях социального капитала логику его формирования, является важным наличие ряда условий как предиката построения

социальных сетей. В их число входят: наличие у индивида ресурса инвестирования, наличие устойчивых структур, формально или неформально определяющих правила социальных взаимодействий, общность норм и ценностей для представителей одного сообщества, широкий радиус доверия.

В параграфе 1.2 «Социальный капитал развития туристической привлекательности территории» ставятся задачи научного осмысления роли социального капитала развития туристической привлекательности в вопросах территориального развития; определения предпосылок и закономерностей его формирования.

Роль социального капитала развития туристической привлекательности территории заключается в возможности включения ресурса социальной сети в конструирование характерных черт территории, создающих ее имманентную неповторимость и притягательность для современных путешественников. Такая трактовка роли социального капитала развития, с одной стороны, акцентирует внимание на активной позиции местного населения, с другой – определяет субъектность категории «туристическая привлекательность» территории.

Установлено, что «туристическая привлекательность» должна поддерживать у туриста чувство удовлетворенности его потребностей в получении позитивных психоэмоциональных реакций и впечатлений от посещения территории. Признавая наличие зависимости между выбором туристом мест посещения и эмоциональным откликом, приводится уточнение характерных черт территории, создающих ее туристическую привлекательность. Не отрицая выводы, сделанные ранее в других исследованиях (доминанта экономической характеристики и количественной оценки объектов туристического показа), делается заключение, что такими чертами могут стать: общая эстетика городского пространства и визуальные характеристики среды, психоэмоциональный аспект, аутентичность культурного наполнения территории и быта населения, которые формируются через социальные сети местных сообществ. Рекомендовано рассматривать когнитивные потребности туриста в качестве требований к капитализации индивидуальных ресурсов участников социальной сети.

Развитие туристической привлекательности муниципальных образований целесообразно осуществлять с учетом социологического осмысления новых контуров туристского потребления. Поэтому структурное представление понятия «туристическая привлекательность муниципальных образований» целесообразно выводить через

категорию «цена впечатлений», которые может получить турист. Делается вывод, что универсального подхода к использованию социального капитала развития туристической привлекательности территории не существует, однако можно предложить направления его использования: формирование местным населением новых культурных образцов, которые, эксплуатируя образ территории, дают ей символическое наполнение; практики включения туриста в местную культуру и событийную повестку муниципального образования.

В параграфе 1.3 «Методологические подходы к анализу социального капитала развития туристической привлекательности территорий» представлена трансформация методологических основ анализа социального капитала развития туристической привлекательности территорий, в том числе за счет изменения подхода к интерпретации экономического смысла практик сетевых взаимодействий, рассмотрения возможности имитации участия местного сообщества в капитализации ресурсов социальной сети для развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации.

Положения системного подхода к анализу социального капитала развития туристической привлекательности позволили установить следующее: наличие в муниципальном образовании благоприятных условий (ландшафт, инфраструктура и прочее) не является основой формирования туристского спроса, но является предикатом его снижения. При наличии у российских территорий в целом схожих черт, именно социальный капитал запускает формирование их туристической привлекательности, будучи тем элементом социальной системы, который обладает уникальными особенностями и потенциалом развития.

С опорой на ситуационный подход установлена взаимосвязь ситуационных условий со спецификой взаимодействия индивидов в социальных сетях («заражение» индивидов новыми идеями, шаблонами поведения, ценностями) как реакцией адаптации на внешнее воздействие. Доказана закономерность между ресурсностью социальной сети (размером социального капитала) и скоростью расширения радиуса ее «заражения».

С опорой на идеи, изложенные в теориях социального действия Т. Парсонса и М. Вебера, установлено влияние на рациональный выбор действия индивида в социальной сети экономических законов современного рынка. В частности, в социальном капитале возможно доминирование личного интереса над идеями общественного блага; социальный капитал, будучи социальной сетью, в которой осуществляется

взаимодействие индивидов, имеет свою иерархию и возможность получения дополнительных дивидендов для ресурсных членов; социальный капитал развития требует реакции участников социальной сети на запрос внешних акторов (туристов), исходя из соображения экономического интереса.

Придание экономического смысла социальному действию индивида, включенного в социальный обмен, позволяет установить закономерность, которая связана с условиями действий. В числе таких условий предлагается выделять: замыкание внешних, но не внутренних признаков социального действия на общественное благо; наличие влияния образа жизни участника социальных отношений на цель его социального действия; взаимосвязь цели / смысла социального действия с получением в перспективе определенной выгоды. Доказана возможность имитации социального капитала развития территории. Признаками имитации могут стать: активная пропаганда общественного блага без реальных практик его достижения; включение индивида в социальную сеть без затрат индивидуального ресурса; имитация поддержания общих ценностей социальной сети без их реального «внутреннего проживания»; нарушения правил ресурсными представителями социальной сети ввиду уверенности в своем высоком статусе; демонстрация доверия как способа расположить других членов социальной сети без соблюдения «правил игры».

Видится перспективной интеграция формальных (институциональных) и неформальных (добровольно принятых социальным актором обязательств) норм в социальной сети местного сообщества. Подобного рода интеграция создает вариативность развития и использования социального капитала, укрепление идей солидаризации и кооперации населения в целях развития туризма.

В главе II «Социальные практики формирования и использования социального капитала развития туристической привлекательности территорий: отечественный и зарубежный опыт» установлена функциональная роль местной власти в стабилизации и укреплении сетевых взаимодействий, формировании контуров ресурсного обмена местных сообществ; на основе изучения отечественного и зарубежного опыта использования социального капитала развития туристической привлекательности территорий установлены возможности и ограничения его адаптации в современных российских реалиях.

В параграфе 2.1 «Институциональные условия формирования социального капитала развития туристической привлекательности территорий»

проанализирован состав и содержание институциональных условий формирования социального капитала развития туристической привлекательности, дана их социологическая интерпретация, а также установлена функциональная роль местной власти в стабилизации и укреплении сетевых взаимодействий, формировании контуров ресурсного обмена в местных сообществах.

Взаимодействия индивидов при капитализации ресурсов регламентируются не только общими формальными правилами, но и неформальными нормами, которые разделяются членами конкретной социальной сети. С опорой на идеи институционального подхода доказано, что неформальные нормы становятся основанием формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований, так как интегрируют в себе культурный и экономический рычаги принуждения индивида к инвестированию своего ресурса и возврата взятого «социального кредита». Формальные нормы, в свою очередь, определяют контекст внешней атрибутики социальных отношений и ставят границы пространства функционирования социальной сети.

В ходе исследования установлено, что благоприятные институциональные условия в муниципальном образовании не являются предпосылкой формирования туристского спроса, тогда как их отсутствие является предикатом его снижения. Использование социального капитала развития туристической привлекательности территории позволит компенсировать ряд институциональных дисфункций, но не позволит восполнить отсутствие благоприятных институциональных условий. Роль местных властей в этом случае заключается в создании институционального базиса объединения представителей локального социума в социальные сети. Это заключение проиллюстрировано в зависимости институциональных условий от размера социального капитала, который может быть использован для практик развития туристической привлекательности территорий.

На основе проведенного анализа делается вывод, что индивид, вступая в социальную сеть, необязательно должен иметь собственный ресурс инвестирования. Этот актив может быть предоставлен ему муниципальной властью, заинтересованной в формировании социального капитала развития туристической привлекательности территории. Институциональное оформление таких практик возможно на условиях передачи в пользование представителям местного сообщества «избыточных мощностей» муниципального образования. Под данным обобщающим понятием могут выступать

любые активы муниципалитета, использование которых позволит дополнить ресурсный потенциал социальной сети. Таким образом, установлено, что малоресурсность участников социальной сети может быть восполнена властным ресурсом, когда органы власти становятся заемщиками актива.

В параграфе 2.2 «Анализ социальных практик использования социального капитала развития туристической привлекательности территорий в деятельности органов власти» определен потенциал социальных практик, установлены возможности и ограничения адаптации позитивного опыта использования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований в современных российских реалиях.

В ходе анализа социальных практик установлено, что использование социального капитала развития туристической привлекательности территории будет эффективным в случае идентификации ядра социальной сети: ключевой идеи, смысла, который позволит объединить индивидов и направить их усилия в одно русло. В этом случае практики использования социального капитала развития туризма для социокультурного программирования муниципального образования создают устойчивый фундамент конструктивного взаимодействия представителей местного сообщества и туриста.

Выделяются и обосновываются практики использования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований, получившие большую популярность в деятельности муниципальных органов власти:

а) создание географического мифа территории посредством закрепления за ней символической ценности и тиражирования ключевых смыслов в информационном и семантическом пространстве локального социума;

б) создание социальных сетей из представителей бизнес-структур как ресурсных представителей локального социума для конвертации их актива в связанное единым смыслом туристское предложение территории;

в) меценатство как форма курирования территории представителем местного сообщества или их группой, имеющих достаточный ресурс для безвозмездной помощи туристскому сектору как акта транслирования идей взаимной поддержки, общественного блага и солидаризации в решении вопросов развития территории.

Анализ социальных практик использования в деятельности органов власти социального капитала развития туристической привлекательности территории показал наличие угроз для уклада местного сообщества. Отсутствие у местных жителей навыков

кооперации и организации коллективных действий, недостаточное использование органами власти инструментов вовлечения населения локальных территорий в устойчивые социальные взаимодействия приводят к получению негативного опыта объединения в социальные сети. Установлено, что нарушение жизненного уклада местного сообщества ввиду присутствия туристов, снижение разнообразия жизненных траекторий для коренного населения становится причиной его оттока из туристских зон, способствует росту инертности населения в поддержании позитивного социокультурного и экономического взаимодействия с туристом. Отмечается функциональная слабость местных органов власти, а также объективные ограничения экономической и социальной среды как факторов, лимитирующих возможности индивидов объединяться в социальные сети, конвертировать свои индивидуальные ресурсы в экономические блага.

В главе III «Оценка перспектив использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий» расширено эмпирическое поле социологической интерпретации проблем в деятельности органов власти по использованию социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий.

В параграфе 3.1 «Социологический анализ проблем в деятельности органов власти по развитию туристической привлекательности российских территорий» приведена оценка состояния туристского потенциала муниципалитетов, даны количественно-качественные характеристики ресурсной базы и определено место социального капитала развития в ее составе, установлены ключевые формы и инструменты конвертации социального капитала развития в туристскую отрасль.

На основе результатов опроса Глав муниципальных образований (N=306) эмпирически установлена значительная доля муниципалитетов с недостатком финансовых и инфраструктурных ресурсов для развития туризма. Острую недостаточность собственных финансовых средств муниципальных образований отмечает 76,1% экспертов; проблемы привлечения инвестиций от частных лиц – 96,4%. Обосновано, что органы власти чаще всего связывают дисфункциональность туристской сферы муниципалитета не с проводимой политикой, а с внешними экономическими факторами, которые привели к снижению платежеспособности населения и низкой предпринимательской активности представителей местного сообщества. По мнению 63,7% экспертов, весьма незначительно участие местных жителей в качестве спонсоров и меценатов.

В оценках руководителей муниципальных образований умалывается роль экономической мотивации действий населения локального социума, обозначена атрибуция благотворительности как ролевого эталона участия населения в практиках развития туризма. Доказывается, что местным властям целесообразно опираться на социальный капитал развития туристической привлекательности территории, где деятельность участников социальной сети фокусируется не в сегменте донорства, а в практиках долгосрочного инвестирования актива в экономические детерминанты развития туризма (партнерство, социальное конструирование).

В ходе исследования установлено, что экономическая нестабильность формирует новые контуры потребления туристского продукта, поэтому использование социального капитала развития туристической привлекательности территории должно обеспечивать дифференциацию туристского предложения, в том числе обеспечить удовлетворение запроса низкодоходных категорий туристов. Такой подход к использованию социального капитала должен концентрировать внимание местных властей на поддержке сегмента микропредпринимательства, а также крупных социальных сетей в рамках межмуниципального сотрудничества. Однако только каждый четвертый руководитель муниципального уровня – 26,2%, имея необходимую ресурсную базу, использует для развития туристической привлекательности своей территории социальный капитал с широким радиусом.

При этом Главам муниципальных образований видятся предпочтительными такие формы использования социального капитала развития туризма, как: волонтерские движения, общественные и некоммерческие организации, чья деятельность направлена на создание и популяризацию объектов притяжения туристов; креативные кластеры, спонсорство / меценатство, социальное партнерство власти с бизнес-структурами, а также информационная поддержка туристских инициатив власти со стороны местного населения. Рейтинг приоритетных задач по развитию туризма возглавляет: формирование туристических кластеров – 47,1%; создание этнографического комплекса – 41,9%. 40,2% экспертов отмечают необходимость формирования активной позиции местных жителей в продвижении туристских услуг; 43,6% – считают необходимым проводить конкурсы и смотры местных инициатив. Материалы опроса Глав муниципальных образований позволили сделать заключение о наличии зависимости между поддержкой со стороны локального социума инициатив органов власти в сфере туризма и наличием ресурсной базы для развития туристической привлекательности территории.

В параграфе 3.2 «Возможности и ограничения использования социального капитала развития туристической привлекательности в российских условиях» приведены результаты опроса населения двух волн (2018 год и 2021 год), что позволило эмпирически описать позицию населения российских муниципальных образований в части оценки возможностей и ограничений использования социального капитала развития туристической привлекательности.

Результаты исследования иллюстрируют неоднозначность оценки представителей локального социума роли туристского сектора в развитии российских муниципальных образований. Имеет место положительное восприятие сферы туризма ввиду ее возможности поддерживать должный уровень социально-экономического развития населенных пунктов. С другой стороны, имеет место артикуляция в общественном мнении опасений по поводу необходимости перераспределения бюджетных средств с решения острых социальных задач на модернизацию туристской инфраструктуры, объектов туристского притяжения – 87,4%. Среди той части респондентов, кто не рассматривает туризм в качестве траектории развития места своего проживания, наблюдается более скептическая оценка позитивных экономических последствий от формирования туристической привлекательности территории.

Результаты исследования показали, что значительная доля представителей местного сообщества видит в местной власти субъекта, способного обеспечить приток туристов на территорию. При этом каждый второй связывает эту способность с поддержкой, которую будет оказывать местное сообщество. Делается вывод о потенциале социального капитала развития туристической привлекательности территории, а также о необходимости включения властных структур в социальные сети местных сообществ. Последний факт определяется возможностью замещения малоресурсности отдельных представителей социальной сети активами органов власти.

В ходе исследования подтвердилась амбивалентность оценки роли представителей локального социума в процессах развития туристической привлекательности муниципальных образований. Общественное мнение в равных долях иллюстрирует восприятие роли местного сообщества как ключевой и как второстепенной (ничего не значит). Полученные результаты иллюстрируют наличие влияния на выбор ответа респондента, его готовности принимать участие в социальных практиках развития туризма. Выводится предположение о наличии зависимости между восприятием представителями местного сообщества возможности оказать влияние на изменение в

социально-экономическом профиле территории и оценками своей роли в данном процессе.

Сосредоточение внимания населения на решении острых социальных проблем отводит вопросам развития туристической привлекательности территории периферийную позицию в муниципальной повестке. По мнению 57,6% опрошенных, нецелесообразно расходовать средства муниципального бюджета на развитие туристической привлекательности территории тогда, когда проблемы социальной сферы стоят столь остро. Выводится предположение, что решение базовых инфраструктурных проблем будет способствовать ресурсному наполнению социальных сетей, что, при активной позиции властных структур, позволит в дальнейшем использовать социальный капитал территории для развития ее туристической привлекательности. В случае отсутствия базовых инфраструктурных объектов актива социальной сети для конвертации в развитие туризма будет недостаточно.

Вместе с тем, более половины респондентов – 55,7% высказали согласие с утверждением о необходимости рекрутирования местного населения для развития внутреннего туризма. Однако, в сравнении с 2018 годом, доля положительных ответов снизилась. Препятствия для объединения жителей местных сообществ в сетевые структуры: «нехватка свободного времени» – 39,8%, «отсутствие желания» – 47,8%, «отсутствие успешных практик взаимодействия представителей местных сообществ» – 37,9%.

Оценки респондентами инструментов и форм использования социального капитала в деятельности органов власти говорят об отсутствии ориентации ключевых субъектов на креативность и инновационность. В сравнении с 2018 годом, практически вдвое снизилась доля респондентов, видевших центром объединения местных жителей креативные кластеры (31,8% в 2021 году против 60,1% в 2018 году). Однако в ответах появилась новая категория – «отдельные творческие коллективы» – 32,0%, отмечается высокая роль «микропредпринимателей» – 22,8% и «активистов из числа местных жителей» – 41,9% в объединении населения для развития туристической привлекательности. На основе проведенного анализа делается вывод, что отсутствие генерирования аутентичных черт территории будет приводить к стагнации туристского предложения.

В главе IV «Разработка предложений по повышению эффективности использования социального капитала развития туристической привлекательности

муниципальных образований в деятельности органов власти» представлены разработанные предложения и рекомендации, которые могут быть использованы в деятельности властных структур.

В параграфе 4.1 «Стратегия и технологии формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований в деятельности органов власти: новые алгоритмы и практики» предложен алгоритм разработки на муниципальном уровне управления стратегии формирования социального капитала развития туристической привлекательности территории, предложены адаптированные технологии его формирования для современной муниципальной практики.

Практическую значимость имеет закрепление в нормотворческой и проектной практике муниципалитетов алгоритма разработки стратегии формирования социального капитала развития, который опирается на соблюдение: принципа социального экспертирования; принципа превентивизации дисфункций формирования социального капитала развития; принципа учета специфики социально-экономического ландшафта муниципального образования; принципа альтернативности стратегий развития сложных социальных сетей; принципа комплементарности формирования социального капитала развития туристической привлекательности. Указанный перечень принципов может быть расширен и конкретизирован с учетом имеющегося туристского потенциала территорий, а также стратегического видения, присущего местным властям.

Для повышения эффективности стратегического планирования использования социального капитала развития территорий предлагается использовать инкрементальный подход. Его преимущество и методологическая ценность обусловлены созданием отдельного «продукта» (инкремента), который сразу может быть внедрен в социальные практики развития туризма и позволит обеспечить поступательное развитие туристической привлекательности муниципальных образований.

Социальный капитал развития туристической привлекательности территории ввиду специфики своего содержания диктует необходимость разработки и использования местными властями технологий, обеспечивающих активизацию социальных связей и взаимодействий в контексте решения поставленных перед органами власти задач. Технологии формирования социального капитала развития туристической привлекательности территорий следует рассматривать как инструменты капитализации

внутренних ресурсов развития территории, активизации социальных связей и отношений в сфере туризма за счет расширения радиуса социального капитала.

Предложен вариант адаптации технологий формирования социального капитала развития туристической привлекательности территорий. Обосновывается необходимость использования в деятельности муниципальных органов власти технологии межмуниципального сотрудничества, которая позволит воплотить в жизнь идеи кооперации сетевых структур нескольких муниципалитетов. В ходе исследования обосновывается необходимость артикуляции таких форм кооперации, как: развертывание смыслов и символической ценности места на пространство «соприкосновения» контуров муниципальных образований; сетевая солидаризация местных сообществ и синтез сетевых структур муниципальных образований через интеграцию туристских идей в социально-экономические подсистемы местного сообщества; преодоление атомизации туристского пространства локальных социумов и создание центрального ядра как основы нового крупного туристского кластера.

Организация практик межмуниципального сотрудничества требует широкого радиуса доверия, так как затрагивает участников разных социальных сетей. Принципы реализации межмуниципального сотрудничества в туристской индустрии должны интегрировать в себе следующие положения: расширение границ территориальной самоидентификации участников социальной сети; институционализация условий формирования «объединенной» туристической привлекательности муниципалитетов, правил развертывания социального капитала развития в рамках функционирования нескольких социальных сетей. Определены преимущества от расширения радиуса социального капитала развития для представителей местного сообщества: снижение издержек в процессе транзакции активов участников социальных сетей, получение кумулятивного экономического эффекта от повышения эффективности управления социальными связями участников туристских практик, открытие доступа к «закрытым» ранее активам других социальных сетей; для представителей властных структур: частичное слияние ресурсных баз муниципальных образований на основе их взаимной дополняемости, формирование новых контуров ресурсного обмена муниципалитетов согласно принципам «социального кредитования», распределение рисков использования социальных инвестиций в развитие туристической привлекательности территории, расширение формата туристских практик, масштабирование и увеличение доходности

туристских проектов, объединение усилий муниципалитетов для артикуляции муниципальных интересов на вышестоящих уровнях управления.

В ходе исследования обоснована необходимость использования в деятельности муниципальных органов власти технологии социального конструирования туристского пространства, которая нацелена на генерирование инноваций в туристском продукте, в том числе за счет формирования новых социальных сетей. В данном контексте действия местных властей должны быть сосредоточены на: поддержании гостеприимства и доброжелательности со стороны местного населения, обеспечении безопасности и снижения угроз от присутствия туристов для представителей местного сообщества. Результаты исследования показали, что цифровизация всех сфер жизни общества обеспечивает возможность создания канала прямого участия населения в социальном конструировании на базе открытых платформ. Такие платформы станут трансляторами мнения представителей местных сообществ в том числе посредством рейтингового голосования граждан.

В целях развития туристической привлекательности территории рекомендовано использовать в деятельности муниципальных органов власти технологию трехстороннего социального партнерства власти / бизнеса / местных жителей, что позволит. Данная технология позволит использовать в муниципальных практиках социальный капитал широкого и узкого радиуса. Применение данной технологии потребует от местных властей выявления и устранения барьеров нормативного характера; консультационной и образовательной поддержки представителей местных сообществ, обладающих соответствующими компетенциями для предпринимательской деятельности; обеспечения льготного доступа бизнес-структур к производственным площадям муниципальных образований на основе ресурсного обмена между властью, бизнесом и населением; разработки направлений использования объектов муниципальной собственности для реализации потребностей бизнеса в сфере туризма; развития института наставничества и повышения информационной открытости действий местных властей (в том числе формирования единого информационного пространства / цифровой среды).

Практическую значимость представляют рекомендации по внедрению в муниципальную практику технологии проектного управления процессами развития туристической привлекательности территорий. Разработан алгоритм внедрения технологии проектного управления в деятельность органов муниципального управления, состоящий из 4 этапов: организационный, методологический, технологический и

обучающий этапы. Преимущества использования технологии проектного управления как инструмента формирования социального капитала развития туристической привлекательности заключаются в следующем: достижение запланированных результатов в более короткие сроки, что повышает уровень доверия в местном сообществе; более эффективное использование ресурсов социальной сети, в том числе за счет выстраивания траекторий включения представителей местного населения в различные практики и проекты в сфере туризма; улучшение вертикальных и горизонтальных связей за счет алгоритмизации управления функциональными областями проектов в сфере туризма.

В параграфе 4.2 «Инновационная модель использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий в деятельности органов власти» предложена модельная репрезентация действий властных структур по формированию и использованию социального капитала развития туризма в современных муниципальных образованиях.

Модель отражает качественно новый подход, который может быть использован муниципальными органами власти для развития индустрии туризма на основе имплементации императива включения в данный процесс актива социальной сети локального социума. Атрибутика значимости конструктивного взаимодействия власти и участников социальной сети, где бенефициарами выступают обе стороны, позволяет отойти от теоретизации преимуществ конструктивного диалога власти и общества к практике внедрения новых экономических смыслов функционирования сетей. Инновационность, используемой в деятельности органов власти модели формирования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий, будет способствовать качественной трансформации муниципальных управленческих практик за счет использования ресурсов социальных сетей локального социума на перформативе общности норм и ценностей, конструктивном подходе к инвестированию актива участников социальной сети, практикам ресурсозамещения. В инновационной модели социальный капитал как единый конструкт раскрывается в терминах: связей и социальных отношений, сформированных в местном сообществе; ценностей локального социума, формальных и неформальных норм; а также сетевых структур, в которые объединены представители местного населения. Подобное «наполнение» социального капитала отражает, с одной стороны, «вшитые» смыслы взаимодействия участников социальной сети, а с другой, множественность сетевых

структур и коалиций, которые могут быть сформированы в локальном социуме для развития туристической привлекательности территории.

При использовании модели муниципальным органам власти рекомендовано рассмотреть две траектории задействия социального капитала развития туризма: конвертируемый ресурс, используя который органы власти могут развивать инфраструктурный профиль туристского пространства, создавать новые объекты притяжения туристов; и прямые контакты представителей местного сообщества с путешественниками, практики транслирования аутентичности быта местного населения. Инновационная модель использования социального капитала развития должна опираться на механизм инициативного бюджетирования, который обеспечивает возможность ее практического использования в условиях дефицита местных бюджетов. Ожидаемыми эффектами призваны стать: устранение пассивности местного населения; рост интереса к реальным практикам участия в муниципальных проектах; обеспечение совместного принятия решений по выбору объектов, форм и размеров бюджетирования, а также возможностей софинансирования выбранных объектов; формирование у представителей местных сообществ самомотивации к реализации отдельных инициатив и проектов.

III Заключение

В диссертационной работе поднимаются актуальные вопросы формирования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий как основы повышения качества жизни в местных сообществах. В ходе исследования уточнены и дополнены трактовки ключевых понятий (социальный капитал, туристическая привлекательность), обоснована необходимость введения в научный оборот термина «социальный капитал развития». Проведенный анализ позволил дополнить положения теорий социального капитала, обосновав необходимость его рассмотрения через определяющий признак наличия социальной сети, определив параметры выбора индивидом социальной сети (ресурсность сети, размер ожидаемой личной выгоды). Результаты исследования позволили сделать вывод о значимости широкого радиуса доверия для развития туристической привлекательности территории. Проведенное исследование позволило определить предикаты формирования социального капитала развития муниципальных образований.

С опорой на результаты проведенного исследования разработаны предложения по повышению эффективности использования социального капитала развития туристической привлекательности муниципальных образований в деятельности органов власти. В частности, предложен алгоритм разработки стратегии формирования социального капитала, разработана оригинальная инновационная модель использования социального капитала развития туристической привлекательности российских территорий. Отдельное внимание в работе уделено разработке адаптированных технологий формирования социального капитала развития туристической привлекательности муниципалитетов.

Комплексное использование разработанных предложений и рекомендаций, а также постулирование в муниципальной повестке новых смыслов формирования социального капитала повысит эффективность его использования в социальных практиках развития туристической привлекательности территории. Дальнейшими направлениями исследования социального капитала развития туристической привлекательности могут стать следующие: анализ специфики формирования социальных сетей в условиях расширения пространства цифровых взаимодействий, анализ влияния кросскультурных различий на функционирование современных социальных сетей в сфере туризма. Перспективным видится углубленный анализ детерминант участия муниципальных властей в капитализации социального ресурса местного сообщества, практиках ресурсозамещения актива участников социальной сети, расширении радиуса социального капитала.

IV Список работ, опубликованных по теме диссертации

*Публикации в рецензируемых научных изданиях,
определенных ВАК при Минобрнауки России:*

1. Рогач, О.В. Ожидания и предпочтения российских туристов в рамках культурно-познавательных поездок по городам России / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Урбанистика. – 2017. – № 4. – С. 86-94. – ISSN 2310-8673. – Текст : электронный. – DOI 10.7256/2310-8673.2017.4.22948. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ozhidaniya-i-predpochteniya-rossiyskih-turistov-v-ramkah-kulturno-poznavatelnyh-poezdok-po-gorodam-rossii> (дата обращения: 28.12.2023).

2. Рогач, О.В. Культурно-познавательный туризм в России: потенциал и оценка качества / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Социальная политика и социология. – 2017. – № 4 (123). Том 16. – С. 147-154. – ISSN 2071-3665.

3. Рогач, О.В. Консолидация ресурсов местных сообществ как стратегический ориентир устойчивого развития туристической привлекательности российских территорий / О.В. Рогач // Социодинамика. – 2018. – № 8. – С. 7-14. – ISSN 2409-7144. – Текст : электронный. – DOI 10.25136/2409-7144.2018.8.27052. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konsolidatsiya-resursov-mestnyh-soobschestv-kak-strategicheskiy-orientir-ustoychivogo-razvitiya-turisticheskoy-privlekatelnosti> (дата обращения: 28.12.2023).

4. Рогач, О.В. Кадровое обеспечение местных органов власти в современных российских условиях / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 4 (146). – С. 369-385. – ISSN 2219-5467. – Текст : электронный. – DOI 10.14515/monitoring.2018.4.19. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovoe-obespechenie-mestnyh-organov-vlasti-v-sovremennyh-rossiyskih-usloviyah> (дата обращения: 28.12.2023).

5. Рогач, О.В. Установки населения при взаимодействии с местной властью / Т.М. Рябова, О.В., Рогач, Н.В. Медведева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2018. – № 8. – С. 50-54. – ISSN 2221-1373. – Текст : электронный. – DOI 10.23672/SAE.2018.2018.16565. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustanovki-naseleniya-pri-vzaimodeystvii-s-mestnoy-vlastyu> (дата обращения: 28.12.2023).

6. Рогач, О.В. Анализ факторов формирования туристической привлекательности муниципальных образований / О.В. Рогач // Урбанистика. – 2019. – № 1. – С. 102-110. – ISSN 2310-8673. – Текст : электронный. – DOI 10.7256/2310-8673.2019.1.29257. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-formirovaniya-turisticheskoy-privlekatelnosti-munitsipalnyh-obrazovaniy> (дата обращения: 28.12.2023).

7. Рогач, О.В. Культурное волонтерство в России как социальный ресурс развития туризма / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Социальная политика и социология. – 2019. – № 1 (130). Том 18. – С. 140-146. – ISSN 2071-3665.

8. Рогач, О.В. Методологические подходы к анализу развития туристической привлекательности муниципальных образований в современных социально-экономических условиях / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Социальная политика и социология. – 2019. – № 2 (131). Том 18. – С. 117-124. – ISSN 2071-3665.

9. Рогач, О.В. Социальное конструирование туристической привлекательности российских городов / О.В. Рогач // Урбанистика. – 2019. – № 3. – С. 37-47. – ISSN 2310-8673. – Текст : электронный. – DOI 10.7256/2310-8673.2019.3.30412. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-konstruirovaniye-turisticheskoy-privlekatelnosti-rossiyskih-gorodov> (дата обращения: 28.12.2023).
10. Рогач, О.В. Кадровое обеспечение местных органов власти: ключевые проблемы и перспективы развития / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2019. – № 5. Том 8. – С. 69-73. – ISSN 2305-7807. – Текст : электронный. – DOI 10.12737/article_5dcbd498ca3a74.90849220. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovoye-obespechenie-mestnyh-organov-vlasti-klyuchevye-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 28.12.2023).
11. Рогач, О.В. Социальный капитал местных сообществ: индикаторы измерения и условия формирования / О.В. Рогач // Социодинамика. – 2019. – № 8. – С. 44-51. – ISSN 2409-7144.
12. Рогач, О.В. Социальный капитал: новые возможности развития местных сообществ / О.В. Рогач // Социодинамика. – 2019. – № 9 – С. 25-39. – ISSN 2409-7144. – Текст : электронный. – DOI 10.25136/2409-7144.2019.8.30342. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-mestnyh-soobschestv-indikatory-izmereniya-i-usloviya-formirovaniya> (дата обращения: 28.12.2023).
13. Рогач, О.В. Институциональные условия конвертации социального ресурса местных сообществ в развитие туристической привлекательности муниципальных образований / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Социодинамика. – 2019. – № 11. – С. 112-121. – ISSN 2409-7144. – Текст : электронный. – DOI 10.25136/2409-7144.2019.11.29259. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-usloviya-konvertatsii-sotsialnogo-resursa-mestnyh-soobschestv-v-razvitie-turisticheskoy-privlekatelnosti> (дата обращения: 28.12.2023).
14. Рогач, О.В. Туристическая привлекательность муниципальных образований Российской Федерации: институциональные ограничения использования технологий социального партнерства / О.В. Рогач // Социальная политика и социология. – 2020. – № 1 (134). Том 19. – С. 73-80. – ISSN 2071-3665.
15. Рогач, О.В. Концептуальные основы разработки стратегии формирования социального капитала местных сообществ / О.В. Рогач // Социальная политика и социология. – 2020. – № 2 (135). Том 19. – С. 107-115. – ISSN 2071-3665.

16. Рогач, О.В. Международный опыт конвертации социального капитала местных сообществ в развитие туристской отрасли / О.В. Рогач // Урбанистика. – 2020. – № 2. – С. 115-123. – ISSN 2310-8673. – Текст : электронный. – DOI 10.7256/2310-8673.2020.2.32710. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-konvertatsii-sotsialnogo-kapitala-mestnyh-soobschestv-v-razvitie-turistskoy-otrasli> (дата обращения: 26.12.2023).

17. Рогач, О.В. Возможности использования механизма инициативного бюджетирования при формировании социального капитала местных сообществ / О.В. Рогач // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – № 9. – С. 53-56. – ISSN 2221-1373. – Текст : электронный. – DOI 10.23672/k4495-7726-9519-t. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-ispolzovaniya-mehanizma-initsiativnogo-byudzhetrovaniya-pri-formirovanii-sotsialnogo-kapitala-mestnyh-soobschestv> (дата обращения: 26.12.2023).

18. Рогач, О.В. Ограничения социального партнерства власти и бизнеса в практике формирования туристической привлекательности муниципальных образований РФ / Е.В. Фролова, О.В. Рогач, Т.М. Рябова, Н.В. Медведева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2021. – № 2. Том 14. – С. 156-171. – ISSN 2312-9816. – Текст : электронный. – DOI 10.15838/esc.2021.2.74.10 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ogranicheniya-sotsialnogo-partnerstva-vlasti-i-biznesa-v-praktike-formirovaniya-turisticheskoy-privlekatelnosti-munitsipalnyh> (дата обращения: 26.12.2023).

19. Рогач, О.В. Волонтерство как инструмент развития туристической привлекательности муниципальных образований РФ / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Социальная политика и социология. – 2021. – № 4 (141). Том 20. – С. 127-135. – ISSN 2071-3665.

Публикации в других научных изданиях:

20. Рогач, О.В. Социальное партнерство власти и местного сообщества в России: ограничения и направления активизации сотрудничества : монография / Н.В. Медведева, Т.М. Рябова, О.В. Рогач, Е.В. Фролова. – Москва : Перспектива, 2018. – 130 с. – 300 экз. – ISBN 978-5-88045-374-0.

21. Рогач, О.В. Социальный капитал развития туристической привлекательности российских территорий : монография / О.В. Рогач. – Москва : Перспектива, 2019. – 192 с. – 500 экз. – ISBN 978-5-88045-411-2.

22. Рогач, О.В. Возможности и ограничения конвертации социального капитала местных сообществ в развитие туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации : монография / О.В. Рогач, Е.В. Фролова. – Москва : Издательство «Перспектива», 2020. – 157 с. – 500 экз. – ISBN 978-5-88045-458-7.

23. Рогач, О.В. Взаимодействие ключевых субъектов местных сообществ в целях повышения туристической привлекательности российских территорий: ограничения, ресурсы и технологии развития : монография / О.В. Рогач. – Москва : Перспектива, 2020. – 244 с. – 500 экз. – ISBN 978-5-88045-457-0.

24. Рогач, О.В. Деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма: проблемы, ресурсы и новые возможности / Е.В. Фролова, О.В. Рогач, Т.М. Рябова // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2020. – № 3. – С. 210-228. – ISSN 1999-5431. – Текст : электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-munitsipalnyh-organov-vlasti-po-razvitiyu-kulturno-poznavatel'nogo-turizma-problemy-resursy-i-novye-vozmozhnosti> (дата обращения: 26.12.2023).

25. Рогач, О.В. Региональная специфика развития туристского потенциала: социологический анализ / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Регионология. – 2022. – № 2. Том 30. – С. 383-404. – ISSN 2413-1407. – Текст : электронный. – DOI 10.15507/2413-1407.119.030.202202.383-404. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-spetsifika-razvitiya-turistskogo-potentsiala-sotsiologicheskiiy-analiz> (дата обращения: 26.12.2023).

26. Рогач, О.В. Туристский потенциал территории и его роль в повышении качества жизни населения / Е.В. Фролова, О.В. Рогач, П.Ш. Шихгафизов // Народонаселение. – 2022. – № 3. Том 25. – С. 116-127. – ISSN 1561-7785. – Текст : электронный. – DOI: 10.19181/population.2022.25.3.9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-potentsial-territorii-i-ego-rol-v-povyshenii-kachestva-zhizni-naseleniya> (дата обращения: 26.12.2023).

27. Рогач, О.В. Оценка готовности населения к участию в практиках развития туризма / О.В. Рогач, Е.В. Фролова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2022. – № 4. Том 25. – С. 208-235. – ISSN 1029-8053. – Текст : электронный. –

DOI 10.31119/jssa.2022.25.4.8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-gotovnosti-naseleniya-k-uchastiyu-v-praktikah-razvitiya-turizma> (дата обращения: 26.12.2023).

28. Рогач, О.В. Туристский потенциал российских территорий: позиция муниципальных органов власти / О.В. Рогач, Е.В. Фролова, Н.В. Медведева // Вопросы экономики. – 2022. – № 9. – С. 125-138. – ISSN 0042-8736.

29. Рогач, О.В. Ограничения и перспективы развития внутреннего туризма в регионах России / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Экономика региона. – 2023. – № 1. Том 19. – С. 208-219. – ISSN 2411-1406. – Текст : электронный. – DOI 10.17059/ekon.reg.2023-1-16. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ogranicheniya-i-perspektivy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-regionah-rossii> (дата обращения: 26.12.2023).

30. Рогач, О.В. Инициативное бюджетирование как механизм повышения качества жизни населения / Е.В. Фролова, О.В. Рогач, П.В. Разов // Народонаселение. – 2023. – № 2. Том 26. – С. 66-77. – ISSN 1561-7785. – Текст : электронный. – DOI 10.19181/population.2023.26.2.6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/initsiativnoe-byudzhetrovanie-kak-mehanizm-povysheniya-kachestva-zhizni-naseleniya> (дата обращения: 26.12.2023).

31. Рогач, О.В. Социальное самочувствие россиян весной 2022 г. / Е.В. Фролова, О.В. Рогач // Социологические исследования. – 2023. – № 5. – С. 160-166. – ISSN 0132-1625.