

УДК 338.24

DOI: 10.17072/2218-9173-2017-2-217-236

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

М. С. ГУСЕВА

Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия

Д. В. АМЕЛЬКИНА

Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия

Для цитирования:

Гусева М. С., Амеликина Д. В. Взаимодействие государства и бизнеса в развитии внутреннего и въездного туризма // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2017. Том 9, № 2. С. 217–236. DOI: 10.17072/2218-9173-2017-2-217-236.

Введение: в настоящее время в России под влиянием макроэкономических, внешне-политических факторов и положительного опыта развития государственно-частного партнерства в отдельных отраслях сложились определенные предпосылки для привлечения ресурсов частного сектора в экономику отечественного туризма.

Цель: изучение особенностей взаимодействия государства и бизнеса и определение перспективных направлений развития государственно-частного партнерства в области внутреннего и въездного туризма на региональном уровне.

Методы: системный подход, методы статистического анализа.

Результаты: определены возможные и ожидаемые результаты государственно-частного взаимодействия в области развития туризма для госсектора, региона (туристской дестинации), предпринимательства, населения и туристов. Установлены объективные предпосылки для формирования эффективных форм государственно-частного взаимодействия и партнерства, позволяющих привлечь частные инвестиции в экономику российского туризма.

Выявлены проблемы национальной туристской отрасли, обозначены основные направления и формы взаимодействия государства и бизнеса, обеспечивающего развитие внутреннего и въездного туризма в России. Определены факторы, ограничивающие развитие государственно-частное партнерство в туристской сфере и препятствующие развитию особых экономических зон туристско-рекреационного типа.

На основе опыта Самарской области выделены группы проектов, направленных на создание туристско-рекреационных комплексов и обеспечивающих развитие туризма в регионе. Выявлены перспективные направления для государственно-частного партнерства в сфере туризма: совместные проекты экологического и природоохранного содержания; привлечение частных партнеров для реставрации, восстановления, содержания и включения в туристские дестинации памятников культуры регионального значения; разработка и реализация крупных инвестиционных проектов в области развлечений.

Выводы: развитие государственно-частного партнерства в туристской сфере ограничивается: дефицитом бюджетных средств на реализацию запланированных проектов; преобладающей долей бюджетного финансирования в реализуемых проектах; значительными репутационными потерями для государства и утратой капиталов для бизнеса в случае отказа от проекта; отсутствием организационно-экономического механизма участия населения в проектах; ориентацией государства на партнерство с крупным бизнесом в масштабных проектах, при преимущественной доле сектора малого предпринимательства в туристской отрасли.

Дальнейшее развитие государственно-частного партнерства в сфере возможно на основе совершенствования законодательства, обеспечивающего закрепление

в соответствующих нормативно-правовых актах форм государственно-частного партнерства в туризме, внедрения проектных методов управления, повышения эффективности деятельности институтов развития и квалификации специалистов, поддержки малого и среднего бизнеса и индивидуальных инвесторов.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; внутренний и въездной туризм; концессия; соглашение о государственно-частном партнерстве; инвестиционный проект; регион

ВВЕДЕНИЕ

В условиях высокой мировой конкуренции взаимодействие государства и бизнеса становится одним из важнейших факторов, влияющих на развитие национального туризма и дестинаций, повышение конкурентоспособности туристской отрасли и предлагаемого продукта. При этом государственно-частное партнерство (далее – ГЧП), обеспечивающее привлечение частных инвестиций в реализацию отраслевых проектов, определяет результативность и эффективность данного взаимодействия.

В настоящее время в России со стороны органов государственной власти, бизнеса и общественности пристальное внимание уделяется туризму. С развитием туристской индустрии в Российской Федерации связывают перспективы экономического роста, решения социальных проблем, повышения качества жизни населения, развития регионов, воспитания патриотизма и улучшения имиджа страны.

До 2014 года российская туристская отрасль развивалась в условиях повышенной конкуренции со стороны иностранных поставщиков туристских услуг. В настоящее время, благодаря внешнеполитическим и макроэкономическим факторам, туризм получил дополнительные возможности для роста и успешного конкурирования как на внутреннем, так и на внешнем туристском рынке. Необходимым условием успешной реализации данных возможностей является активное взаимодействие власти и бизнеса, в том числе на основе механизма ГЧП (Zapata and Hall, 2012; Chaperon, 2017).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проблемы развития туризма, туристкой отрасли являются актуальными во многих странах мира и становятся предметом научных исследований (Schubert and Brida, 2009; Petrescu, 2012; Bogan and Căndeia, 2013; Dedu, 2013; Dorobantu et al., 2013; Hjalager and Johansen, 2013; Hyytiä and Kola, 2013; Navrátil et al., 2013). Управлению индустрией туризма России в современных условиях посвящены работы А. Д. Чудновского, М. А. Жуковой (Чудновский и Жукова, 2015), Е. Л. Писаревского (Писаревский, 2014). Е. А. Джанджугазова, Л. И. Черникова, Г. Р. Фаизова (Джанджугазова и др., 2016) исследуют роль туризма в региональном развитии, В. С. Боголюбовым (Боголюбов, 2009) изучаются проблемы инвестиций в развитие туризма.

В работах Г. А. Борщевского (Борщевский, 2016), В. Г. Варнавского (Варнавский, 2012), В. А. Кабашкина (Кабашкин, 2010) отражаются аспекты организации ГЧП, проблемы совершенствования этого механизма, а также анализируется мировой

опыт партнерского взаимодействия власти и бизнеса. Большое количество исследований посвящено ГЧП в инновационной и социальной сферах, а также развитию ЖКХ и транспортной инфраструктуры на основе государственно-частных и муниципально-частных проектов. Однако вопросы привлечения ресурсов бизнеса через ГЧП в туристскую отрасль, региональные аспекты партнерства публичной и частной сфер в туризме остаются малоизученными, в том числе и в связи с отсутствием широкой практики.

Самарская область имеет успешный, достойный исследований и тиражирования опыт использования ГЧП для решения социальных задач в регионе. В то же время в условиях снижения объемов бюджетного финансирования Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» (далее – ФЦП) и необходимости создания туристско-рекреационных кластеров при подготовке к чемпионату мира по футболу весьма актуальной для Самарской области становится ГЧП в туризме.

Под ГЧП понимают механизм взаимодействия между публичным и частным партнерами, основанный на взаимовыгодном сотрудничестве при использовании ресурсов и распределении рисков, регулируемый законодательством, заключенным соглашением и направленный на реализацию отдельных функций, закрепленных за публичным партнером (Борщевский, 2016; Гусева и др., 2016; Дедусенко, 2016; Кабашкин, 2010; Лосев, 2016). Сущность проектов ГЧП заключается в передаче функций публичного сектора по строительству, реконструкции, модернизации, обслуживанию и эксплуатации объектов инфраструктуры частному сектору.

Основными сферами применения ГЧП в зарубежных странах являются транспортная инфраструктура, социальная сфера, программы устойчивого развития и охраны окружающей среды, спорт, туризм (Айрапетян, 2009; Варнавский, 2012; Кабашкин, 2010; Тумашова и Копытина, 2016). До 80 % всех партнерских договоров, заключенных между государством и частным бизнесом, приходится на долю концессий (Сафронова и Чеховская, 2016, с. 81).

При этом необходимо отметить, что в большинстве развитых и успешно развивающихся стран индустрия туризма, развлечений и гостеприимства является сферой активного взаимодействия государства и бизнеса и выходит за рамки отдельных инвестиционных проектов. Самые яркие примеры – парижский Диснейлэнд, обеспечивающий экономический рост всей восточной части парижского пригорода, или турецкие курортные комплексы в Белеке и Южной Анталии. Взаимодействие развивается в следующих основных областях: развитие инфраструктуры обеспечивающих отраслей, территориальный маркетинг и менеджмент направления (дестинации), планирование и поддержка проектов развития региона, создание благоприятных условия для развития бизнеса и поддержка местных предпринимателей сферы гостеприимства и туризма, отраслевые исследования и разработка продукта, подготовка отраслевых кадров, совместное управление охраняемыми зонами.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В развитии отрасли туризма государство, прежде всего, отвечает за создание среды, благоприятной для эффективного развития туризма:

- сохранение культурного наследия и экологических систем;
- разработка отраслевого законодательства;
- создание и поддержание в должном качестве транспортной и дорожной инфраструктуры (дороги, общественный транспорт, парковки для туристских автобусов, туристские информационные центры, система указателей и т.п.) (Дорожков и Купчинская, 2016, с. 22).

Кроме того, необходимо отметить еще два обстоятельства. Первое, во всем мире сфера туризма и гостеприимства представлена преимущественно малым и средним частным бизнесом. Государство, участвуя в государственно-частных проектах в сфере туризма, прямо и косвенно поддерживает инвесторов, формирует благоприятную инвестиционную и бизнес-среду. При качественной и всецелой реализации государством данных функций создаются предпосылки для развития бизнеса, строительства и успешного функционирования отелей и ресторанов, объектов индустрии развлечений, создания и продвижения турпродуктов, роста числа занятых в отрасли.

Второе, туризм – один из важнейших факторов, формирующих имидж страны, вследствие чего появляются предпосылки для повышения доверия к ней, укрепления позиций государства на международном уровне, роста инвестиционной привлекательности национальной экономики. Туризм может стать частью концепции национального брендинга (Василенко, 2014), а продвижение страны в качестве направления для безопасного и комфортного отдыха на международном уровне – важнейшей функцией государства, направленной на развитие национальной туристской отрасли.

Результаты взаимодействия публичной и частной сфер в индустрии туризма и гостеприимства можно представить в виде схемы (рис.).

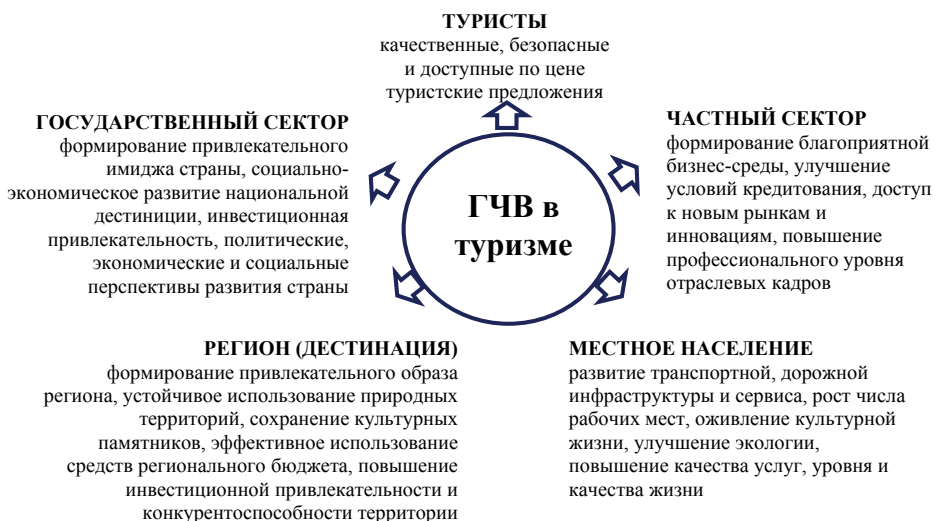


Рис. Возможные результаты государственно-частного взаимодействия в развитии индустрии туризма, развлечений и гостеприимства / Fig. Possible results of public-private partnerships in the development of tourism, entertainment and hospitality industries

Источник: составлено авторами.

Наиболее проработанной в российском законодательстве формой ГЧП являются концессионные соглашения¹ и соглашения о ГЧП². По мере развития федеральной нормативной базы и практики применения ГЧП перечень используемых форм расширяется и приобретает определенную отраслевую специализацию (специальный инвестиционный проект для ряда отраслей промышленности, контракт жизненного цикла в сфере государственных закупок и т.д.).

Особенностью финансирования российских проектов ГЧП является ведущая роль государства и невысокая доля привлекаемых частных вложений: отношение объема частных инвестиций в инфраструктуру в проектах ГЧП к номинальному ВВП России составляет 0,89 %. Для сравнения: в Индии – 9,47 %, в Бразилии – 18,89 %³.

В числе реализуемых проектов ГЧП в Российской Федерации: федерального уровня – 15 проектов, регионального уровня – 191 проект, муниципального уровня – более 1100 проектов. Постепенно складывается круг субъектов РФ, которые все более уверенно используют у себя разнообразные формы ГЧП, интегрируясь в систему программно-целевого управления и проектного финансирования. В их числе Москва, Санкт-Петербург, Самарская область (2015 год)⁴.

По данным Центра развития ГЧП на 1 января 2016 года в стране зарегистрировано более 1300 проектов, по которым принято решение о реализации, стадию коммерческого закрытия прошли 873 проекта⁵. Из них 172 проекта ГЧП в социальной инфраструктуре, 626 – коммунальной инфраструктуре, 47 – в транспортной инфраструктуре, 28 – в энергетической инфраструктуре.

По данным председателя правления Ассоциации «Центр развития ГЧП» П. Л. Селезнева⁶ на 1 января 2017 года в Российской Федерации реализуются 15 проектов в сфере туризма. Среди основных проблем эксперты центра отмечают следующие:

- невыполнение и частными, и публичными субъектами обязательств по софинансированию программ;
- дефицит финансовых ресурсов и сокращение финансирования ФЦП после введения санкций против России в 2014 году;

¹ См.: О концессионных соглашениях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21.07.2005 г. № 115-ФЗ. URL: <http://base.garant.ru/12141176/#ixzz4kpbK4gb8> (дата обращения: 10.01.2017).

² См.: О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13.07.2015 г. № 224-ФЗ. URL: <http://base.garant.ru/71129190/#ixzz4kphYXjSB> (дата обращения: 10.01.2017).

³ Исследование «Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015–2016 годах. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП» [Электронный ресурс] / Ассоциация «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития Российской Федерации. М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. С. 9. URL: http://pppcenter.ru/assets/docs/raytingREG2016_B5_Block_04-04-2016.pdf (дата обращения: 15.01.2017).

⁴ Там же. С. 22.

⁵ Там же. С. 6–7.

⁶ Гайдаровский форум – 2017. Менеджмент туристических кластеров, 2 часть (14.01.2017 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://gaidarforum.ru/about/mediamaterials/video/14-yanvary/#lg=1&slide=7> (дата обращения: 16.01.2017).

- отсутствие предпроектного финансирования;
- недостаток инвесторов, что приводит к медленным темпам строительства туристской инфраструктуры, а также недостаток девелоперов и операторов, специализирующихся на строительстве и эксплуатации объектов индустрии туризма, гостеприимства и развлечений.

Результаты развития российского туризма в 2014–2015 годах, в том числе с учетом влияния макроэкономических и внешнеполитических факторов, можно охарактеризовать следующими показателями (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

**Динамика основных показателей развития туризма в России, 2014–2015 годы /
Changes of the key tourism development indicators in Russia, 2014–2015**

Показатель	2014	2015	Изменение, %
Объем платных туристских услуг, включая услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, млн руб.	323250	347242	+7,4 %
Число коллективных средств размещения, ед.	15 590	20 136	+29,2 %
Число выездных туристских поездок, тыс.	42 921	34 390	-19,9 %
Число въездных туристских поездок, тыс.	25 438	26 852	+5,6 %
Число внутренних туристских поездок, млн	42	50	+18,0 %

Источник: официальный сайт Ростуризма.

По оперативным данным ассоциации туроператоров России (АТОР)⁷ в 2016 году рост въездного потока составил 6 %, внутреннего туризма – 15 %. Сокращение организованного выездного турпотока достигло 20 %.

Таким образом, физические объемы туристских потоков растут быстрее, чем доходы отрасли. Недостаток качественных предложений и услуг приводит к тому, что доля отрасли в российском ВПП уже несколько лет составляет около 1,5 % (1,6 % – 2016 год, 1,5 % – 2015 год, 1,3 % – 2012 год, 1,4 % – 2010 год). В странах с развитой туристской системой вклад туризма составляет не менее 10 % ВВП⁸.

Главными проблемами в развитии отрасли въездного и внутреннего туризма являются:

- сложная внешнеполитическая обстановка, попытки зарубежных СМИ ухудшить имидж России, сложная и длительная процедура оформления российских виз для большинства стран;
- слабый маркетинг внутри страны, недостаточное продвижение российского туризма на мировом рынке;
- неразвитая инфраструктура и низкий уровень сервиса, несоответствие стоимости услуг их качеству, рост стоимости размещения в основных городах пребывания туристов;

⁷ Туристическая отрасль России: итоги 2016 года и перспективы на 2017 год [Электронный ресурс]. URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/37897.html> (дата обращения: 14.01.2017).

⁸ Мировой атлас данных. Общий вклад туризма в ВВП [Электронный ресурс]. URL: <http://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 09.01.2017).

- неразвитость внутренней системы перевозок, низкая транспортная доступность регионов, высокая доля транспортной составляющей в стоимости поездки;

- недостаток квалифицированных кадров⁹.

Оценивая уровень конкурентоспособности отечественного туристского продукта в регионах (Чудновский и Жукова, 2015), можно отметить, что текущее состояние транспортной инфраструктуры, гостиничной базы и памятников культуры, находящихся в ведении региональных властей, является основной проблемой, препятствующей широкому созданию востребованных, высококачественных и конкурентных по цене российских туристских предложений. Для их создания необходима не только развитая дорожная сеть и транспортная инфраструктура внутри регионов, но и транспортная доступность российских территорий, обеспечивающая высокий уровень комфортности и приемлемую стоимость путешествия. Качество дорожной и транспортной инфраструктуры в регионе дает толчок развитию индустрии гостеприимства. В настоящее время в связи с высокой неопределенностью отраслевых перспектив развития, длительностью окупаемости и недостатком отраслевых операторов инвесторы, ориентированные на вложение средств в коммерческую недвижимость, рассматривают гостиничную сферу в последнюю очередь. Успешный опыт привлечения частных инвестиций в реставрацию и сохранение памятников культуры в Российской Федерации и ее регионах фактически отсутствует.

Необходим принципиальный рывок в решении проблем отрасли, который может быть обеспечен совместными усилиями публичной и частной сферы. В настоящее время в России существует целый ряд объективных предпосылок для формирования эффективных форм государственно-частного взаимодействия и партнерства, позволяющих привлечь частные инвестиции в экономику туризма:

- переориентация выездных туристских потоков на внутренние в условиях экономического и внешнеполитического кризиса и снижение уровня безопасности путешествий в отдельные регионы;

- формирование в стране новых особых экономических туристско-рекреационных зон и комплексов, реконструкция существующей рекреационной инфраструктуры на уровне требований мировых стандартов;

- создание системы научного и кадрового сопровождения развития индустрии туризма в России;

- развитие малого и среднего бизнеса, обеспечивающего функционирование индустрии туризма и гостеприимства;

- осознание необходимости развития туризма и отдыха органами законодательной и исполнительной власти всех уровней, а также понимание того, что создать и реализовать потенциал отрасли без взаимодействия и взаимопомощи публичной и частной сферы нельзя.

С 2011 года Российская Федерация взяла курс на развитие внутреннего и въездного туризма на основе широкого взаимодействия государства и бизнеса, призванного обеспечить:

⁹ Туристическая отрасль России...

- импортозамещение популярных зарубежных направлений отечественными, создание востребованного национального турпродукта, конкурентного по цене и предлагаемому сервису на внутреннем и мировом рынке;
- расширение географии российского туризма, преодоление диспропорций в социально-экономическом развитии российских регионов через развитие туристской отрасли на основе создания новых особых экономических туристско-рекреационных зон, туристских кластеров и комплексов;
- опережающую модернизацию и реконструкцию имеющейся, создание новой самой современной рекреационной и туристской инфраструктуры, обеспечивающей предоставление туристских и сервисных услуг, соответствующих растущим требованиям мировых стандартов устойчивого туризма;
- создание обеспечивающей инфраструктуры, способствующей повышению транспортной доступности и качества пребывания в российских регионах;
- создание многоуровневой системы профессионального обучения, научного и кадрового сопровождения развития индустрии туризма и гостеприимства России;
- создание условий для развития основы индустрии туризма и гостеприимства – малого и среднего бизнеса и системы его прямой поддержки.

В 2014 году была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. В качестве основного механизма ее реализации рассматривается государственно-частное партнерство как наиболее перспективный способ объединения усилий органов государственной власти и частного бизнеса с целью создания объектов туристской инфраструктуры и, что не менее важно, развития транспортной и дорожной инфраструктуры, обустройства дорог. В основе Стратегии лежит создание федеральных особых экономических зон туристско-рекреационного типа (далее – ОЭЗ ТРТ) – масштабных федеральных проектов, направленных на развитие регионов путем привлечения инвестиций, управленческих, научных и производственных технологий. Всего создается 15 ОЭЗ ТРТ¹⁰.

К причинам, препятствующим развитию ОЭЗ ТРТ, следует отнести следующие:

1. Недостаточный объем финансирования. В связи с неблагоприятными внешними условиями почти в 2 раза сокращен объем финансирования строительства инфраструктуры ОЭЗ ТРТ.
2. Недостаток квалифицированных специалистов, в том числе владеющих экологическими требованиями и нормами.
3. Высокая степень бюрократии. Медлительность федеральных властей в решении вопросов функционирования ОЭЗ ТРТ. Наиболее успешно они развиваются в регионах, власти которых проявляли максимальную инициативу, постоянно подталкивая центр к более активным действиям.
4. В то же время именно на местах при реализации проектов отмечены крупнейшие финансовые нарушения и высокая коррупционная составляю-

¹⁰ Особые экономические зоны. Туристско-рекреационные зоны [Электронный ресурс]: офиц. сайт Минэкономразвития России. URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/sez/main/zone03/indexdocs> (дата обращения: 08.01.2017).

щая (проявляется заинтересованность в освоении бюджетных средств, но не в обеспечении прибыльного функционирования создаваемых объектов).

5. Плохая информированность инвесторов, особенно иностранных, о возможностях отечественных ОЭЗ ТРТ.

ФЦП наиболее эффективным и действенным способом решения сформулированных задач в сфере туризма признает механизм государственно-частного партнерства. Структурно-функциональными элементами ФЦП являются туристско-рекреационные и автотуристские кластеры, обеспечивающие интенсивный прирост внутреннего и въездного туристских потоков, а также оказывающие мультипликативный эффект на развитие сферы сопутствующих услуг и смежных отраслей национальной экономики. Создаваемые в рамках ФЦП кластеры представляют собой укрупненный инвестиционный проект, включающий ряд функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов по отдельным объектам капитального строительства в туристской сфере.

ОБСУЖДЕНИЕ

Реализация ряда укрупненных инвестиционных проектов в туризме предполагается и осуществляется на территории Самарской области. Это один из экономически и индустриально развитых субъектов РФ, в то же время имеющий проблемы в социальной сфере, сохранении и развитии рекреационного потенциала территории. Для решения социальных задач в регионе в последние годы активно используются возможности ГЧП.

По результатам 2015 года Самарская область в качестве публичного партнера ГЧП занимает 3-е место в рейтинге регионов РФ по развитию ГЧП. В настоящее время уровень развития ГЧП в области составляет 59,6 %¹¹ при среднероссийском значении показателя 35,9 %. Создана региональная нормативная база ГЧП¹², сформирована структура, отвечающая за развитие взаимодействия власти и бизнеса – Управление проектов государственно-частного партнерства, разработаны типовые схемы реализации проектов и иные методические документы ГЧП.

По данным Министерства экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области в регионе ведется работа по 39 инвестиционным проектам ГЧП регионального уровня и более 20 муниципально-частным проектам.

На 1 января 2017 года на стадии реализации находятся 15 проектов: 10 – в сфере здравоохранения (еще два проекта находятся на этапе завершения строительства и начала эксплуатации); 3 – спорта; 1 – транспорта; 1 – туризма. На стадии рассмотрения – 12 проектов, из них: 2 – в сфере здравоохранения, 3 – транспорта, 3 – туризма, 4 – прочее. При этом проекты ГЧП полностью

¹¹ Исследование «Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015–2016 годах... С. 22.

¹² См.: Информационная карта нормативной правовой базы Самарской области в сфере государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. URL: http://www.investinsamara.ru/invest/public-private_partnerships/info_card/ (дата обращения: 19.12.2016).

профинансированы за счет внебюджетных источников, что отличает Самарский регион от других субъектов РФ¹³. Наибольший успех достигнут Самарской областью в реализации ГЧП в сфере здравоохранения¹⁴.

Самарская область была признана «одним из самых перспективных туристских регионов страны, имеющих высокий туристский потенциал и проявляющих наибольшую активность в подготовке инвестиционных проектов»¹⁵. В соответствии с государственной программой Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы наибольшие усилия государственных органов, общественных организаций и бизнеса области направлены на создание конкурентного преимущества в туристской сфере на основе событийного направления. В 2014 и 2015 годах Самарская область по рейтингам национального конкурса «Russian Event Awards» стала регионом – лидером событийного туризма.

В соответствии с указанной государственной программой развитие рекреационного потенциала национального парка «Самарская Лука» и прилегающих территорий предполагается посредством реализации следующих крупных инвестиционных проектов в сфере туризма: туристско-рекреационный комплекс «Жигулевская жемчужина», туристско-рекреационный комплекс «Жигулевский ковчег – Белогорье», туристическая деревня «Новая Рязань».

В рамках подготовки к чемпионату мира по футболу в 2018 году для проведения мероприятий международного уровня создается туристско-рекреационный кластер «Событийная агломерация», включающий 8 коллективных средств размещения, расположенных в радиусе 100 км от строящегося в городском округе Самара стадиона, а также туристско-рекреационный и спортивно-оздоровительный комплекс «Старая Бинарадка» (Красноярский район, с. Старая Бинарадка) и многофункциональный спортивно-выставочный комплекс «SamaraRing» (Волжский район, с. Курумоч). Инструментом выполнения государственной программы признано государственно-частное партнерство.

Мероприятия по подготовке региона к чемпионату мира по футболу осуществляются в соответствии с. Данные о финансировании действующих в регионе программ в сфере туризма (табл. 2) свидетельствуют о сокращении финансирования, прежде всего на поддержку создания и модернизации гостиничной и туристской инфраструктуры.

¹³ Статистика государственного частного партнерства [Электронный ресурс]: офиц. сайт Министрство экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области. URL: http://economy.samregion.ru/activity/GCHP/analit_gchp/ (дата обращения: 11.01.2017).

¹⁴ Более существенная доля реализуемых государственно-частных проектов в сфере здравоохранения в России и в Самарской области связана с тем, что в 2014 году в Минздраве России был создан проектный офис ГЧП (Координационный совет по государственно-частному партнерству).

¹⁵ См.: О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Рос. Федерации от 02.08.2011 г. № 644. URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/55171986/paragraph/1:1> (дата обращения: 21.12.2016).

Таблица 2 / Table 2

Финансирование из регионального бюджета государственных программ развития Самарской области в сфере туризма в 2015 году, тыс. руб. / Regional budgeting of Samara region development state programs in tourism in 2015, thousand rubles

Показатель	Планируемое финансирование	Фактическое финансирование
Государственная программа Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы		
Обеспечение деятельности департамента туризма Самарской области	6 196,47	6 179,75
Предоставление субсидии ГБУ Самарской области «Туристский информационный центр»	3 285,24	3 285,24
Государственная программа Самарской области «Подготовка к проведению в 2018 году чемпионата мира по футболу»		
Предоставление субсидий юридическим лицам на возмещение процентной ставки по кредитам на создание и модернизацию гостиничной и туристской инфраструктуры и альтернативных средств размещения для клиентских групп и болельщиков	42 940,00	Средства секвестрированы
Создание и поддержка сети информационных центров для туристов и болельщиков	8 900,00	6 733,23

Источник: составлено авторами по отчетам Департамента туризма Самарской области.

В то же время осуществлено строительство и запуск в эксплуатацию нового аэровокзала Международного аэропорта Курумоч, отвечающего требованиям ФИФА. Проект был реализован во взаимодействии Минтранса России, Правительства Самарской области, ГК «Ренова» (ЗАО «УК Аэропорты Регионов») и является примером эффективного государственно-частного партнерства на федеральном уровне.

В области дорожного строительства Самарская область – один самых активных участников приоритетного проекта «Безопасные и качественные дороги», утвержденного президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам (протокол от 21 ноября 2016 года № 10). Плотность автомобильных дорог с асфальтобетонным покрытием в Самарской области составляет 128 км/тыс. км (в среднем по России – 26 км). В рамках приоритетного проекта к концу 2017 года в нормативное состояние будут приведены 48,4 %, к концу 2018 года – 54 % дорог области. За 2017 год из различных источников на реконструкцию и ремонт дорожной сети региона будет привлечено 22–23 млрд руб.¹⁶

Динамика основных показателей развития туризма в Самарской области (2013–2015 годы) демонстрирует в 2015 году темпы роста туристского потока

¹⁶ См.: *Особые экономические зоны. Туристско-рекреационные зоны...*

ниже федерального уровня и отрицательные темпы роста туристской инфраструктуры (табл. 3).

Таблица 3 / Table 3

Динамика основных показателей развития туризма в Самарской области, 2013–2015 годы
/ **Changes of the key tourism development indicators in Samara region, 2013–2015**

Показатель	2013	2014	2015		Изменение 2014/2015 гг., %
			план	факт	
Объем внутреннего и въездного туристского потока ¹⁷ , тыс. чел.	695,8	730,6	723,9	820,9	+12,4
Объем платных туристских услуг, млн. руб.	4537,3	4763,8	4164,9	4486,7	-5,8
Гостиницы и иные коллективные средства размещения, ед.	265	489	269	306	-37,4
Объем налоговых и иных обязательных платежей от сферы туризма в бюджеты всех уровней, млн руб.	402,3	1997,7 ¹⁸	2037,6	2266,3	+13,5

Источник: составлено авторами по отчетам Департамента туризма Самарской области.

За 2013–2015 годы объем въездного и внутреннего туризма в Самарской области вырос на 18 % и фактически превысил установленный государственной программой Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы плановый показатель 2023 года. В 2015 году число коллективных средств размещения превысило программный показатель, но только 264 из них имеют действующее свидетельство и прошли классификацию по состоянию на 1 декабря 2016 года, то есть соответствуют фактическому состоянию 2013 года.

На основе анализа действующих федеральных и региональных программ проекты ГЧП, направленные на развитие и поддержку туризма в Самарской области, можно разделить на следующие группы:

- проекты по созданию туристско-рекреационных кластеров в рамках реализации мероприятий ФЦП и государственной программы Самарской области «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2015–2025 годы;
- проекты, осуществляемые в рамках выполнения целевой программы по подготовке к проведению в 2018 году чемпионата мира по футболу;
- проекты, обеспечивающие развитие транспортной инфраструктуры (реконструкция аэропорта – публичный партнер федерального и регионального

¹⁷ Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения на территории Самарской области.

¹⁸ Увеличение показателя обусловлено расширением перечня общероссийского классификатора видов экономической деятельности, включенных в собирательную группировку видов экономической деятельности «Туризм».

уровня), дорожной сети (реконструкция федеральных трасс, городских магистралей, строительство мостовых переходов через Волгу, публичный партнер федерального и регионального уровня) и социальных объектов региона (публичный партнер федерального, регионального и муниципального уровня).

При этом публичный партнер на федеральном уровне инициирует и участвует в реализации крупных инфраструктурных объектов федерального или международного значения, органы региональной и муниципальной власти обеспечивают создание коммунальных, социальных и дорожных инфраструктурных объектов. Частными партнерами являются преимущественно российские инвесторы – представители турбизнеса, индустрии гостеприимства и развлечений. Они обеспечивают создание и функционирование отраслевых объектов размещения, развлечения, питания, при этом в ряде случаев предусмотрено софинансирование (бюджетное и частное) строительства крупных объектов размещения, в том числе в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 года. При создании туристско-рекреационного комплекса «Жигулевский ковчег – Белогорье» для создания номерного фонда привлекаются инвестиции физических лиц.

Кроме того, региональные органы власти, в соответствии с государственной программой Самарской области, принимают на себя обязательства по диверсификации и усилению преимуществ регионального туристского продукта, созданию благоприятных условий для формирования туристско-рекреационного кластера и развития перспективных направлений туризма, продвижению регионального турпродукта на международном и российском уровне, совершенствованию регионального законодательства в сфере туризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Опыт Самарской области в организации ГЧП позволяет сделать выводы о том, что успешность и степень его развития определяются:

- применением современных проектных технологий в государственном управлении, способствующих повышению его эффективности, в том числе в организации взаимодействия между федеральными отраслевыми министерствами и регионом;
- уровнем сформированности не только федеральной, но и региональной нормативно-правовой и методической базы партнерства, созданием структуры в Правительстве Самарской области, отвечающей за ГЧП;
- наличием эффективных институтов развития ГЧП, в том числе в регионе;
- профессионализмом госслужащих и их готовностью к равноправному сотрудничеству с бизнесом;
- информационной открытостью и благоприятным инвестиционным климатом в регионе для потенциальных инвесторов.

Проблемы развития ГЧП, направленного на развитие туристско-рекреационных кластеров Самарской области, на наш взгляд, обусловлены:

- недостатком региональных бюджетных средств для финансирования государственно-частных и муниципально-частных проектов в туризме, сек-

вестированием федеральных бюджетов в части финансирования программ развития внутреннего и въездного туризма;

- существующим в регионах запросом на малые туристические проекты (на федеральном уровне планируют рассматривать малые проекты стоимостью 3 млрд руб. при фактической средней стоимости реализуемых в регионе проектов не более 1 млрд руб.);

- недостатком инвесторов и практическим отсутствием на региональном уровне отраслевых девелоперов и операторов, способных обеспечить прибыльную деятельность туристских объектов;

- отсутствием в Ростуризме, подведомственном Минкульту России, проектного офиса ГЧП, координирующего взаимодействие федеральных и региональных ведомств по реализации государственно-частных и муниципально-частных проектов в регионах и выполнению ФЦП и государственных программ по туризму в части создания туристско-рекреационных комплексов.

Перспективными направлениями для развития ГЧП в сфере туризма Самарской области считаем:

- совместные проекты экологического и природоохранного содержания, обеспечивающие развитие туризма, сохранение, расширение и устойчивое использование региональной системы особо охраняемых природных территорий;

- привлечение частных партнеров для реставрации, восстановления, содержания и включения в туристские дестинации разрушающихся памятников культуры регионального значения, расположенных как в Самаре, так и на территории области;

- разработка и реализация крупных инвестиционных проектов в области развлечений, например, эксклюзивного парка космической тематики познавательного и патриотического назначения, отражающего инновационные и научные достижения региона – родины российского ракетостроения.

Итак, несмотря на активные действия федеральных и региональных органов власти по развитию ГЧП и наметившиеся успехи во взаимодействии государства и бизнеса для решения важнейших социально-экономических задач, можно выделить факторы, ограничивающие ГЧП в сфере туризма, гостеприимства и развлечений:

- отсутствует возможность прямого переноса зарубежного опыта ГЧП в российские условия, не до конца сформировалась отечественная практика и отсутствует положительный опыт завершенных государственно-частных проектов для анализа и дальнейшего тиражирования;

- политические и экономические санкции приводят к недостатку бюджетных средств на реализацию запланированных проектов, сдерживают инвестиционную активность отечественных и зарубежных частных партнеров;

- преобладающая доля бюджетного финансирования в реализуемых проектах создает условия для неэффективного использования средств и роста коррупционной составляющей;

- отмеченные случаи коррупции и невыполнения публичным партнером обязательств по объемам и срокам финансирования совместных проектов приводят к репутационным потерям для государства и утрате капиталов для бизнеса;

- отсутствует продолжительная практика и положительный опыт ГЧП с малым и средним предпринимательством, составляющим основу индустрии гостеприимства и туризма;

- не разработан организационно-экономический механизм участия населения в проектах развития инфраструктурных объектов сферы туризма, функционирующих на основе ГЧП.

Отмеченные проблемы ограничивают темпы развития туристско-рекреационной отрасли в целом, что, в свою очередь, снижает вклад отрасли в ВВП и ВРП, объем финансовых поступлений в бюджеты всех уровней Российской Федерации.

Дальнейшее развитие ГЧП в туризме возможно на основе:

- совершенствования законодательства, обеспечивающего закрепление в соответствующих нормативно-правовых актах, и отражения в новых отраслевых программных документах условий, механизмов, принципов функционирования и форм ГЧП в сфере туризма;

- создания проектных офисов в Ростуризме и региональных отраслевых ведомствах, которые позволят значительно увеличить число реализуемых инвестиционных проектов в сфере туризма, в т. ч. на основе механизма ГЧП, повысят скоординированность процессов взаимодействия участников партнерства и позволят вести мониторинг проектов;

- повышения эффективности деятельности институтов развития через создание реестра отраслевых девелоперов и операторов на федеральном и региональном уровне;

- поддержки малого и среднего предпринимательства, в том числе на основе повышения доступа к государственным закупкам, инвесторов – физических лиц, в том числе за счет повышения уровня их информированности;

- развития системы профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов в организации проектов ГЧП в сфере туризма.

Предлагаемые мероприятия расширят возможности развития на региональном уровне ГЧП и могут быть использованы органами исполнительной власти в целях повышения эффективности государственного участия в развитии внутреннего и въездного туризма в России.

Библиографический список

Айрапетян М. С. Зарубежный опыт использования государственно-частного партнерства // Государственная власть и местное самоуправление. 2009. № 2. С. 35–42.

Боголюбов В. С. Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма. М.: Академия, 2009. 272 с.

Борищевский Г. А. Государственно-частное партнерство. М.: Юрайт, 2016. 344 с.

Варнавский В. Г. Управление государственно-частными партнерствами за рубежом // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 2. С. 134–147.

Государственное и муниципальное управление в сфере туризма / коллектив авторов; под общ. ред. Е. Л. Писарева. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 192 с.

Гусева М. С., Амелькина Д. В., Дмитриева Е. О. Развитие партнерства государства и малого бизнеса в инновационной сфере региона // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 6 (48). С. 288–307.

Дедусенко Е. А. Государственно-частное партнерство в туризме // Научный альманах. 2016. № 2-1 (16). С. 143–146.

Джанджугазова Е. А., Черникова Л. И., Фаизова Г. Р. Туризм и региональное развитие в условиях новых российских реалий. М.: Русайнс, 2016. 146 с.

Дорожков Н. Д., Купчинская Ю. А. Развитие государственно-частного партнерства в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. № 2 (4). С. 21–24.

Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / под ред. И. А. Василенко. 2-е изд., доп. и перераб. М.: Экономика, 2014. 247 с.

Кабашкин В. А. Государственно-частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. М.: МИЦ, 2010. 576 с.

Лосев В. В. Понятие и сущность государственно-частного партнерства // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2016. № 1 (17). С. 33–38.

Сафронова С. Э., Чеховская С. А. Возникновение концессионных соглашений, применение, основные проблемы и сложности // Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. № 2 (4). С. 80–84.

Тумашова А. В., Копытина А. А. Государственно-частное партнерство: опыт европейских стран [Электронный ресурс] // Бюллетень науки и практики. 2016. № 5 (6). С. 350–353. URL: <http://www.bulletennauki.com/bnp2016-05> (дата обращения: 04.02.2017).

Чудновский А. Д., Жукова М. А. Управление индустрией туризма России в современных условиях. М.: КноРус, 2015. 416 с.

Bogan E., Căndeia M. Actual trends in marketing policy in tourism // Quality – Access to Success. 2013. Vol. 14, № 135. P. 83–85.

Chaperon S. Tourism industry responses to public-private partnership arrangements for destination management organisations in small island economies: A case study of Jersey, Channel Islands // International Journal of Tourism Policy. 2017. Vol. 7, № 1. P. 23–41. DOI: 10.1504/IJTP.2017.082767.

Dedu E. M. The role and importance of tourism to the economy // Quality – Access to Success. 2013. Vol. 14, № S2, May. P. 368–373.

Dorobantu M. R., Pirnea I. C., Parpandel D. Tourism and development strategies at national level // Quality – Access to Success. 2013. Vol. 14, № S1, March. P. 344–349.

Hjalager A.-M., Johansen P. H. Food tourism in protected areas – sustainability for producers, the environment and tourism? // Journal of Sustainable Tourism. 2013. Vol. 21, № 3. P. 417–433. DOI: 10.1080/09669582.2012.708041.

Hyytiä N., Kola J. Tourism policy as a tool for rural development // Applied Economic Perspectives and Policy. 2013. Vol. 35, № 4. P. 708–730. DOI: 10.1093/aep/ppt025.

Navrátil J., Pícha K., Knotek J., Kučera T., Navrátilová J., Rajchard J. Comparison of attractiveness of tourist sites for ecotourism and mass tourism: The case of waters in mountainous protected areas // Tourismos. 2013. Vol. 8, № 1. P. 35–51.

Petrescu D. C. Sustainability, tourism and consumer behavior // *Quality – Access to Success*. 2012. Vol 13, № 3S. P. 243–247.

Schubert S. F., Brida J. G. Macroeconomic effects of changes in tourism demand: A simple dynamic model // *Tourism Economics*. 2009. Vol. 15, no. 3. P. 591–613.

Zapata M. J., Hall C. M. Public-private collaboration in the tourism sector: Balancing legitimacy and effectiveness in local tourism partnerships. The Spanish case // *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 2012. Vol. 4, № 1. P. 61–83. DOI: 10.1080/19407963.2011.634069.

Информация об авторах

Гусева Мария Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры региональной экономики и управления ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», 443090, Россия, г. Самара, ул. Советской Армии, 141

ORCID: 0000-0002-1910-8869

ResearcherID: D-6901-2017

Электронный адрес: gusevams@yandex.ru

Амеликина Дарья Владимировна – магистрант кафедры региональной экономики и управления ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», 443090, Россия, г. Самара, ул. Советской Армии, 141

ORCID: 0000-0002-6875-0209

ResearcherID: D-6261-2017

Электронный адрес: amelkina.darya@yandex.ru

Статья получена 15 февраля 2017 года

UDC 338.24

DOI: 10.17072/2218-9173-2017-2-217-236

INTERACTION OF THE STATE AND BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC AND INBOUND TOURISM

Maria S. Guseva

Samara State University of Economics, 141 Sovetskaya Armiya str., Samara, 443090, Russia

ORCID: 0000-0002-1910-8869

ResearcherID: D-6901-2017

E-mail: gusevams@yandex.ru

Daria V. Amelkina

Samara State University of Economics, 141 Sovetskaya Armiya str., Samara, 443090, Russia

ORCID: 0000-0002-6875-0209

ResearcherID: D-6261-2017

E-mail: amelkina.darya@yandex.ru

For citation:

Guseva, M. S. and Amelkina, D. V. (2017), "Interaction of the state and business in the development of domestic and inbound tourism", *Ars Administrandi*, vol. 9, no. 2, pp. 217–236, doi: 10.17072/2218-9173-2017-2-217-236.

Introduction. In the context of high global competition, cooperation between the state and business has become one of the most important factors influencing the development of national tourism destinations, competitiveness of tourism industry and product. Furthermore, public-private partnership (PPP) to attract private investment in the implementation of industrial projects determines the performance and efficiency of the interaction.

Currently in Russia the macroeconomic, geopolitical factors and the positive experience of PPP development in certain sectors created certain preconditions to attract private sector resources in the economy domestic tourism.

Aims. The aim of the research is to explore the interaction between the state and business, and to identify the promising spheres of development of public-private partnership in the field of domestic and inbound tourism at the regional level.

Methods used are as follows: the system approach, and statistical analysis methods.

Results. Possible and expected outcomes of the interaction between public and private sectors in tourism industry, entertainment and hospitality for the state, tourism destinations and business people and tourists are defined.

The main directions of partnership between the state and business, ensuring the development of domestic and inbound tourism in Russia are set. The problems limiting the development of PPP in the tourism sector and the factors impeding the development of special economic zones of tourism-recreational type are identified.

The experience of Samara region in the PPP helped to identify a number of objective prerequisites to develop an effective public-private collaboration and partnership that will attract private investment in the economy of tourism. The promising areas for the development of PPP in the sphere of tourism of the Samara region, such as joint projects of ecological and environmental content, are identified.

Conclusion. The development of public-private partnership in the tourism sector is limited to budget constraints on the implementation of the planned projects; mostly budget financing of ongoing projects; significant reputational losses for the state and loss of capital for business in case of refuse to support a project; lack of an organizational and economic mechanism for involving citizens in projects, the RF government's focus on big business in large-scale projects while small business sector prevails in the tourism industry.

Further development of PPP and MPP in tourism is possible on the basis of:

- improvement of the legislation which consolidates the relevant normative-legal acts and is reflected in new sectoral policy documents through the prerequisites, mechanisms and principles of functioning and forms of PPP in the tourism sector;
- formation of the project offices of Federal Agency for tourism and regional industry departments, which will significantly increase the number of implemented

investment projects in tourism, including the ones based on PPP mechanisms, will enhance coordination of the partnership's participant cooperation and will allow to monitor the projects;

- improvement of development institutions' performance through the development of an industry developer and operator registry at the Federal and regional levels;

- support of small and medium enterprises, with the improved access to government procurement of private investors-individuals;

- development of training and advanced training of specialists in the organization of PPP projects in tourism.

The directions of PPP development can be used by executive authorities to enhance the effectiveness of public participation in the development of domestic and inbound tourism in Russia.

Key words: public-private partnerships; domestic and inbound tourism; concession; PPP agreement; investment project; region

References

Airapetyan, M. S. (2009), "Foreign experience in the use of public-private partnership", *State Power and Local Self-government*, no. 2, pp. 35–42.

Bogolyubov, V. S. (2009), *Ekonomicheskaya otsenka investitsii v razvitie turizma* [Economic evaluation of investments in tourism development], Akademiya, Moscow, Russia.

Borshchevskii, G. A. (2016), *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo* [Public-private partnership], Urait, Moscow, Russia.

Varnavskii, V. G. (2012), "Management of public-private partnerships abroad", *Public Administration Issues*, no. 2, pp. 134–147.

Pisarevskii, E. L. (2014), *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie v sfere turizma* [State and municipal management in the sphere of tourism], The Federal Agency for Tourism of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Guseva, M. S., Amelkina, D. V. and Dmitrieva, E. O. (2016), "The development of partnership between the state and small business in innovation in the region", *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, no. 6 (48), pp. 288–307.

Dedusenko, E. A. (2016), "Public-private partnership in tourism", *Science Almanac*, no. 2-1 (16), pp. 143–146.

Dzhandzhugazova, E. A., Chernikova, L. I. and Faizova, G. R. (2016), *Turizm i regional'noe razvitie v usloviyakh novykh rossiiskikh realii* [Tourism and regional development in the face of new Russian reality], Rusains, Moscow, Russia.

Dorozhkov, N. D. and Kupchinskaya, Yu. A. (2016), "The development of public-private partnership in the field of tourism", *Biznes-obrazovanie v ekonomike znanii*, no. 2 (4), pp. 21–24.

Vasilenko, I. A. (ed.) (2014), *Imidzh Rossii: kontseptsiya natsional'nogo i territorial'nogo brendinga* [The image of Russia: the concept of national and territorial branding], Ekonomika, Moscow, Russia.

Kabashkin, V. A. (2010), *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo: mezhduнародnyi opyt i rossiiskie perspektivy* [Public-private partnerships: international experience and Russian prospects], MIC, Moscow, Russia.

Losev, V. V. (2016), "The concept and essence of public-private partnership", *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informatsionnykh tekhnologii*, no. 1 (17), pp. 33–38.

Safronova, S. E. and Chekhovskaya, S. A. (2016), "The emergence of the concession agreements, the application of the basic problems and difficulties", *Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy*, no. 2 (4), pp. 80–84.

Tumashova, A. V. and Kopytina, A. A. (2016), "Public-private partnership: the European experience", *Bulletin of Science and Practice*, no. 5 (6), pp. 350–353 [Online], available at: <http://www.bulletennauki.com/bnp2016-05> (Accessed February 4, 2017).

Chudnovskii, A. D. and Zhukova, M. A. (2015), *Upravlenie industriey turizma Rossii v sovremennykh usloviyakh* [Russian tourism industry management in modern conditions], KnoRus, Moscow, Russia.

Bogan, E. and Căndea, M. (2013), "Actual trends in marketing policy in tourism", *Quality – Access to Success*, vol. 14, no. 135, pp. 83–85.

Chaperon, S. (2017), "Tourism industry responses to public-private partnership arrangements for destination management organisations in small island economies: A case study of Jersey, Channel Islands", *International Journal of Tourism Policy*, vol. 7, no. 1, pp. 23–41, doi: 10.1504/IJTP.2017.082767.

Dedu, E. M. (2013), "The role and importance of tourism to the economy", *Quality – Access to Success*, vol. 14, no. 2S, May, pp. 368–373.

Dorobantu, M. R., Pirnea, I. C. and Parpandel, D. (2013), "Tourism and development strategies at national level", *Quality – Access to Success*, vol. 14, no. S1, March, pp. 344–349.

Hjalager, A.-M. and Johansen, P. H. (2013), "Food tourism in protected areas – sustainability for producers, the environment and tourism?", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21, no. 3, pp. 417–433, doi: 10.1080/09669582.2012.708041.

Hyttiä, N. and Kola, J. (2013), "Tourism policy as a tool for rural development", *Applied Economic Perspectives and Policy*, vol. 35, no. 4, pp. 708–730, doi: 10.1093/aep/ppt025.

Navrátil, J., Pícha, K., Knotek, J., Kučera, T., Navrátilová, J. and Rajchard, J. (2013), "Comparison of attractiveness of tourist sites for ecotourism and mass tourism: The case of waters in mountainous protected areas", *Tourismos*, vol. 8, no. 1, pp. 35–51.

Petrescu, D. C. (2012), "Sustainability, tourism and consumer behavior", *Quality – Access to Success*, vol. 13, no. S3, pp. 243–248.

Schubert, S. F. and Brida, J. G. (2009), "Macroeconomic effects of changes in tourism demand: A simple dynamic model", *Tourism Economics*, vol. 15, no. 3, pp. 591–613.

Zapata, M. J. and Hall, C. M. (2012), "Public-private collaboration in the tourism sector: Balancing legitimacy and effectiveness in local tourism partnerships. The Spanish case", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, vol. 4, no. 1, pp. 61–83, doi: 10.1080/19407963.2011.634069.

Received February 15, 2017