

УДК 332.142.4

**Взаимодействия стейкхолдеров туристской индустрии
в регионах Сибирского федерального округа
(на примере Кемеровской области)**

Денисова Ольга Александровна

Магистрант,
Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;
e-mail: olka944@mail.ru

Дубцова Анастасия Павловна

Магистрант,
Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;
e-mail: asya.oak@gmail.com

Кирьянова Лилия Геннадьевна

Кандидат философских наук, доцент,
начальник управления коммуникационной политики,
Национальный исследовательский
Томский политехнический университет,
634050, Российская Федерация, Томск, пр. Ленина, 30;
e-mail: kiriyanova@tpu.ru

Сурцева Анна Александровна

Кандидат экономических наук, доцент,
Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;
e-mail: ansokol@mail.ru

Пятовский Антон Александрович

Аспирант,
Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;
e-mail: kempochta@mail.ru

Юматов Константин Владимирович

Кандидат исторических наук, доцент,
Кемеровский государственный университет,
650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;
e-mail: yumatov@list.ru

Аннотация

В статье рассматриваются основные направления и формы взаимодействия между государственными и частными стейкхолдерами в туристской индустрии Кемеровской области. Рассмотрена роль туризма в региональной экономике Кузбасса, проведен анализ статистических показателей развития отрасли, выявлена устойчивая положительная динамика и перспективы развития туристской отрасли региона. Авторы статьи обосновывают необходимость использования стейкхолдерского подхода при исследовании механизмов и факторов, влияющих на динамику внутреннего и въездного туризма в регионе, так как налаживание партнерских отношений между стейкхолдерами является одним из основных факторов развития индустрии туризма региона. Рассмотрены основные заинтересованные стороны туристской индустрии региона: региональные и муниципальные органы власти, бизнес-сообщество и региональные общественные организации в сфере туризма, музеи и вузы региона, а также проанализированы формы взаимодействия между ними. Выявлено, что к настоящему времени в реальной модели взаимодействия основных стейкхолдеров региона – региональных и местных органов власти и бизнеса сложились две относительно обособленные зоны взаимодействия: белая и серая. В рамках «белой зоны» развиваются партнерские отношения в ходе становления и развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса.

Для цитирования в научных исследованиях

Денисова О.А., Дубцова А.П., Кирьянова Л.Г., Сурцева А.А., Пятовский А.А., Юматов К.В. Взаимодействия стейкхолдеров туристской индустрии в регионах Сибирского федерального округа (на примере Кемеровской области) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. Том 6. № 12А. С. 291-312.

Ключевые слова

Стейкхолдеры, взаимодействие власти и бизнеса, туристская индустрия, региональная экономика.

Введение

Актуальность темы исследования определяется тем, что туризм является одной из самых перспективных для развития отраслей народного хозяйства Российской Федерации. Об этом свидетельствуют показатели развития последних десятилетий. Международные туристиче-

ские потоки выросли как из России в страны мира (выездной туризм), так и въездной поток из-за рубежа имел постоянную тенденцию к росту. В 2014-2016 гг. политические и экономические проблемы привели к уменьшению выездного и увеличению внутреннего туристского потока. Средний показатель падения выездного турпотока из России, по данным Росстата, составил в 2015 г. 31-31,5% [Туристическая статистика..., 2016, www], а рост внутреннего туризма 20-25% [Косых, 2016, www]. Продажи авиабилетов на июль-август 2016 г. по внутренним направлениям превысили показатели внешних направлений. На внутренние рейсы пришлось 58% продаж, на международные – 42%. В аналогичный период 2015 г. разрыв был меньше – 53% и 47% соответственно [Разрыв между..., 2016, www]. Количество пользователей международным роумингом в 2016 г. сократилось примерно на 20% [Операторы мобильной..., 2016, www]. Опыт американской (8% доля туризма в ВВП, 80% поступлений в ВВП от туризма – внутренний туризм) и китайской (9,4% доля туризма в ВВП, 76% поступлений в ВВП от туризма – внутренний туризм) экономик доказывает, что внутренний туризм может и должен быть драйвером для постиндустриального развития страны. «Об активном развитии внутреннего туризма в России говорили еще с 2011 года. Однако ввиду последних экономических и политических изменений данная тема поднимается особенно часто как в СМИ, так и на государственном уровне. В Министерстве культуры уже планируется увеличить финансирование Федеральной целевой программы по развитию туризма, в правительстве обсуждают возможности создания новых туристических направлений, таких как Арктика, введение законопроекта, позволяющего вернуть налог, уплаченный за покупку туристических путевок по России. Начал работу координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в России под председательством Ольги Голодец» [Косых, 2016, www].

Внутренний туризм в России растет заметными темпами, многие российские регионы в настоящее время пытаются увеличить свою долю на этом рынке с целью повышения диверсификации и устойчивости региональной экономики. Не являются исключением и те регионы России, где туризм не просто не является одной из основных отраслей региональной экономики, а даже напротив занимает одно из последних мест по доли в ВРП региона. Так, регионы Сибирского Федерального округа в большинстве своем (за исключением Новосибирской области, Алтайского края и республики Алтай) являются промышленно развитыми регионами, где основная доля ВРП представлена добычей полезных ископаемых: нефтяной, газовой или угольной промышленностью. В то же время, данные регионы обладают достаточно обширной ресурсной базой для развития туризма: историко-культурные и природные богатства позволяют развивать многие виды туризма в регионе.

Как и в подавляющем большинстве стран, развитие туризма предполагает сложную сеть взаимодействий между государственными и частными заинтересованными сторонами, однако характер этих взаимодействий сильно зависит от направлений экономического развития территории, имеющихся туристских ресурсов, а также интересов ключевых акторов стратегического использования местных возможностей [Dredge, 2012, 225].

Целью данного исследования является выявление основных направлений и форм взаимодействия между государственными и частными заинтересованными сторонами в туристской индустрии Кемеровской области. Данный регион очень показателен для исследования проблем перехода от индустриальных имиджа и экономики к постиндустриальным.

История развития туризма в Кузбассе

Кемеровская область сформировалась в 40-50-е гг. XX века в качестве одного из главных индустриально-сырьевых центров Советского Союза. Основой экономического потенциала региона была угольная, металлургическая и химическая промышленность. Туристская индустрия фактически отсутствовала. Только в 1970-е гг. на юге области, в Таштагольском районе, появилась первая горнолыжная трасса. Еще один центр – Шерегешский горнолыжный комплекс был создан в Таштагольском районе к Спартакиаде народов России в 1981 г. В конце 1970-х – начале 1980-х гг. было проведено исследование туристского потенциала Кузбасса, в результате которого выделено 12 туристско-рекреационных районов [Баев, Макаров, Мить, Юматов, 2015, 9]. Это деление используется до сих пор. С 90-х гг. XX в. начались разработки планов создания туристской индустрии в Кузбассе. Стратегический курс на развитие туризма заявлен лишь в XXI веке в связи с необходимостью модернизации экономики, падением востребованности на уголь и металл. Сегодня существуют несколько ведущих горнолыжных центров (Таштагольский, Междуреченский, Новокузнецкий, Танаиский и др.). Развиваются историко-культурные центры: музеи-заповедники «Томская писаница» и «Красная горка» (Кемерово), Кузнецкая крепость (Новокузнецк), комплекс памятников нового и новейшего времени г. Мариинска.

Современное состояние туристской отрасли в Кузбассе

Анализируя статистические показатели развития туристской индустрии Кемеровской области за 2000–2015 гг.¹, можно сказать о значительном росте одного из основных показателей – въездного туристского потока на территорию области. К 2015 г. данный показатель вырос в 10 раз по сравнению с 2000 г. Если в 2000 году на территории Кемеровской области отдыхало 150 тыс. человек за год, то в 2013 году поток въездного туризма вырос до 850 тыс. человек, а в 2015 – до 1 млн 500 тыс. человек (реально цифра намного больше, ведь сложно подсчитать неорганизованных «диких» туристов). Рост въездного турпотока вырос за счет

1 Прим. Все дальнейшие расчеты велись на основе данных следующих источников. Основные показатели развития туризма в Кемеровской области на сайте департамента молодежной политики и спорта КО; Социальная сфера. Статистический ежегодник «Кузбасс» 2009 год; Культура, отдых, туризм. Статистический ежегодник «Кузбасс» 2012 год; Кузбасс. История в цифрах: статистический сборник; Кузбасс. 2013: статистический сборник; Туристская деятельность и отдых в Кузбассе: статистический сборник; Туристская деятельность и отдых в Кузбассе: статистический сборник; Развитие туризма в Кемеровской области: отчет Кемеровостата за 2015 год.

внутреннего турпотока, т. к. количество посетивших регион иностранных туристов постоянно снижается. Так, в 2011 г. регион посетило 52860 иностранных граждан, в 2013 г. – 34200, а в 2015 г. всего 26600 человек. Внутренний туристский поток составил 92,5% в 2011 г. от въездного турпотока, 95,9% в 2013 г. и 98,2% в 2015 г. При этом въездной туристский поток значительно превышает выездной туристский поток, который в 2014 г. составлял только 103,47 тыс. человек (9,4% по отношению к въездному турпотоку), хотя его рост по сравнению с 2004 г. составил 989,9%. В целом динамика обоих показателей за анализируемый период – растущая с падением в 2009 г., что связано с общими кризисными явлениями в мировой экономике. В то же время, хорошо известен факт, что около 50% туристского потока жителей Кемеровской области традиционно отдыхает в своем регионе (58,4% в 2000 г., 43,4% в 2006 г., 52,9% в 2012 г.). Параллельно с въездным туристским потоком растет объем платных услуг в туристско-рекреационной сфере (туристских, гостиничных и аналогичных средств размещения, санаторно-оздоровительных услуг) населению. Если в 2000 г. реализация данных услуг принесла Кемеровской области 31,2 млн рублей, то в 2015 г. в 218,4 раза больше – 6814 млн рублей в номинальных ценах. В сравнительных показателях рост еще более значителен – с 0,04% в ВРП в 2000 г. до 0,93% в 2014 г.

Растущая динамика также наблюдается в количестве туристских фирм, зарегистрированных на территории Кемеровской области. Если в 2000 г. их было 40, то в 2015 г. – 303. При этом самый значительный рост данного показателя наблюдался в 2010 г., когда число турфирм за год выросло на 46,4%. К сожалению, большинство этих предприятий специализируются на выездном туризме. Внутренний туризм чаще является сопутствующим направлением работы турфирм. Параллельно с числом турфирм растут показатели их деятельности – число реализованных населению турпакетов и их стоимость. Число турпакетов за 2005-2014 гг. выросло в 5,6 раза, с 10,4 до 57,8 тыс. штук. Стоимость реализованных населению турпакетов за 2005-2015 гг. в номинальных ценах выросла в 14,3 раза (с 307,3 до 4389,1 млн рублей), а по сравнению с 2000 г. – в 75,7 раза. В сравнительных показателях рост реализованных населению турпакетов вырос с 0,07% к ВРП в 2000 г. до 0,1% к ВРП в 2005 г. и 0,44% к ВРП в 2014 г. Также как и с общим турпотоком, растущая динамика данных показателей прерывается в 2009 г. К сожалению, рост выездного и внутреннего туризма не дал ожидаемого результата – качественного и перманентного роста доходов для региона и государства. В частности, если мы посмотрим на количество налоговых поступлений, то оно весьма неравномерно. Так в 2011 г. поступило налогов на 907,3 млн рублей, в 2012 г. – 1299,3 млн, в 2013 г. – 1063 млн рублей.

Показатели, касающиеся размещения туристов, за анализируемый период растут незначительно. Несмотря на то, что количество гостиниц и коллективных средств размещения за 2000–2015 гг. выросло на 145 единиц, а рост составил 88,9% (с 163 до 308 единиц соответственно), внутри периода динамика нестабильна. Число ночевки в коллективных средствах размещения за анализируемый период так же выросло на 27,4% с 2635,8 тыс. единиц в

2000 г. до 3357 тыс. суток в 2015 г. Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения имеет тенденцию поступательного роста с 303,6 тыс. человек в 2000 г. до 360,8 тыс. человек в 2011 г. и 499 тыс. человек в 2015 г., что за период 2000-2015 гг. составляет 64,4%. Однако, если сравнивать число въехавших на территорию Кемеровской области туристов с численностью размещенных туристов, то первый показатель почти в 3 раза превышает второй. Данный факт свидетельствует о том, что более половины туристов, размещаются в съемных квартирах и домах, останавливаются у знакомых или родственников.

Богатейший природный комплекс Кемеровской области позволяет развивать многие виды туризма: горнолыжный, лыжный, водный, пешеходный, спелео-, конный, снегоходный, историко-культурный, экологический и др. В реальности в общем объеме всего туристского потока в Кемеровской области около 70% составляет горнолыжный туризм, который развивается на территории 12 муниципальных образований. Флагманом Кузбасса в данном виде является горнолыжный курорт Шерегеш. Если в начале 2000-х гг. на нем отдыхало около 30 тыс. человек в год, то за зимний сезон 2014-2015 гг. поток туристов составил свыше 1 млн человек. Таким образом, в 2015 году, Шерегеш стал самым популярным горнолыжным курортом России. Рост популярности зимнего туризма в Кемеровской области связан с наличием достаточно развитой инфраструктуры и с продолжительностью горнолыжного сезона, который начинается в первых числах ноября, а заканчивается в начале мая. Но при этом возникает проблема сезонного функционирования большей части туристской индустрии области. Историко-культурные и природные ценности Кузбасса гораздо менее востребованы за пределами региона.

Провозглашая туризм одним из приоритетных направлений развития экономики, Федеральные органы власти законодательно закрепили это в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Целью Программы является повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах. По итогам мониторинга реализации программы в 2014 году был выявлен ряд проблем, препятствующих повышению эффективности ее осуществления. Среди внутренних проблем – недостаточный уровень работы с инвесторами в регионах, медленные темпы строительства инфраструктуры, перенос сроков ввода в эксплуатацию объектов, а также отказ некоторых регионов от участия в программе. Основной внешней проблемой выступает наступление макроэкономических рисков, связанных с ухудшением внешнеэкономической конъюнктуры. Многие регионы в своих отчетах по итогам года сообщили о том, что им пришлось вернуть выделенные на 2014 год и перечисленные средства в федеральный бюджет в связи с тем, что деньги были перечислены в самые последние дни декабря и регион просто физически не успел их освоить до окончания года. В общей сложности не использовано 143 млн рублей из 139,5 млрд, что составляет 0,1% [Чижикова, 2015, www].

С целью включения в Федеральную программу в условиях дефицита региональных бюджетов, региональные органы власти большинства субъектов России разработали, утвердили и стали реализовывать свои региональные программы развития.

Таким образом, развитие туризма инициируется государственными органами власти, при этом в большинстве случаев к процессу разработки программ и конкретных проектов развития туристских дестинаций региона не привлекаются другие субъекты, заинтересованные в этом развитии и способные использовать для этого свои ресурсы. Полноценное развитие туризма в регионе возможно лишь при активном участии всех заинтересованных сторон в процессе активного диалога. В этой связи мы предлагаем рассматривать вопросы разработки и реализации региональных программ в контексте стейкхолдерского подхода. Согласно основателю стейкхолдерского подхода Э. Фримана, стейкхолдерами являются любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие значимое влияние на принимаемые определенной организацией решения и (или) оказывающиеся под воздействием этих решений [Freeman, 2004, 366].

Поскольку индустрия туризма региона является объектом интереса не только государственных (федеральных, региональных) и муниципальных органов власти, но и всех субъектов индустрии, то туриндирию региона можно рассматривать как организованную систему, в которой использование положений стейкхолдерского менеджмента может позволить установить баланс интересов всех участников и более плодотворно осуществлять ее развитие. В связи с этим, под стейкхолдером туристской индустрии региона понимается любой субъект (государственные и муниципальные органы власти, юридическое или физическое лицо), являющийся как резидентом, так и не резидентом этой территории, интересы и ресурсы которого могут прямо или косвенно влиять на развитие туризма региона.

В широком смысле процесс участия стейкхолдеров рассматривается, как гамма методов и практик, при которых заинтересованные стороны принимают решения о процессах дальнейшего развития. Например, участие в совещаниях, встречах, консультациях является формой взаимодействия стейкхолдеров. Но участие заинтересованных сторон может быть глубже и рассматриваться скорее как партнерство или сотрудничество. И, естественно, это требует более активной роли в процессе принятия решений, затрагивающих как краткосрочные, так и долгосрочные интересы [Maiden, 2008, 103].

Одной из основных причин растущего интереса к партнерству в развитии туризма является убеждение, что туристические дестинации и организации в состоянии получить конкурентное преимущество, объединяя знания, опыт, капитал и другие ресурсы нескольких заинтересованных сторон [Bramwell, Lane, 2000, 2]. Однако в процессе развития туризма в регионе может возникнуть конфликт стейкхолдеров с разными интересами и представлениями о вопросах развития туризма. Поэтому для успешного стейкхолдерского менеджмента необходимо учитывать отличающиеся друг от друга интересы каждой группы заинтересованных сторон [Byrd, Gustke, 2004, 99].

Среди основных стейкхолдеров индустрии туризма региона можно выделить следующие группы:

1) Внутренние: региональные и муниципальные органы власти, население региона, организации различных форм собственности (туристские фирмы, организации сферы образования и культуры и др.), общественные организации индустрии региона, население региона, СМИ.

2) Внешние: федеральные органы власти, общественные организации (федеральные, международные), хозяйствующие субъекты не резиденты, туристы и др. [Brokaĵ, 2014, 103].

1. Региональные и муниципальные органы власти.

Туризм находится в ведении заместителя Губернатора по вопросам образования, культуры и спорта. Непосредственно данное направление курирует Департамент молодежной политики и спорта Кемеровской области, в структуре которого и работает отдел туризма. Именно это подразделение осуществляет роль координатора туристской политики Кемеровской области. Ему принадлежит ключевая роль в разработке Стратегии развития туристской индустрии в Кузбассе. Но, конечно, туризм немыслим без деятельности учреждений культуры (музеи, театры и т. д.). Они, в свою очередь, находятся в ведении Департамента культуры и национальной политики Кемеровской области. Кластерные проекты, связанные с финансированием со стороны федерального бюджета, находятся в поле зрения Департамента инвестиций и стратегического развития Кемеровской области, курируются заместителем Губернатора Кемеровской области по экономике и региональному развитию.

На муниципальном уровне подобные функции осуществляют управления/отделы городских и районных администраций. В случае со столицей Кузбасса такую роль играет Управление культуры, спорта и молодежной политики г. Кемерово. Оно координирует деятельность городских центров культуры и туризма.

Связующую роль между региональными органами власти и бизнес-сообществом играет Общественный туристский совет при Губернаторе Кемеровской области. Совет является совещательным органом, обеспечивающим взаимодействие, координацию и согласованность деятельности исполнительных органов государственной власти Кемеровской области, органов местного самоуправления, общественных туристских организаций, образовательных учреждений и субъектов туристской индустрии. В Совет входят представители группы внутренних стейкхолдеров – основных общественных организаций сферы туризма, крупнейших организаций культуры и средств массовой информации. На Совет приглашаются и представители вузов, ведущих подготовку в сфере туризма.

2. Бизнес-сообщество и региональные общественные организаций в сфере туризма.

Бизнес-сообщество туристской индустрии Кузбасса представлено двумя общественными объединениями: Кузбасская ассоциация предприятий туристской индустрии и Саморегулируемая организация «Кузбасское некоммерческое партнерство туристской индустрии».

Кузбасская ассоциация предприятий туристской индустрии (КАТИ) создана в 2003 г. В нее вошло 18 турфирм, в основном связанных с областным центром [История создания, www]. Главными направлениями ее деятельности являются: разработка и продвижение регионального турпродукта; расширение географии чартерных программ; переориентация выездного туристского потока на кузбасский рынок; выполнение функций корпоративного заказчика на выставках-ярмарках; защита правовых, экономических и иных интересов предприятий туристской индустрии. КАТИ активно сотрудничает с Администрацией Кемеровской области, выступает в качестве представителя и лоббиста туристской индустрии области. В частности, при разработке Стратегии развития туризма в Кемеровской области до 2025 г. она была рассмотрена и одобрена Координационным советом Кузбасской ассоциации предприятий туристской индустрии, Общественным туристским советом при Губернаторе Кемеровской области, утверждена Коллегией Администрации Кемеровской области.

В то же время, помимо КАТИ, в туристской индустрии области сформировался ряд достаточно влиятельных и серьезных организаций. В частности, 21 июля 2009 г. появилась новая организация «Южно-Кузбасское некоммерческое партнерство туристской индустрии». В 2012 г. ЮКТИ первым в России получило статус саморегулируемой организации туроператоров и турагентов (регр. № 0268 от 29.06.2012) и стало называться Саморегулируемая организация «Кузбасское некоммерческое партнерство туристской индустрии». В некоммерческое партнерство входит более 30 турфирм, осуществляющих свою деятельность (в основном) на территории юга Кемеровской области: турагенты, туроператоры по внутреннему, въездному и выездному туризму, отели спортивно-туристского комплекса «Шерегеш». С 2012 г. Кузбасским некоммерческим партнерством туристской индустрии за счет средств самих членов партнерства в качестве дополнительной имущественной ответственности перед потребителями туристского продукта создан компенсационный фонд. Приняты основанные на федеральных законах стандарты и правила туристской деятельности, обязательные для исполнения всеми членами партнерства. На севере области и в Кемерово организация представлена весьма фрагментарно, но ведет очень активную PR-компанию и продвижение своих интересов в сфере власти, образования и культуры.

3. Музеи г. Кемерово и Кемеровской области.

С точки зрения обладания ресурсами, влиянием и продуманной стратегией развития туристской сферы, музеи области, к сожалению, имеют весьма скромные позиции. Пожалуй, лишь музей-заповедник «Томская писаница» имеет известность за пределами региона. «Кузнецкая крепость» (Новокузнецк) и «Красная горка» (Кемерово) претендуют не только на звание городских центров истории и культуры, но и на привлечение внешних и зарубежных туристов. К сожалению, у большинства музеев нет финансовых и информационных возможностей для самостоятельного продвижения себя за пределами региона. Финансирование музеев проводится федеральной и областной властью, внебюджетные доходы составляют в большинстве музеев незначительную часть бюджета.

4. Вузы Кузбасса, в которых ведется подготовка по направлениям «Туризм», «Сервис» и «Гостиничное дело».

На территории области пять вузов предоставляют услуги высшего образования в сфере туризма. К сожалению, устоявшейся научно-практической школы по туризму в регионе пока не сложилось. Становление туристского образования проходит на базе смежных направлений. Долгое время подготовка по специальностям «Туризм» и «Сервис» были монополией Кузбасского государственного технического университета им. Т.Ф. Горбачева. Принятый правительством РФ курс на профилизацию вузов привел к тому, что сегодня набор в головном вузе КузГТУ на направление «Туризм» не проводится. Постепенно инициатива перешла к другим высшим учебным заведениям. Так, в КемГУКИ профиль по туризму был открыт на базе направления «Музеология» и ряда других смежных дисциплин.

Сложную эволюцию проходило становление направления подготовки «Туризм» в КемГУ. Первоначально набор в бакалавриат, магистратуру и на ДПО были разделены между тремя факультетами. Данная схема оказалась неэффективной и сегодня происходит формирование новой структурной модели на факультете истории и международных отношений (с 2016 г. – Института истории, государственного управления и международных отношений) и с участием других профильных подразделений. Именно на базе ФИиМО КемГУ был создан Кемеровский региональный ресурсный центр индустрии туризма.

К настоящему времени в реальной модели взаимодействия основных стейкхолдеров региона – региональных и местных органов власти и бизнеса сложились две относительно обособленные зоны взаимодействия: белая и серая. Деление на три зоны взаимодействия власти и бизнеса – белую, серую и черную используют многие исследователи, например, В. Тамбовцев, М.В. Курбатова, С.Н. Левин и др. [Курбатова, Левин, 2010, 33].

«Белая зона» охватывает формальные практики взаимоотношений власти и бизнеса: регулирование налоговых отношений, административного и экономического регулирования бизнеса (регистрации, лицензирования, контроля и принуждения к исполнению установленных норм и т. п.), конкурсы на выполнение государственных заказов, реализация областных программ развития туризма, содействие формированию инвестиционной привлекательности туристской индустрии в Кузбассе. Согласно экспертным оценкам, в рейтинге инвестиционной привлекательности субъектов РФ Кемеровская область находится в группе регионов-заемщиков с высоким уровнем надежности. По объему инвестиций в основной капитал Кемеровская область по итогам 2014 г. занимала 14-е место по России [Инвестиции в основной капитал..., 2015, www].

В стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 г. развитие инфраструктуры рекреационного сектора является одним из основных инвестиционных приоритетов развития региона. При этом развитие отдельных отраслей, в том числе туристской, будет зависеть от того, насколько успешно регион справится с решением инфраструктурных задач. Так, одним из важнейших приоритетов остается развитие туристской и энер-

гетической инфраструктуры. Яркий пример подобного параллельного развития – работа горнолыжного курорта «Шерегеш». Для реализации программы были привлечены средства областного и городского бюджетов, муниципалитетов отдельных городов области, средства банков и промышленных гигантов Кузбасса, таких как ОАО «КМК», ОАО «ЗСМК» и др. В 1992 году была проложена первая горнолыжная трасса и установлен первый подъемник, началась реконструкция и строительство Шерегешского горнолыжного комплекса, сегодня известного как горнолыжный комплекс «Мустаг».

Одной из особенностей комплекса «Шерегеш» является то, что инвестирование осуществляет не одна компания, а несколько. Среди инвесторов – не только кузбасские компании, но и представители из других субъектов Российской Федерации (Томск, Москва, Нижний Новгород). С 2000 года в развитие курорта вложено более 13 млрд рублей частных инвестиций.

Только в 2010 г. курорт посетило 320 тыс. российских и иностранных туристов [Нижегородцев, Левин, Никитенко, Гоосен, Сурцева, Саблин, Горидбко, Постоев, Ковригина, Олисаева, 2012, 426]. Проект реализуется в соответствии со Стратегией социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 г. и Программой социально-экономического развития Кемеровской области до 2012 г. Данный проект является очередным этапом создания на базе действующего курорта в Горной Шории (Таштагольский район) «Туристического комплекса «Шерегеш» – курорта круглогодичного функционирования для зимнего и летнего отдыха туристов с выходом в последующем на международный уровень. Еще одним примером взаимодействия в рамках «белой зоны» является создание региональной зоны экономического благоприятствования (туристско-рекреационного типа «Горная Шория», где компаниям-участникам предоставляются все предусмотренные областным законодательством льготы и преференции – закон КО № 87-ОЗ). Это было результатом взаимодействия частных компаний (операторов туристической инфраструктуры) и областной власти для привлечения стратегических инвесторов.

«Серая зона» охватывает двухсторонние неформальные взаимодействия бизнеса и власти, сопровождающиеся формализованными формами. В этих случаях региональные и местные органы власти, располагая административным ресурсом, принуждают его к дополнительным отчислениям на какие-либо общественно полезные цели. При этом предприниматель получает гарантии того, что его положение не ухудшится или даже обещания каких-либо привилегий и льгот. То есть в «серой зоне» происходит статусный торг с властью относительно условий функционирования конкретного бизнеса, значит, имеет место переговорный процесс, когда стороны отстаивают свои интересы [Сурцева, 2012, 70].

Решая проблему баланса государственного бюджета, федеральные органы власти увеличивали функции и полномочия региональных и местных органов власти, но уменьшали значительную часть источников их финансирования. В данных условиях привлечение бизнеса к дофинансированию территории стало условием ее «выживания», а для бизнеса такой

добровольный или добровольно-принудительный взнос – инструментом достижения своих интересов.

Основными формами привлечения дополнительных ресурсов бизнеса выступают «квазианалоговые» сборы и «организованное спонсорство». *«Квазианалоговые» сборы* представляют собой дополнительные, не предусмотренные законом платежи бизнеса в местный бюджет или в специально создаваемые фонды. *«Организованное спонсорство»* – участие бизнеса в финансировании разного рода проектов администрации (социальных, по благоустройству территорий и т. д.) [Курбатова, Левин, 2010, 41]. В отличие от «квазианалоговых» сборов, оно носит целевой характер, а «взносы» делаются предпринимателями, как правило, в натуральной форме.

По подсчетам исследователей, ежегодное участие бизнеса в дофинансировании территорий составляет 110 млрд рублей (около 3% расходов консолидированных бюджетов субъектов федерации) [Тамбовцев, 2003, 99]. Так, с начала 2014 г. администрация города Кемерово и подведомственные учреждения заключили 1581 соглашение о социально-экономическом партнерстве [Социально-экономическое партнерство, 2006, www]. В социально-экономическом партнерстве участвуют как крупные предприятия, так и субъекты малого и среднего предпринимательства не зависимо от организационно-правовой формы.

С одной стороны, наличие такого партнерства свидетельствует о том, что тесное взаимодействие с региональными и местными органами власти стало нормой ведения предпринимательской деятельности в Кузбассе для собственников и менеджеров бизнес-групп. Власть сознательно ориентирует бизнес на партнерство и поддержку социальных программ. Содержание соглашений показывает, что, несмотря на наличие в них инвестиционной составляющей, в том числе в развитие туристской отрасли, в целом они ориентированы на использование ресурсов бизнеса на реализацию социальных проектов и поддержание социально-экономической стабильности территории.

В то же время в Кемеровской области существуют хорошие примеры стремления региональных и местных властей к переводу практик «серой зоны» в партнерские отношения стейкхолдеров региона.

И одним из последних ярких примеров взаимодействия основных стейкхолдеров индустрии туризма Кузбасса является деятельность «Туристско-рекреационного кластера Кузбасс». Он был создан 13 октября 2015 года, когда состоялась установочная стратегическая сессия и где было подписано «Соглашение о формировании туристско-рекреационного кластера Кузбасса». Создание в Кемеровской области этого кластера, несомненно, привело к созданию основ механизма взаимодействия, сотрудничества и партнерства между стейкхолдерами. Это вселяет надежду на скорейшее преодоление некоторых проблем в сфере туризма, с которыми ранее.

Данное соглашение подписали 42 участника стратегической сессии, среди которых 30 организаций малого и среднего бизнеса (МСБ) сферы туризма, 5 муниципальных организаций данной сферы, два вуза, представители администрации Кемеровской области в

лице руководителей двух департаментов и Директор ОАО «Кузбасский технопарк», на базе которого функционирует Центр кластерного развития Кемеровской области. Участники установочной стратегической сессии выбрали организацию-координатора и состав Совета кластера в количестве 26 членов, позволяющий обеспечить межведомственное взаимодействие в решении следующих вопросов развития туристской отрасли.

1) 16 руководителей малого и среднего бизнеса (туроператоры, турагенты, гостиницы, рестораны, экскурсионные и транспортные организации, собственники туристской инфраструктуры и т. п.).

2) 3 общественные организации туристской индустрии: Кузбасская ассоциация туриндустрии, СРО «НП «Кузбасстуриндустрия» и Кемеровская региональная общественная организация «Юный турист»).

3) Кузбасская Торгово-промышленная палата.

4) 2 высших учебных заведения (КемГУ и Кемеровский филиал РЭУ им. Плеханова).

5) 1 муниципальное (предприятие МУП «Поднебесные зубья»).

6) 1 музей («Томская писаница»).

7) Департамент молодежной политики и спорта Кемеровской области как орган исполнительной власти, курирующий вопросы туризма.

8) Центр кластерного развития.

Организацией-координатором кластера является ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет». Выбор пришелся на данный вуз не случайно. Кемеровский государственный университет, с 2011 года осуществляя подготовку по направлению «Туризм», начал активно искать формы взаимодействия с профессиональным сообществом и органами государственной власти с целью плодотворной совместной работы в направлении развития туризма в Кемеровской области. Так, в 2013 году при КемГУ был создан «Региональный ресурсный центр индустрии туризма», деятельность которого поддержал Общественный совет по туризму при Губернаторе Кемеровской области. В рамках данного центра были проведены на безвозмездной основе курсы повышения квалификации и переподготовки кадров для работников туристских организаций. Параллельно с этим постоянно проводится научная работа в области развития туризма в Кемеровской области профессорско-преподавательским составом КемГУ.

На этой основе в мае 2015 года КемГУ, совместно с Департаментом молодежной политики и спорта Кемеровской области и Департаментом культуры и национальной политики Кемеровской области была проведена конференция-семинар с международным участием «Развитие туристской дестинации: механизмы, проблемы и перспективы». В ее рамках состоялся круглый стол с участием более 30 представителей бизнеса сферы туризма, участники которого зафиксировали свою заинтересованность в совместной работе по подготовке высококвалифицированных кадров для туризма и реализации совместных информационных проектов по продвижению Кузбасса.

И, наконец, в апреле-мае 2015 года КемГУ совместно с Департаментом молодежной политики и спорта Кемеровской области, Департаментом инвестиций и стратегического развития Кемеровской области и Центром кластерного развития разработали «Стратегию развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса на период до 2025 года», которая была утверждена Коллегией Администрации Кемеровской области и получила поддержку Министерства экономического развития России.

В результате функционирования кластера и активной работы организации-координатора в течение всего двух месяцев его состав постоянно пополнялся новыми организациями сферы туризма и на начало 2016 г. уже состоял из 59 членов, среди которых 50 организации малого и среднего бизнеса. Данный факт свидетельствует о заинтересованности представителей малого и среднего бизнеса к активному взаимодействию со всеми стейкхолдерами региона с целью повышения конкурентоспособности предприятий туристско-рекреационного комплекса, продвижения внутреннего туристского продукта, расширения спектра туристских услуг в регионе, а также роста уровня информированности жителей и гостей региона о туристских возможностях Кузбасса. Однако в регионе основное внимание по-прежнему уделяется традиционным отраслям промышленности: добычи угля, металлургии и т. д. Именно поэтому туризм и инвестиции в этой сфере по-прежнему напрямую зависят от ситуации на энергетическом и металлургическом рынках.

Заключение

За время существования кластера было рассмотрено более 100 проектов от субъектов туриндустрии и реализовано при поддержке государства более 30. В результате рассмотрения, анализа и корректировки представленных проектов был создан один новый субъект МСП (ООО «Туристский информационный центр»), основная цель деятельности которого – продвижение в информационном пространстве туристской инфраструктуры региона в целом.

Таким образом, можно отметить, что в Кемеровской области в рамках туристско-рекреационного кластера идет процесс выработки эффективной модели частного-государственного партнерства в туризме в «белой» зоне взаимодействия.

Библиография

1. Баев О.В., Макаров А.П., Мить А.А., Юматов К.В. Развитие туризма в Кузбассе: новые направления реиндустриализации // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3. С. 9.
2. Закон Кемеровской области от 08.07.2010 № 87-ОЗ (ред. от 03.11.2011) «О зонах экономического благоприятствования».
3. Инвестиции в основной капитал // Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf

4. История создания. URL: <http://kati42.ru/history.html>
5. Карзова В. Налог на любовь к городу // Кузбасс. 2004. 23 января.
6. Косых И. Внутренний туризм как следствие внешней политики // Россия в глобальной политике. 2016. № 3. URL: <http://www.globalaffairs.ru/number/Vnutrennii-turizm-kak-sledstvie-vneshnei-politiki-18156>
7. Кузбасс. 2013: статистический сборник. Кемерово: Кемеровостат, 2013. С. 130-136, 224.
8. Кузбасс. История в цифрах: статистический сборник. Кемерово: Кемеровостат, 2008. С. 139-141, 253.
9. Кузбассовцы собрали в фонд Дня шахтера 24,4 млн рублей. URL: <http://www.ako.ru/PRESS/viewtext.asp?C122330=On>
10. Культура, отдых, туризм // Статистический ежегодник «Кузбасс». 2012. URL: http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2012/9e_культура.htm
11. Курбатова М.В., Левин С.Н. Деформализация правил в современной российской экономике (на примере взаимодействия власти и бизнеса) // Terraeconomicus. 2010. Т. 8. № 1. С. 27-50
12. Логинова Е. Союз по расчету // Деловой Кузбасс. 2006. № 5. С. 24-27.
13. Нижегородцев Р.М., Левин С.Н., Никитенко С.М., Гоосен Е.В., Сурцева А.А., Саблин К.С., Горидько Н.П., Постоев Р.В., Ковригина С.В., Олисаева Л.Г. Государственно-частное партнерство в инновационной сфере: мировой опыт и перспективы России. Кемерово: ООО «Сибирская издательская группа». 2012. 426 с.
14. Операторы мобильной связи считают, что турпоток россиян за границу сокращается не так быстро, как раньше // RATA news: ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. URL: http://www.ratanews.travel/news/news_26072016_7.stm
15. Основные показатели развития туризма в Кемеровской области. URL: <http://www.dmps-kuzbass.ru/tourism/development/>
16. Развитие туризма в Кемеровской области: отчет Кемеровостата за 2015 год. Кемерово: Кемеровостат, 2016.
17. Разрыв между внутренними и зарубежными направлениями увеличился // RATA news: ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. URL: http://www.ratanews.travel/news/news_26072016_6.stm
18. Социальная сфера // Статистический ежегодник «Кузбасс». 2009. URL: [http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2009/\(7\)%20социальная%20сфера.htm](http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2009/(7)%20социальная%20сфера.htm)
19. Социальное партнерство: кемеровский вариант // Кузбасс. 2004. 27 февраля.
20. Социально-экономическое партнерство. URL: http://www.kemerovo.ru/glavnoe/socialno-ekonomicheskoe_partnerstvo.html
21. Стратегия развития туризма в Кемеровской области до 2025 года: утв. распоряжением Коллегии Администрации Кемеровской области от 1 марта 2013 г. № 194-р. URL: <http://visit-kuzbass.ru/ru/tur-klaster/dokumenty.html>

22. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года: принята Советом народных депутатов Кемеровской области 9 июля 2008 г. URL: <http://www.ako.ru/Ekonomik/strateg-2025.pdf>
23. Сурцева А.А. Социальный контракт в современной России: методология анализа и региональные аспекты формирования // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2012. № 1 (105). С. 69 – 71.
24. Тамбовцев В.Л. Неформальные воздействия государства на бизнес // Бремя государства и экономическая политика: либеральная альтернатива. М.: Фонд Либеральная миссия, 2003. С. 97-100.
25. Туристическая статистика Франции за 2015 год оказалась позитивнее ожиданий // RATA news: ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. URL: http://www.ratanews.travel/news/news_25072016_6.stm
26. Туристская деятельность и отдых в Кузбассе: статистический сборник. Кемерово: Кемеровостат, 2005. С. 9, 15, 37.
27. Туристская деятельность и отдых в Кузбассе: статистический сборник. Кемерово: Кемеровостат, 2009. С. 9, 14, 61.
28. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»: утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644. URL: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28/>
29. Чижкова О. В Ростуризме подвели итоги реализации мероприятий Программы развития туризма в РФ в 2014 году // Инвестиции в туризм. 2015. Март. URL: <http://rusturinvest.ru/article/v-rosturizme-podveli-itogi-realizacii-meropriyatiy-1379.html>
30. Bramwell B., Lane B. Tourism Collaboration and Partnerships Politics, Practice and Sustainability. Clevedon: Channel View Publications, 2000.
31. Brokaj R. Local Government'S Role In The Sustainable Tourism Development Of A Destination // European Scientific Journal. 2004. Vol. 10. No 31. P. 103-117.
32. Byrd E.T., Gustke L.D. Identifying tourism stakeholder groups based on support for sustainable tourism development and participation in tourism activities. In: Pineda F.D. (ed.) Sustainable Tourism. UK: WIT Press, 2004. P. 97-108.
33. Dredge D. Policy Networks and the Local Organisation of Tourism. Tourism Management, 2006. 27 (2). P. 269-280.
34. Freeman E.R., Wicks A.C., Parmar B. Stakeholder theory and «The Corporate Objective Revisited». Organization Science. 2004. 15 (3). P. 364-369.
35. Halkier H. Tourism Policy and Knowledge Processes in European Tourism. In: C. Costa, E. Panyik, D. Buhalis (ed.) Trends in European Tourism Planning and Organisation. Bristol: Channel View Publication. 2013. Vol. 22. P. 220-234. URL: <http://doi.org/10.1080/09654313.2013.784594>

36. Halkier H. et al. Tourist Destination Dynamics In Russia: Tourism Development And Public-Private Partnership In Four Non-Metropolitan Destinations. Aalborg University: Department of Culture and Global Studies, 2016.
37. Henriksen P.F. Small tourism firms' inter-organisational relations and knowledge processes: The role of social embeddedness in networks: The case of the municipality of Viborg, Denmark. Culture and Global Studies. Aalborg University, 2012. URL: http://vbn.aau.dk/files/188520473/spirit_phd_series_33_henriksen.pdf
38. Maiden J.A. Participation in Sustainable Tourism Development: Stakeholders & Partnership Working. UK: Cardiff University, 2008.

**The interaction of the tourism industry stakeholders
in the regions of the Siberian Federal District
(by the example of Kemerovo region)**

Ol'ga A. Denisova

Master's degree student,
Kemerovo State University,
650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: olka944@mail.ru

Anastasiya P. Dubtsova

Master's degree student,
Kemerovo State University,
650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: asya.oak@gmail.com

Liliya G. Kir'yanova

PhD in Philosophy, Associate Professor,
Head of the Department of communication policy,
National Research Tomsk Polytechnic University,
634050, 30 Lenina av., Tomsk, Russian Federation;
e-mail: kiryanova@tpu.ru

Anna A. Surtseva

PhD in Economics, Associate Professor,
Kemerovo State University,

650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: ansokol@mail.ru

Anton A. Pyatovskii

Postgraduate,
Kemerovo State University,
650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: kempochta@mail.ru

Konstantin V. Yumatov

PhD in History, Associate Professor,
Kemerovo State University,
650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;
e-mail: yumatov@list.ru

Abstract

The article discusses the main directions and forms of interaction between public and private stakeholders in the tourist industry of the Kemerovo region. The role of tourism in the regional economy of Kuzbass is considered. The analysis of statistical indicators of development of the industry is carried out. Sustainable positive dynamics and prospects of tourism industry in the region are revealed. The authors substantiate the necessity of the use of stakeholder approach in the study of the mechanisms and factors affecting the dynamics of domestic and inbound tourism in the region, as building partnerships between the stakeholders is one of the main factors in the development of the tourism industry in the region. The main stakeholders of the tourism industry of the region are considered: regional and municipal authorities, business community and regional governmental organizations in the field of tourism, museums and universities in the region, and also the forms of interaction between them are analyzed. It is revealed that to date in the real model of interaction between the main stakeholders in the region – regional and local authorities and business two relatively isolated area of interaction, white and gray, have formed. Within the "white zone" partnerships are developing in the course of formation and development of the tourism-recreation cluster of Kuzbass.

For citation

Denisova O.A., Dubtsova A.P., Kir'yanova L.G., Surtseva A.A., Pyatovskii A.A., Yumatov K.V. (2016) Vzaimodeistviya steikkholderov turistskoi industrii v regionakh Sibirskogo federal'nogo okruga (na primere Kemerovskoi oblasti) [The interaction of the tourism industry stakeholders in the regions of the Siberian Federal District (by the example of Kemerovo region)]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 6 (12A), pp. 291-312.

Keywords

Stakeholders, interaction of government and business, tourism industry, regional economics.

References

1. Baev O.V., Makarov A.P., Mit' A.A., Yumatov K.V. (2015) Razvitie turizma v Kuzbasse: novye napravleniya reindustrializatsii [The development of tourism in Kuzbass: new directions of re-industrialization]. *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee* [Russian regions: looking into the future], 3, p. 9.
2. Bramwell B., Lane B. (2000) *Tourism collaboration and partnerships politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View Publications.
3. Brokaj R. (2004) Local government's role in the sustainable tourism development of a destination. *European scientific journal*, 10 (31), pp. 103-117.
4. Byrd E.T., Gustke L.D. (2004) Identifying tourism stakeholder groups based on support for sustainable tourism development and participation in tourism activities. In: Pineda F.D. (ed.) *Sustainable tourism*. UK: WIT Press, pp. 97-108.
5. Chizhkova O. (2015) V Rosturizme podveli itogi realizatsii meropriyatii Programmy razvitiya turizma v RF v 2014 godu [Rostourism has summed up the results of implementation of the Program of tourism development in Russia in 2014] (2015). *Investitsii v turizm* [Investments in tourism], Mar. Available at: <http://rusturinvest.ru/article/v-rosturizme-podveli-itogi-realizacii-meropriyatii-1379.html> [Accessed 26/11/2016].
6. Dredge D. (2006) Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27 (2), pp. 269-280.
7. *Federal'naya tselevaya programma "Razvitie vnutrennego i v"ezdnogo turizma v Rossiiskoi Federatsii (2011-2018 gody)": utv. Postanovleniem Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 2 avgusta 2011 g. № 644* [The Federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)": approved by the resolution of the Government of the Russian Federation dated August 2, 2011 No. 644]. Available at: <http://www.rus-siatourism.ru/content/2/section/28/> [Accessed 26/11/2016].
8. Freeman E.R., Wicks A.C., Parmar B. (2004) Stakeholder theory and "The corporate objective revisited". *Organization science*, 15 (3), pp. 364-369.
9. Halkier H. (2013) Tourism policy and knowledge processes in European tourism. In: C. Costa, E. Panyik, D. Buhalis (ed.) *Trends in European tourism planning and organisation*. Bristol: Channel View Publication, 22, pp. 220-234. Available at: <http://doi.org/10.1080/09654313.2013.784594> [Accessed 26/11/2016].
10. Halkier H. et al. (2016) *Tourist destination dynamics in Russia: Tourism development and public-private partnership in four non-metropolitan destinations*. Aalborg University: Department of Culture and Global Studies.

11. Henriksen P.F. (2012) Small tourism firms' inter-organisational relations and knowledge processes: The role of social embeddedness in networks: The case of the municipality of Viborg, Denmark. *Culture and Global Studies*. Aalborg University. Available at: http://vbn.aau.dk/files/188520473/spirit_phd_series_33_henriksen.pdf [Accessed 26/11/2016].
12. Investitsii v osnovnoi kapital [Investments in fixed capital]. *Regiony Rossii. Sotsial'no-ekonomicheskie pokazateli. 2015*. [The Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2015]. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/region/reg-pok15.pdf [Accessed 26/11/2016].
13. *Istoriya sozdaniya* [The history of creation]. Available at: <http://kati42.ru/history.html> [Accessed 26/11/2016].
14. Karzova V. (2004) Nalog na lyubov' k gorodu [Tax for the love to the city]. *Kuzbass* [Kuzbass], 23rd Jan.
15. Kosykh I. (2016) Vnutrennii turizm kak sledstvie vneshnei politiki [Domestic tourism as a result of foreign policy]. *Rossiya v global'noi politike* [Russia in global affairs], 3. Available at: <http://www.globalaffairs.ru/number/Vnutrennii-turizm-kak-sledstvie-vneshnei-politiki-18156> [Accessed 26/11/2016].
16. Kul'tura, otdykh, turizm [Culture, recreation, tourism]. *Statisticheskii ezhegodnik "Kuzbas"*. 2012 [Statistical Yearbook "Kuzbass". 2012]. Available at: http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2012/9e_kul'tura.htm [Accessed 26/11/2016].
17. Kurbatova M.V., Levin S.N. (2010) Deformalizatsiya pravil v sovremennoi rossiiskoi ekonomike (na primere vzaimodeistviya vlasti i biznesa) [Deformalization of rules in contemporary Russian economy (within authority – business interaction)]. *Terra Economicus* [Terra Economicus], 8 (1), pp. 27-50
18. *Kuzbass. 2013: statisticheskii sbornik* [Kuzbass. 2013: a statistical collection] (2013). Kemerovo: Kemerovostat Publ., pp. 130-136, 224.
19. *Kuzbass. Istoriya v tsifrakh: statisticheskii sbornik* [Kuzbass. The story in figures: a statistical collection] (2008). Kemerovo: Kemerovostat Publ., pp. 139-141, 253.
20. *Kuzbassovtsy sobrali v fond Dnya shakhtera 24,4 mln rublei* [The Kuzbass residents have collected 24.4 million rubles for the Miner's Day Fund]. Available at: <http://www.ako.ru/PRESS/viewtext.asp?C122330=On> [Accessed 26/11/2016].
21. Loginova E. (2006) Soyuz po raschetu [A union of convenience]. *Delovoi Kuzbass* [Business Kuzbass], 5, pp. 24-27.
22. Maiden J.A. (2008) *Participation in sustainable tourism development: Stakeholders & partnership working*. UK: Cardiff University.
23. Nizhegorodtsev R.M. et al. (2012) *Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v innovatsionnoi sfere: mirovoi opyt i perspektivy Rossii* [Public-private partnership in the innovation sphere: world experience and prospects of Russia.]. Kemerovo: OOO "Sibirskaya izdatel'skaya gruppa" Publ.
24. Operatory mobil'noi svyazi schitayut, chto turpotok rossiyan za granitsu sokrashchaetsya ne tak bystro, kak ran'she [Mobile operators believe that the tourist flow of the Russians abroad is

- reduced not so quickly as before]. *RATA news: ezhednevnyaya elektronnyaya gazeta Rossiiskogo soyuza turindustrii* [RATA news: daily electronic newspaper of the Russian Union of travel industry]. Available at: http://www.ratanews.travel/news/news_26072016_7.stm [Accessed 26/11/2016].
25. *Osnovnye pokazateli razvitiya turizma v Kemerovskoi oblasti* [Basic indicators of tourism development in Kemerovo region]. Available at: <http://www.dmps-kuzbass.ru/tourism/development/> [Accessed 26/11/2016].
 26. Razryv mezhdru vnutrennimi i zarubezhnymi napravleniyami uvelichilsya [The gap between domestic and foreign destinations has increased]. *RATA news: ezhednevnyaya elektronnyaya gazeta Rossiiskogo soyuza turindustrii* [RATA news: daily electronic newspaper of the Russian Union of travel industry]. Available at: http://www.ratanews.travel/news/news_26072016_6.stm [Accessed 26/11/2016].
 27. *Razvitie turizma v Kemerovskoi oblasti: otchet Kemerovostata za 2015 god* [The development of tourism in Kemerovo region: report of Kemerovostat for 2015] (2016). Kemerovo: Kemerovostat Publ.
 28. Sotsial'naya sfera [Social sphere]. *Statisticheskii ezhegodnik "Kuzbass". 2009* [Statistical Yearbook "Kuzbass". 2009]. Available at: [http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2009/\(7\)%20sotsial'naya%20sfera.htm](http://www.kemerovostat.ru/bgd/EJEGOD/issWWW.exe/Stg/2009/(7)%20sotsial'naya%20sfera.htm) [Accessed 26/11/2016].
 29. Sotsial'noe partnerstvo: kemerovskii variant [Social partnership: Kemerovo option] (2004). *Kuzbass* [Kuzbass], 27th Feb.
 30. *Sotsial'no-ekonomicheskoe partnerstvo* [Socio-economic partnership]. Available at: http://www.kemerovo.ru/glavnoe/socialno-ekonomicheskoe_partnerstvo.html [Accessed 26/11/2016].
 31. *Strategiya razvitiya turizma v Kemerovskoi oblasti do 2025 goda: utv. rasporyazheniem Kollegii Administratsii Kemerovskoi oblasti ot 1 marta 2013 g. № 194-r* [Strategy of tourism development in Kemerovo region up to 2025: approved by the order of the Board of administration of the Kemerovo region dated March 1, 2013 No. 194-r]. Available at: <http://visit-kuzbass.ru/ru/tur-klaster/dokumenty.html> [Accessed 26/11/2016].
 32. *Strategiya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Kemerovskoi oblasti do 2025 goda: prin'yata Sovetom narodnykh deputatov Kemerovskoi oblasti 9 iyulya 2008 g.* [Strategy for socio-economic development of Kemerovo region up to 2025: adopted by the Council of people's deputies of the Kemerovo region on July 9, 2008]. Available at: <http://www.ako.ru/Ekonomik/strateg-2025.pdf> [Accessed 26/11/2016].
 33. Surtseva A.A. (2012) Sotsial'nyi kontrakt v sovremennoi Rossii: metodologiya analiza i regional'nye aspekty formirovaniya [Social contract in modern Russia: methodology of analysis and regional aspects of formation]. *Omskii nauchnyi vestnik. Seriya Obshchestvo. Istoriya. Sovremennost'* [Omsk scientific bulletin. Series: Society. History. Modernity], 1 (105), pp. 69-71.
 34. Tambovtsev V.L. (2003) Neformal'nye vozdeistviya gosudarstva na biznes [The informal influence of the state on business]. *Bremya gosudarstva i ekonomicheskaya politika: liberal'naya*

- al'ternativa* [The burden of the state and economic policy: the liberal alternative]. Moscow: Fond Liberal'naya missiya Publ., pp. 97-100.
35. *The law of Kemerovo region of 8 July, 2010 No. 87-OZ (edited on 3 November, 2011) "On special economic zones"*.
36. Turisticheskaya statistika Frantsii za 2015 god okazalas' pozitivnee ozhidanii [Tourist statistics of France for 2015 were more positive than expected]. *RATA news: ezhednevnyaya elektronnyaya gazeta Rossiiskogo soyuza turindustrii* [RATA news: daily electronic newspaper of the Russian Union of travel industry]. Available at: http://www.ratanews.travel/news/news_25072016_6.stm [Accessed 26/11/2016].
37. *Turistskaya deyatelnost' i otdykh v Kuzbasse: statisticheskii sbornik* [Tourist activities and holiday in the Kuzbass region: statistical collection] (2005). Kemerovo: Kemerovostat Publ., pp. 9, 15, 37.
38. *Turistskaya deyatelnost' i otdykh v Kuzbasse: statisticheskii sbornik* [Tourist activities and holiday in the Kuzbass region: a statistical collection] (2009). Kemerovo: Kemerovostat Publ., pp. 9, 14, 61.