

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ ПО РАЗВИТИЮ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ, РЕСУРСЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Фролова Е.В., Рогач О.В., Рябова Т.М.¹

Аннотация

Предметом исследования является деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма. Цель исследования – выявление ресурсов и ограничений деятельности муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма. Для этого были проанализированы финансовые, организационные, кадровые, инвестиционные и иные ресурсы местного самоуправления, а также возможности их конвертации в развитие туризма с точки зрения готовности современных муниципалитетов к реализации таких направлений деятельности, как актуализация местных туристских ресурсов, формирование конкурентоспособного туристского продукта, создание условий для включенности жителей в практики развития туристической привлекательности территорий. В работе использованы методы социологического исследования (опрос руководителей местного самоуправления, N=356 экспертов), анализ документов. Авторами обосновывается вывод о том, что местные органы власти обладают наибольшими возможностями формирования конкурентоспособных, дифференцированных туристских продуктов, адекватных ожиданиям различных социальных групп. Однако на современном этапе развития российского общества эффективность деятельности местных органов власти лимитирована рядом дисфункций: финансовая необеспеченность местных бюджетов, рост муниципального долга, ориентация на продажу муниципальной собственности, недо-

¹ Фролова Елена Викторовна – профессор кафедры менеджмента и административного управления, доцент, доктор социологических наук, Российский государственный социальный университет. Адрес: 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, стр. 1. E-mail: efrolova06@mail.ru

Рогач Ольга Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента и административного управления, Российский государственный социальный университет. Адрес: 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, стр. 1. E-mail: rokach16@mail.ru

Рябова Татьяна Михайловна – кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента и административного управления, Российский государственный социальный университет. Адрес: 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, стр. 1. E-mail: tani-87@inbox.ru

статочность кадровых ресурсов, избыточность контроля со стороны федеральных и региональных органов власти. В сложившихся условиях ключевым драйвером культурно-познавательного туризма становится расширение возможностей органов местного самоуправления, активизация частных инициатив, реализация принципов ресурсного обмена и взаимовыгодного сотрудничества с бизнесом.

Ключевые слова: муниципальные органы власти; муниципальное образование; местное население; социальный капитал; туризм; туристическая привлекательность.

Введение

Современная индустрия туризма ввиду усиления экологических угроз, определения новых трендов государственного строительства, основанных на приоритизации стратегий устойчивого развития территорий, рассматривается как драйвер роста мировой экономики. Согласно данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), туристская отрасль обеспечивает создание одного из десяти рабочих мест (313 млн) во всем мире². Туристская отрасль генерирует 10,4% мирового ВВП, однако для России этот показатель не превышает отметки в 1,5%. Указанные обстоятельства актуализируют необходимость анализа ключевых проблем и барьеров, препятствующих динамике развития российского туризма в соответствии со среднемировыми темпами роста данной отрасли.

Внимание государства к туристской отрасли подтверждается значительными объемами ее бюджетного финансирования. Так, в 2017 г. общий объем средств на реализацию мероприятий Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» составил 3,6 млрд руб. за счет федерального бюджета, 1,8 млрд руб. за счет средств региональных и местных бюджетов³. Однако, несмотря на общую положительную динамику, Россия остается достаточно крупным донором туристских потоков. Так, по данным Федерального агентства по туризму, за январь-июнь 2018 г. было совершено 10,9 млн въездных поездок в РФ, тогда как число выездных туристских поездок в зарубежные страны за аналогичный период составило 18,7 млн, что в 1,5 раза выше⁴.

В контексте значительных государственных вложений в развитие туристической отрасли вполне закономерным является вопрос об оценке релевантности данных мер поставленным амбициозным задачам – приросту вклада туризма в валовый внутренний продукт РФ, существенному увеличению туристского потока. Позволит ли высокий уровень туристического потенциала РФ в совокупности с целенаправленными мерами по формированию инфраструктуры создать условия для привлечения современного туриста?

² Официальный сайт WTTC. URL: <https://www.wttc.org/> (дата обращения: 21.09.2020).

³ Краткие отчеты о реализации ФЦП. URL: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2018/361/> (дата обращения: 21.09.2020).

⁴ Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskiedannye-po-rf-2018/> (дата обращения: 21.09.2020).

Как показывают международные исследования, наличие объектов туристского притяжения и развитая инфраструктура являются необходимым, но отнюдь не исчерпывающим условием повышения туристической привлекательности территории. В фокусе интересов «современного туриста оказываются вещи («Soft»), создающие впечатления, а «Hard», то есть инфраструктура, выступает в качестве обеспечения процесса создания впечатления» (Новичков, 2013, с. 117). Эксклюзивность и разнообразие туристических услуг, их продвижение в качестве тиражируемых культурно-познавательных объектов или событий поддерживают объем туристического рынка (Gordon, 2013). По мнению исследователей, «суммарный эффект гостеприимства» формируется, в первую очередь, за счет аутентичности (Manthiou et al., 2018) и уникальности местных туристских услуг, возможности погружения туриста в местную культуру (Pearce et al., 2015).

Индивидуализация предпочтений потребительской аудитории исключает шаблонный, унифицированный подход к формированию туристского предложения (Frolova et al., 2017). Данные тенденции обуславливают, что ключевым субъектом развития туристической привлекательности территории должны выступать не столько государственные или региональные органы власти, роль которых заключена в закреплении рамочных, базовых условий функционирования туристской отрасли, сколько органы местного самоуправления, обеспечивающие формирование конкурентоспособного, дифференцированного туристского продукта, адекватного ожиданиям различных социальных групп.

По мнению Веселовой Н.Ю., деятельность органов местного самоуправления по развитию туризма должна включать следующие направления:

- привлечение инвестиций в инфраструктуру туризма;
- брендинг и маркетинг территории;
- вовлечение населения и стимулирование предпринимательских инициатив в сфере туризма и гостеприимства (Веселова, Савченко, 2016).

Реализация столь сложных и многоплановых задач предполагает наличие у муниципального образования ряда ресурсов: финансово-экономических, кадровых, организационных. По мнению экспертов, в современных условиях значительные риски связаны с утратой самостоятельности органов местного самоуправления, отсутствием необходимых ресурсов для реализации их полномочий (см., например: Широков, Юркова, 2018).

Недостаток финансовых средств сужает возможности местной автономии в решении локальных оперативных и стратегических задач (см. об этом: Fabian, 2017; Alexeev et al., 2018; Nared, 2018). В условиях дефицита финансов одной из основ развития туристической отрасли могут выступать муниципальная собственность и предпринимательская активность местного населения. Однако в современных российских условиях, по мнению Ф.В. Бакаева (2011), недостатки правового регулирования отношений собственности и неэффективность управления привели к невозможности использования в полном объеме муниципального имущества. Результаты исследования С.А. Чудинова (2013) иллюстрируют преимущественно затратный характер объектов муниципальной собственности, увеличение расходов на ее обслу-

живание и модернизацию. В этом аспекте привлечение инвестиций и активное сотрудничество с бизнес-сообществом позволяют не только снижать финансовые затраты муниципалитетов, но и внедрять бизнес-инновации в различные отрасли экономики (Li et al., 2016), в том числе и в туристическую. На эффективность муниципального управления существенное влияние также оказывает состояние муниципального аппарата, его приоритетные формы, методы и стиль управляющей деятельности (Оганесян, Веселова, 2015), а также профессионализм кадрового состава (см. об этом: Burrier, 2019; Grissom, Harrington, 2012). Многие авторы указывают на то, что руководителям местных органов власти должна принадлежать активная роль в мобилизации местных инициатив (Arun, 2008; Краснопольская, Мерсиянова, 2014). Они считают, что именно на местном уровне представляется возможным «вдохнуть жизнь» в существующие рекреационные ресурсы, насытить их яркими впечатлениями, эмоциональным восприятием местной культуры.

Большинство современных исследований иллюстрируют изменение парадигмального подхода к индустрии туризма, модернизацию ее ключевых элементов, переход от таких доминант, как «продукт, цена, качество, продвижение» к повышению значимости «культуры, дизайна, моды и медиа» (Новичков, 2013; Tussyadiah et al., 2018; McMullen, 2018; Coelho et al., 2018). В рамках конкретной территории представляется возможным создать «необычайное и причудливое, микс давно существующих архитектурных форм и вторично возведенных конструкций “растущих подлинных туристских дестинаций”» (Колодий, 2011, с. 95), центрировать местные творческие инициативы в сфере актуализации, адаптации и повторной интерпретации элементов культурно-исторического наследия (Bessiere, 1998), сохранения аутентичности и генерирования инноваций в туристском продукте.

В контексте высказанных положений особую актуальность приобретает оценка и анализ возможностей, готовности современных муниципалитетов к реализации масштабных задач по актуализации местных туристских ресурсов, формированию объектов культурно-познавательного туризма, имеющих высокий уровень конкурентоспособности, созданию условий для привлечения ресурсов местных жителей для сохранения и приумножения туристского потенциала территории.

Цель исследования – выявить имеющиеся ресурсы и ограничения в деятельности муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма, а также определить новые возможности и тенденции муниципального управления сферой туризма.

Методы

Информационная база исследования включает в себя информационно-аналитические материалы федеральных, региональных и местных органов власти, статистические данные Федеральной службы государственной статистики, результаты исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения.

В статье используются результаты социологических исследований, проводимых при поддержке Всероссийского совета местного самоуправления (при участии авторов) посредством онлайн-рассылки анкет руководителям местных органов власти. В частности, проведены следующие исследования: «Кадровый потенциал муниципальных образований» (июнь-июль 2013 г., N=915 экспертов), «Практика взаимодействия органов местного самоуправления с бизнес-сообществом и общественными объединениями» (ноябрь 2015 – январь 2016 гг., N=632 эксперта), «Кадровые ресурсы местного самоуправления» (март-апрель 2016 г., N=582 эксперта). Инструментарий исследований и качественные характеристики выборки обеспечивают возможность корректного сравнения полученных результатов.

В 2018 г. при активной поддержке Экспертного Совета Всероссийского Совета местного самоуправления авторы провели исследование «Развитие культурно-познавательного туризма в муниципальных образованиях РФ», в котором применялась многоступенчатая стратифицированная территориальная случайная выборка. На первой ступени единицами отбора выступают регионы РФ, на второй ступени – муниципальные образования. Из выборки были исключены города федерального значения (Москва и Санкт-Петербург) в связи с усеченным объемом полномочий, возложенных на органы местного самоуправления. Ввиду малого представительства в генеральной совокупности таких типов муниципальных образований, как городские округа с внутригородским делением и внутригородские районы, данные муниципальные образования были также исключены из выборки. Выборка муниципальных образований по федеральным округам воспроизводит структуру генеральной совокупности пропорционально численности муниципальных образований в округе. Кроме того, ряд организационных сложностей не позволил своевременно получить анкеты у руководителей местных органов власти в некоторых субъектах.

Было опрошено 356 экспертов (руководителей органов местного самоуправления). Рассылка анкет осуществлялась по электронной почте. В рамках данного исследования авторами ставилась задача сформировать целостное представление о деятельности муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма на основе анализа ключевых проблем, ресурсов и возможностей муниципального управления сферой туризма в современных условиях.

Анкета состояла из трех ключевых блоков вопросов, которые позволили эмпирически описать:

- достаточность финансово-экономических ресурсов развития культурно-познавательного туризма в муниципалитетах, перспективы использования муниципальной собственности и привлечения инвестиций;
- состояние организационных и кадровых ресурсов органов местного самоуправления, возможности и ограничения их использования в целях развития внутреннего туризма;
- перспективы активизации внутренних источников территориального развития (социальный капитал местных сообществ).

Ресурсы органов местного самоуправления и возможности их реализации в целях развития культурно-познавательного туризма

Финансовые ресурсы

Для современного этапа развития российского общества характерен чрезмерно высокий уровень концентрации финансовых ресурсов на федеральном уровне, тогда как подавляющее большинство бюджетов муниципальных образований являются дотационными. Муниципалитеты порой не имеют финансовых средств даже для покрытия первоочередных потребностей и вынуждены прибегать к кредиторской задолженности, обеспечивая выполнение обязательств по заработной плате бюджетников.

Результаты опроса экспертов показали, что большинство руководителей муниципалитетов оценили финансовые ресурсы как недостаточные. Более 75% опрошенных отметили, что «потребность в финансах превышает ассигнования, предусмотренные бюджетом». По данным Министерства финансов РФ, в целом местные бюджеты за 2017 г. исполнены с дефицитом. Превышение расходной части местных бюджетов над доходной составило 36,5 млрд руб. При этом для данного показателя характерна отрицательная динамика, в 2016 г. расходы превышали доходы на 10,0 млрд руб. Долговые обязательства муниципальных образований в 2018 г. также возросли и составили 368,0 млрд руб. Кроме того, произошло увеличение кредиторской задолженности бюджетных учреждений, обязательства по которой не исполнены, с 25,6 млрд руб. (по состоянию на 01.01.2017) до 25,7 млрд руб. (по состоянию на 01.01.2018). Объем долговых обязательств муниципальных образований составляет почти треть (29,8%) по отношению к объему доходов местных бюджетов. Объем расходов муниципальных образований, связанных с обслуживанием муниципального долга, за 2017 г. составил 24,54 млрд руб.⁵

Разработка и продвижение туристского продукта, развитие местных объектов туристского притяжения в таких условиях становится избыточной роскошью. Частичным компенсатором сложившихся дисфункций может выступать распространение практики по введению туристического налога (курортного сбора), что позволит пополнить местный городской бюджет.

Размер налоговых выплат остается сегодня дискуссионным вопросом, однако имеющийся опыт использования туристического налога позволяет констатировать наличие ряда следующих преимуществ: повышение заинтересованности местных властей в привлечении туристов, возможность целевого расходования средств для развития туристской инфраструктуры, городского пространства, объектов туристического притяжения.

⁵ Мониторинг исполнения местных бюджетов и межбюджетных отношений в субъектах Российской Федерации на региональном и муниципальном уровнях за 2017 г. Сайт Минфина России. URL: https://www.minfin.ru/ru/performance/regions/monitoring_results/Monitoring_local/results/ (дата обращения: 21.09.2020).

Таким образом, введение туристического налога имеет прямое отношение не только к финансовым ресурсам, но и к мотивации местных властей по развитию культурно-познавательного туризма.

В условиях необходимости «латания дыр», реализации первоочередных направлений деятельности в сфере транспортной, жилищно-коммунальной, социальной инфраструктуры, вопросы развития культурно-познавательного туризма в муниципальных образованиях не являются приоритетными. Руководители соответствующих подразделений местных органов власти не ориентированы на использование инновационных практик, интерактивных и информационно-коммуникативных технологий продвижения объектов/услуг, имеющих для туристов культурно-познавательную ценность. В большей степени это связано с тем, что подобная практика требует высоконапряженной деятельности, концентрации организационно-кадровых, информационных и социальных ресурсов территории, тогда как в современных условиях местная власть только косвенно заинтересована в увеличении туристского потока. Наиболее значимым бонусом могут стать социальные преференции в виде создания рабочих мест для местного населения в туристской отрасли. Однако при этом муниципалитеты получают дополнительную нагрузку на жилищно-коммунальное хозяйство (уборка мусора, поддержание порядка и чистоты).

Экономические выгоды развития культурно-познавательного туризма для местных властей не столь очевидны. Налоги на прибыль предприятий поступают в федеральный и региональный бюджеты. По данным Министерства финансов РФ, только четыре региона установили на постоянной основе единый норматив отчислений налога на прибыль предприятий. Данная практика, по мнению экспертов, является реальным инструментом усиления заинтересованности муниципальных образований в расширении налогооблагаемой базы. Однако в большинстве регионов наполняемость местного бюджета зависит не столько от эффективности экономической политики администрации, сколько от успешности взаимодействий с региональной властью. В условиях искусственной дотационности современных муниципалитетов социально-экономическая устойчивость территории определяется не столько профессионализмом управленческих кадров, наращиванием инвестиций, уровнем развития предпринимательства, сколько привлечением межбюджетных трансфертов из региона. Соответственно, руководители органов местного самоуправления, в первую очередь, ориентированы на выстраивание отношений с региональной властью, а не на развитие отраслей экономики, реализацию социально-экономического потенциала территории.

Кадровые ресурсы

Недостаточный профессиональный уровень муниципальных служащих, нехватка профессиональных знаний, ограниченность штатных единиц относятся к числу наиболее актуальных проблем местного самоуправления, особенно на поселенческом уровне (Колесова, 2014). По результатам социологического исследования, характеризующего кадровый состав муниципалитетов, было выявлено, что треть работников, замещающих муниципаль-

ные должности, не имеют высшего образования (Фролова, Рогач, 2018). Современные муниципальные служащие признают необходимость повышения своей квалификации. Более половины опрошенных руководителей органов местного самоуправления (57,2%) ощущают острую недостаточность кадровых ресурсов. Анализ организационных структур местных администраций в большинстве случаев иллюстрирует отсутствие подразделений, целевая функция которых была бы непосредственно связана с развитием туристической отрасли. В ряде муниципалитетов вопросы туризма отнесены к ведению других отделов (например, культуры или молодежной политики), что вытесняет управление данной сферой на периферию внимания местной власти. В условиях дефицита кадровых и финансовых ресурсов, деятельность, связанная с привлечением туристов, в большинстве своем либо не ведется вовсе, либо носит имитационный характер. Продвижение туристических услуг и объектов культурно-познавательного туризма, за редким исключением, представляет собой тиражирование устоявшихся практик и не имеет целью сохранение «исторической памяти» и культурного достояния муниципальных образований. В сложившейся ситуации посещение туристами культурно-исторических памятников, формирование интереса к традиционным или современным объектам культурно-познавательного туризма, предметам и явлениям этнической культуры местных сообществ не рассматривается местными властями как драйвер развития туристической отрасли. Архитектурные памятники, призванные быть объектами туристического притяжения, как правило, являются «клонами друг друга», что не позволяет привлечь туристические потоки даже из близлежащих территорий, не говоря уже об их продвижении на национальном уровне. Отдельные случаи активной позиции руководителей органов местного самоуправления, практики формирования дифференцированных, аутентичных туристских услуг и продуктов, интегрирующих в себе различные элементы культурно-познавательного туризма, являются скорее исключением, чем правилом.

Инвестиционные ресурсы

Руководители органов местного самоуправления отмечают недостаточность привлечения частных инвестиций, низкий уровень заинтересованности бизнеса в строительстве и эксплуатации объектов туристской индустрии. Особенно данная проблема актуальна для малых городов, где наиболее высоки риски некупаемости вложенных средств. Реализация проектов муниципально-частного партнерства, на первый взгляд, кажется самым оптимальным выходом из создавшегося положения. Однако руководители органов местного самоуправления высказали достаточно скептическое отношение к данным проектам, справедливо полагая, что отсутствие финансовых средств в местном бюджете превращает, казалось бы, наиболее эффективный вариант строительства объектов индустрии туризма в утопию. Кроме того, бюрократические сложности инициируют высокий уровень рисков и организационных затрат, что нивелирует ожидаемые выгоды. Так, более половины опрошенных экспертов в качестве ограничений реализации проектов муниципально-частного партнерства отметили «длительность и сложность про-

цедур согласования». Привлечение частных инвестиций в целях реставрации и управления объектами культурного наследия в большинстве случаев ограничено их статусом федеральной собственности. Ввиду данного обстоятельства органы местного самоуправления не имеют соответствующих полномочий по заключению концессионных соглашений, реализации проектов муниципально-частного партнерства, обеспечивающих сохранение и популяризацию объектов культурного наследия. Кроме того, 83% опрошенных к приоритетным рискам муниципально-частного партнерства относят необходимость дополнительного финансирования проектов со стороны муниципалитетов.

В ходе опроса руководители органов местного самоуправления отметили, что наиболее распространенной формой взаимодействия с бизнесом выступает получение безвозмездной помощи со стороны социально-ответственных организаций (22,6% регулярно получают данную помощь, 31,1% – крайне редко). В данных условиях необходим поиск новых механизмов, обеспечивающих уход от традиционных практик потребительского отношения к бизнесу, таких как «организованное спонсорство» (финансирование разного рода проектов администрации), принуждение к участию в виде «квазианалоговых» сборов (дополнительные платежи, не предусмотренные законом, в целях благоустройства территории и т.д.). Модернизация практик сотрудничества возможна в условиях предоставления бизнесу «избыточных мощностей» местного сообщества (Bauer, Gegenhuber, 2015). «Избыточными мощностями» могут служить здания и помещения, находящиеся в **муниципальной собственности**, их вовлечение в формирование туристского пространства территории, что позволило бы выстраивать успешные стратегии партнерства власти и предпринимательского сообщества, выступая инструментом снижения издержек бизнеса при оказании туристических услуг.

Муниципальная собственность

Ресурсной базой развития культурно-познавательного туризма выступают не только финансовые активы, но и муниципальное имущество. Недостаточный уровень доходности при низком уровне потребительского спроса, высокая капиталоемкость туристской отрасли и значительные инвестиционные риски требуют от органов власти более гибкой позиции в вопросах поддержки частных инициатив, направленных на развитие культурно-познавательного туризма. Наиболее оптимальным вариантом является варьирование арендных ставок на объекты муниципальной собственности, предоставление помещений на льготных условиях или в кратковременное пользование хозяйствующим субъектам, деятельность которых связана с коллективными интересами местного сообщества в вопросах развития культурно-познавательного туризма. Городские инициативы сотрудничества могут (Sharing City Initiative) «включать в себя реализацию программ обмена, предоставление возможностей тем, кто имеет потребности в общественных пространствах, таких как парковки, конференц-залы, публичные библиотеки и т.д.» (Moon, 2017). Такая форма сотрудничества позволяет реализовать масштабные проекты событийного туризма, консолидируя усилия бизнеса и власти, создает платформу для вовлечения творческих

коллективов в формирование «пространства впечатлений» у туристов, что обеспечивает установку на повторный визит. Эффективность экономики сотрудничества выражается в минимальном объеме вложенных ресурсов (предоставление площадок общественного пространства) и высоком уровне совокупной отдачи (Фролова, Медведева, 2018).

К сожалению, в современных российских условиях органы местного самоуправления ориентированы преимущественно на продажу собственных активов. В частности, ежегодные доходы муниципалитетов от продажи материальных и нематериальных активов составляют более 50 млрд руб. (52,0 млрд руб. – в 2017 г.; 56,2 млрд руб. – в 2016 г.; 61,5 млрд руб. – в 2015 г.). При этом, по данным мониторинга исполнения местных бюджетов и межбюджетных отношений, доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, ежегодно сокращаются.

Следует отметить, что ориентированность на продажу собственных активов сложилась под воздействием, в первую очередь, нормативно-правовых факторов. Постоянная трансформация перечня вопросов местного значения выступает одним из значимых рисков передачи объектов муниципальной собственности в пользу государственных органов власти либо муниципальных образований другого уровня. Кроме того, в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (в ред. распоряжения Правительства РФ от 08.08.2009 N 1121-р) законодатель указывает на необходимость «сокращения объема имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности». С одной стороны, сокращение непрофильных активов снижает издержки местного бюджета, связанные с их эксплуатацией и содержанием, но с другой стороны, местная власть не обладает в данных условиях «избыточными ресурсами», позволяющими оказывать активную поддержку частным инициативам в сфере туризма.

Наличие указанных выше обстоятельств актуализирует проведение целенаправленной политики по законодательному закреплению финансовой и правовой самостоятельности местных органов власти. Необходимой представляется трансформация институциональных норм, обеспечивающих сохранение и рациональное использование муниципальной собственности в интересах местных сообществ.

Социальный капитал местных сообществ

Активизация внутренних источников территориального развития сегодня – один из наиболее востребованных трендов в практике муниципального управления. Вместе с тем в современных социально-экономических условиях наращивание капитала местных сообществ лимитировано низким уровнем доверия населения к органам власти, низкой вовлеченностью в решение вопросов местного значения, отчуждением от властных инициатив. Об этом говорят 30,7% экспертов. Наиболее остро, по мнению экспертов (63,7%), стоит вопрос о «спонсорстве/меценатстве» местных жителей. По мнению более половины глав муниципальных образований, развитие культурно-познавательного туризма предполагает формирование «общественных объединений и ассоциаций», однако на сегодняшний день их явно не хватает. Это же отме-

тили и 56,5% респондентов. Имеющие место фрагментарные попытки включения местного населения в создание и тиражирование объектов культурно-познавательного туризма, продвижение туристических услуг ограничены организационными и правовыми дисфункциями. Весьма распространенная сегодня практика социального партнерства без реальной поддержки населения (правовой, финансовой, информационной) не обеспечивает ожидаемую консолидацию интересов местных сообществ, власти и бизнеса.

Доминирующую роль в развитии культурно-познавательного туризма местные власти отводят финансовым, инвестиционным и инфраструктурным ресурсам, тогда как их реальный «вклад» в решение задач увеличения туристического потока и повышения качества туристических услуг, по мнению экспертов, весьма низкий (Круглова и др., 2014). Это связано с тем, что дорожная сеть, объекты общественного питания, номерной фонд и иные объекты инфраструктурного обеспечения чаще всего находятся в неудовлетворительном состоянии, что не позволяет их рассматривать в качестве компонента формирования опережающей адаптивности территорий к потребностям и ожиданиям современных туристов.

Ограниченность и невозможность экономических ресурсов только усугубляют сложившуюся ситуацию, тогда как социальный капитал местных сообществ, будучи неисчерпаемым, открывает новые возможности для развития культурно-познавательного туризма на местах (Yfantidou и др., 2016).

В данном контексте особый интерес представляют исследования такого феномена, как «этноцентризм туризма», который отражает мотивацию туристов и жителей к поддержке экономики внутреннего туризма (Frolova и др., 2017). Современные туристы придают особое значение гостеприимству местных жителей, рассматривая их дружелюбное отношение и желание помочь как неотъемлемое условие формирования позитивного впечатления от туристической поездки. Политика открытости и толерантности по отношению к туристам может служить компенсатором определенных дисбалансов инфраструктурного и информационного обеспечения туристической деятельности.

В ряде российских муниципальных образований уже имеется положительный опыт развития туристического продукта и успешного брендинга территории путем эффективного взаимодействия местного населения и власти. В 2007 г. была организована Ассоциация малых туристских городов, целью которой стало создание и продвижение конкурентоспособного туристического продукта. В состав Ассоциации вошли следующие города: Азов, Боровск, Гороховец, Елабуга, Елец, Каргополь, Кунгур, Мышкин, Соликамск, Суздаль, Таруса, Тобольск, Углич. Консолидация усилий власти, бизнеса и населения иллюстрирует в ряде случаев успешные практики мобилизации имеющихся ресурсов, формирования позитивного туристического имиджа города. Свою эффективность подтвердили стратегии развития отраслевого (рыболовный, охотоведческий) и/или сельского туризма, привлекательность которых обеспечивается интересом жителей больших городов к аутентичным туристским продуктам и услугам.

Примерами успешных проектов в данных направлениях развития туризма являются д. Березнюк Псковской области, с. Медное Тверской области.

Значимость местных культурных практик как фактора развития туризма подтверждается результатами исследований. В совокупности 41,4% респондентов рассматривают обычаи и традиции местного населения как весомую причину выбора туристической поездки (Лысикова, 2011). В этом контексте новые возможности муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма могут быть реализованы через поддержку местных инициатив в сфере гостеприимства (сельские усадьбы, гастрономия, охота и рыбалка, народные промыслы, погружение в старуюкладный образ жизни, популяризация традиций и обычаев, продвижение туристского продукта через социальные сети, блоги).

Возможности конвертации социального капитала местных сообществ в развитие культурно-познавательного туризма актуализируют необходимость определения роли социальных механизмов в развитии туристической привлекательности российских территорий, факторов солидаризации, самоорганизации населения, активизации участия населения в коллективных социальных практиках (Горлова, 2016). Особое место в ряду социальных ресурсов местного сообщества занимает добровольческий ресурс, который в последнее время расширяет границы своего применения (Cudny et al., 2013).

Вместе с тем социальный капитал муниципального образования может рассматриваться сегодня только как латентный ресурс, что требует обозначить новые векторы включения местного сообщества в поддержку культурно-образовательного туризма. К их числу можно отнести: поддержку горизонтальных связей представителей туристического бизнеса, привлечение творческих коллективов, волонтерских движений, общественных организаций, популяризацию и развитие туристского предпринимательства, субсидирование местных инициатив в сфере туризма, социальное конструирование объектов туристического притяжения и общественного пространства, в том числе с применением электронных городских платформ.

Вывод

Значительный объем государственных инвестиций в развитие культурно-познавательного туризма не подкреплен соответствующими муниципальными практиками. Анализ ресурсов и ограничений деятельности муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма иллюстрируется следующими проблемами. В первую очередь, следует отметить недостаточность финансовой базы, значительное превышение расходной части местных бюджетов, рост муниципального долга. В сложившихся условиях фокус деятельности муниципальных органов власти концентрируется на первоочередных проблемах территории (жилищно-коммунальное хозяйство, социальная инфраструктура и проч.), тогда как вопросы развития внутреннего туризма не рассматриваются в качестве приоритетных. Усугубляет ситуацию дисфункция налоговой политики, снижающая мотивацию муниципальных властей в сфере развития туризма. Деятельность муниципальных органов власти лимитирована недостаточностью кадровых и инвестиционных ресурсов. Практика использования муниципальной собствен-

ности в целях развития городских инициатив сотрудничества не получила широкого распространения. В частности, преобладает ориентация на сокращение непрофильных активов, продажу муниципальной собственности.

Таким образом, опорными точками преодоления дефицита всех типов ресурсов и сложившихся дисфункций выступают: изменение норм законодательства в части расширения полномочий местных органов власти по управлению объектами культурного наследия, находящихся в федеральной собственности, распространение практики взимания туристического налога, введение налоговых льгот для бизнес-структур, осуществляющих безвозвратные частные инвестиции, привлечение общественности к социальному конструированию туристического пространства, в том числе с использованием электронной платформы.

Новым трендом развития культурно-познавательного туризма могла бы стать активизация внутреннего потенциала территорий муниципальных образований, а именно активизация горизонтальных связей и взаимодействий представителей местных сообществ как «амбассадоров дестинации». Самобытность российских традиций, привлечение творческих коллективов, уличных артистов, актуализация фольклорного наследия, народных промыслов, местной гастрономии могут являться наиболее значимым катализатором развития культурно-познавательного туризма. Реализация данных направлений возможна в локальных границах конкретной территории при условии активной позиции муниципальных органов управления, консолидирующих усилия бизнеса, местного населения и творческих коллективов.

Благодарность

Авторский коллектив благодарит Экспертный Совет Всероссийского Совета местного самоуправления за помощь в организации опроса, выражая особую признательность председателю Экспертного Совета В.С. Тимченко и члену Экспертного Совета О.Ю. Максимовой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакаев А.В. Проблемы и пути формирования и эффективного использования муниципальной собственности // Известия Байкальского государственного университета. – 2011. – № 5. – С. 44–46.
2. Веселова Н.Ю., Савченко А.Е. Проблемы и направления развития туризма в муниципальных образованиях // LJournal.ru. – 2016. URL: <http://ljournal.ru/article/lj2016-5-4-02.pdf> (дата обращения: 26.06.2019). DOI: 10.18411/lj2016-5-4-02
3. Горлова Н.И. Исторические аспекты развития культурного волонтерства в России // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2016. – № 3. – Т. 39.

4. Колесова Е.Л. Кадровый потенциал органов местного самоуправления: состояние и тенденции // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2014. – № 2. – Т. 41. – С. 16–20.
5. Колодий Н.А. Культура как ресурс экономики ощущений // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2011. – № 4. – Т. 16. – С. 94–102.
6. Краснопольская И.И., Мерсиянова И.В. Гражданское общество как среда производства и распространения социальных инноваций // Форсайт. – 2014. – Т. 8. – № 4. – С. 40–53.
7. Лысикова О.В. Современные туристы и местные жители: социальные практики взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 14. – Т. 5. – С. 270–277.
8. Новичков Н.В. О некоторых аспектах развития туризма как части креативной экономики и экономики впечатлений // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – № 8. – С. 113–121.
9. Оганесян Т.Л., Веселова Н.Ю. Конструкция и эффективность управления деятельностью органов местного самоуправления // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2015. – № 1. – С. 64–67.
10. Фролова Е.В., Медведева Н.В. Сотрудничество бизнеса и местной власти: проблемы и новые возможности // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 1. – С. 181–196.
11. Фролова Е.В., Рогач О.В. Кадровое обеспечение местных органов власти в современных российских условиях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 4. – Т. 146. – С. 369–385.
12. Широков А.Н., Юркова С.Н. Изменение подходов к формированию структуры органов местного самоуправления // В сборнике: Эффективное управление как фактор устойчивого развития территории. Материалы межрегионального межвузовского круглого стола. Под научной редакцией А.Т. Алиева. – 2018. – С. 32–40.
13. Чудинов С.А. Управление муниципальной собственностью: проблемы и пути совершенствования // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 2. – С. 74–78.
14. Alexeev M., Avxentyev N., Mamedov A. Fiscal Decentralization, Budget Discipline, and Local Finance Reform in Russia's Regions // Public finance review. 2018. Vol. 47. No. 4. P. 679–717.
15. Kumar A. Expanding People's Might – Putting Social Infrastructure into the hands of the Community: Investigation into a Village Community // International Journal of Rural Management. 2008. Vol. 4. No. 1–2. P. 129–152.
16. Bauer R.M., Gegenhuber, T. Crowdsourcing: Global search and the twisted roles of consumers and producers // Organization. 2015. Vol. 22. No. 5. P. 661–681. URL: <https://doi.org/10.1177/1350508415585030> (дата обращения: 21.09.2020).
17. Bessiere J. Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas // Sociologia Ruralis. 1998. Vol. 38. No. 1. P. 21. DOI: 10.1111/1467-9523.00061
18. Burrier G. Politics or Technical Criteria? The Determinants of Infrastructure Investments in Brazil // Journal of development studies. 2019. Vol. 55. No. 7. P. 1436–1454.

19. Coelho M., Gosling M., Almeida A. Tourism experiences: Core processes of memorable trips // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. Vol. 37. P. 11–22.
20. Cudny W., Ratalewska M., Krawczyk P. The structure and motivations of the volunteers working for a large travel festival // *Вестник БГУ*. – 2013. – № 3. – С. 88–95.
21. Fábián A. Local Self-Government in Hungary: The Impact of Crisis. In: Nunes Silva C., Buček J. (eds). *Local Government and Urban Governance in Europe. The Urban Book Series*. Springer, Cham. 2017. P. 71–87. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-43979-2_4
22. Frolova E.V., Ryabova T.M., Kabanova E.E., Rogach O.V., Vetrova E.A. Domestic tourism in Russian Federation: population estimations, resources and development constraints // *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2017. Vol. 8. No. 2 (18). P. 436–445.
23. Gordon A. What to see and how to see it: tourists, residents, and the beginnings of the walking tour in nineteenth-century Quebec City // *Journal of Tourism History*. 2013. Vol. 6. No. 1. P. 74–90.
24. Grissom Jason A., Harrington James R. Local Legislative Professionalism // *American Politics Research*. 2012. Vol. 41. No. 1. P. 76–98.
25. Kryukova E.M., Makeeva D.R., Konovalova E.E. Tourism as Preferred Direction in the Strategy of Substitution of Industry Branches in Mono-Territories of Russian Federation // *Management, Economics, Technology & Tourism*. 2014. P. 176–178. DOI: 10.5829/idosi.wasj.2014.30.mett.24
26. Li Y., Zhan C., Jong M., Lukszo Z. Business innovation and government regulation for the promotion of electric vehicle use: lessons from Shenzhen, China // *Journal of Cleaner Production*. 2016. Vol. 134. P. 371–383.
27. Manthiou A., Kang J., Hyun S.S., Fu X.X. The impact of brand authenticity on building brand love: An investigation of impression in memory and lifestyle-congruence // *International Journal of Hospitality Management*. 2018. Vol. 75. P. 38–47. DOI: 10.1016/j.ijhm.2018.03.005
28. McMullen M. Seeing history: a visual assessment of the historic-grounding of Old Western tourist towns // *Journal of heritage tourism*. 2018. No. 3. Vol. 5. P. 411–425.
29. Moon M. J. Government-driven Sharing Economy: Lessons from the Sharing City Initiative of the Seoul Metropolitan Government // *Journal of Developing Societies*. 2017. Vol. 33. No. 2. P. 223–243. URL: <https://doi.org/10.1177/0169796X17710076> (дата обращения: 21.09.2020).
30. Nared J. Local Self-government Reforms in Slovenia: Discourse on Centrality and Peripherality. In: Pelc S., Koderman M. (eds) *Nature, Tourism and Ethnicity as Drivers of (De) Marginalization. Perspectives on Geographical Marginality*. Vol 3. Springer, Cham. 2018. P. 243–256. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-59002-8_17
31. Pearce P.L., Wu Mao-Ying. Soft infrastructure at tourism sites: identifying key issues for Asian tourism from case studies // *Tourism Recreation Research*. 2015. Vol. 40. No. 1. P. 120–132.
32. Tussyadiah II S.P., Kausar D.R., Soesilo P.K.M. The Effect of Engagement in Online Social Network on Susceptibility to Influence // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2018. Vol. 42. No. 2. P. 201–223. URL: <https://doi.org/10.1177/1096348015584441> (дата обращения: 21.09.2020).
33. Yfantidou G., Spyridopoulou E., Kouthouris C., Balaska P., Matarazzo M., Costa G. The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism // *Tourism Economics*. 2016. Vol. 23. Issue 5. P. 1155–1162.

ACTIVITIES OF MUNICIPAL AUTHORITIES IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM: PROBLEMS, RESOURCES AND NEW OPPORTUNITIES

Elena V. Frolova

Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor
of the Department of Management and Administrative
Management, Russian State Social University.
Address: 4, b.1 Wilhelm Pieck Str., 129226, Moscow, Russian Federation.
E-mail: efrolova06@mail.ru

Olga V. Rogach

Ph.D. (in Sociological Sciences), Associate Professor
of the Department of Management and Administrative
Management, Russian State Social University.
Address: 4, b.1 Wilhelm Pieck Str., 129226, Moscow, Russian Federation.
E-mail: rogach16@mail.ru

Tatyana M. Ryabova

Ph.D. (in Sociological Sciences), Associate Professor
of the Department of Management and Administrative
Management, Russian State Social University.
Address: 4, b.1 Wilhelm Pieck Str., 129226, Moscow, Russian Federation.
E-mail: tani-87@inbox.ru

Abstract

The study examines the activity of municipal authorities in the development of cultural tourism. The authors consider the dysfunctions of the resource support of the activities of modern municipalities, which significantly reduces the effectiveness of creating a competitive tourism product. The purpose of the study is to analyse the resources and limitations of the activities of municipal authorities for the development of cultural tourism. In order to achieve the goal the authors have to accomplish the following tasks: assessing financial, organizational, personnel, investment and other resources of local government, the possibility of their conversion into tourism development; analysing the readiness of modern municipalities to implement such areas of activity as updating local tourism resources, creating a competitive tourism product, creating conditions for the inclusion of residents in the practice of developing the tourist attractiveness of territories. The current study used methods of sociological research (a survey of local government leaders $N = 356$ experts), analysis of documents. The authors substantiate the conclusion that local authorities have the greatest potential for the formation of competitive, differentiated tourism products that are adequate to the expectations of various social groups. However, at the present stage of development of the Russian society, the effectiveness of local authorities is limited by a number of dysfunctions: financial insecurity of local budgets, growth of municipal debt, orientation to the sale of municipal property, insufficient human resources, excessive control by federal and regional authorities. Under the current conditions, the key driver of cultural tourism is the expansion of the local governments capacity, the intensification of private initiatives, the implementation of the research exchange principles and mutually beneficial cooperation with business.

Keywords: municipal authorities; municipality; local population; social capital; tourism; tourist attraction.

Citation: Frolova, E.V., Rogach, O.V. & Ryabova, T.M. (2020). Deyatel'nost' munitsipal'nykh organov vlasti po razvitiyu kul'turno-poznavatel'nogo turizma: Problemy, resursy i novyye vozmozhnosti [Activities of Municipal Authorities in the Development of Cultural and Educational Tourism: Problems, Resources and New Opportunities]. *Public Administration Issues*, no 3, pp. 210–228 (in Russian).

REFERENCES

1. Alexeev, M., Avxentyev, N. & Mamedov, A. (2018). Fiscal Decentralization, Budget Discipline, and Local Finance Reform in Russia's Regions. *Public Finance Review*, vol. 47, no 4, pp. 679–717.
2. Kumar, A. (2008). Expanding People's Might – Putting Social Infrastructure into the Hands of the Community: Investigation into a Village Community. *International Journal of Rural Management*, vol. 4, no 1–2, pp. 129–152.
3. Bauer, R.M. & Gegenhuber, T. (2015). Crowdsourcing: Global Search and the Twisted Roles of Consumers and Producers. *Organization*, vol. 22, no 5, pp. 661–681. Available at: <https://doi.org/10.1177/1350508415585030> (accessed: 20 September, 2020).
4. Bessiere, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, vol. 38, no 1, pp. 21. Available at: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061> (accessed: 20 September, 2020).
5. Bakaev, A.V. (2011). Problemy i puti formirovaniya i effektivnogo ispol'zovaniya munitsipal'noy sobstvennosti [Problems and Ways of Formation and Effective Use of Municipal Property]. *Proceedings of the Baikal State University*, no 5, pp. 44–46.
6. Burrier, G. (2019). Politics or Technical Criteria? The Determinants of Infrastructure Investments in Brazil. *Journal of Development Studies*, vol. 55, no 7, pp. 1436–1454.
7. Chudinov, S.A. (2013). Upravlenie munitsipal'noy sobstvennost'yu: problemy i puti sovershenstvovaniya [Municipal Property Management: Problems and Ways of Improvement]. *Bulletin of Saratov State Socio-Economic University*, no 2, pp. 74–78.
8. Coelho, M., Gosling, M. & Almeida, A. (2018). Tourism Experiences: Core Processes of Memorable Trips. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, no 37, pp. 11–22.
9. Cudny, W., Ratalewska, M. & Krawczyk, P. (2013). The Structure and Motivation of the Volunteers Working for a Large Travel Festival. *Vestnik BGU*, no 3, pp. 88–95.
10. Fábíán, A. (2017). Local Self-Government in Hungary: The Impact of Crisis. In: Nunes Silva C., Buček J. (eds). *Local Government and Urban Governance in Europe*. Switzerland. Pp. 71–87.
11. Frolova, E.V., Ryabova, T.M., Kabanova, E.E., Rogach, O.V. & Vetrova, E.A. (2017). Domestic Tourism in Russian Federation: Population Estimations, Resources and Development Constraints. *Journal of Environmental Management and Tourism*, vol. 8, no 2 (18), pp. 436–445.

12. Frolova, E.V. & Medvedeva, N.V. (2018). Sotrudnichestvo biznesa i mestnoy vlasti: problemy i novye vozmozhnosti [Cooperation between Business and Local Authorities: Problems and New Opportunities]. *Public Administration Issues*, no 1, pp. 181–196.
13. Frolova, E.V. & Rogach, O.V. (2018). Kadrovoe obespechenie mestnyh organov vlasti v sovremennyh rossijskikh usloviyah [Staffing of Local Authorities in Modern Russian Conditions]. *Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, no 4, vol. 146, pp. 369–385.
14. Gordon, A. (2013). What to See and How to See it: Tourists, Residents, and the Beginnings of the Walking Tour in Nineteenth-Century Quebec City. *Journal of Tourism History*, vol. 6, no 1, pp. 74–90.
15. Gorlova, N.I. (2016). Istoricheskie aspekty razvitiya kul'turnogo volonterstva v Rossii [Historical Aspects of the Development of Cultural Volunteering in Russia]. *Scientific Notes. Electronic scientific journal of Kursk state University*, no 3, vol. 39.
16. Grissom, J.A. & Harrington, J.R. (2012). Local Legislative Professionalism. *American Politics Research*, vol. 41, no 1, pp. 76–98.
17. Kolesova, E.L. (2014). Kadrovyy potentsial organov mestnogo samoupravleniya: sostoyanie i tendentsii [Human Resources Capacity of Local Governments: Status and Trends]. *Bulletin of the Volga Academy of Public Service*, no 2, vol. 41, pp. 16–20.
18. Kolodii, N.A. (2011). Kul'tura kak resurs ehkonomiki oshchushchenij [Culture as a Resource of the Economy of Sensations]. *Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, no 4, vol. 16, pp. 94–102.
19. Krasnopolskaya, I.I. & Mersiyanova, I.V. (2014). Grazhdanskoe obschestvo kak sreda proizvodstva i rasprostraneniya sotsialnykh innovatsiy [Civil Society as an Environment for the Production and Dissemination of Social Innovations]. *Foresight-Russia*, vol. 8, no 4, pp. 40–53.
20. Kryukova, E.M., Makeeva, D.R. & Konovalova, E.E. (2014). Tourism as Preferred Direction in the Strategy of Substitution of Industry Branches in Mono-Territories of Russian Federation. *Management, Economics, Technology & Tourism*, pp. 176–178. Available at: DOI: 10.5829/idosi.wasj.2014.30.mett.24 (accessed: 20 September, 2020).
21. Li, Y., Zhan, C., Jong, M. & Lukszo, Z. (2016). Business Innovation and Government Regulation for the Promotion of Electric Vehicle Use: Lessons from Shenzhen, China. *Journal of Cleaner Production*, no 134, pp. 371–383.
22. Lysikova, O.V. (2011). Sovremennyye turisty i mestnye zhiteli: sotsialnye praktiki vzaimodeystviia [Modern Tourists and Local Residents: Social Practices of Interaction]. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 14, no 5, pp. 270–277.
23. Manthiou, A., Kang, J., Hyun, S.S. & Fu, X.X. (2018). The Impact of Brand Authenticity on Building Brand Love: An Investigation of Impression in Memory and Lifestyle-congruence. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 75, pp. 38–47. Available at: DOI: 10.1016/j.ijhm.2018.03.005 (accessed: 21 September, 2020).
24. McMullen, M. (2018). Seeing History: A Visual Assessment of the Historic-Grounding of Old Western Tourist Towns. *Journal of Heritage Tourism*, vol. 3, no 5, pp. 411–425.
25. Moon, M.J. (2017). Government-Driven Sharing Economy: Lessons from the Sharing City Initiative of the Seoul Metropolitan Government. *Journal of Developing Societies*, vol. 33, no 2, pp. 223–243. Available at: <https://doi.org/10.1177/0169796X17710076> (accessed: 21 September, 2020).

26. Nared, J. (2018). Local Self-Government Reforms in Slovenia: Discourse on Centrality and Peripherality. In: Pelc S., Koderman M. (eds). *Nature, Tourism and Ethnicity as Drivers of (De)Marginalization. Perspectives on Geographical Marginality*, vol. 3. Springer, Cham, pp. 243–256. Available at: DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-59002-8_17 (accessed: 20 September, 2020).
27. Novichkov, N.V. (2013). O nekotorykh aspektakh razvitiya turizma kak chasti kreativnoy ehkonomiki i ehkonomiki vpechatleniy [On Some Aspects of the Tourism Development as Part of Creative Economy and Economy of Impressions]. *Service in Russia and abroad*, no 8, pp. 113–121.
28. Oganesyanyan, T.L. & Veselova, N.Yu. (2015). Konstruktsiya i effektivnost' upravleniya deyatelnost'yu organov mestnogo samoupravleniya [Design and Effectiveness of Local Government Management]. *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, no 1, pp. 64–67.
29. Pearce, P.L. & Wu, Mao-Ying. (2015). Soft Infrastructure at Tourism Sites: Identifying Key Issues for Asian Tourism from Case Studies. *Tourism Recreation Research*, vol. 40, no 1, pp. 120–132.
30. Shirokov, A.N. & Yurkova, S.N. (2018). Izmenenie podkhodov k formirovaniyu struktury organov mestnogo samoupravleniya [Changes in Approaches to Establishing the Structure of Local Governments]. In: Aliyev A.T. (ed.) *Effective Management as a Factor of Sustainable Development of the Territory Materials of the Interregional Inter-University Round Table*, pp. 32–40.
31. Tussyadiah II, S.P., Kausar, D.R., Soesilo, P.K.M. (2018). The Effect of Engagement in On-line Social Network on Susceptibility to Influence. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 42, no 2, pp. 201–223. Available at: <https://doi.org/10.1177/1096348015584441> (accessed: 21 September, 2020).
32. Veselova, N.Yu. & Savchenko, A.E. (2016). Problemy i napravleniya razvitiya turizma v munitsipal'nykh obrazovaniyakh [Problems and Directions of Tourism Development in Municipalities]. *LJournal.ru*. Available at: <http://ljournal.ru/article/lj2016-5-4-02.pdf>; DOI: 10.18411/lj2016-5-4-02-40 (accessed: 26 June, 2009).
33. Yfantidou, G., Spyridopoulou, E., Kouthouris, C., Balaska, P., Matarazzo, M. & Costa, G. (2016). The Future of Sustainable Tourism Development for the Greek Enterprises that Provide Sport Tourism. *Tourism Economics*, vol. 23, no 5, pp. 1155–1162.