

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

Чуваткин П. П.¹
Аврах И.Ю.²

Роль и значение государственно-частного партнерства
в развитии молодежного туризма

Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр
Российской Академии наук», ул. Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Россия

¹e-mail: lares@sochi.com

²e-mail: Avrakh@yandex.ru

¹ORCID 0000-0001-9203-933X

²ORCID0009-0000-9133-1259

*Статья поступила 27 сентября 2024 г.; принята 23 октября 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Государственно-частное партнерство (ГЧП) в туризме представляет собой сотрудничество государственных структур с предпринимательскими организациями для достижения общих целей и задач в сфере туризма. Такое партнерство может выражаться в различных формах сотрудничества, таких как совместные инвестиции, разработка и реализация проектов, участие в маркетинговых и рекламных мероприятиях, обмен опытом и технологиями и т.п. Эффективное ГЧП способствует также устойчивому развитию туристских территорий за счет синергии государственных и частных ресурсов, привлечения инвестиций и повышения качества туристских услуг, что, в свою очередь, способствует росту их конкурентоспособности и привлекательности для молодых путешественников. Цель исследования заключается в определении роли и значения государственно-частного партнерства в развитии молодежного туризма, оценке влияния молодежного туризма на развитие территориальных образований. Теоретические исследования лишь совсем недавно стали выявлять специфические особенности молодежного туризма, среди которых высокая активность и мобильность, стремление к познанию, восприимчивость к новому, возможность организации путешествий. В работе представлена типология молодежного туризма, выявлены и систематизированы факторы, оказывающие существенное воздействие на продвижение молодежного туризма региона. Результаты исследования выявили активизацию использования механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) при формировании объектов туристской инфраструктуры для молодых путешественников. Обосновано, что в оценке влияния молодежного туризма на социально-экономическое развитие туристских территорий целесообразно представлять результаты в привязке к драйверам развития территориальных образований. Разработан перечень индикаторов, отражающих влияние молодежного туризма на развитие территории, сформирован алгоритм проведения комплексной оценки влияния молодежного туризма на развитие территории.

Ключевые слова: молодежный туризм; государственно-частное партнерство; типология; господдержка; корпорация «Туризм.РФ»; драйверы; алгоритм оценки

Для цитирования: Чуваткин П. П., Аврах И.Ю. Роль и значение государственно-частного партнерства в развитии молодежного туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 55-66. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

Публикация подготовлена в рамках реализации государственного задания ФИЦ СЦЦ РАН FGRW-2022-0001, № госрегистрации 122041900105-5

UDC 338.48

Petr P. Chuvatkin¹
Ivan Y. Avrakh²

Role and importance of public-private partnership in the development of youth tourism

Subtropical Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences,
2/28 Yan Fabricius St., Sochi, 354002, Russia

¹e-mail: lares@sochi.com

²e-mail: Avrakh@yandex.ru

¹ORCID 0000-0001-9203-933X

²ORCID 0009-0000-9133-1259

Abstract. Public-private partnership (PPP) in tourism represents cooperation of state structures with entrepreneurial organizations to achieve common goals and objectives in the field of tourism. Such partnership can be expressed in various forms of cooperation, such as joint investment, project development and implementation, participation in marketing and advertising events, exchange of experience and technologies, etc. Effective PPP also contributes to the sustainable development of tourist areas through the synergy of public and private resources, attracting investment and increasing the quality of tourist services, which, in turn, contributes to the growth of its competitiveness and attractiveness for young travelers. The purpose of the study is to determine the role and significance of public-private partnerships in the development of youth tourism, to assess the impact of youth tourism on the development of territorial entities. Theoretical studies have only recently begun to identify the specific features of youth tourism, including high activity and mobility, a desire for knowledge, susceptibility to new things, and the possibility of organizing travel. The work presents a typology of youth tourism, identified and systematized factors that have a significant impact on the promotion of youth tourism in the region. The results of the study revealed the intensification of the use of public-private partnership (PPP) mechanisms in the formation of tourist infrastructure for young travelers. It is reasonable to conclude that in evaluating the influence of youth tourism on the socio-economic advancement of tourist regions, it is essential to present findings in relation to the key drivers of territorial development. A list of indicators has been developed to reflect the impact of youth tourism on the development of the territory. Furthermore, an algorithm has been formulated for a comprehensive assessment of the impact of youth tourism on the development of the territory.

Keywords: youth tourism; public-private partnership; typology; state support; «Tourism.RF» corporation; drivers; evaluation algorithm

For citation: Chuvatkin, P. P., Avrakh, I. Y. (2024), "Role and importance of public-private partnership in the development of youth tourism", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 55-66. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

The study was funded by the state assignment research of FRC SSC RAS FGRW-2022-0001, project No. 122041900105-5

Введение (Introduction).

Молодежный туризм имеет важное экономическое значение, оказывая влияние на социально-экономическое развитие туристских регионов, однако более важное значение имеет воспитательная функция последнего путем формирования патриотизма, повышения образовательного уровня, в связи с чем, государство оказывает поддержку его развитию, в том числе через механизмы государственно-частного партнерства.

Исследования показывают, что молодежный туризм обладает огромным потенциалом, поскольку дает возможность реализации крупных инвестиционных проектов как по основной, так и по обеспечивающей инфраструктуре сферы внутреннего туризма. Его популярность создает возможности дополнительного импульса к социально-экономическому и экологическому развитию непосредственно тем территориям, где туризм является одним из основных видов деятельности. Важнейшим инструментом развития молодежного туризма в настоящее время может стать государственно-частное партнерство (ГЧП). Основные проблемы развития государственно-частного партнерства рассмотрены в работах Н.А. Игнатюк, В.И. Кружалина, Е.Л. Крюковой, В.А. Михеева, М.А. Морозова, Н.С. Морозовой, А.А. Семенина, Д.А. Сафонова, Н.В. Царевой и др. Однако вопросы развития молодежного туризма с использованием государственно-частного партнерства и его влияния на социально-экономическое развитие туристских территорий практически не

рассматриваются в научном сообществе или исследуются весьма фрагментарно.

Общие исследования понятия и сущности молодежного туризма в контексте его дальнейшего развития с использованием механизмов ГЧП показывают, что в современной отечественной литературе нет должного отражения теоретической базы исследуемого понятия (Бухвальд, 2019). Не решен ряд научных проблем, таких как отсутствие дефиниции молодежного туризма в законодательстве РФ, недостаточность интересных молодым людям туристских продуктов, нехватка высококвалифицированных кадров в туризме, обладающих навыками цифрового управления инвестиционными проектами. Проведение научных исследований по данным вопросам поможет внести ясность в решение этих проблем. Анализ позволил выявить, что развитие молодежного туризма оказывает положительное влияние на территорию с точки зрения повышения привлекательности региона: молодые туристы создают атмосферу и «шум» в месте временного пребывания, активно делятся впечатлениями посредством социальных сетей, чем могут дополнительно привлекать новых туристов и бизнес.

Ключевую роль в развитии территорий в настоящее время играют проекты, направленные на реализацию инициатив по проведению праздников и фестивалей, облагораживанию общественных пространств, реставрации памятников истории и культуры, модернизации объектов социальной

инфраструктуры и строительству новых. Суть подобных проектов заключается в привлечении внимания к объектам посредством художественных, медийных и издательских проектов, а также организации событий и программ социальной, культурной, образовательной и развлекательной направленности. Целевой аудиторией проектов является, как правило, местная молодежь. Однако, на наш взгляд, подобные проекты могут быть ориентированы и на молодое поколение в целом, которых привлекают подобные мероприятия среди путешествующей молодежи. ГЧП как раз и является одним из способов развития общественной инфраструктуры, которая основана на выстраивании долгосрочных отношений между бизнесом и государством с целью развития молодежного туризма. Развитие сферы туризма на базе механизма ГЧП с целью реализации крупных туристских проектов молодежной направленности реализуется в РФ в рамках Федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ» (Распоряжение Правительства РФ, 2018).

Цель исследования (The aim of the work). В статье представлено обоснование роли и значения государственно-частного партнерства в развитии туризма, в частности, молодежного. ГЧП способствует созданию привлекательных туристских направлений, привлечению инвестиций, увеличению доходов и улучшению благосостояния местного населения. Однако для успешной реализации проектов в сфере молодежного туризма необходимо учитывать интересы всех сторон, обеспечивать прозрачность и эффективность управления, а также соблюдать принципы устойчивого развития. Можно сказать, что ГЧП в эффективном развитии молодежного туризма представляет собой эффективный инструмент для объединения усилий государственных и частных структур в достижении общих целей.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Исследование базируется на работах зарубежных и отечественных авторов, таких как Берт Дж. М. де Фриз, Омар А. Герреро, Дитер Хелм, Марджи Торрес, Тиффани Ченг Хан Люнг, Джеффри Д. Сакс, Борисов А.Н., Дорофеев М.Л., Боркова Е.А., Курбанов К.К., Шевчук И.А., Гасанов Э.А., Кряхтунов А.В., Магомедов А.М., Пискун Е.И., Яковлева С.И., Квартальнов В.А., Трофимов Е.Н., Зорин И.В., Ополченева Е.В., Шпилько С.П., Степуренко О.А., Бгатов А.П., которые довольно подробно рассматривают проблемы государственно-частного партнерства, региональной экономики и управления проектами в сфере туризма.

При проведении исследования были использованы методы анализа научной литературы, моделирования, функционального прогнозирования, статистические методы, а также сравнительный и системный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

Исследуя проблемы развития молодежного туризма, следует отметить, что границы возраста, соответствующего молодежному, существенно варьировались и видоизменялись с течением времени. Исторические данные показывают, что некоторые авторы делили жизненный цикл по принципу времен года. В частности, Пифагор считал, что период, относящийся к «весне» – это период до 20 лет, т.е. детство и юность, к сезону «лето» он относил возраст в промежутке между 20-40 годами, к «осени» относил плодоносящую зрелость – 40-60 лет, а к «зиме» относил старость от 60 до 80 лет. Некоторые авторы разрабатывали условные хронологические единицы. Так, Солон делил жизнь человека на десять «седмиц». Юность по его системе начинается в 14 лет, с 21 года начинается расцвет физической силы и длится до 28 лет, а период, идеально подходящий для вступления в брак, приходится на пятую

седмицу, полное созревание ума происходит в возрасте после 35 лет (Хасанова, 2014).

Как показывает обзор определений, под молодежным туризмом понимают путешествия молодого населения в возрасте от 18 до 30 лет с различными культурными и познавательными целями (Ананьев, 1996). Основными проблемными зонами научного исследования молодежного туризма в РФ

является отсутствие, в первую очередь, законодательной базы, и как следствие – нехватка статистических данных, что не дает очевидной возможности доказать взаимосвязь и влияние различных факторов на развитие данного вида туризма.

На основе проведенного контент-анализа автором уточнена типология молодежного туризма (рис. 1).

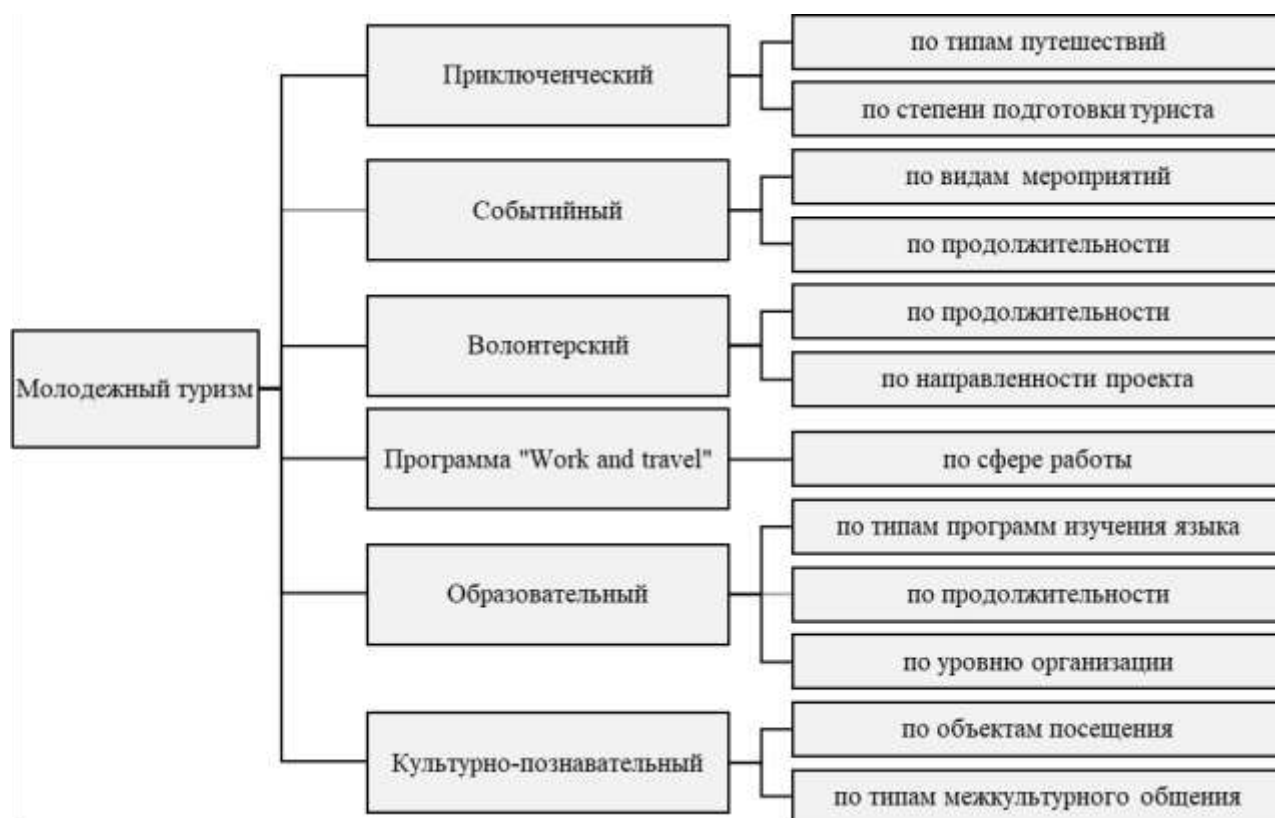


Рис. 1. Типология видов молодежного туризма
Fig. 1. Typology of youth tourism

Приведенная типология молодежного туризма не является исчерпывающей, и с развитием индустрии молодежного туризма этот список будет постоянно дополняться.

На развитии туристской индустрии сказывается воздействие ряда факторов (Иванов, 2018). При этом стоит отметить, что уровни влияния факторов значительно различаются. Так, в одной туристской территории развитие молодежного туризма определяется внутренними и внешними

факторами, а для другого региона важным являются факторы инфраструктурного и ресурсного характера. Тем не менее, системообразующие факторы тесно взаимосвязаны между собой. Индивидуализация туристского продукта для молодежи в туристском регионе требует более качественного исследования рынка, а значит, и более высокой квалификации кадров, знаний и умений применять цифровые технологии в системе молодежного туризма (Рассохина, 2010).

Особую роль в последнее время занимают и политические факторы: в силу сложности политических и социально-экономических отношений вследствие санкционного давления со стороны недружественных стран для молодежи, как и для взрослых туристов, становится небезопасным посещение ряда зарубежных стран.

Развитие молодежного туризма в России имеет свою специфическую особенность, характеризующуюся:

- возрастом туристов;
- предпочтениями в экономных коллективных средствах размещения, к примеру, в хостелах;
- предпочтениями в активных видах туризма, участием в молодежных форумах и фестивалях.

Кроме того, к особенностям молодежного туризма можно отнести аспекты, представленные на рис. 2.



Рис. 2. Особенности молодежного туризма
Fig. 2. Features of youth tourism

Что касается государственно-частного партнерства в туризме, то оно представляет из себя, по сути дела, своеобразный альянс между властью и туристским бизнесом (Багирян, 2016), при этом основной задачей, стоящей перед государством, является увеличение вклада туризма в ВВП с помощью мер господдержки почти до 5 % (Туризм в России, 2023)

В общем объеме за весь 2023 год запущено 326 проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства на сумму 955 млрд. руб., из которых 620 млрд руб. (65%) приходится на внебюджетные средства. Средний объем общих инвестиций, приходящихся на один проект, составляет свыше 3 млрд руб.¹ (рис. 3).

¹ Государственно-частное партнерство в России Итоги 2023 года и основные тренды. <https://data.tedo.ru/publications/ppp-digest.pdf>

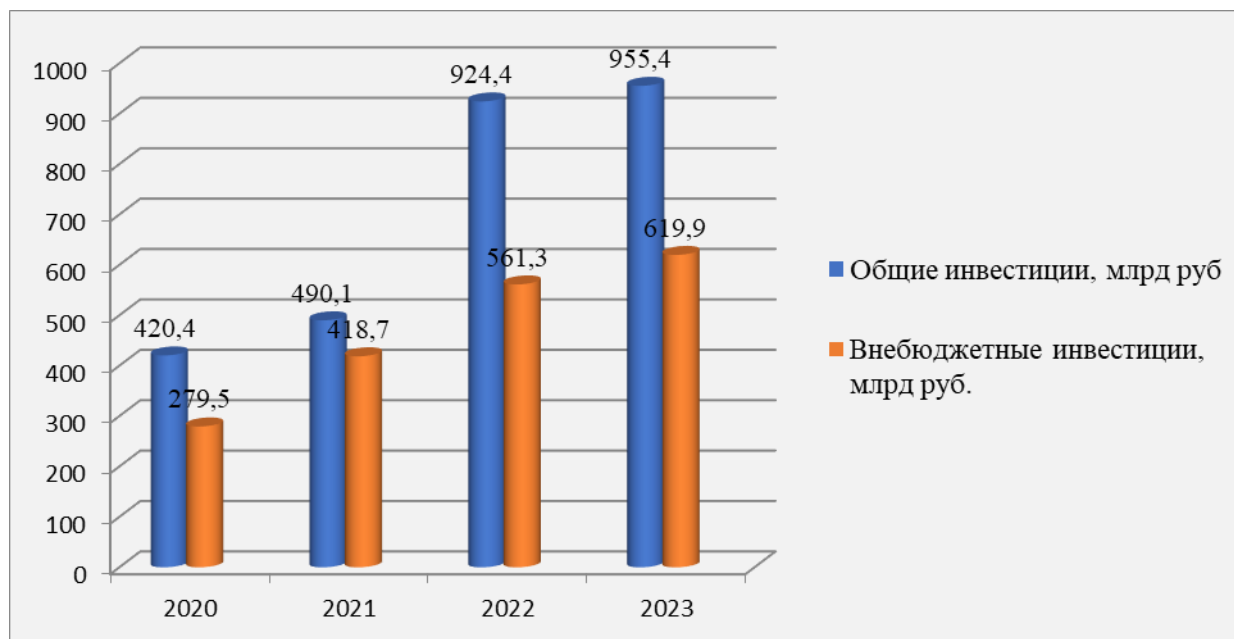


Рис. 3. Реализуемые проекты в рамках ГЧП¹
Fig. 3. PPP projects in progress

Большая работа ведется в направлении развития ГЧП, реализуемого в индустрии туризма (Беденко и др., 2013). Так, в данной сфере реализовано за 2023 год 109 соглашений, где 151,8 млрд руб. составили общие инвестиции, соответственно 100 млрд руб. пришлось на внебюджетные средства. При этом более 60% соглашений реализуются на уровне муниципалитетов, следовательно, *наблюдается тенденция активизации* привлечения частных инвестиций органами местного самоуправления (Гласова, 2017).

Предусмотрены были также инвестиции, направляемые государством в 2023 и 2024 годах на поддержку проектов в секторе молодежного туризма, к примеру, на создание модульных некапитальных средств размещения, которыми охотно пользуются молодые путешественники. Господдержка создания модульных отелей для дальнейшего развития молодежного туризма определена Правительством РФ как одно из

приоритетных направлений на сегодняшний день (Рейтинг субъектов РФ, 2023).

Ведущая роль в этих процессах отводится АО «Корпорация Туризм.РФ». Помимо реализованных проектов существуют и потенциальные туристские инвестиционные проекты, входящие в сферу деятельности Корпорации «Туризм.РФ», нацеленные на развитие молодежного туризма. К ним относится, в первую очередь, молодежный туристский кластер «АбрауУтриш», ввод которого в эксплуатацию запланирован до 2028 года. Помимо данного объекта на принципах ГЧП будет сформированы туристские кластеры в Мурманской области, на Дальнем Востоке, а также бальнеологический курорт «Долина Васта» в городе Сочи и ОЭЗ «Новая Анапа» в Краснодарском крае.

Корпорации «Туризм.РФ» предстоит принимать участие во многих других инвестиционных проектах с использованием бюджетных инвестиций, сформированного мастер-плана с построением финансовой модели проекта.

¹ Рекомендации по реализации проектов государственно-частного партнерства. Практики реализации проектов., М, 2023

На рис. 4 представлены основные объекты туристских проектов,

реализуемые на принципах ГЧП в 2022 году.

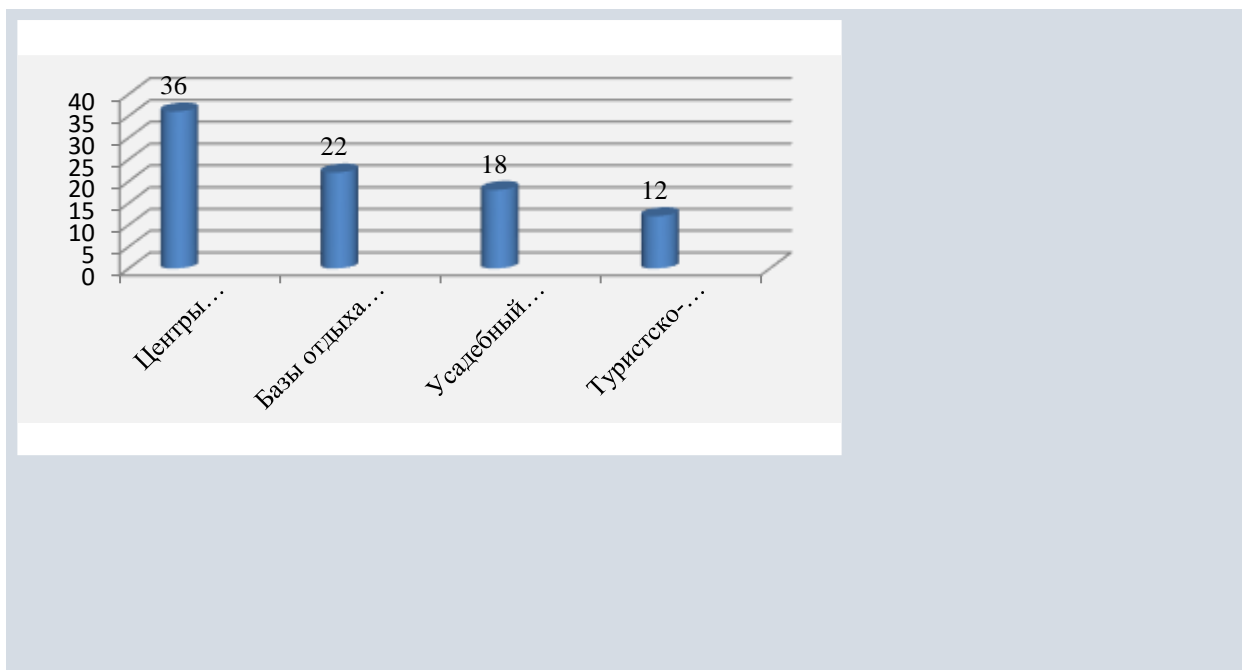


Рис. 4. Объекты инвестирования молодежных туристских проектов, %
Fig. 4. Investment objects of youth tourism projects, %

Одним из важнейших аспектов реализации ГЧП в целях активизации молодежного туризма является процедура оценки влияния молодежного туризма на развитие территории, опирающейся на определенную систему индикаторов и драйверов, в числе которых следующие (Левченко, 2016):

1. Экономика. Диверсификация экономики, внедрение инноваций, повышение квалификации работников увеличат конкурентоспособность территории на региональном, федеральном и международном уровнях;

2. Общество. Увеличение человеческого капитала, обеспечение жителей рабочими местами и доступом к качественному образованию позволят местным жителям быстрее приспособиться к воздействию внешних факторов: экономических, политических, климатических;

3. Пространство. Интенсификация инфраструктурной составляющей территорий.

Социально-экономический эффект от реализации туристских объектов целесообразно представлять в привязке к указанным драйверам.

Таблица 1
Драйверы и индикаторы, отражающие влияние молодежного туризма на развитие территории

Table 1
Drivers and indicators reflecting the impact of youth tourism on the development of the territory

Драйвер развития	Индикатор достижения цели
Экономика	Увеличение туристского потока
Общество	Рост количества организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность
Общество	Рост количества организаций, осуществляющих перевозку
	Рост количества организаций, осуществляющих производство сувенирной продукции
Пространство	Рост количества арт-объектов, арт-дворов
	Рост количества экскурсий по молодежной тематике

Алгоритм оценки возможно проводимых молодежных мероприятий, представить в виде набора шагов, отражающих прямую зависимость предлагаемых драйверов и индикаторов (рис. 5).

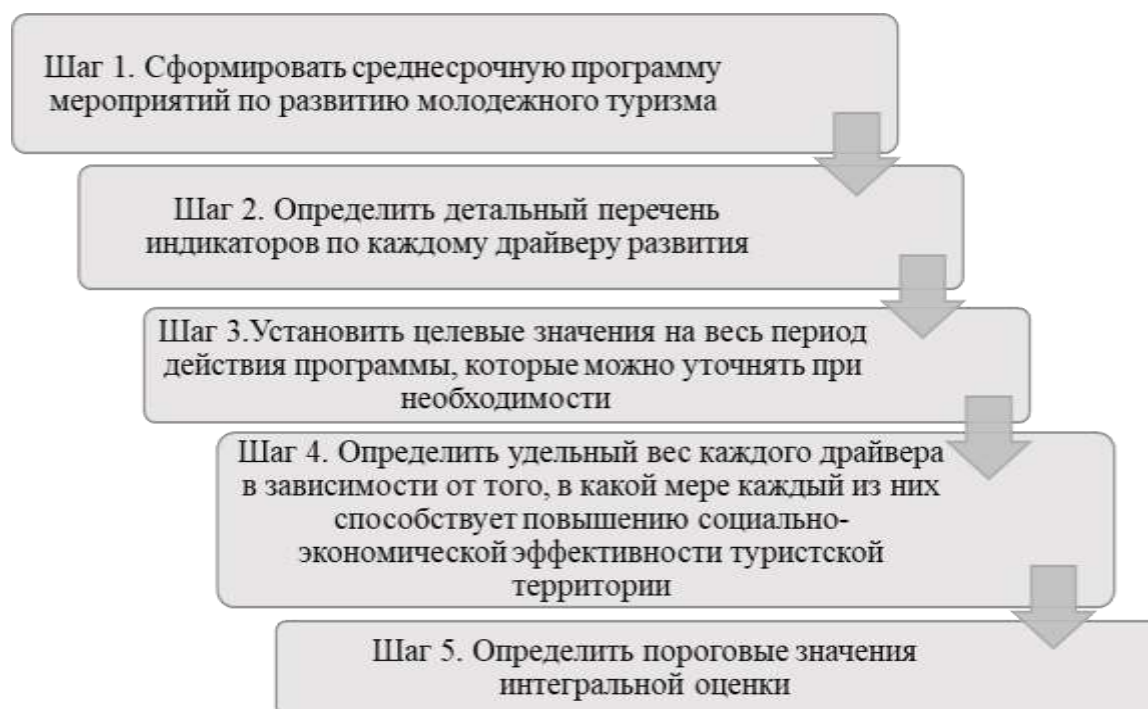


Рис. 5. Алгоритм проведения оценки, отражающий воздействие молодежного туризма на развитие территории

Fig. 5. Assessment algorithm reflecting the impact of youth tourism on the development of the territory

Реализация проекта, направленного на развитие молодежного туризма, сопряжена, в большинстве случаев, с определением специфических критериев,

которые связаны с особенностями целевой аудитории. В первую очередь это креативность, незаурядность содержательной части проекта. Кроме того, следует учитывать формы активности, интересные молодежи. Не менее важна необычная подача материала и использование современных информационных и цифровых технологий.

В силу того, что молодежь имеет определенный перечень требований в области туризма, стоит также определить наиболее привлекательные направления проектов, в числе которых могут быть такие, как проведение фестивалей молодежной культуры, развитие инновационных видов транспорта, позволяющих путешествовать с комфортом и интересом (например, инновационные канатные дороги, автобусы-амфибии для прогулок по воде и прочие), открытие уникальных предприятий общественного питания с самобытной кухней, оригинальным интерьером, развитие молодежных цифровых платформ и экосистем.

Эффективность проекта – соответствие проекта интересам инвестора, измеряемое показателями эффективности. Для оценки эффективности молодежного туристского проекта, реализуемого на базе ГЧП, необходимо еще на старте проекта помимо экономических показателей разработать показатели, которые будут характеризовать специфику молодежного проекта, к которым можно отнести степень готовности персонала, занятого в туристской деятельности, к использованию цифровых технологий, риски внедрения проекта и ряд других. Кроме того, необходима разработка показателей эффективности молодежного туристского проекта ГЧП с использованием методики SMART, которая отличается более объективной системой оценки. Основные задачи в подобном варианте возможно представить как Specific (конкретность), Measurable (измеримость), Achievable

(достижимость), Relevant (соответствие), Timed (временная ориентация).

Заключение (Conclusions).

Выявлены особенности проектов государственно-частного партнерства как основного инструмента привлечения инвестиций в развитие молодежного туризма, которые свидетельствуют об активизации применения данных механизмов в условиях новых реалий. Тем не менее, количество молодежных туристских проектов в общем объеме, размещенных на сайте национального центра ГЧП, составляет не более 3%, что совершенно недостаточно. Диапазон бизнес-моделей достаточно широк, включающий разнообразные источники проектного финансирования, среди которых большое внимание уделяется такой форме, как квазигосударственное финансирование, осуществляемое АО Корпорация «Туризм.РФ». Как показало исследование, ключевую роль в развитии туристских территорий в настоящее время играют проекты, направленные на реализацию инициатив по проведению праздников, фестивалей и молодежных форумов, где целевой аудиторией проектов является молодежь.

Для более точной оценки влияния молодежного туризма на социально-экономическое развитие территорий целесообразно представлять результаты в привязке к драйверам развития территориальных образований. К числу подобных драйверов возможно отнести следующие: экономика, общество, пространство, по каждому из которых необходимо сформировать перечень индикаторов, позволяющих по определенному алгоритму дать интегральную оценку практически любого молодежного туристского проекта в формате ГЧП.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Список литературы

Ананьев Б.Г. Психология и проблемы человекознания: избр. психол. труды / Под ред. А.А. Бодалева. М.: Изд-во «Ин-т практ. психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.

Багрян В.А. Государственно-частное партнерство в туризме как инструмент защиты национальных интересов государства // Финансовые исследования. 2016. № 2 (51). С. 62-68.

Беденко Н.Н., Досаева А.Л., Мошкова Л.Е. Государственно-частное партнерство в туризме на территории присутствия: перспективные модели // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 20. С. 20-26.

Борщевский Г.А. Создание институциональных условий для привлечения инвестиций в инфраструктуру: опыт российских регионов // Вопросы экономики. 2019. № 2. С. 134-157.

Бухвальд Е. М. Основы государственно-частного партнерства (теория, методология, практика). М.: АНКИЛ, 2019. – 245 с.

Валиев М.Ш. Государственно-частное партнерство как инструмент отраслевого развития внутреннего регионального туризма // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 5 (37). С. 66-72.

Гласова Е.С., Сафронова С.Э. Государственно-частное партнерство в сфере туризма в России // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 1 (6). С. 12-14.

Государственно-частное партнерство в сфере туризма. Лучшие практики субъектов Российской Федерации. М.: Изд-во Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, 2018. – 104 с.

Ежемесячный дайджест рынка ГЧП в России. Май, 2023. РОСИНФРА. Платформа поддержки инфраструктурных проектов. URL: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/ezemesac-nuj-dajdzest-rynka-gcp-v-rossii-aprel-2020> (дата обращения 28.08.2024).

Иванов О. В. Механизмы государственно-частного партнерства в экономической политике России: / О.В. Иванов, П.Л. Селезнев, А.А. Галкин и др.

Под ред. О.В. Иванова. – М.: МГИМО-Университет, 2018. – 408 с.

Левченко К.К. Основные особенности и тенденции развития рынка туризма // Транспортное дело России. 2016, № 7. С. 4-16.

Рассохина Т.В., Мельник Н.В. Развитие молодежного туризма как направление государственной социальной инновационной политики / Т.В. Рассохина, Н.В. Мельник // Вестник Российского нового университета. 2010. № 2. С. 177-179.

Туризм в России. URL: <https://gks.ru/folder/23457> (дата обращения 28.08.2024).

Хасанова Г.Б. Антропология. 6-е издание. Учебное пособие. – М.: ООО «КноРус», 2014.

References

Ananiev, B.G. (1996), *Psychology and problems of human science: selected works in psychology*, ed. by A.A. Bodaleva, M., Publishing House of the Institute of Practical Psychology, Voronezh, NPO MODEK.

Bagiryan, V.A. (2016), “Public-private partnership in tourism as a tool to protect the national interests of the state”, *Financial Research*, 2 (51), pp. 62-68.

Bedenko, N.N., Dosaeva, A.L. and Moshkova, L.E. (2013), “Public-private partnership in tourism in the territory of presence: promising models”, *Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, 20, pp. 20-26.

Borshchevsky, G.A. (2019), “Creation of institutional conditions for attracting investment in infrastructure: the experience of Russian regions”, *Economic issues*, 2, pp. 134-157.

Buchwald, E. M. (2019), *Fundamentals of public-private partnership (theory, methodology, practice)*, M., ANKIL.

Glasova, E.S. and Safronova, S.E. (2017), “Public-private partnership in the field of tourism in Russia”, *Business education in the knowledge economy*, 1 (6), pp. 12-14.

Hasanova, G.B. (2014), *Anthropology. 6th edition. Tutorial*, M., KnoRus LLC.

Ivanov, O.V. (2018), *Mechanisms of public-private partnership in the economic policy of Russia*, Ed. P.L. Seleznev, A.A. Galkin, M., MGIMO-University.

Levchenko, K.K. (2016), “Main features and trends in the development of the tourism

market”, *Transport business of Russia*, 7, pp.14- 16.

Monthly PPP market digest in Russia (2023), ROSINFRA, *Infrastructure Project Support Platform* [Online], available at: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/ezemesacnyj-dajdzest-rynka-gcp-v-rossii-aprel-2020> (Accessed 28 August 2024).

Public-private partnership in tourism, Best practices of the constituent entities of the Russian Federation (2018), *Publishing House of the Plekhanov Russian University of Economics*.

Rassokhina, T.V. and Melnik, N.V. (2010), “Development of youth tourism as a direction of state social innovation policy”, *Bulletin of the Russian New University*, 2, pp. 177-179.

Tourism in Russia [Online], available at: <https://gks.ru/folder/23457> (Accessed 28 August 2024).

Valiev, M.Sh. (2014), “Public-private partnership as a tool for the sectoral development of domestic regional tourism”, *Bulletin of the Volga State University of Service, Series: Economics*, 5 (37), pp. 66-72.

Информация об авторах

Чуваткин Петр Петрович, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник

Аврах Иван Юрьевич, аспирант

Information about the authors

Petr P. Chuvatkin, Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher

Ivan Y. Avrakh, Post-graduate Student