

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТУРИЗМЕ КАК ФАКТОР
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

Выпускная квалификационная работа
обучающейся по направлению подготовки 43.04.02 Туризм
магистерская программа Организация и управление туристским бизнесом
очной формы обучения, группы 05001537
Русановой Анастасии Александровны

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Богомазова И.В.

Рецензент
Заместитель начальника
отдела развития
предпринимательства и
туризма управления
промышленности и
предпринимательства
департамента экономического
развития области
Кац В. Б.

БЕЛГОРОД 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Импортзамещение в туризме: теория, методология, практика.....	8
1.1. Теоретические аспекты импортзамещения в туризме.....	8
1.2. Методические подходы к развитию внутреннего и въездного туризма на основе импортзамещения.....	18
1.3. Развитие туризма в России и за рубежом на основе импортзамещения.....	32
2. Анализ состояния и перспектив социально-экономического развития Белгородской области.....	45
2.1. Социально-экономическое развитие Белгородской области.....	45
2.2. Оценка региональной сферы туризма.....	55
2.3. Факторы, формирующие конкурентные преимущества сферы туризма в регионе.....	66
3. Разработка направлений импортзамещения в региональном туризме.....	83
3.1. Развитие сферы туризма на основе равномерного использования туристских ресурсов.....	83
3.2. Развитие отдельных видов туризма в качестве приоритетных в регионе.....	96
3.3. Разработка туров, рассчитанных на массового потребителя, способного обеспечить устойчивый спрос.....	106
Заключение.....	117
Список использованных источников.....	123
Приложения.....	130

Введение

Туризм в 21 веке является социально-политическим явлением, оказывающим большое влияние на экономику большинства стран, мироустройство и региональную экономику. Туристские потоки уже превышают 1 млрд. туристских прибытий и данное значение увеличивается ежегодно. Туристская сфера является достаточно высокодоходной и выгодной, способной сравниться по эффективности инвестиций в перерабатывающую и нефтедобывающую промышленность, автомобилестроение.

В последние годы, Россия смогла выйти на мировой туррынок. Образование платежеспособного сегмента рынка способствовало оживлению туристской сферы и созданию тысяч организаций туристской отрасли, множества рабочих мест. Однако, состояние туристской сферы на данный момент времени достаточно слабое и в сравнении с другими странами, активность населения России достаточно низкая из-за невысокой платежеспособности, в особенности в связи с последними событиями, происходящими в мире. И без того малое количество туристов, посещающих другие страны, уменьшилось в несколько раз, за счет увеличившихся цен и нестабильной политической обстановки.

Сложившаяся ситуация достаточно выгодна для России, за счет того, что страна обладает огромными туристскими ресурсами, с помощью которых возможно развитие практически любого вида туризма и как следствие привлечение туристов для внутренних перемещений по стране. Но, несмотря на государственную поддержку, туристская отрасль недостаточно развита, при увеличивающемся спросе на услуги туризма от местного населения.

Так, развитие туристской сферы в России на сегодняшний день занимает одно из главных мест в системе планирования государства, поскольку доходы от этой сферы будут включены в список приоритетных направлений социально-экономического развития. Однако, для полноценного развития

туристской отрасли в России, запланированы мероприятия, направленные на развитие внутреннего и въездного туризма с целью увеличения туристских потоков внутри страны и привлечения иностранных туристов.

Для развития туристской сферы, необходимо использовать опыт зарубежных стран, который позволит в полной мере раскрыть данную сферу и в России, так как этот опыт показывает, что чем больше у людей денег, тем легче они тратят их на путешествия. Мировой оборот туризма насчитывает порядка 11 триллионов долларов. В законодательстве России и ее субъектов, туристская сфера признана приоритетной отраслью экономики. Однако, все еще есть множество достаточно проблемных мест у отечественной индустрии туризма.

Наибольшую актуальность с 2015 года получило импортозамещение в туристской сфере. Достаточно новое для данной отрасли понятие, которое приобрело значение в современной ситуации в сфере туризма. Замещение импортных направлений отечественными является приоритетным в современных условиях. Развитие внутреннего и въездного туризма с помощью замены зарубежных туров местами отдыха в самой России. Данная задача упростилась после присоединения Крыма, что позволило расширить количество мест пляжного и рекреационного отдыха, столь любимого российскими туристами.

Белгородская область является регионом, занимающим достаточно устойчивые позиции с точки зрения социально-экономического развития. Регион обладает большим количеством разнообразных ресурсов и объектов, которые привлекают посетителей, однако недостаточно плотно сгруппированы, что мешает полноценному их изучению. Импортозамещение на территории региона является необходимостью, так как позволит увеличить интерес к местным достопримечательностям, что поспособствует привлечению дополнительного дохода и увеличит вклад туризма в ВРП региона.

Цель магистерского исследования состоит в разработке мероприятий, на

основе формирования реестра туристских объектов, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма в Белгородской области.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты импортозамещения в туризме;
- изучить методические подходы к развитию внутреннего и въездного туризма на основе импортозамещения;
- проанализировать развитие туризма в России и за рубежом на основе импортозамещения;
- оценить социально-экономическое состояние Белгородской области;
- рассмотреть региональную сферу туризма;
- проанализировать факторы формирующие конкурентные преимущества сферы туризма в регионе;
- выделить направления импортозамещения в региональном туризме;
- разработать маршруты по отдельным видам туризма;
- разработать туры, рассчитанные на массового потребителя, который способен обеспечить спрос.

Объектом исследования является импортозамещение в и возможности развития региона на его основе.

Предметом научного исследования является Белгородская область.

Теоретической и методологической основой являются труды Авджи Э., Андрианова В. И., Арутюнова С. В., Балашовой О. А., Белоусовой Р. Н., Бодрунова С. Д., Бурко Р. А., Гельбрас В. М., Гулина К. А., Демиденко С. В., Зарянкина В. В., Зиганшина И. И., Квашиной Е. Б., Кичанова М. В., Китовой Л. Ю., Клейман А. А., Коловой И. А., Леонидовой Е. Г., Мантурова Д. В., Мешечкиной Р. П., Морозова М. А., Морозовой Н. С., Мухетдинова Н. М., Немеш Е. А., Нильва И. Е., Орловой М. А., Перегородиевой Л. Н., Погорелова А. М., Романовой Г. М., Тимошенко В. Н., Усковой Т. В., Хваджа А. Н., Черновой А. Н.

Методы исследования. В процессе магистерского исследования применялись методы статистического и экономического анализа, метод сравнения, метод индукции, проектный метод.

Научная новизна работы заключается в разработке практических положений, которые направлены на развитие импортозамещения в региональной сфере туризма в целях улучшения социально-экономического развития на примере Белгородской области.

Основные научные результаты обозначают новизну исследования и заключаются в следующем:

- уточнено определение понятия «импортозамещения», предложен авторский подход к пониманию импортозамещения; дополнена методика оценки регионального туризма;
- выявлены особенности региона, основные проблемы и тенденции развития туристской сферы в Белгородской области;
- определены факторы, которые сдерживают развитие внутреннего и въездного туризма в регионе, дана оценка конкурентной среды для развития туристской сферы на основе конкурентной модели М. Портера;
- обоснована необходимость разработки новых направлений на основе использования туристских ресурсов Белгородской области;
- выделены сельский, детский и военно-патриотический виды туризма в качестве перспективных направлений развития туристской отрасли в регионе;
- разработаны предложения по развитию сельского, детского и военно-патриотического туризма в Белгородской области.

Теоретическая значимость результатов магистерского исследования состоит в разработке теоретико-методических положений, которые можно использовать в качестве методического инструмента для анализа проблем развития региональной сферы туризма и путей их решения.

Практическая значимость полученных результатов заключается в разработке рекомендаций по развитию сферы туризма на основе

импортозамещения в современных условиях на примере Белгородской области.

Апробация работы и внедрение результатов исследования. Результаты исследования и практические рекомендации могут быть использованы туристическими организациями и органами местного самоуправления, отделом развития предпринимательства и туризма департамента экономического развития для реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, а также при реализации целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в области на 2013-2017».

Структура и объем работы. Магистерское исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой главе «Импортозамещение в туризме, теория, методология, практика» рассмотрены теоретические аспекты значений «импортозамещения» и «туристского импорта» с разных точек зрения, описание методики оценки ресурсов туризма, изучен зарубежный и отечественный опыт развития внутреннего туризма с помощью импортозамещения.

Во второй главе «Анализ состояния и перспектив социально-экономического развития Белгородской области» проведен анализ социально-экономического положения Белгородской области и роли туристской сферы в нем, оценена региональная сфера туризма и туристский потенциал территории, рассмотрены факторы, формирующие конкурентные преимущества туристской сферы в области.

В третьей главе «Направления импортозамещения в региональном туризме» разработаны новые направления для создания новых продуктов на основе использования туристских ресурсов области, рассмотрены наиболее перспективные виды туризма, а также разработаны туры, рассчитанные на массового потребителя.

1. Импортозамещение в туризме: теория, методология, практика

1.1. Теоретические аспекты импортозамещения в туризме

Сегодня, туризм в мире рассматривается в качестве социально-экономического явления, которое оказывает опосредованное и прямое влияние на развитие инфраструктуры в целом. Базируется туризм на сфере услуг, уровне развития транспорта, социальной сфере, что позволяет ему стать высокодоходной отраслью экономики. На международном уровне туризм признан одной из самых перспективных сфер деятельности, которая имеет большое значение как в плане экономического роста и валютных поступлений, так и для культурного, экологического, социального сознания, укрепления международного сотрудничества.

С точки зрения экономики, туризм является феноменом проявления спроса потребителя по месту временного пребывания. Структура и объем данного спроса отличаются от иных параметров в месте постоянного жительства: туристу помимо продуктов питания необходимо то, к чему местное население спроса практически не предъявляет, а именно гостиничные услуги, сувениры, оборудование для различных мероприятий (акустические системы, световое оборудование, видеозэкраны, проекторы и т.д.), экскурсии и т.п.

Термин «импортозамещение» часто рассматривается как часть достаточно широкой категории, а именно – самообеспечения. Эти понятия применяются к разнообразным сферам. Так, например, «городское импортозамещение» направлено на повышение самообеспечения малых местных сообществ ресурсами – энергией, водой, продуктами питания [8, 12 с.]. Стоит в этом отметить желание отдельных людей вернуться к натуральному хозяйству – получать энергию от солнечных батарей и ветряных двигателей, воду из колодцев и еду с огорода. В различных формах импортозамещение находит отражение в разных вариантах концепций устойчивого развития.

Так, выделяют разные трактовки «импортозамещения», одна из которых – прекращение или уменьшение импорта отдельного товара с помощью производства и выпуска в стране аналогичных товаров [12, 39 с.]. Непосредственно эти товары называются импортозамещающими.

Есть и более простая трактовка импортозамещения, предложенная В. М. Гельбрасом, а именно – это прекращение ввоза данного товара, связанное с организацией производства в стране [16, 25 с.].

Е. А. Немеш определяет импортозамещение, как производство в стране товаров, которые до этого импортировались [40, 70 с.].

Американские ученые определяют импортозамещение, как прекращение либо уменьшение импорта отдельных услуг или товаров с помощью производства в стране этих услуг или товаров [49, 146 с.].

Так, импортозамещение – это полная или частичная замена импортных услуг и товаров отечественными. Данное определение сильно распространилось в 2014 году, после ввода западными странами санкций против России. Импортозамещение в российской экономике нельзя назвать новым термином, поскольку в оборот вошло уже после дефолта 1998 года. Снижение обменного курса приводит к удорожанию импортных услуг и товаров, из-за чего спрос населения смещается больше в сторону отечественных, и непосредственно в этом заключается механизм импортозамещения.

Основоположником импортозамещения называют Ф. Листа, немецкого экономиста 19 века, что не полностью верно. Взгляды Листа формировались в США, куда он эмигрировал на время, в попытках скрыться от преследований за свои демократические и либеральные призыва. В то время, в Новом Свете основные принципы импортозамещения уже реализовывались, и были выдвинуты в том числе А. Гамильтоном, министром финансов, который утверждал, что для становления промышленности важно сочетать протекционистскую защиту и государственные стимулирующие меры [42].

Однако, именно он разработал теоретическое обоснование импортозамещения, выступив против приверженцев воззрений политэкономиков, которые создали теорию свободной торговли. Лист подчеркивал то, что любой стадии экономического развития соответствует и отдельный тип экономической политики. Лист считал, что свобода торговли скорее отвечала интересам Англии, а политически и экономически раздробленная Германия, вступившая позже на путь индустриализации, требовала оградительные внешние барьеры и поддержку государства.

Идеи листа распространились к середине 19 века, когда в континентальной Европе началась индустриализация. В. Байер утверждает, что стадия импортозамещения была пройдена всеми странами, которые вступили на путь индустриализации уже после Великобритании. Большую роль играло государство, защищая и стимулируя развитие промышленности. Обычно, предприятия относились к местному капиталу и большинство стран старалось использовать внешние источники для финансирования [40, 72 с.].

Импортозамещение – это тип стратегии и промышленной политики стран, который направлен на защиту внутренних производителей, за счет замещения импортируемых услуг и товаров, на произведенные внутри страны. Результатом стратегии должно стать повышение конкурентоспособности товаров и услуг страны за счет стимулирования модернизации производства, а также повышения его эффективности и освоения конкурентоспособных видов услуг и товаров [41, 128 с.].

Данная стратегия предполагает достаточно долгий переход от производства простых услуг и товаров к высокотехнологичной, наукоемкой продукции, за счет повышения уровня технологий и развития производства, а также образования всех слоев населения.

Стратегия в основном опирается на повышение качества товаров, развитие производства, технологий, используемых на предприятиях, а также развитие инноваций. Особенно актуально это будет для стран, у которых уровень производства отстает от уровня других государств, с которыми идет

сотрудничество.

Постоянные изменения в национальной экономике требуют, чтобы импортозамещение было самым главным элементом всей экономической политики, и в том числе стало инструментом достижения цели, а именно – выхода на положительное сальдо торговли услугами и товарами. Верное решение данной проблемы поспособствует как сокращению импорта, с сохранением в стране серьезного объема валютных средств, так и позволит удешевить товары и услуги, тем самым поспособствует созданию рабочих мест, а также совершенствованию образования в сфере туризма.

Так, импортозамещение должно стать главным элементом экономики, позволяя минимизировать негативный эффект от санкций и иных проблем.

В последствии, многие страны мира прошли через стадию ограничения импорта, а затем и стимулирования процесса импортозамещения, продолжая практиковать данную политику и на сегодняшний день. В «Докладах о развитии и торговле» было отмечено влияние на экономику стран импортозамещающей индустриализации:

- опережающими темпами росло промышленное производство в ряде стран, которые изначально обладали потенциалом в этой области и правительства стран принимали различные меры для поддержки этого спроса;

- в периоды, когда ограничены возможности импорта продукции (девальвация валюты, низкие доходы), вводятся ограничения импорта; оказывается помощь центральными банками в поддержке банковской системе, с целью удовлетворить финансовые потребности государственного и частного секторов, позволяя этим расширить производство продукции, что способствует вытеснению импорта;

- ухудшение экономического положения стран-экспортеров товаров ухудшается постепенно, если они не пытаются прибегнуть к политике импортозамещения.

В связи с ограничениями по экспорту (одновременно страны не могут экспортировать; труд используется не полностью; торговля в мире растет

медленно) некоторые страны применяют политику импортозамещения (Франция, Япония), с целью защитить внутренние рынки.

Выделяют на сегодняшний день 3 вида импортозамещения:

- пройденный для России этап – импортозамещающая индустриализация, данный вид присутствовал во многих странах ранее;
- импортозамещающая диверсификация (актуальный вид в данное время);
- вынужденное импортозамещение (в связи с экономическими санкциями и выросшим курсом валют также относится к России) [44, 39 с.].

Данные виды проявлялись во многих странах в отдельные периоды времени, что позволило им сформировать и укрепить внутренний рынок. Кроме того, в политики диверсификации тоже выделены 3 разновидности:

- созидающая диверсификация, существующая с помощью создания новых услуг или продукции;
- замещающая диверсификация;
- расширенная, основой которой является транснационализация производства [46, 31 с.].

Импортозамещение было успешно в те периоды, когда могла соответствовать внешним и внутренним условиям развития экономики. Однако, в выигрыше были те страны, которые сумели вовремя отказаться от импортозамещения. В роли стратегии, импортозамещение не соответствует как современному этапу развития всей экономики мира, так и уровню развития в том числе и экономики России. Однако, как средство, импортозамещение может найти себе место в экономической политике, в том числе и в борьбе за концентрации на территории выгодных операций глобального цикла. Стоит отметить, что импортозамещающая диверсификация, которая подразумевает замещение известной услуги или продукта аналогом, проиграет созидающей диверсификации, целью которой является создание нового, а именно новых возможностей, технических решений, видов услуг, способов производства. В тоже время, созидающая диверсификация должна быть стимулируемой, и при

этом, претендовать может лишь на статус стратегии [39, 2115 с.].

Долгосрочным задачам, поставленным для российской экономики, будет соответствовать расширенная диверсификация, которая основывается на активизации участия отечественных производителей в транснациональном производстве. В пределах данной стратегии применяются и две иные модели:

– модель «созидания», когда организация отечественными предприятиями глобальных ЦСДС, опираются на российские научные открытия;

– модель «замещения», когда во время борьбы на возможность выполнения глобального производства, где создается самая большая доля добавленной стоимости.

Главными условиями успеха стратегии выступает преодоление изоляции России извне и формирование благоприятных условий внутри страны для ведения бизнеса, в том числе и путем демополизации экономики, а также улучшения качества ряда государственных институтов.

Политика государства в импортозамещении направлена в основном на содействие развития производства внутри страны как товаров, так и услуг, которые способны удовлетворить потребности рынка страны, которые ранее покрывались лишь с помощью импорта. Для этого применяется широкий спектр налоговой и бюджетной политики: государственные инвестиции, национализация предприятий различных отраслей, государственно-частное партнерство, поддержка предприятий дешевыми кредитами, налоговыми сборами.

Решая проблему импортозамещения, необходим комплексный подход, учитывающий факторы и особенности стран. Главными критериями данного процесса должны быть: стратегическая, экономическая, социальная целесообразности. Устойчивое внешнеторговое сальдо является вообще вопросом стабильности обеспечения экономики в целом, а это значит, что и экономической безопасности. Импортозамещение способствует как экономическому росту, так и обеспечению конкурентоспособности экономики

страны на внешних рынках, при этом снижается роль ресурсодобывающих отраслей, а также ослабление зависимости страны от поставок импортных товаров и услуг [36, 98 с.].

Выпуск конкурентоспособной и качественной продукции, снижение импорта должны быть важны при реализации стратегии импортозамещения. Однако полный отказ от импорта невозможен, но задействовать ресурс импортозамещения необходимо в отдельные периоды. В этом случае возможна самостоятельная организация новых производств или же привлечение инвесторов. В нынешних условиях, попытка полного замещения импорта является утопией, однако проблема импортозамещения решаться должна не в ущерб качеству. Так, реализовываться данная стратегия должна по нескольким направлениям. Первое направление охватывает импортные товары и услуги, аналоги которых производятся в стране в малом количестве. С данной целью необходимо иметь задачу в виде модернизации производств, направленной на увеличение выпуска необходимых товаров и услуг.

Следующее направление охватывает те товары и услуги, которые вовсе не производятся в стране, однако их выпуск возможно освоить в краткие сроки. Соответственно, на таком уровне важна постановка задач формирования новых производств на внутреннем рынке с гарантией конкурентоспособности.

Третье же направление включает товары и услуги, не производимые в стране, так как их импортозамещение будет вовсе невыгодно в экономическом плане, либо же невозможно выполнить в связи с рядом объективных причин. Данные товары относят к критическому импорту, основной задачей в данном направлении будет сокращение потребления данных товаров, а также изучение и использование непрямого замещения.

В устойчивом экономическом развитии стран главным критерием является сбалансированность импорта и экспорта внутреннему производству

и потреблению. В случае, когда доля импорта социально или стратегически важного товара превышает во внутреннем потреблении 25% возникает угроза экономической безопасности страны. Подобным образом касается это и перекоса в сторону слишком развитого экспорта. При глубоком мировом экономическом кризисе либо возможных форс-мажорных обстоятельств, наиболее устойчивой будет сбалансированная экономика, в которой импорт и экспорт важной продукции не превышают 24% от национального производства. Непосредственно на таком подходе строится решение проблемы импортозамещения [32, 128 с.].

Также, проблемы возникают и в позитивном развитии экономики стран, поскольку создается необоснованное приобретение предприятиями устаревших технологий. Большинство европейских технологий, которые осваиваются развивающимися странами, являются продуктом, который уже заканчивает жизненный цикл на международном рынке. Страны с развитой экономикой не планируют инвестиции в модернизацию сборочных производств, а также переход на выпуск продукции, не отвечающей мировым тенденциям. Надежными в этом плане являются предприятия, способствующие встраиванию в мировые производственные цепи, овладевая передовыми технологиями и способствующие продвижению на мировом рынке приоритетных технологий и продукции.

По экспертному мнению, главными препятствиями развития экспорта в странах, стоящие на пути решения проблем импортозамещения и повышения конкурентоспособности являются:

- отсутствие целевой поддержки государством экспорта, из-за чего производство продукции не стимулируется в достаточной мере, а также носит некоординированный характер, являясь малоэффективным;
- недостаточная информированность предприятий о возможных мерах господдержки и возможные трудности ее получения;

- слаборазвитая инфраструктура продвижения экспорта в странах (сервис, предпродажная подготовка и т.д.);
- трудности кредитования экспорта и производства, противоречивый характер государственной политики в области кредитования экономики;
- недостаточное стимулирование инновационной и научной деятельности, слабое осознание роли патентования, а также необеспечение защиты авторских прав при осуществлении экспорта;
- нехватка квалифицированных инженерных, научных, рабочих кадров, чья подготовка требует не менее 10 лет [22].

Туристический импорт – это ввоз в страну впечатлений туристов, который одновременно с этим сопровождается вывозом денег туристом из этой страны. Иначе, туристский импорт – это туризм, который развивался в последние годы в России. Импортозамещение в туристской сфере значит повышенное внимание к постоянному развитию внутреннего и въездного туризма, формирование конкурентоспособного турпродукта страны, который направлен на удовлетворение возрастающего спроса граждан в условиях нестабильной ситуации и снижения объемов международного и выездного туризма.

Импортозамещение в отраслях производства в России (сельское хозяйство, промышленность и т.д.) и импортозамещение в туризме объединяет лишь то, что это вынужденная мера, реакция страны на воздействие негативных факторов и сил извне. Большое различие в них в том, что при импортозамещении в производстве преобладает скорее воздействие политики стран Евросоюза и США, в то время, как импортозамещению в туризме срабатывают преимущественно экономические причины. Поскольку, импортозамещение в условиях санкций носит определенную специфику, в том числе вынужденный характер и осуществление под сильным давлением временных ограничений и внешних факторов, на фоне недавней деиндустриализации и снизившихся темпов развития экономики. По некоторым направлениям отмечаются нарушения индикаторов безопасности в

экономике, что непосредственно оказывает прямое влияние на национальную экономику, делая ее уязвимой к внешним рискам. В тоже время, для российских туристов не существует запрета на путешествия за границу и въезд в какие-либо страны. И на сегодняшний день в отечественной туристской индустрии образовался отдельный набор мотиваций к импортозамещению [16, 102 с.].

Россия на международном туристском рынке занимает достаточно малое место, около 1% туристского потока в мире, что достаточно мало, в сравнении с долей страны в движении капитала и международной торговле. В туристской индустрии в постсоветский период сложился ряд диспропорций в развитии выездного, внутреннего и въездного туризма. Обладая уникальным и довольно масштабным туристским потенциалом, Россия способна принимать большой туристский поток из зарубежных стран, чем в данный момент, однако въездной туризм не слишком развит, что приводит к недополучению поступлений в бюджет. Наибольшее развитие получил в последние годы въездной туризм. В 2016 году, по данным Ростуризма, въездной туристский поток в России вырос на 6%. Внутренние перевозки выросли на 5,8%, однако 90% потока направляется в Москву и Санкт-Петербург.

Кроме того, позиция России слаба и на международном уровне. По индексу конкурентоспособности сферы туризма, который рассчитывался ВТО, Россия расположилась из 140 стран на 63 месте, опустившись на 4 позиции в сравнении с 2014 годом. Однако, Россия была включена в топ-10 наиболее интересных стран для туризма, и по прогнозам ВТО, страна относится к тем государствам, в которых в 21 веке можно ждать высокие темпы развития туризма, однако лишь при поддержке государством отрасли.

Таким образом, существует множество трактовок импортозамещения на данный момент, однако, С. В. Демиденко определяет импортозамещение лишь для товаров, не учитывая возможную замену услуг, а Р.А. Бурко предполагает полное прекращение импорта отдельного товара, что является не полным

описанием импортозамещения. Так, наиболее полным будет такое понятие импортозамещения – это полная или частичная замена импортных услуг и отдельных товаров аналогами, произведенными в самой стране.

На данный момент, импортозамещение в туризме является достаточно актуальной проблемой, особенно в связи с последними событиями, происходящими в мире. Туризм практически во всех развитых и развивающихся странах относится к наиболее доходной отрасли экономики, тем самым заставляя совершенствовать туристскую отрасль в любой стране, для привлечения денежных потоков. Россия, обладая большим количеством туристских ресурсов, привлекает малое количество туристов, что является проблемой, решением которой может стать импортозамещение, что одновременно повысит привлекательность страны среди других, так и принесет дополнительный доход в бюджет территории, позволив тем самым совершенствовать и далее туристскую инфраструктуру.

1.2. Методы оценки развития внутреннего и въездного туризма на основе импортозамещения

Импортозамещение, в связи с нынешними политическими и экономическими условиями, стало актуально для всех сфер, однако предметом замещения могут быть как товары, так и услуги. Так, туристская сфера на сегодняшний день также нуждается в импортозамещении, при этом особенно актуальным является именно внутренний туризм.

На сегодняшний день приоритетом для регионов России является развитие въездного и внутреннего туризма. Происходит реконструирование и постройка туристских комплексов, а также сопутствующей инфраструктуры. Прогнозируется, что доля туристской индустрии в долгосрочной перспективе достигнет 10%. В 2016 году доля индустрии туризма по России не превысила 3,4%. В индустрии туризма формируются «точки роста», которыми являются

туристско-рекреационные зоны и кластеры, получающие государственную поддержку [4, 72 с.].

Одной из главных проблем, которые препятствуют развитию въездного и внутреннего туризма является отсутствие туристского продукта внутри России. Традиционного туристского пакета, в который входит размещение и транспорт, во внутреннем туризме не существует.

Внутренний туризм в настоящее время в России переживает подъем, который является как естественной реакцией туристов в такой ситуации, так и помогает обозначить направление на будущее. Обычно, где внутренний туризм слабо развит, редко высок показатель въездного туризма, так, необходимо стремиться к показателям 70% на 30% российских и иностранных туристов [32, 13 с.].

Однако, в России удовлетворить спрос местных туристов на любой вид туризма (активный, пляжный, познавательный, экологический и др.) затруднительно, за счет существующих проблем, которые в данный момент решаются мероприятиями программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)». К проблемам, устраняемым данной программой, относятся слабая благоустроенность побережий, неудовлетворительное состояние транспортной инфраструктуры, недостаточность средств размещения, слабое качество обслуживания и т.д. Программой предусмотрены инвестиции на мероприятия, также и за счет средств федерального бюджета. К таким мероприятиям относятся: реконструкция дорог, канализации, прокладка сетей электроснабжения, осуществление берегоукрепление, реконструкция тепловых сетей, и др. Государство таким образом активно пытается решить задачи, связанные с развитием туристской отрасли в России. Применение косвенных и прямых методов регулирования в экономике способствует достижению цели, а именно – повышению конкурентоспособности российского туризма, без чего невозможно полноценное импортозамещение. Косвенным методом же со стороны государства является стимулирование населения в сфере оказания

услуг туризма [11, 215 с.].

С помощью импортозамещения, и по сути переориентации на внутренний туризм в России, Сочи все еще в приоритете. За 2016 год Сочи принял около 5 млн. туристов. В летний период загрузка гостиниц и иных средств размещения составила 97%. Олимпиада 2014 года стала прекрасной рекламой для увеличения популяризации курорта.

Главной целью политики России в сфере туризма должно стать формирование современного, эффективного, конкурентоспособного туристического комплекса, который способен сформировать возможности для удовлетворения предпочтений потребителей как из России, так и из зарубежных стран. Так, возникает и особая задача, которая требует скорое решение, а именно – формирование специфики собственного туристского продукта, в который входит целостный тур, способы и виды отдыха [56, 67 с.].

Импортозамещение в туризме для России необходимо и в основном вызвана турбулентным состоянием современной экономики в мире, которое оказывает серьезное воздействие на национальную экономику, и в том числе, на туризм, как составную часть. В результате в России образовалась такая цепочка воздействий: значительный спад цен в мире на нефть, рост курса евро и доллара, ухудшение экономической ситуации в стране, падение доходов граждан в 2015-2016 годах. Это непосредственно привело к спаду выездного туризма среди населения России. В соответствии с данными Ростуризма, масштаб падения туристского потока из Российской Федерации в 2016 году был рекордным за последние 20 лет и составил практически 40 %. Однако, в связи с изменением курса валюты, выгодны для иностранных туристов стали поездки в Россию, т.е. въездной туризм [49, 146 с.].

Экспорт услуг сферы туризма, согласно ОЭСР, часто оценивается лишь приближенно к значению статьи «поездки» платежного баланса. По такой методологии в 2016 году в России сфера туризма составила 15,4% экспорта туруслуг, что меньше показателя 2015 года (16,4%), и 1,8% всего экспорта, что также ниже прошлогоднего показателя – 2,2%. ЮНВТО в 2008 году

разработала методiku составления вспомогательного счета сферы туризма, которую должны использовать статистические органы [18, 17с.].

Основной целью такого счета туризма должен быть подробный анализ аспектов спроса на услуги и товары, которые связаны с деятельностью туристов; отслеживание связи с предложением подобных услуг и товаров в рамках экономики; кроме того, соотнесение данного предложения с иными видами экономики.

Вспомогательный счет сферы туризма должен содержать следующую информацию:

- объединенные показатели макроэкономики, в том числе: ВВП, ВДС, ВВП в сфере туризма, что позволит оценить масштаб отрасли и вклад в национальную экономику;

- данные о потреблении экскурсантов и туристов со стороны обеспечения его предложением отечественных производителей и импорта;

- связь экономических показателей и не стоимостных данных (количество прибытий и т.п.);

- счета производства туристских компаний, которые содержат информацию о занятости, накоплении капитала, связях с иными видами деятельности [62, 120 с.].

Такая статистика носит описательный характер, не давая оценок развития туристской сферы и определяет лишь прямой вклад отрасли в экономику.

Вспомогательный счет является неотъемлемой частью статистического наблюдения в туристской сфере. Указанные данные позволяют сформировать базу для оценки влияния туристской сферы на экономику путем использования методов моделирования. Также, внедрение практики ведения такого счета в разных странах способствует проведению грамотного сопоставления результатов деятельности в туризме. В России вспомогательный счет туристской сферы пока не ведется. В 2016 году впервые

был произведен расчет добавленной стоимости в туристской отрасли и ее доли в ВВП. В России проводится малое количество туристских обследований, которые требуются для построения счета. Даже при том, что методика разработана Росстатом, проведение данных исследований предусматривается Стратегией развития туризма РФ на период до 2020 года, однако их проведение планируется лишь в 2019 году и при условии финансирования [55].

Для оценки и контроля регионального туризма необходимо использовать методику оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма на основе совокупности показателей. Объективность и адекватность данной совокупности обусловлена статистическими данными и обоснованностью формирования. Необходимые показатели должны удовлетворять ряду требований: объективность, отсутствие дублирования данных, регламентированность, возможность создания отчетов с помощью статистических данных.

Показатели должны характеризовать уровень использования потенциала туризма, эффективность эксплуатации туристских ресурсов, внешние и внутренние эффекты деятельности сферы туризма. Для этого необходимо структурировать совокупность показателей, выделив функциональные блоки по компонентам потенциала и эффектам деятельности. Так, можно сформировать показатели по таким блокам: социальная эффективность и экономическая эффективность [38, 158с.].

К показателям экономической эффективности относятся те, которые характеризуют уровень использования потенциала туризма – материально-технического, природно-рекреационного, кадрового, финансового, инфраструктурного, и степень влияния туризма на экономическую отрасль региона.

К социальной эффективности относятся показатели вклада туризма в занятость населения, создание рабочих мест, удовлетворение потребностей в

отдыхе, влияние туризма на уровень жизни населения, социально-культурные изменения.

В основу методики положены такие принципы:

- комплексность показателей;
- доступность информации;
- простота методики, корректная воспроизводимость ее на территориях регионов;
- возможность получения интегральной оценки, которая позволит произвести сравнительный анализ по территориям регионов.

Осуществление методики происходит в два этапа:

1. сбор статистических данных и их обработка;
2. расчет статистических показателей и результирующего показателя.

Сбор данных проводится по выделенным блокам.

К блоку экономической эффективности:

1. количество посетителей на единицу вместимости мест размещения, в том числе специальных, чел/место;
2. среднегодовая численность обслуженных туристов одним коллективным средством размещения, тыс. чел;
3. коэффициент использования номерного фонда;
4. производительность труда в туристской сфере, тыс. руб./чел;
5. удельный вес убыточных туристских организаций, %;
6. объем инвестиционных средств в основном капитале в сферу туризма, млн. руб.;
7. удельный вес туристских услуг в объеме платных услуг местному населению, %;

К блоку социальной эффективности относятся:

1. доля занятого населения в сфере туризма в общем количестве работающих граждан на территории, %;
2. доля населения региона, которая получает услуги туризма, %;

3. среднесписочная численность работающих лиц в сопутствующих туристской деятельности сферах, чел.;

4. количество потребителей туристских услуг на 1000 чел. Населения региона, чел.;

5. оборот предприятий общественного питания на душу населения региона, руб./чел.

Эти показатели не являются трудоемкими для расчетов, поскольку их большая часть попадает в статистическую базу. Анализ данных значений позволит получить объективную информацию о социально-экономической эффективности туризма региона. По этим показателям возможно произвести сравнительный анализ социально-экономической эффективности туристской сферы в разных регионах [38, 245 с.].

Для удобства расчетов, возможно нормировать значения показателей по формуле (1):

$$K = \frac{K_{\text{факт}} - K_{\text{min}}}{K_{\text{max}} - K_{\text{min}}} \quad (1)$$

где $K_{\text{факт}}$ – фактическое значение показателя для региона;

K_{min} – минимальное значение,

K_{max} – максимальное значение показателя по сравниваемым территориям.

Для оценки динамики эффективности туристской сферы региона за отдельный период, значение каждого показателя стоит нормировать по данной формуле (2):

$$K = \frac{\Delta K}{K_{\sigma}} \quad (2)$$

где K_{σ} – значение показателя предыдущего периода,

ΔK – изменение показателя за период.

После расчета статистических показателей необходимо вычислить интегральный показатель социальной и экономической эффективности по каждому блоку (3):

$$y_t = \sum_{i=1}^n A_i K_{ti} \quad (3)$$

где $t=1$, или $t=2$ – интегральный показатель экономической эффективности,

y_t – интегральный показатель экономической эффективности,

K_{ti} – нормированный показатель блока t ,

A_i – вес, при котором i -й блок при котором происходит вход в интегральный показатель,

n – количество показателей блока t .

Такой подход к определению основных показателей оправдан тем, что каждый блок содержит в себе показатели, так или иначе характеризующие одинаковую сторону эффективности туризма: социальную или экономическую [38, 35 с.].

Так, оценку туристской отрасли, в рамках импортозамещения, можно характеризовать на данный момент лишь по ряду отдельных экономических показателей, которые отражают качественную сторону туруслуг и их количественный объем.

В систему показателей развития туристской сферы страны включены:

- объем турпотока;
- состояние материально-технической базы;
- средняя величина расходов туристов в сутки;
- показатели развития туризма в мире;
- показатели финансово-экономической деятельности турфирм.

Туристский поток – это регулярное прибытие туристов в страну. Объемы турпотоков характеризуются такими показателями: число туродней;

общее число посетителей; средняя продолжительность пребывания в стране туристов [37, 33 с.].

Для расчета туродней требуется произвести умножение средней продолжительности пребывания 1 посетителя (в днях) в регионе (стране) на число туристов. Количество туродней необходимо при планировании инфраструктуры, а также материальной базы сферы туризма и определяются они по формуле 4. Так, туродни (Д) являются самой важной информацией, необходимой для специалистов сферы туризма.

$$Д = Ч \times t_{\text{ср}} \quad (4)$$

Ч – количество туристов;

$t_{\text{ср}}$ – средняя продолжительность дней, приведенных одним туристом в стране (регионе).

После получения этих данных, возможно оценить расходы за сутки любого посетителя. Однако, данные о них получатся приблизительными и использовать их следует осторожно. Обычно, статистика по этому показателю скрыта, а количество средств, затраченное за период отдыха, туристом часто забывается. Величина туристских расходов (P_j) в стране (регионе) определяется так по формуле 5:

$$P_{\Sigma} = Д \times P_{\text{ср}} \quad (5)$$

$P_{\text{ср}}$ – средние расходы в сутки посетителя.

Однако, турпоток является неравномерным явлением, в связи с чем, выведены коэффициенты неравномерности потока (K_n), которые можно рассчитать такими способами (6,7,8):

$$K_n = \frac{D_{\text{max}}}{D_{\text{min}}} \times 100\% \quad (6)$$

$$K_n = \frac{D_{\text{max}}}{D_{\text{год}}} \times 100\% \quad (7)$$

$$(8)$$

$$K_n = \frac{D_{max}}{D_{cm}} \times 100\%$$

Где D_{max} , D_{min} – число туродней максимального и минимального турпотока (чел-дней);

а $D_{год}$, $D_{см}$ – годовое и среднемесечное число туродней (чел-дней).

Показатели, которые характеризуют состояние материально-технической базы сферы туризма, позволяют определить мощность базы в стране. К данным показателям относятся: коечный фонд коллективных средств размещение, число мест предприятий питания; число мест предприятий развлечения (театры, аквапарки, парки и т.д.), и т.п.

Мощность коечного фонда можно определить по формуле 9:

$$M_k = K_g \times 365 + K_c \times t_c \quad (9)$$

где M_k – мощность фонда, ед;

K_g – количество койко-мест, доступных весь год;

K_c – количество койко-мест для сезонного использования;

t_c – численность дней сезона.

К показателям финансово-экономической деятельности туристских фирм относятся:

- объем реализации услуг сферы туризма либо выручка от реализации;
- показатели, относящиеся к использованию рабочей силы (уровень расходов, производительность труда, уровень оплаты труда и пр.);
- показатели, отражающие использование производственных фондов (оборачиваемость средств, фондоотдача);
- себестоимость услуг;
- прибыль;
- финансовые показатели (финансовая устойчивость, ликвидность, самокупаемость, платежеспособность и др.);
- рентабельность.

Отдельно выделяют показатели, которые характеризуют состояние туризма в мире и его развитие:

- количество туристов, которые посетили зарубежные страны (определяется числом пересечений границы);
- суммарные затраты, которые сделаны туристами во время поездок;
- число туродней по туристам из других стран [36, 218 с.].

Все показатели имеют влияние на страну, в которой происходит развитие внутреннего туризма. Развитие туристской сферы и увеличение объема туристских услуг требуют серьезного подхода, поскольку высоки социальные последствия любых решений.

Развитый туризм, как можно судить по мировому опыту, способствует формированию новых рабочих мест, а также развитию экономики региона, поскольку одно рабочее место в туристской сфере повлечет за собой создание до 4 рабочих мест в иных, смежных отраслях, а это, соответственно, приносит доходы в бюджет. Так, в Российской Федерации могут появиться возможности, способствующие оживлению моногородов, северных территорий, сельских поселений.

Россия обладает масштабным и довольно уникальным туристическим потенциалом, который слабо реализуется. Однако, в связи с исчерпанием возможностей использования сырьевого пути развития, государство в последние годы оценивает туристскую индустрию в качестве одного из приоритетных сегментов рынка.

В российской туристской индустрии заметны позитивные изменения, являющиеся результатом реализации государственных документов, которые направлены на решение стратегических задач в туристской отрасли. С 2014 года заметны и структурные изменения отрасли (развитие инфраструктуры, формирование и развитие кластеров), а также положительная динамика некоторых показателей [49, 148 с.].

Для развития внутреннего туризма в России необходимо снижение стоимости туристских услуг, однако требуется соблюдать и условие

безубыточности, предполагающее превышение цены туристских услуг на их реализацию. Помимо возмещения изначальных издержек, цена обеспечивает рентабельность услуги, которая формирует прибыль, необходимую для окупаемости начальных затрат. Однако, основным условием формирования уровня цен является соответствие их платежеспособному спросу туристов. Платежеспособный спрос зависит от ряда факторов, к которым относятся: уникальность объектов показа, новизна объектов, конкурентоспособность продукта, эксклюзивный характер, разнообразие маршрутов, сезонность, платежеспособность туристов, качество услуг и социально-экономическая региональная ситуация.

Изменение цен позволят регулировать спрос потребителей, ускорять реализацию услуг. Одним из важных элементов регулирования спроса можно назвать политику дифференциации цен, которая базируется на таких направлениях:

- уменьшение цен на платные услуги при посещении возможных объектов показа;

- соответствие цен изменяющейся конъюнктуры рынка.

Дифференциация цен имеет такие виды:

- для иностранных и российских граждан;

- на услуги групповых посетителей;

- отдельная цена на посещение без экскурсовода.

- предоставление скидок и льгот;

- сезонные.

Стоит отметить, что при приоритете импортозамещения в туризме, в России стратегической целью является и рост въездного туризма, так как это наиболее выгодный вид экспорта услуг, который оказывается на территории страны и приносит России валюту. Для зарубежных стран, доходы от туризма выступают одной из ведущих статей доходов бюджета.

Так, можно сказать, что в России в 2015 году сложился комплекс внутренних и внешних предпосылок, которые направлены на ускорение

развития внутреннего туризма в России, а также осуществления процесса импортозамещения. Комплекс задач, направленных на организацию импортозамещения в туризме в Российской Федерации обсуждается на различных представительных форумах. Созданы на федеральном уровне Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в РФ, Комитет по импортозамещению, с участием российских туроператоров, работающих ранее лишь в сфере выездного туризма (Турция и Египет преимущественно). Данные органы занимаются организацией работы и обеспечения согласования действий государства, научных и общественных организаций, бизнеса, которые направлены на формирование программ поддержки участников рынка туризма, развивающих въездной и внутренний туризм.

В 2016 году экспертами Комитета были одобрены 30 туристских маршрутов, которые пролегли в 26 регионах России, с программами, картами, таймингом, объектами показа и указанием тех туроператоров, которые реализуют данные маршруты в своих турах [53].

Реализация целей импортозамещения в туризме, а именно: создание комфортных, новых конкурентоспособных, внутренних турмаршрутов, обеспечивается с помощью консолидации усилий, а также ресурсов государственных органов в туристской сфере, турагентов, туроператоров, учреждений, подготавливающих кадры в туристской сфере, транспортных компаний и иных участников деятельности туризма на основе разработанных мер.

Мониторинг туристского рынка РФ, проведенный Ростуризмом, выделил самые эффективные ресурсы импортозамещения, к которым относятся: снижение сезонности туризма, диверсификация отдыха и туризма.

Комитет по импортозамещению занимается координацией работы, направленной на формирование маршрутов под брендом «Время отдыхать в России». Основным вопросом является последовательность формирования маршрутов. В связи с чем, АТОР разработала стандарты формирования

маршрутов, устанавливающие требования непосредственно к профилю потребителей, продолжительности маршрута, качеству услуг, ценообразованию и логистике. Данные стандарты необходимы из-за того, что в регионах происходит формирование маршрутов, не имеющих массовую привлекательность. В 2014 году Ростуризм получил описания от регионов около 200 маршрутов, однако информация, собранная по критериям, не подходила для реализации, так как регионы не имеют точных критериев описания и отбора маршрутов [20, 69 с.].

Стандарты помогут формировать пакетные туры для массового рынка, которые ранее действовали только в сегменте выездного туризма. Стандарты входят в техническое задание, на основе которого, регионы должны проводить инвентаризацию имеющихся возможностей, формирование маршрутов и предоставление их для отбора Комитету и Координационному совету. Выбранные проекты получают различные формы федеральной поддержки. При оценке первых проектов, предоставленных регионами в Комитет, туроператорами было отмечено, что большинство маршрутов не соответствуют заявленным требованиям.

С 2015 года, крупнейшие туроператоры, которые ориентировались лишь на выездной туризм, переориентировались на внутренний туризм и начали проводить продажу пакетных туров, в которые входят: питание, проживание, трансфер. У российских туристов популярностью в основном пользовались пакетные туры в Анапу, Сочи, Крым. С целью диверсификации поддерживается и развитие каких-то отдельных видов туризма, которые направлены на расширение турпотоков: полярного, событийного, индустриального, военно-патриотического.

Для развития в России внутреннего туризма необходимы серьезные ресурсы и вложения, и кроме того, анализ эффективности использования их уже сейчас. К серьезным проблемам современного туризма, которые сдерживают его развитие и требуют крупных инвестиций относятся: недостаточное количество средств размещения в разных ценовых категориях

с современным уровнем комфорта; слабо развитая транспортная и туристская инфраструктура во многих регионах страны; дефицит транспортных средств или сильный износ транспорта, который используется для туристских перевозок и др.

Государственная поддержка внутреннего и въездного туризма осуществляется с помощью таможенных и налоговых льгот, прямых ассигнований, направленных на разработку региональных и федеральных целевых программ, предоставления льготных кредитов. Создаются налоговые условия для развития сферы туризма, формирования новых условий ведения предпринимательской туристской деятельности на территориях социально-экономического развития в Восточной Сибири, на Дальнем Востоке [4, 570 с.].

Разработан новый комплекс мер, направленных на поддержку въездного и внутреннего туризма, с учетом решений заседаний Президиума Госсовета и совещаний у Председателя Правительства. К ним относится принятие некоторых законов, которые повышают доступность въездного и внутреннего туризма для населения; формирование условий для снижения в туризме себестоимости на туристский продукт по России; разработка мер поддержки туроператоров; увеличение инвестиций, направленных на развитие инфраструктуры туризма; переход к маркетинговой поддержке российского турпродукта.

С 2011 года на принципах ГЧП (государственно-частного партнерства) с привлечением средств инвесторов в России реализуется целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)». Государственные средства направляются в инженерную инфраструктуру, в то время, как частные идут на реконструкцию и создание объектов индустрии туризма (гостиниц, центров и т.д.), которые в дальнейшем позволят инвесторам зарабатывать деньги и окупить вложенные средства. В современных условиях ГЧП – это наиболее перспективный метод объединения работы органов власти и бизнеса, направленной на формирование объектов туристской индустрии.

Таким образом, на основе методики возможно оценить по различным показателям социальный и экономический вклад сферы туризма в экономику и развитие региона в целом, а также рассмотреть наиболее точные показатели туристской сферы для определения перспективных мест и путей развития на выделенной территории.

1.3. Развитие туризма в России и за рубежом на основе импортозамещения

Большинство развитых стран давно прошли этап импортозамещения во многих отраслях экономики. Туризм относительно новое явление в мире, в котором также возможно использование политики импортозамещения. В свое время, с помощью данного подхода, популярности в мире добились страны, сумевшие выделить и популяризировать отдельный вид туризма в качестве основного, направленного на развитие внутреннего туризма. Привлечение внимания стран к отдельным территориям, достопримечательностям или видам туризма способствуют повышению туристского потока. Многие высокоразвитые западные страны, такие, как Франция, Швейцария, Австрия, значительную долю благосостояния построили на доходе от туристской сферы [18, 21 с.].

Туризм во многих курортных странах является одной из самых доходных отраслей экономики и занимает обычно одно из первых мест по доходности, в других же странах входит в пятерку самых важных отраслей, требующих развития. Улучшение инфраструктуры и повышение качества услуг, направленные на прием большего количества туристов, способствуют в последствии для полноценного развития въездного туризма. К концентрации внимания к отдельному виду относятся винные туры во Францию или Италию, которые сумели воспользоваться преимуществом производства популярных вин. Так, возможна замена данного вида альтернативой, которой в России может стать Крым, сделав популярным винный туризм с целью привлечения

большого количества туристов. Однако, это требует высокой организации, подобной Европейской, куда более продуманной, чем в нынешнее время [34, 275 с.].

Египет и Турция смогли занять отдельную нишу в пляжном туризме, завоевав популярность среди большинства стран мира, за счет качественных услуг и большого ассортимента. Без должной рекламы и улучшения обстановки, это не было бы возможным в целом. Однако ряд отрицательных проблем, возникших в последнее время, закрыли возможность для российских туристов использовать услуги данных стран в своем отдыхе.

Египет – уникальное государство, обоснованно претендующее на право стать лидером арабского мира. Страна является самой большой по численности населения африканского континента. Почти все население Египта проживает непосредственно в зоне Нила, и почти всю территорию занимает пустыня. Однако и при таких условиях, Египет остается лидером Африки по количеству туристских посещений. Внимание к развитию туризма усилилось с приходом президента Анвара Садата. Именно им было решено заняться привлечением западного капитала в экономику Египта и с 1970-х годов руководство страны уделяло много внимания развитию туризма. Так, туристская сфера рассматривалась в качестве отрасли экономики, которая приносила значимую долю валютных поступлений в казну Египта [9, 86 с.].

В 1974 году издан «Закон №43», предоставивший право частным лицам и иностранным предприятиям вкладывать средства в энергетику, транспорт, промышленность, городское хозяйство и туризм Египта. Революцию в развитии туристской сферы Египта вызвала политика «инфитах». Большая часть инвестиционных вложений поступила от германских банкиров и предпринимателей. К 1990 годам, доходы от туристской отрасли составили 2млрд. долларов и превзошли даже доходы от судоходства [12, 101 с.].

Подобная ситуация были в Турции. В 1960 годах, власти начали уделять много внимания туристской сфере. Правительство разрабатывало пятилетние планы развития туризма, в бюджете Турции постоянно увеличивались

ассигнования, направленные на туристскую индустрию. В первых планах указывалась необходимость получения определенной выгоды от туристской сферы. Однако, на начальном этапе, выделялось властями достаточно малое количество средств для бурного развития сферы. Ограниченные ресурсы привели к необходимости выбора наиболее приоритетных районов развития туризма. В 1970х годах, прибрежные районы Анталы и Балыкесир были признаны приоритетными для развития туристской отрасли и привлечения инвестиций.

Постепенно, с ростом спроса в мире на услуги туризма, Министерство туризма страны стало реализовывать проекты по развитию курортных зон. Одним из успешных проектов развития инфраструктуры был в Южной Анталы и поддержан МБРР. Применение иностранных инвестиций было характерной чертой туристской сферы в стране. В 1980 годах, правительство приоритетом выбрало развитие индустрии туризма. В 1982 году, в Турции принят закон №2634 о поощрении туризма, заменивший более ранний закон №6086. Новый закон содержал большее количество стимулов, направленных на развитие туристской сферы, Министерство туризма получало больше полномочий. Для районов, выбранных приоритетными местами развития туризма были установлены льготные тарифы на воду, электричество, газ. Практиковалось освобождение от ряда пошлин и налогов, и кроме того, льготное кредитование тех, кто работал в туризме. Особое значение имел пункт закона, в котором оговаривалась свобода выбора района страны развития туристской сферы Министерством туризма Турции.

В 1983 году, Тургут Озал стал премьер-министром Турции. При правлении Озала, правительство пыталось осуществить либерализацию импорта, приватизацию, отказ от ценового регулирования, развитие частного сектора, а также предприняло различные меры, направленные на переход к свободной рыночной экономике. Данные реформы весьма схожи с проводимыми в Египте президентом Садатом [45, 231 с.].

К концу 1980 годов, реформы премьер-министра Турции начали приносить позитивные результаты. В рамках данной политики, в стране началось формирование экономических зон, которые позднее сыграли достаточно серьезную роль в развитии туристской сферы. Переориентирование во время реформ на внешнюю сферу, формирование конкурентной обстановки в экономике и сфере услуг, в том числе, обеспечение социально-экономической стабильности в Турции привели к росту туристской сферы.

За весьма краткий период, с помощью использования иностранных инвестиций, в Турции была создана сеть кемпингов и отелей, а также построены дороги, соединившие главные центры туризма. Наиболее крупные инвесторы, которые вложили средства в развитие туризма в Турции преимущественно были из Германии.

Характерной чертой развития туризма в стране стала и кадровая политика, тщательно продуманная министерством. За краткие сроки была осуществлена подготовка квалифицированных гидов со знанием европейских языков. Изучение иностранных языков было обязательно для всех задействованных в сфере туризма, в частности таксисты, водители автобусов, полицейские и продавцы в магазинах. В соответствии с планами развития туристской сфере, много внимания уделялось туристическим центрам и достопримечательностям. Ярким примером этому является Анталья, который в 1970 годах был маленьким городом без железнодорожного сообщения с иными городами. Ранее, в городе не было аэропорта, имелся маленький рыболовецкий порт. С приходом инвестиций ситуация менялась достаточно быстро. И в конце 1980 годов, в Антаье появилась сеть отелей, построен аэропорт, модернизирован порт, который позже начал принимать лайнеры. И на сегодняшний день, Анталья является первым городом в списке по посещаемости туристами в Турции. В 2000 году, доходы от туристской сферы в стране составили около 8% ВВП, и уже в 2001 году возросли на 46% в сравнении с предыдущим годом. Число туристов, прибывших в Турцию на

отдых увеличилось почти на 40%. Падение национальной валюты Турции в период кризиса 2001 года сделало туризм в стране весьма привлекательным для иностранцев. В 2005 году, доходы от туристской сферы составили более 11 млрд. долларов [29, 13 с.].

В Турции, как и в Египте, государство осуществляет контроль за развитием сферы туризма. Правительство изучает в деталях общенациональные программы, составляемые Министерством по делам туризма. Широкая государственная поддержка туризма в Египте приносит многомиллионные прибыли, что помогает стабильно развиваться национальной экономике.

Важным моментом в привлечении новых посетителей в Египет и Турцию является наличие достойной инфраструктуры и качественного обслуживания. При создании туристических центров, гостиницы строятся в основном 4- и 5- звездные, реже 3 звезды, а также проводится новая ценовая политика.

Эти страны в основном посещаются туристами из СНГ и стран Европы. До 2013 года, было значительное число туристских посещений и из России. Турция привлекает туристов хорошими климатическими условиями, отсутствием визовых проблем. Все курорты страны обеспечены кадрами, владеющими английским, немецким, а также русским языками.

Динамичное развитие туристской сферы в Египте происходило из-за эффективной политики государства, и крупных иностранных инвестиций. В Турции также отмечен интерес государства к сфере туризма и для ее эффективного развития создавались благоприятные условия, в том числе формирование экономических зон и обеспечение льготных условий. Таким образом, эти страны сумели привлечь к себе интерес иностранных туристов и инвесторов, повысив интерес к внутреннему и въездному туризму в целом.

Одним из популярных стран для туристских посещений является Франция. Франция, после Второй мировой войны, начала предпринимать активные действия к привлечению туристов. Для этого был разработан ряд

мероприятий. Франция является первой европейской страной, провозгласившей политику «открытых дверей». Сначала лишь для американских туристов, а потом и туристов из других стран упразднены визы.

Правительство страны в ускоренном порядке восстанавливало гостиничное хозяйство. Вводился особый «туристский курс» обмена валюты, обеспечивающий скидку до 35% при проезде туристами железной дороги. Однако, даже при таких льготах, Франция все еще оставалась одной из самых дорогих стран мира. В связи с этим, в 1960 годах туристы сокращали время пребывания во Франции, а французы наоборот стремились выезжать в другие страны. Рост расходов сферы туризма был выше, чем рост доходов.

Ухудшение экономических показателей туристской сферы вызывало беспокойство правительства Франции и из-за чего, в программе социального и экономического развития до 1970 года, был отведен раздел мер по сдерживанию роста дефицита баланса туристской сферы, а также разработан ряд мер, направленных на привлечение туристов и сокращение выезда местного населения за границу. Были открыты новые учебные заведения, чья деятельность направлялась на подготовку кадров для туристской индустрии. Большое внимание уделялось на улучшение дорог и покрытия. Благодаря принятым мероприятиям, в 1970-1980 годы, въездной туризм развивался быстрыми темпами. Так, среднегодовой прирост прибытий в 1986-1994 годах составил 4,7%. Поступления от сферы туризма дают 12% от экспорта. Во Франции создана современная туристская индустрия и на сегодняшний день она имеет положительное туристическое сальдо. Большинство туристов во Францию прибывает из Германии, составляя 20% всего туристского потока, за ней Великобритания, Нидерланды и Италия [63, 135 с.].

Важно отметить, что Россия в общероссийском рейтинге последнее время занимает лидирующие позиции, хотя всего в 2013 году значилась лишь на 7 месте. Подобное перенаправление спроса российских туристов в сторону отечественной сферы туризма объясняется как поднявшимся патриотическим духом после присоединения Крыма и Олимпиады в Сочи. Наиболее

востребованы в 2016 году оказались Адлер и Симферополь. Среди зарубежных городов, в топе оказались Тиват, Барселона, Рим [24, 19 с.].

Для России импортозамещение относительно новая ступень в развитии туризма на территории страны. Практика разных стран свидетельствует о серьезной роли информационного обеспечения сферы туризма, которое значительно поддерживается государством. Так, в 2014 году, Турция на увеличение популярности курортов потратила около 330 млн. руб. лишь в России, когда Россия направила всего 450 млн. руб. на продвижения разных направлений страны, что достаточно мало для достижения поставленной цели [4, 569 с.].

Проблема импортозамещение стоит достаточно остро во всех отраслях, в связи со сменой мировой обстановки. А импортозамещение в туристской сфере в России на современном этапе необходимо и этому способствует ряд факторов, а именно:

- политическая мировая ситуация;
- экономическая ситуация;
- изменение курса валют;
- небезопасная обстановка в странах;
- долгий проезд к месту назначения.

1. Политическая ситуация. Пошатнувшиеся политические отношения между странами Запада и Россией привело к введению различных санкций в 2014 году, и продлено в последствии на 2015 и 2016 годы. Подобные санкции являются спорным, однако достаточно распространенным инструментом политики. Зачастую, правительства прибегали к импортозамещению как в условиях санкций и при вынужденных ситуациях, так и в период индустриализации экономики, из чего получило отражение в таком термине, как «импортозамещающая индустриализация». Однако, Россия давно прошла эту стадию, и на сегодняшний день дело имеет с импортозамещающей диверсификацией. Так как цели и средства этих стратегий совпадают в

основном, опыт зарубежных стран импортозамещающей индустриализации может стать довольно актуальным для сегодняшней России.

2. Экономическая ситуация. Достаточно нестабильной стала ситуация и в мире, и в России. Повышение цен, инфляция, ранее произошедшие кризисы – все это отражается на мировой экономике.

Если произойдет улучшение экономической ситуации в России в целом, а также возрастут доходы населения, вновь возрастет выездной туризм из страны (увеличение импорта туристских услуг), так как посещение уникальных туристических объектов (Венеция, Рим, Афины, Париж и т.п.) незаменимо, исходя из сути туризма, а именно – получения ярких впечатлений. Также, возможно восстановление турпотока из России, если будут урегулированы политические проблемы со странами, которые являлись традиционными местами пребывания туристов (Турция, Египет), однако лишь при условии, что в Российской Федерации не будет создан аналогичный конкурентоспособный продукт (Крым, Сочи). В постсоветский период многие россияне сумели познакомиться со стандартами качества в зарубежных странах, что оказывает влияние на их выбор и предпочтения.

В пользу данным прогнозам свидетельствуют статистика и теория международных путешествий. Высокой чувствительностью к конъюнктуре экономик и мирового хозяйства обладает динамика путешествий, поскольку международный туризм, являясь одной из форм экономических отношений вторичен, а именно является производным процессом от экономических внутринациональных отношений.

Отрицательная динамика или снижение развития показателей туризма за пару прошедших десятилетий происходили из-за неблагоприятных процессов внутри самих стран. Снижение показателей происходило в 1998-1999 гг. (в 1997 – 4,6%, 1998 – 2,8%, 1999 – 3,7%), 2001-2003 гг. (в 2000 – 8%, в 2001 – 7,1%, в 2002 – 6,0%, 2003 – 5,2%), 2007-2009 гг. (в 2007 – 11%, 2008 – 10,1%, 2009 – 9,3%). Однако отличительной особенностью туризма является способность к достаточно быстрому восстановлению в посткризисный период

[15].

3. Изменение курса валют. В последние годы, курс валют перестал быть стабильным и брал достаточно высокие позиции, тем самым курс рубля падал. За счет этого, стоимость отдыха за рубежом для российских туристов стала слишком велика, что привело к снижению выездов в другие страны и повышению привлекательности внутреннего туризма. На сегодняшний день курс валют стал более стабилен и медленно падает, но все еще почти в два раза превышает курс 2013 года, что соответственно отрицательно сказывается на спросе выездного туризма у населения России. Тем самым, с помощью перенаправление туристского потока на внутренние рынки позволит уменьшить вывоз средств из страны, а также поспособствует улучшению инфраструктуры и увеличению денежных потоков от туризма от въездного и внутреннего туризма.

4. Небезопасная обстановка в странах. В последние годы участилось количество происшествий, происходящих в популярных у туристов странах, в том числе в Египте и Турции (политическая нестабильность, теракты и т.д.). Кроме того, российские туристы всегда подвергались нападкам со стороны местного населения. В связи с этим, путешествия за границу становятся не безопасным для российских туристов и им необходимо найти альтернативу тому отдыху.

5. Долгий проезд к месту назначения. Большая часть интересующих посетителей стран располагается на значительном расстоянии, что приводит к долгому утомительному путешествию, которое может длиться более 10-12 часов. Такое путешествие не всегда возможно за счет больших временных затрат, в то время, как перелет на какие-либо отечественные места отдыха займет куда меньшее количество времени.

Новым элементом развития въездного и внутреннего туризма стал Крым. Пляжный туризм в России испытывал большую проблему из-за малого количества пляжей на территории страны. Однако, после включения Крыма в

2014 году в состав России, для туристов доступны 563 км пляжей полуострова. Крым обладает большим количеством конкурентных преимуществ, к которым относятся: грязевые озера, курортные города, памятники истории и культуры. Присоединение к России Крыма дало полуострову от российских туристов порядка 107 млрд. руб. Однако, на данный момент у туристской индустрии Крыма есть и свои проблемы, такие как: зависимость паромной перевозки от погодных условий, адаптация к новому законодательству. Проблема с доставкой транспортом туристов в Крым получила некоторое облегчение, поскольку в 2015 году начал функционировать в Севастополе аэропорт. В июле 2015 аэропорт Симферополя обслужил 2 млн. человек, а в следующем месяце – 3 млн. Столь высокий показатель впервые зафиксирован за 25 лет. Рост импортозамещения в индустрии туризма поспособствует развитию новых направлений в туризме и укреплению уже существующих, таких как деловой, лечебно-оздоровительный, активный туризм [4, 573 с.].

Однако на пути развития импортозамещения в туризме стоит ряд проблем, решение которых необходимо. Одной из них является предоставление услуг туристам в собственных средствах размещения, а именно – владельцами частных домов. Главной задачей страны в таких условиях является облегчение ведения бизнеса гражданам, намеренным привлекать работников, а также регистрироваться в качестве предпринимателя на постоянной основе. Так, инструментом мотивации такой категории населения является патентная система для граждан, занимающихся самонаймом. Решение данного вопроса позволит упростить систему налогообложения, которая предусмотрена сегодня для индивидуальных предпринимателей НК РФ.

У Крыма уже существует положительный опыт по налогообложению таких граждан. Сумма налога, поступившего по такой форме за 2015 год составил порядка 10 млн. рублей. На данный момент один из 15 жителей Крыма занят в туристской сфере, и почти каждая 5 семья получает доход за счет оказания туристских услуг. В связи с чем необходимо создание

административной системы, позволяющей выявить незаконное предоставление туристских услуг по размещению среди местного населения, что поспособствует развитию туризма в полной мере [24, 22 с.].

Следующая проблема – трудности развития ряда видов туризма, так например – гастрономического. Данный вид туризма весьма актуален для юга России, где развита хорошо винодельческая промышленность. В мире винные фестивале пользуются особой популярностью в регионах с налаженным производством вина. И Крым не исключение из этого. Подобные фестивали проводились в Феодосии, Алуште, Бахчисарае. Однако, организация фестивалей становится сложнее. В соответствии с законодательством РФ, продажа алкогольной продукции возможна лишь в стационарных объектах, в то время, как винные фестивали проводятся на открытых площадях. Так, под запрет попала продажа вин предприятиями в пределах проведения выставок и фестивалей. Разрешение розничной продажи алкоголя при условии реализации его производителями России в рамках выставок, фестивалей, ярмарок, которые проводятся по решению органов власти РФ.

Третьей проблемой является проблема кадров в туристской сфере. В 2014 году начались изменения в структуре туриндустрии, что явилось началом процесса импортозамещения в отрасли, позволяя раскрыть потенциал страны в полной мере. Таким образом, некоторые крупные туроператоры произвели переориентирование на внутренние направления, в свою очередь, впервые создавая в России конкурентный туристский продукт мирового уровня. В России возможно развитие практически всех видов туризма. Так, выгодным вариантом для России с ее водными ресурсами стал бы круизный туризм, вытеснив тем самым со внутреннего рынка зарубежные варианты. Речные круизы и сейчас популярны среди туристов, однако важно помнить про Дальний Восток и Арктику, где пока отсутствует нужная инфраструктура [11, 218 с.].

Однако, столь значительный туристский поток не показатель, поскольку есть еще множество факторов, сдерживающих конкурентоспособность России

на туристском международном рынке, и соответственно, препятствующих реализации туристского потенциала страны. Много российских курортов, объектов размещения нельзя сравнивать с зарубежными ни по ценам, ни по их свойствам. Следовательно, необходимы хорошие площадки для оказания разнообразных услуг и отдыха. Так, организованный отдых в России по стоимости почти уравнился с пребыванием на Средиземном море, но существующие различия в комфорте, обслуживании, предоставлении различных услуг и рекреационных занятий все еще разительны. Одной из серьезных проблем, которая требует решения, является персонал, менталитет сервиса в России, поскольку большинство сотрудников в объектах размещения работают строго в сезон. Правительство также акцентирует внимание на улучшении качества услуг сервиса и туризма.

Для обеспечения прав туристов, было предложено Ростуризмом создание единого реестра турагентов и компенсационного фонда турагентств. Этот реестр может вести какая-либо одна общественная организация, такая, как объединение туроператоров, что не затребовало бы финансирования.

За 2015 год, по данным Росстата, поток туристов внутри страны составил почти 50 млн. человек, в то время, как по плану, только в 2018 году должен был быть поток туристов в 40 млн. человек. Кроме того, рост спроса туристами на услуги внутреннего туризма еще опережает создание и развитие инфраструктуры. В 2015 году въездной поток также вырос, и составил более 27 млн. человек, что на 8% больше, чем в 2014 году. Однако, изменениям подлежит и структура въездных туристских потоков: растет количество туристов из стран Ближнего Востока, Азии, Латинской Америки. Наибольший рост турпотоков отмечен из Ирана, Китая и Индии. Летом 2015 года в Китае дан старт проекту «Красный маршрут», Российская Федерация и Китай планируют разрабатывать различные патриотические маршруты, однако при этом, наибольшим спросом пользуются маршруты, которые связаны с социалистическим прошлым России [18, 22 с.].

Для более активного продвижения туристского потенциала России, Ростуризм на основе ГЧП начал реализацию программы Visit Russia, а именно «Время отдыхать в России», в которой подразумевается открытие маркетинговых офисов туризма в других странах. Работу офисы начали в 2016 году в Германии, Китае, Финляндии, ОАЭ.

Таким образом, зарубежный опыт развития туризма, на примере Турции, Египта и Франции, демонстрирует возможность успешного развития туристской отрасли в целом с помощью импортозамещения. В России, в связи с рядом факторов, импортозамещение является удачным способом развития индустрии туризма и привлечения новых туристов, однако для этого необходимо преодоление ряда проблем, стоящих на пути развития туризма.

2. Анализ состояния и перспектив социально-экономического развития Белгородской области

2.1. Социально-экономическое развитие Белгородской области

Для полноценной оценки потенциала Белгородской области, как и туристского региона в том числе, необходимо провести социально-экономический анализ региона.

Белгородская область является субъектом РФ и расположена на юге Среднерусской возвышенности, на границе с республикой Украиной. Область входит в состав Центрального федерального округа РФ и в состав Центрально-Черноземного экономического района. Расположена в 695 км от Москвы. Граничит с Харьковской, Сумской, Луганской областями Украины, а также с Курской и Воронежской областями. Протяженность границ области – 1150 км, из которых 540 км с Украиной. Площадь субъекта составляет 27,1 тыс. км², а протяженность с востока на запад – 270 км, с севера на юг – 190 км. В составе области 19 муниципальных районов, 25 городских поселений, 3 городских округа, 260 сельских поселений. Центром области является г. Белгород, и в 2016 году население составило 386 тыс. человек, общая же численность области составляет 1 550,1 тыс. человек. Население области в 2016 году составило 1550,1 тыс. человек, что больше на 2 тысячи, чем в 2015 году [47].

В регионе функционируют программы, которые определяют стратегические приоритеты экономической и социальной политики. Основной является Стратегия социально-экономического развития области до 2025 года, в которой определены направления развития. Стратегические ориентиры региона формируются в некоторых взаимодействующих процессах, а именно: организационном, задающим направление социально-экономического развития области и управленческом, направленном от федерального к региональному уровню [19].

Ориентирами, которые вытекают из стратегической цели для области являются: инфраструктура, инновации, институты, инвестиции и интеллект.

Таким образом, выделяются такие направления социально-экономического развития региона:

- человеческий потенциал;
- высококонкурентная институциональная среда;
- диверсификация экономики;
- расширение конкурентных преимуществ;
- укрепление внешнеэкономической позиции.

В регионе происходит реализация инновационного сценария развития, в связи с чем инновации являются основой обеспечения конкурентоспособности области на внутреннем и внешнем рынках, и кроме того, это позволит достичь качественного рывка в экономической сфере. В Белгородской области для этого реализуется концепция интеллектуально-инновационной системы, целью которой является становление центром инновационного развития РФ и формирования облика региона.

В регионе завершилась работа по принятию программ социально-экономического развития районов, необходимых для обеспечения комплексного развития территорий. Главными инструментами для решения поставленных задач и оперативного развития экономики являются проектный и программно-целевой методы управления. Реализация стратегических документов в регионе обеспечена выполнением 105 целевых программ, и кроме того, 14 концепций областного уровня, 6 отраслевых стратегий, в которых положения соответствуют направлениям, определенным Президентом по экономической модернизации РФ [19].

Белгородская область по итогам 2015 года вошла в 20 регионов, в которых самый высокий уровень сводного индекса социально-экономического развития, заняв 19 место. Это лучший показатель регионов Черноземья. Лидерами же стали Сахалинская, Тюменская области, Ямало-Ненецкий округ. По состоянию экономики Белгородская область в реальном секторе вошла в 30 регионов. В основных направлениях сектора регион в роли лидера не был отмечен.

Динамика численности населения региона положительна, в сравнении с большинством регионов ЦФО. В области прирост населения в основном обусловлен миграцией, и в том числе этот поток идет из Украины, однако в 2016 году интенсивность миграционного потока снизилась. Прирост населения с 2000 года составил порядка 45 тысяч человек. Естественный прирост последние 15 лет остается отрицательным. Однако, постепенно кривые рождаемости и смертности сближаются, что означает снижение уровня смертности уже до 13,9 на 1000 человек, и кроме того, увеличивающимся ростом рождаемости (с 8 на 1000 человек в 2000 году до 11,5 на 1000 человек в 2016 году). Также, наблюдается рост продолжительности жизни и старение населения при рождении за период до уровня 72,7 лет. Улучшение демографической обстановки свидетельствует и об улучшении эффективности работы системы здравоохранения. Кроме того, это свидетельствует и о росте рынка оказания услуг медицины. В структуре населения региона преобладает городское, составляя 66%, и женское над мужским, 53,9% на 46,1% соответственно, что является типичным для регионов данного округа [54, 42 с.].

Среднедушевой доход в 2016 году составил 27807,1 рублей, в то время, как среднемесячная номинальная плата – 25325,3 [4, 102 с.]. Прожиточный минимум также продолжает возрастать, и составив 8134 рубля (рис. 2.1).

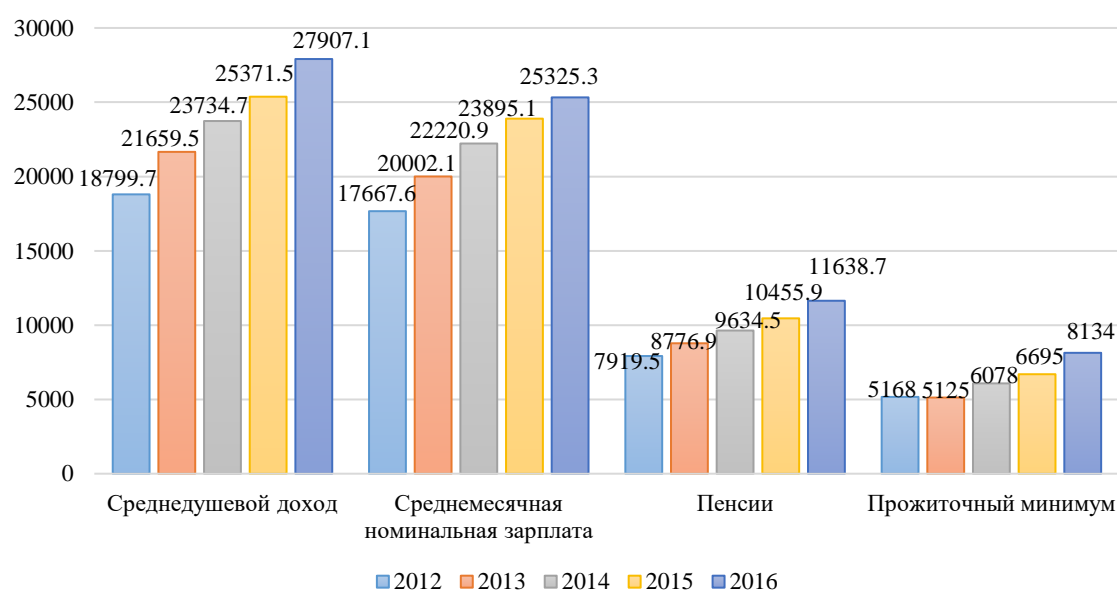


Рис. 2.1. Сравнение по годам доходов населения

Наблюдается достаточно стабильный рост как среднедушевого дохода, так и среднемесячной номинальной зарплаты населения региона, что позитивно сказывается на качестве жизни. Также, повышается и уровень минимальной заработной платы работникам, которая в 2016 году составила 25965 рублей.

Регион входит в лидеры России по качеству жизни, занимая 6 место в 2015 году. Положительная устойчивая динамика наблюдается и в росте среднедушевых доходов населения, приводя к увеличению разрыва между данным показателем и прожиточным минимумом. В 2016 году среднедушевой доход составил 27907 рублей, а прожиточный минимум 8134 рублей. Численность рабочей силы в 2016 году составила 806,4 тыс. человек, что меньше, чем в прошлом году на 8 тысяч [10, 50 с.]. В Белгородской области достаточно низкий уровень безработицы – 4,1%, когда по России – 5,6%, а также высокий уровень занятости – 65,7% [4, 572 с.].

Для улучшения в регионе демографической ситуации осуществлялась реализация Концепции демографического развития до 2025 года, а также государственной программы «Развитие здравоохранения Белгородской области на 2014-2020 годы», которые направлены на повышение качества медицинских услуг, улучшение здоровья матери и ребенка, улучшение жилищных условий, и в общем качества жизни.

В области развитие социальной сферы продолжается в пределах Программы улучшения качества жизни в области, долгосрочных целевых программ социальной направленности в образовании, молодежной политики, здравоохранении, физкультуре, социальной защите населения.

В области активно ведется работа по переподготовке и подготовке высококвалифицированных кадров. Между правительством области и хозяйствующими субъектами заключено соглашение по организации обучения с использованием баз предприятий.

Регион позиционируется как высокоразвитый аграрно-индустриальный,

экономика области опирается на уникальные черноземы и богатства недр. Потенциал области в совокупности представлен производственным, природным, демографическим, социальным, финансовым, управленческим потенциалом [15]. Состояние экономики региона в 2016 году характеризовалось практически полностью положительными тенденциями. Наблюдается увеличение сельского хозяйства и промышленного производства, объема платных услуг, оборота розничной торговли, сохраняется достаточно стабильная ситуация на рынке труда.

В регионе проводится достаточно активная экономическая политика, которая основывается на системном подходе, применительно к решению возникших задач и сотрудничества с региональными структурами и населением. Развитие Белгородской области осуществляется в рамках Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года.

Белгородская область относится к развитым аграрно-индустриальным регионам России. Валовой региональный продукт области за последние 15 лет демонстрирует постоянный рост до 748,8 млрд. рублей, что является 4 показателем по округу [54, 11 с.]. Валовой региональный продукт в 2016 составил 748840,6 млн. рублей, что на 2,8% больше, чем в прошлом (рис. 2.2).

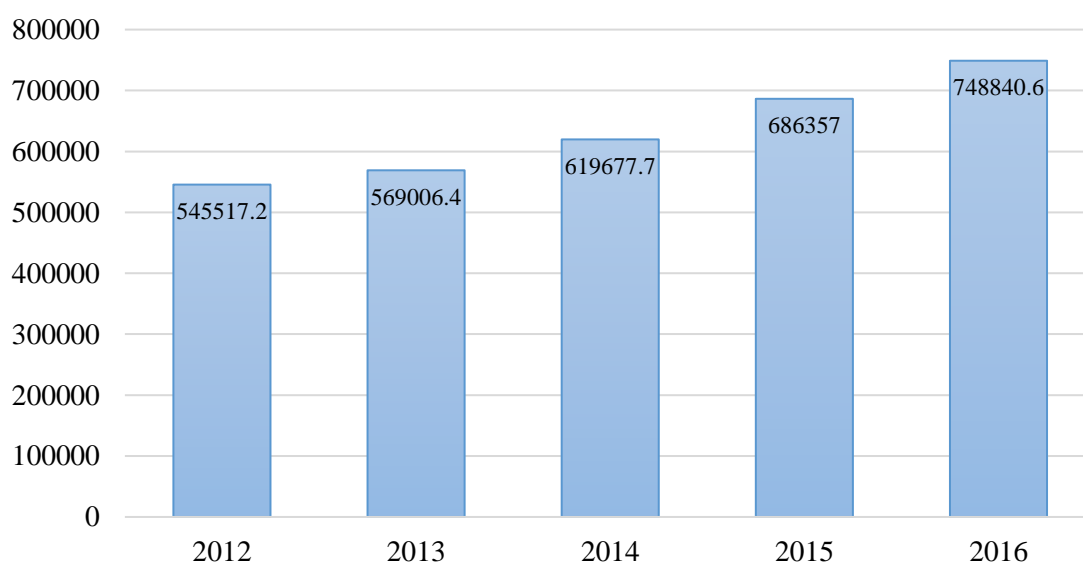


Рис. 2.2. Сравнение ВРП по годам

На оплату работников ушло 199112 млн. рублей. Валовая прибыль составила 209141 млн. рублей. Кроме того, увеличивается и ВРП на душу населения, достигая 40 тыс. рублей в 2015 году.

Регион обладает неплохим инвестиционным климатом, в 2016 году в основной капитал области объем инвестиций составил порядка 146 млрд. рублей. Однако, бюджет региона последние 5 лет остается дефицитным. Главными отраслями хозяйства являются: добыча полезных ископаемых (9,6%), розничная и оптовая торговля (12,8%), сельское хозяйство (22%), обрабатывающее производство (34%) (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структура валового регионального продукта Белгородской области по видам деятельности за 2016 год

Увеличился выпуск продукции сельскохозяйственного производства на 4,9%, в 2016 году [10, 64 с.]. Для оборота розничной торговли также характерен рост 3,2%. Развитие в области сельскохозяйственного производства происходит программно-целевым методом. Что обусловлено достаточно комфортной обстановкой на рынке продовольствия области. Это связано с государственной политикой в области импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности РФ, и кроме того, за счет реализации проекта «Развитие АПК».

За 2016 год по данным Белгородстата объем инвестиций, который вошел

в основной капитал, составил 143,9 млрд. рублей. Деятельность области в промышленности направлена на формирование современных конкурентоспособных производств, сохранение и развитие достигнутых позиций предприятий, развитие импортозамещения. Индекс промышленного производства в 2016 году по сравнению с 2015 составил 104,7%, когда по России – 101,1%.

Регион добывает практически треть всей железной руды России, и является единственным производителем в стране губчатого железа, а именно высококачественного металлургического продукта. На долю Белгородской области приходится около 35% производства железорудных окатышей, 10% - листов асбестоцементных, 4% - выпуск стали, 9% - цемента, 11% - растительного масла, 21% - муфт асбестоцементных, 25% - маргариновой продукции, 12% - сахара-песка [10, 132 с.].

В области в 2016 году за счет привлечения внебюджетных и бюджетных источников финансирования, направлено 127,34 млн. рублей на поддержку инновационной и научно-технической деятельности. Поддержано за период 39 проектов исследований, которые выполняются коллективами области, в объеме 65 млн. рублей, из которых 32 млн. рублей – средства бюджета региона и РФФИ. На организацию НИОКР молодых исследователей привлечены средства в объеме 63,4 млн. рублей из Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

В регионе реализуется план мероприятий по импортозамещению, который утвержден распоряжением Правительства области в 2015 году. На сегодняшний день, в перечень проектов, которые способствуют импортозамещению, включено 87 проектов, общая сумма которых около 159 млрд. рублей по таким направлениям: овощеводство грунта, молочное животноводство, семеноводство, производство ягод и плодов, машиностроение, производство стройматериалов, создание современных ветеринарных и лекарственных препаратов.

Таким образом, в регионе демонстрируется эффективное экономическое управление и хорошее функционирование сельскохозяйственного производства. АПК, очевидно, развиваться может лишь с помощью привлечения земель сельского назначения, как главного производственного ресурса. В связи с чем, эффективное использование таких земель можно назвать залогом успешного функционирования АПК и устойчивого развития области в целом. Земельные ресурсы так станут основой устойчивого развития непосредственно на региональном уровне.

Объем туристических услуг в 2016 году составил 2066,8 млн. рублей, что больше на 8,9% чем в предыдущем году (рис. 2.4). Что составило 0,28% от доли туризма в ВРП [19].

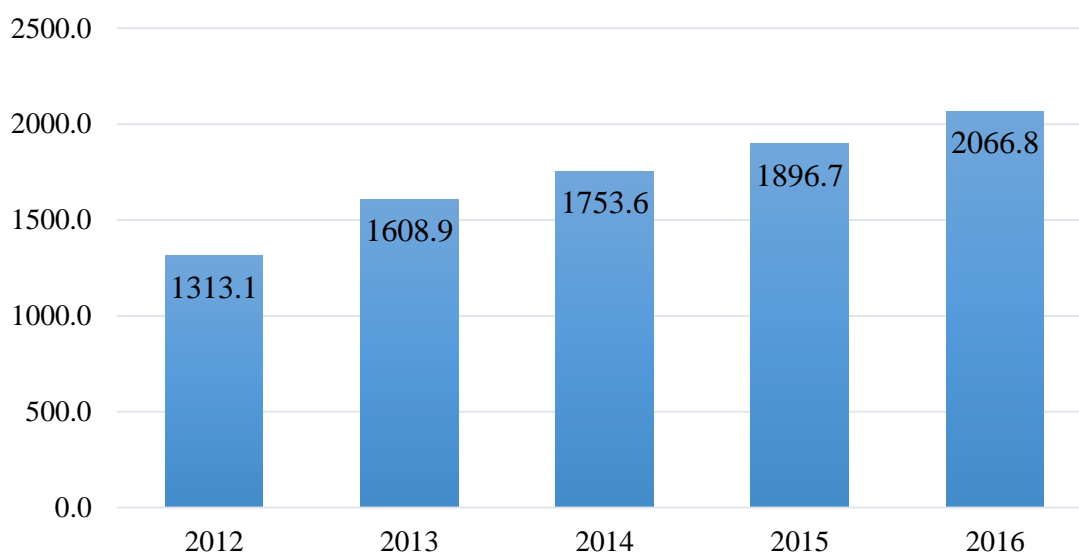


Рис. 2.4. Сравнение объема туристических услуг по годам, млн. рублей

Увеличение вклада туризма в ВРП показывает повышение туристской привлекательности области для посетителей как иностранных, так и отечественных. С каждым годом посещаемость области растет и заметно увеличение туристского потока. В 2016 году в регионе побывало 689,28 тыс. человек, что больше практически на 130 тыс. человек, чем в прошлом году (рис. 2.5).

В 2016 году прирост экскурсионного и туристского потока составил

20%, и достиг показателя в 1 млн. 296 тыс. человек, тогда как в 2015 году составлял 1 млн. 34 тыс. человек. Объем оказанных платных услуг, включающих туристские услуги, а кроме того и услуги гостиниц и иных КСР, составил 1 млрд. 967 млн. рублей, что больше чем в 2014 году на 10,8% [43].

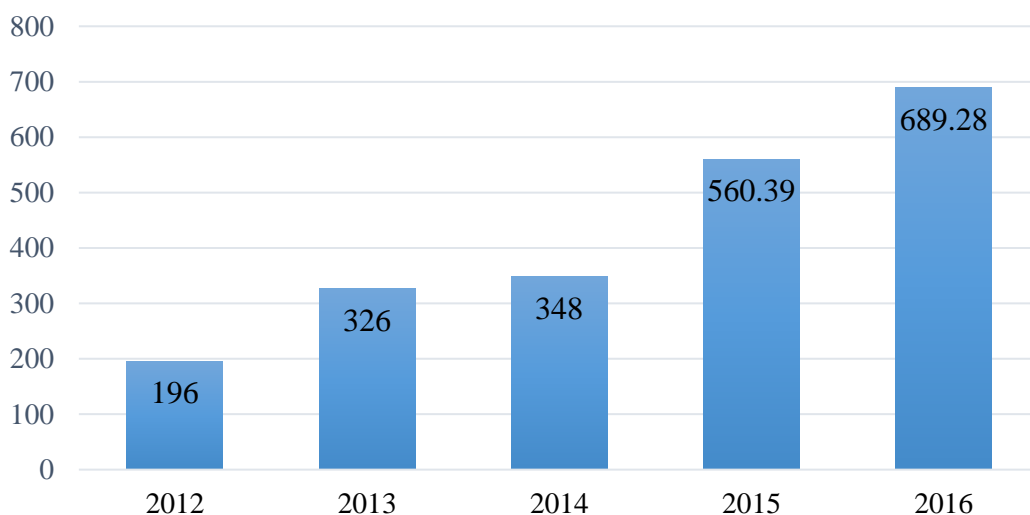


Рис. 2.5. Динамика роста въездного туристического потока

Въездной туристический поток последние годы возрастает. Этому способствует ухудшение политической обстановки в мире и нестабильность мировых валют. Данные факторы оказывают влияние на рост въездного и внутреннего туризма. С 2013 года, в связи с ухудшением отношений между Украиной и Россией, регион больше не является транзитным при путешествии туристов в Крым. Так, на сегодняшний день, Белгородскую область посещают для ознакомления и изучения военно-исторических и культурных объектов.

В 2016 году на территории области функционировало 106 туристических организаций и в их числе 30 туроператоров. В туристской отрасли в 2016 году было занято 8108 человек, и заметно значительное увеличение, в сравнении с предыдущими годами, поскольку в 2015 в сфере туризма было вовлечено 7614 человек, а в 2014 – 7201. В связи с увеличением турпотока, возрастает и объем налоговых поступлений в бюджет региона от туризма. В 2016 году в бюджет поступило 172,16 млн. рублей, что больше чем

в 2015 на 14 млн. рублей [54, 120 с.].

В летний период 2016 года в область прибыло 80,8 тыс. человек, из которых: 68 тыс. из стран СНГ и 12,7 тыс. из остальных стран. Ежегодно численность туристов, посещающих Белгородскую область возрастает. Туристский поток из стран СНГ в 2016 году увеличился на 6,6% в сравнении с предыдущим годом. Из стран вне СНГ турпоток возрастает не столь стремительно. Количество посетителей из регионов России также ежегодно возрастает и в 2016 году в область прибыло 299,9 тыс. человек, что больше на 11 тыс. человек чем в прошлом году (рис. 2.6).

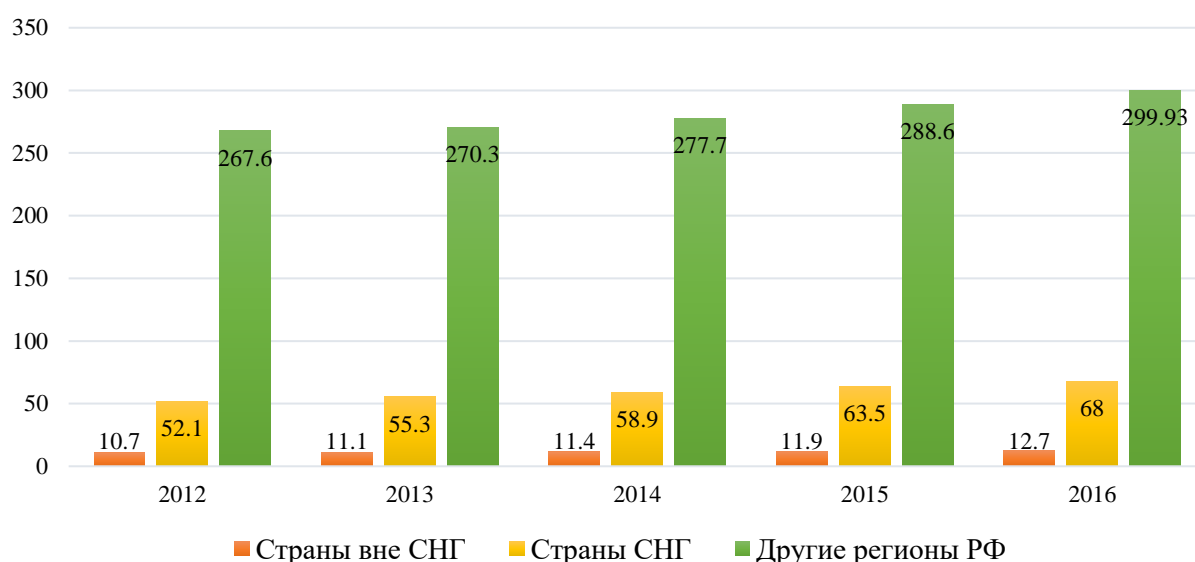


Рис. 2.6. Численность посетителей, прибывших в область в туристских целях

В бюджет от деятельности турагентств поступило 9 млн. рублей, что меньше прошлогоднего показателя на 3,4 млн. рублей. Вклад ресторанов и гостиниц в бюджет региона составил 203,6 млн. рублей, что на 14,8% превышает показатель 2015 года [19]. Деятельность музеев в 2016 году принесла в бюджет 44,4 млн. рублей. От организаций развлечений и отдыха в бюджет поступило 4,3 млн. рублей, что больше на 0,5 млн. рублей, чем в 2015 году.

Таким образом, анализ социально-экономического развития показывает, что Белгородская область развивается достаточно стабильно, основные

экономические показатели возрастают, что позволяет совершенствовать внутреннюю обстановку региона. Вклад туристской сферы в ВРП достаточно мал и составляет 0,28%. Однако, растет количество туристских прибытий и объем оказанных платных услуг в сфере туризма.

2.2. Оценка региональной сферы туризма

Туризм в области в условиях рыночной экономики является коммерческим явлением, но влияние туристской сферы на региональную экономику сегодня достаточно слабое. Однако, даже при столь незначительной роли туризма в структуре ВРП, данный сектор экономики обладает достаточно хорошим потенциалом для развития. Белгородская область на туристском рынке РФ занимает особое место. Обладает она богатыми возможностями использования антропогенных и природных ландшафтов, природного и культурного наследия для развития разнообразных видов туризма.

Регион обладает развитой системой транспортного сообщения, телекоммуникаций и связи, располагает большой базой туристско-рекреационных ресурсов (военно-исторических, аграрно-туристских, этнографических, культурных, экскурсионных и др.). Большая часть районов области обладает неплохим потенциалом для развития туристской индустрии и используются в процессе формирования туристско-рекреационного кластера, что предусмотрено Стратегией социально-экономического развития на период до 2025 года. Почти во всех районах созданы при администрации отделы по туристскому развитию либо закреплены специалисты, которые курируют данную отрасль.

Среди автодорог общего пользования самыми благоустроенными являются дороги федерального значения, однако доля их составляет 0,6% от всей протяженности дорог. Из всей протяженности автодорог усовершенствованное покрытие пока лишь у 89,4% [10, 159 с.].

Культурное наследие региона смогло сформироваться в результате взаимодействия этнокультурных, исторических, природных факторов. Природный потенциал, увлекательное историческое прошлое, культурные учреждения, памятники археологии и архитектуры, народные ремесла, т.е. все, что является туристским потенциалом области может повлиять на

формирование эффективности в деятельности туристской отрасли, сформировать благоприятные условия, направленные на условия для развития экскурсионных маршрутов по различным направлениям.

Под охраной государства в регионе находятся порядка 2 тысяч объектов культурного наследия. Сеть музеев представлена 40 учреждениями и их совокупный фонд на сегодняшний день составляет более 465 тыс. предметов хранения. Ежегодно количество их увеличивается примерно на 4% [54, 181 с.]. За 2015 год с экспонатами музеев ознакомились порядка 934,5 тыс. человек. На территории региона располагаются 2 музея-заповедника – «Прохоровское поле» и «Белогорье». Для посещения заповедников разработаны маршруты.

Представлены, на территории области, особо охраняемые природные территории – природные комплексы, которые имеют научное, природоохранное, культурное, рекреационное значение. ООПТ сегодня занимают более 50 тыс. га, занимая около 2% Белгородской области [54, 30 с.]. Государственный природный заповедник «Белогорье» включает в себя 5 участков, которые расположены в разных районах: в Новооскольском – «Стенки-Изгорья», в Борисовском «Острасевы яры», «Лес на Ворскле», в Губкинском – «Ямская степь» и «Лысые горы». Заповедник является единственной территорией федерального значения.

Природно-климатические условия способствовали созданию некоторых лечебно-оздоровительных центров, а именно: санаторий «Красиво» (Борисовский район), санаторий «Дубравушка» (Корочанский район), санатории «Первое Мая» (Шебекинский район), «Красная Поляна» (Валуйский район).

Природные ресурсы дополняются и большим количеством культурных памятников, к которым относятся: памятники архитектуры (Успенско-Никольский, Смоленский соборы, Троицкая, Покровская церкви и др.), памятники археологии (Крапивенское, Хотмыжское городище, подземный монастырь и др.), памятники искусства, истории.

Большинство исторических памятников региона являются памятниками воинской славы или воинские захоронения. К ним относятся Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», мемориальный комплекс «Курская дуга» [47].

Наибольшее развитие получили в области такие виды туризма: деловой, который базируется на функционировании АПК, энергетики и др.; историко-культурный, основанный на интересе к памятникам культуры и истории; рекреационный, направленный на восстановление сил в санаториях и базах отдыха; военно-патриотический, опирающийся на интересе к военно-историческим памятникам.

Помимо этого, на территории области возможно развитие этнокультурного туризма, который сочетает в себе ряд туристских направлений, таких как: этнографический, этнический и др., что поможет идентифицировать регион среди иных туристских центров. При развитии этнокультурного туризма возможна разработка экскурсий и их проведение, организация мастер-классов, встреч и лекций. Это позволит выявить преимущества территории и привлечь внимание населения и туристов к региону.

Въездной и внутренний туризм являются приоритетными направлениями социально-экономического развития региона. Главной особенностью отрасли является и то, что туризм не приведет к истощению природных ресурсов. В туризме тесно переплетаются интересы культуры и экономики, международных отношений и безопасности, экологии и занятости, транспорта и гостиниц. Наличие потенциальных ресурсов Белгородской области позволяют развивать в регионе такие виды туризма, как военно-исторический, сельский, культурно-познавательный, деловой, событийный.

Правительство области особое значение придает развитию регионального туризма, определяя его в качестве фактора, который способен решить, как социально-экономические проблемы, так и обеспечить включение

области в число самых привлекательных регионов для зарубежных и российских туристов. Уполномоченным органом в развитии туристской сферы в регионе является департамент экономического развития. Деятельность в туризме осуществляется на основании программы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса», которая действует до 2020 года [19]. В 2016 году было заложено 10,360 млн. рублей на реализацию мероприятий программы.

Область обладает достаточно хорошим туристским потенциалом. Доступные туристам культурно-исторические достопримечательности – 2087 по данным управления культуры области и все из них внесены в единый государственный реестр. Из объектов туристского показа туристам доступно 203, в их число входят театры, музеи, залы, кинотеатры и прочее. Пропускная способность объектов – 4000 тыс. человек в год [10, 84 с.].

К достаточно позитивным изменениям относится активная работа в 2015-2016 годах, которая была направлена на популяризацию сферы туризма в области. В инфраструктуре региона важное значение занимают гостиницы и иные средства размещения. На сегодняшний день в регионе функционирует 130 гостиниц (из которых 15 хостелов), 8 санаториев, 2 пансионата, 1 дом отдыха, 39 баз отдыха и 1 кемпинг. Номерной фонд всех средств размещения составляет 4136 номеров с 11393 койко-мест. Действующие КСР располагают достаточным количеством мест для туристов. Коэффициент использования номерного фонда в белгородских гостиницах составляет от 45 до 60%.

В развитии индустрии туризма большое значение имеют коллективные средства размещения, количество которых на территории Белгородской области постоянно растет. Практически все средства размещения располагают на своей территории дополнительной инфраструктурой (бани, рестораны, спортивные залы и др.). Средства размещения при серьезном туристском потенциале региона не способны в полной мере удовлетворить потребности населения в услугах туризма, и кроме того, возможности приема иностранных и российских туристов.

Данная проблема связана с малым количеством средств размещения, которые соответствуют на данный момент стандартам сервиса, а это в свою очередь приводит к превышению спроса над предложением гостиничных услуг, из-за чего, в области установилась на качественные услуги высокая ценовая политика.

На территории региона расположено 2529 предприятий общепита, из них: 122 ресторана, 595 кафе, 153 бара, 203 закусочных и др [10, 96 с.].

Из государственного бюджета на поддержку субъектов среднего и малого предпринимательства в области сельского туризма и художественных народных промыслов, на основании соглашения Минэкономразвития России с Правительством области, выделено 2,92 млн. рублей. В рамках поддержки проводились стажировки и практические занятия, на которых рассматривались способы продвижения области с помощью производства сувенирных товаров мастерами народно-художественных промыслов. Изданы рекомендации в сфере ремесленничества и сельского туризма для субъектов среднего и малого предпринимательства.

С целью создать благоприятные условия, направленные на устойчивое развитие въездного и внутреннего туризма, в стадии реализации и разработки находятся несколько проектов:

– «Развитие событийного туризма в Белгородской области», в котором планируется проведение около 22 событийных мероприятий на территории районов области, а также разработать порядка 10 эксклюзивных сувениров. Мероприятия будут проводиться при поддержке департамента экономического развития, и наиболее крупные из них: межрегиональный фестиваль «Русская каша», патриотический фестиваль «Небосвод Белогорья», фестиваль-ярмарка «Узорный хоровод»;

– проект «Туризм, доступный для всех», в котором запланирована разработать и реализовать порядка 30 экскурсионно-познавательных программ, в которых участие примут около 600 человек, а также будет создан туристический путеводитель для людей с расширенными потребностями,

который позволит проинформировать желающих о туристско-информационных объектах региона;

– проект по созданию ТИЦ, который станет точкой координации организаций туристской направленности области и информационным транслятором туристского потенциала региона;

– проект по размещению знаков турнавигации на территории области, который подразумевает установку порядка 1000 знаков навигации к объектам культурного наследия местного, регионального и федерального значения, а также к объектам инфраструктуры;

– проект по развитию сельского туризма, направленного на формирование новых и развитие существующих объектов сельского туризма.

Постепенно возрастает объём оказанных туристских услуг возрастает, и в 2016 году по Белгородской области оно возросло на 11,7%, составив 960,6 млн. рублей (рис. 2.7) [52].

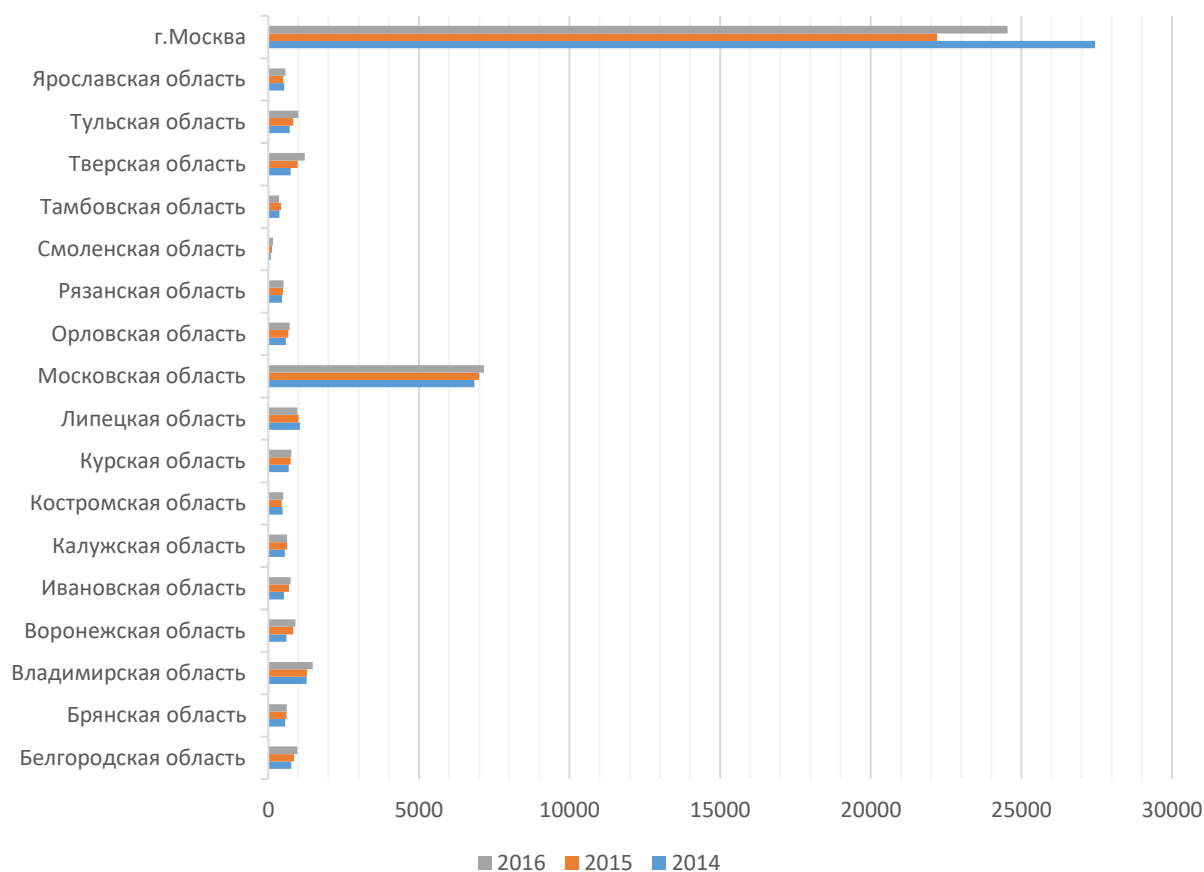


Рис. 2.7. Объем оказанных платных туристских услуг по ЦФО

По центральному федеральному округу, Белгородская область занимает достаточно стабильное место, превосходя по этому показателю ряд других регионов, тем самым показывая более крепкую туристскую индустрию. Безусловно, конкурировать с Москвой и Московской областью, регион не может, за счет достаточно узкого количества туристских услуг и значительно меньшего населения, однако ряд других, таких как: Смоленская, Тамбовская, Костромская, Рязанская области и некоторые другие, уступают Белгородской области по объему оказанных туристских услуг.

По центрально-черноземному экономическому району, у Белгородской области также одни из лучших показателей, и она занимает третье место, уступая Тверской и Липецкой областям. Тверская область значительно увеличила свой показатель в 2016 году на 24,5%, в то время, как Белгородская лишь на 11,7% (рис. 2.8).

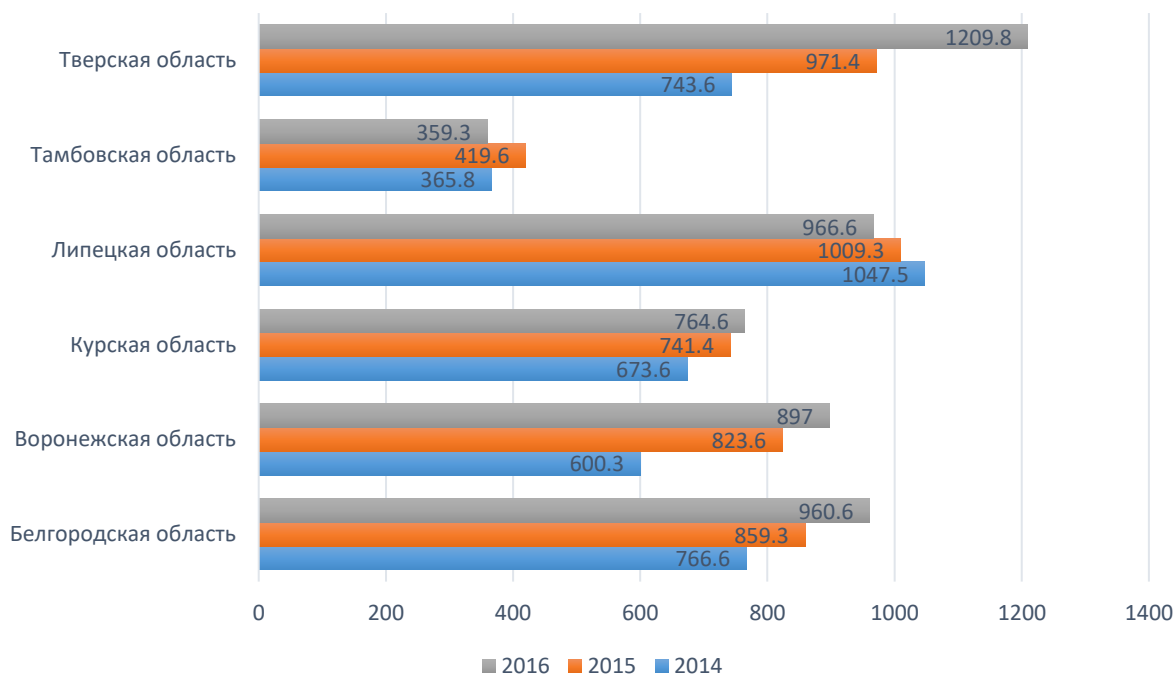


Рис. 2.8. Объем оказанных платных туристских услуг по ЦЧР

Однако, Липецкая область несколько сдает в позициях, и Белгородская

область лишь немного отстает от нее по показателю 2016 года. Таким образом, прогнозируется на 2017 год, что регион займет второе место, после Тверской. Увеличение этого показателя позволяет зафиксировать развитию в регионе внутреннего и въездного туризма, что наиболее актуально в данное время [52].

С целью развития турпотенциала и включения региона в число наиболее привлекательных для зарубежных и российских туристов, информация о популярных мероприятиях и достопримечательностях области размещена на сайте департамента экономического развития области.

Объем водящего и внутреннего турпотока в августе 2016 года составил 233,42 тыс. человек, что больше на 9,9%, чем за тот же период предыдущего года. Степень загрузки инфраструктуры в этом периоде составил 40,97%, что больше на 5,66%, чем за тот же период 2015 года. Кроме этих изменений, стоит отметить активную работу по популяризации туризма в 2015 и 2016 годах [57].

Каждая территория обладает определенными конкурентными преимуществами, которые необходимо исследовать, однако ориентироваться важно как на взгляды органов местного самоуправления, так и на население территории. Непосредственно население представляет собой местную культуру, с которой ассоциируется идентичность области. Стоит перечислить конкурентные преимущества ряда муниципальных образований региона, которые должны вызвать интерес у туристов, поскольку являются уникальными памятниками истории, архитектуры и культуры.

На территории области располагается Государственный военно-исторический музей заповедник «Прохоровское поле» (п. Прохоровка), в память о танковом сражении, происходившем в июле 1943 г.; в Грайворонском районе находится Круглое здание, загадка 21 века; в п. Борисовке сохранена история семьи графа Б.П. Шереметьева, поскольку здесь располагалась вотчина Шереметевых. Помимо этого, находится в поселке фабрика керамики, привлекающая туристов необычной продукцией и мастер-классами.

В Белгородской области находится множество старинных храмов, в которых есть целебные источники и святыни, которые поспособствуют

развитию религиозного туризма, а уникальная природа – к развитию рекреационного и экологического туризма.

Районный центр области – Белгород, является крупным образовательно-промышленным комплексом и является базой развития делового туризма в регионе. Крупные вузы Белгорода способны стать основой для развития в области образовательного туризма. Так, организация международных конференций способствует привлечению гостей-участников из городов России и стран, а формирование экскурсионной программы по районам способствует формированию интереса к Белгородской области [19].

Оценка уровня конкурентоспособности туристских объектов и конкурентных преимуществ Белгородской области позволит выявить наиболее перспективные направления туризма в регионе.

Культурное и природное наследие Белгородской области должно предоставляться как отдельными памятниками, так и в системной организации. Для этого необходимо перейти от охраны и выделения лишь отдельных памятников к их изучению, сохранению и возрождению, как культурно-исторических объектов, традиций, промыслов области.

На сегодняшний день, достаточно перспективным направлением въездного туризма в регионе является сельский туризм. Развитие сельского туризма осуществлялось на основе долгосрочной программы «Развитие сельского туризма в области на 2011-2013 годы». Порядка 100 мини-гостиниц, гостевых домов, сельских усадеб и тур. баз в районах принимают туристов, посещающих область [57].

В большинстве муниципальных районов все еще сохраняется «деревенский дух», на основе ремесел и сохранившихся традиций, ряд сельских усадеб принимает туристов, с целью развития сельского туризма. Для обслуживания туристов привлечено порядка 50 предприятий общественного питания, около 300 туристских объектов (заповедники, усадьбы, парки, культурно-исторические объекты) демонстрируются во время проведения экскурсий.

Туристский потенциал региона на сегодняшний день полноценно не используется, из-за чего необходимо повысить значимость области, путем популяризации видов туризма как среди местного населения, так и по России, для повышения въездного и внутреннего туризма. Разработка маршрутов по Белгородской области, формирование правовой базы индустрии туризма позволит сформировать благоприятный имидж области среди городов и увеличению популярности региона в качестве культурно-туристского центра в РФ.

Белгородская область обладает достаточно высокой привлекательностью для привлечения инвестиций. Связано это как с выгодным экономико-географическим положением и высокой ресурсообеспеченностью, так и гибкой инвестиционной политикой для ведения бизнеса.

В 2016 году работа по формированию хорошей обстановки для инвестиций на территории региона в пределах программы «Улучшения инвестиционного климата и стимулирование инновационной деятельности», направленной на создание полноценных условий для повышения экономического потенциала области, повышение уровня инвестиционной активности бизнеса. В регионе оценивается воздействие с целью выявления в нормативно-правовых актах или проектах, вводящих чрезмерные запреты и обязанности для инвестиционной деятельности. По итогам рейтинга качества Белгородская область занимает 8 место и входит в число регионов России с высшим уровнем [52].

В соответствии с Дорожной картой, в области ведется мониторинг внедрения инвестиционного стандарта, в связи с которым, доработаны практики и механизмы стимулирования инвестиций, совершенствование нормативно-правовой базы, реализация мероприятий в сфере обеспечения кадрами экономики и формирования благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности.

Положительными факторами, влияющими на сферу туризма и ее развитие, являются:

- выгодное географическое положение, которое помогает развивать внутренний и въездной туризм;
- обширное историко-культурное наследие, выраженное в туристских объектах, расположенных во всех районах области;
- наличие благоприятных климатических условий, без резких перепадов, что положительно сказывается на летнее времяпрепровождение;
- наличие заказников, природных заповедников и памятников природы, содержащих на своей территории уникальные объекты;
- активное социально-экономическое развитие области;
- высокий уровень развития промышленного сектора;
- развитая региональная система телекоммуникаций, связи, транспортного сообщения;
- наличие международного аэропорта.

Однако, на развитие отрасли туризма на сегодняшний день в области оказывают сильное влияние факторы, которые сдерживают ее развитие:

- отсутствие туристских продуктов в регионе, которые соответствуют международным стандартам;
- недостаточное качество сервиса и инфраструктуры туризма;
- слабый уровень информированности специалистов туристской сферы и населения о Белгородской области, как месте прибытия;
- недостаток квалифицированных кадров в индустрии туризма;
- сезонность большого количества внутриобластных маршрутов;
- слабый уровень использования туристского потенциала;
- доминанция единичных туристских объектов и туристских продуктов, отсутствие комплексных туров.

К другим факторам, имеющим неблагоприятный оттенок, относятся:

- несовершенство нормативно-правовых актов туристской сферы;
- изменения внешней рыночной конъюнктуры;

– финансовые и правовые риски инвесторов, которые связаны с осложнениями в реализации инвестиционных проектов и др.

Таким образом, деятельность Правительства Белгородской области в сфере туризма является одним из важнейших направлений для развития привлекательности региона за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма и формирования положительного имиджа региона в России и за рубежом. И указанные мероприятия способствуют продвижению туристского потенциала Белгородской области на всероссийский и международный рынки туристских услуг.

2.3. Факторы, формирующие конкурентные преимущества сферы туризма в регионе

Условно, факторы делятся на внешние и внутренние. К внешним относят: политико-правовые, экономические, культурные, фактор безопасности, демографические, инфраструктурно-коммуникационные.

Политико-правовой фактор. Правительство области заинтересовано в развитии туризма в регионе, что проявляется в выполнении мероприятий, прописанных в целевых программах и стратегиях, а также принимаются долгосрочные программы, стратегии, направленные развитие туристской сферы в целом. Практически в каждом муниципальном районе региона есть программы или подпрограммы, направленные на развитие сферы туризма. На территории проходят мероприятия по Стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 года, а также действует программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в области на 2013-2017 годы». В 2016 году по стратегии развития туризма в России, было выделено 57,5 млн. рублей из регионального и местного бюджета на реализацию проектов в туристской сфере, а также 546,5 млн. рублей из внебюджетных источников [24, 19 с.].

Фактор безопасности. Безопасность в индустрии туризма занимает достаточно значительное место и необходимо принятие мер, которые обеспечат безопасность здоровья и жизни туристов во время отдыха и на транспорте. В области проводится замена транспорта на более новые модели, усовершенствованные и приспособленные для длительных перевозок. За последние 3 года не зафиксировано ни одного происшествия, в котором пострадали бы иностранные туристы.

Экономические факторы. Как уже описывалось ранее, в Белгородской области уровень безработицы ниже среднего по России и составляет 4,1%. Кроме того, качество жизни в регионе достаточно хорошее, и это позволяет населению достаточно комфортно проводить свое время внутри региона, посещая возможные событийные мероприятия и передвигаясь по районам в

туристских целях.

Культурные факторы. Последнее время туристов привлекает культурная среда, места, которые имеют культурную ценность и именно этим может прославиться область. Во многих районах сохранены этнографические места и традиции. Туристы посещают событийные мероприятия данной направленности и особым спросом пользуется узорный хоровод. Так, в Белгородской области организуется много привлекательных для туристов мероприятий, на которых они смогут познакомиться поближе с культурой.

Демографические факторы. Данные факторы оказывают сильное воздействие на развитие туризма. При общей численности населения области в 1 552 тыс. человек, трудоспособного возраста порядка 896 тыс. человек, которые составляют наибольший спрос на туристские услуги, поскольку нуждаются в комфортном отдыхе. Однако, учитывается, что люди в возрасте до 35 лет более активны и демократичны при выборе услуг туристской индустрии, а туристы более зрелого возраста предпочитают комфортабельный отдых. Это помогает туристским фирмам выбрать необходимый сегмент рынка, направив на него производимые услуги. Так, большая часть турпродуктов по региону направлены на контингент до 40 лет [61, 43 с.].

Инфраструктурный фактор. Важное значение для индустрии туризма имеет состояние предприятий питания и размещения. На территории региона расположено 130 гостиниц и аналогичных средств размещения. Однако не все из них соответствуют европейским стандартам размещения и на ряд гостиниц цена не соответствует качеству предоставляемых услуг. Так, совершенствование гостиниц позволит привлечь большее количество туристов с разными целями. Кроме того, располагается на территории 2529 предприятий общественного питания, которые могут предоставлять свои услуги туристам, общее число посадочных мест которых составляет 146 тысяч. Однако, ряд из них также не приспособлены для оказания качественных услуг [10, 128 с.].

Технологические факторы. Достижения научного прогресса последние

годы используются в индустрии туризма. Соответственно, применение их в предприятиях индустрии гостеприимства позволяют открыть возможности для создания новых услуг и их сбыта. Кроме интернет-продаж туров и компьютеризированных систем бронирования, в регионе появляются и онлайн-музеи, а также инфокиоски. На сегодняшний день, в аэропорту расположен инфокиоск с рекламным роликом о Белгородской области. Все это способствует повышению интересов туристов либо просто гостей, при нахождении на территории области.

Для индустрии туризма важны также внутриотраслевые факторы. К ним относятся: развитие сферы туристских услуг; совершенствование туристского продукта; маркетинговые факторы; фактор трудовых ресурсов.

Совершенствование туристского продукта. Модернизация турпродукта является важным этапом в развитии внутреннего туризма. За счет перенаправления большинства туроператоров на внутренние рынки, разрабатывается большее количество экскурсий и турпродуктов непосредственно по региону. Непосредственно улучшение инфраструктуры позволит создать атмосферу гостеприимства, что поспособствует привлечению необходимых инвестиций.

Развитие сферы услуг. Туризм в области является одним из прибыльных сегментов экономики, на который направляется все большее внимание. За последние годы, количество видов услуг в сфере туризма увеличивается, что позволяет привлечь дополнительных посетителей. Объем туруслуг в 2016 году составил 2066,8 млн. рублей, что составляет 0,28% от ВРП. Увеличение вклада туризма в ВРП показывает повышение туристской привлекательности области для посетителей как иностранных, так и отечественных. Ежегодно увеличивается количество туристских посещений событийных мероприятий и достопримечательностей области в течение года, так в 2016 году в регионе побывало 689,28 тыс. человек, что больше практически на 130 тыс. человек, чем в прошлом году [57].

Фактор трудовых ресурсов. Развитию туристской индустрии

способствует и повышению занятости. В сфере туризма в 2016 году было задействовано 4,72 тыс. человек, что больше на 54,7% чем в 2015 году [54, 125 с.]. Это обусловлено открытием новых предприятий в индустрии гостеприимства. Так, в гостиницах и аналогичных средствах размещения в 2016 году задействовано 2,45 тыс. человек, что больше на 60,2%, чем в 2015 году. При этом, в специализированных средствах размещения занято 813 человек. В туроператорских компаниях занято всего 66 человек, и данная цифра практически не меняется. Среди организаций, занимающихся проведением экскурсий, квалифицированных экскурсоводов 19 человек. В сравнении с общим объемом населения, в сфере туризма задействовано достаточно мало, однако стабильное повышение данного показателя способствует развитию индустрии туризма в целом.

Маркетинговый фактор. Неотъемлемой частью индустрии туризма является правильное использование рекламных приемов. Для развития внутреннего туризма разработкой и распространением рекламных материалов занимается департамент экономического развития области. Распространение буклетов событийного туризма ведется каждые два месяца между районами области, и в последствии, между средствами размещения и предоставления экскурсионных услуг. Каждый раз выдаче подлежат порядка 30 тыс. буклетов и 15 тыс. карт, которые распределены в зависимости от населенности районов. Помимо этого, установлены инфокиоски в аэропорту для заинтересованности посетителей. Также создан путеводитель по Белгородской области, содержащий в себе перечень информации по региону, а также несколько туристических маршрутов, по которым возможно пройти без сопровождения. Разработан туристский портал, содержащий в себе перечень необходимой информации о достопримечательностях области и событиях, происходящих на ее территории. Однако единого реестра всех туристских объектов и достопримечательностей не хватает для полноценного охвата всего туристского потенциала.

Для того, чтобы дать объективную оценку туристского потенциала

Белгородской области, необходимо провести SWOT-анализ региона, так как этот тип анализа наиболее ёмко поможет охарактеризовать не только текущие факторы развития, но и поможет сформулировать потенциальные угрозы и возможности, что, в свою очередь, необходимо для формирования корректных механизмов повышения конкурентоспособности региона (Приложение 1).

1. Сильные стороны

К сильным сторонам региона относится выгодное расположение, близость к столице и другим центрам формирует рынок сбыта, который становится доступным в связи с достаточной близостью транспортных узлов.

Помимо положения, богатое культурно-историческое наследие также относится к сильным сторонам области. Обладая большим количеством туристских объектов разной направленности возможно полноценное использование данной страны.

Наличие природных объектов, в том числе государственного заповедника «Белогорье» способствует привлечению заинтересованных туристов, с целью изучения необычной и редкой флоры и фауны области.

Недавно построенный международный аэропорт открыл новые направления для путешествий туристов как из России, так и иностранных, прибывающих с разными целями.

2. Слабые стороны

Слабая информированность о туристских объектах области в России влияют на посещаемость туристами объектов даже во время их пребывания в регионе по различным целям.

Белгородская область не может достойно конкурировать с Москвой и Московской областью, поскольку не обеспечивает равноценный туристский потенциал, а также не обладает достаточной инфраструктурой для увеличения количества туристских услуг. Однако, регион может конкурировать с рядом других, таких как: Смоленская, Тамбовская, Костромская, Рязанская. Эти регионы уступают в Белгородской области в туристском потоке, в объеме оказанных туристских услуг, в количестве и качестве предоставляемых услуг

сферы туризма.

Большинство экскурсионных маршрутов области носят сезонный характер, так как подразумевают посещение достопримечательностей, которые привлекают лишь в летний период времени, в том числе природные объекты. Так, наиболее популярные маршруты «Путешествие в Шебекино», «Родное Белогорье» проводятся в основном с конца мая по сентябрь ежегодно.

Практически все туроператоры, работающие на территории области, ориентировались на разработку и продажу туров лишь за рубеж, и всего 6 туроператоров предоставляло услуги по региону, что отрицательно сказывается на разработке туров и маршрутов по региону и как следствие заинтересованности населения в своей области.

Низкое качество инфраструктуры является серьезной проблемой для полноценного развития сферы туризма в регионе и привлечения иностранных туристов. Из 130 гостиниц, лишь некоторые могут отвечать европейским стандартам и удовлетворять запросам потребителей. То же касается и предприятий общественного питания. Также, далеко не все районы обеспечены достаточным дорожным покрытием, необходимым для туристских посещений и путешествий к объектам показа.

3. Возможности

Удобное географическое положение позволит развивать въездной и внутренний туризм путем привлечения посетителей из соседних регионов за счет обширных туристских ресурсов разной направленности и правильной маркетинговой кампании.

Создание известного во всей стране бренда территории или имиджа повлияет на знание населения России о регионе и каких-то отличительных особенностях, которые могут заинтересовать туристов. Однако, необходимо создание полноценного бренда, предполагающего разработку и достаточную рекламу на выставках, мероприятиях, для создания положительного имиджа территории у потенциальных туристов.

Расширение программ переподготовки и подготовки кадров, а также

мест получения данного образования, помимо НИУ «БелГУ» и БУКЭП, позволит увеличить количество кадров, задействованных в индустрии туризма и гостеприимства, поскольку на данный момент в ней задействован достаточно малый процент населения.

4. Угрозы

Актуальной проблемой, которая проявляет себя в последнее время все чаще является ухудшение экологической обстановки. Белгородская область обладает обширными территориями природных объектов (более 300 тыс. га), на которых находятся редкие виды флоры и фауны, требующие дополнительной защиты. Так, ухудшение экологии за счет новых разработок и увеличения автомобильного влияния может отрицательно сказаться на природе региона.

Нормативно-правовая база туристской сферы все еще является достаточно непроработанной, в том числе и на уровне субъектов Российской Федерации. Данная угроза достаточно серьезна, поскольку неизвестность в некоторых сферах деятельности в туризме может привести к серьезным проблемам в дальнейшем.

Инвесторы остерегаются осуществлять вложения в туристскую сферу региона, за счет возможного возникновения финансовых рисков утери вложенных средств либо не получения полноценной отдачи, на которую идет расчет инвесторов. А за счет нестабильной и неполноценной нормативно-правовой базы возникает и страх правовых рисков, за счет принятия новых законодательных актов.

По результатам SWOT анализа области можно прийти к выводу, что регион имеет высокий социально-экономический потенциал. Однако на данный момент уделяется недостаточно внимания проблемам и потенциальным угрозам, что затормаживает развитие и реализацию конкурентных преимуществ региона.

Для оценки конкурентных преимуществ региона, возможно использовать «конкурентный ромб» М. Портера. Ромб включает в себя

следующие показатели: стратегию, структуру и соперничество, условия спроса, смежные и поддерживающие отрасли, факторные условия (рис. 2.9).

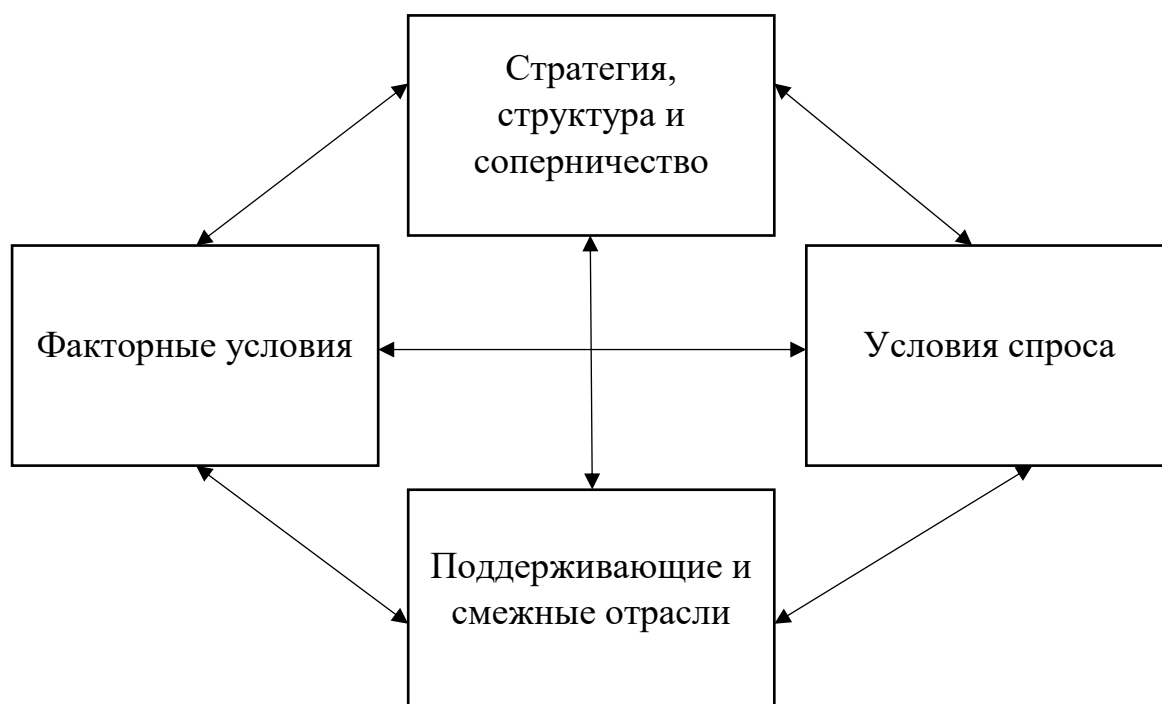


Рис. 2.9. «Конкурентный ромб» М. Портера

Стратегия, структура и соперничество. В сравнении со многими регионами России, Белгородская обладает уникальными туристскими ресурсами и событийными мероприятиями. Именно наличие обширных туристских ресурсов составляет основное превосходство области над другими. Всего, на территории расположено 2087 объектов, из которых в единый государственный реестр занесено 1229 объектов [10, 85 с.]. Помимо объектов, ежегодно проводятся фестивали, ярмарки и иные события, привлекающие посетителей. В 2017 году запланировано проведение 22 мероприятий, часть из которых уже реализована. Большинство из них уникальны, поскольку являются представлением культуры и самобытности Белгородчины. К таким мероприятиям относятся: «Маланья», «Узорный Хоровод», «Фомина Яишня».

Большую роль в анализе конкурентных преимуществ региональной экономики занимает правительство, поскольку является значимым, для

повышения уровня эффективности за счет улучшения транспортной инфраструктуры, связи, коммуникационных систем и т.д. Ответственным органом за развитие туризма в области является департамент экономического развития. В Белгородской области реализована долгосрочная программа «Развитие сельского туризма в области на 2011-2013 годы». В пределах данной программы осуществлялись следующие мероприятия: разработка проекта «Создание туристского комплекса «Под защитой крепостей», создание и развитие инфраструктуры сельского туризма, созданы новые рабочих мест в Грайворонском, Борисовском и иных районах (порядка 3000 мест), организован конкурс «Лучшая сельская усадьба года» [19].

Кроме того, заканчиваются сроки реализации долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма Белгородской области на 2013-2017 годы». В рамках этой программы осуществлено:

- модернизация и создание туристских объектов (сформированы электронные каталоги в музее-диораме, а также в музее-заповеднике «Прохоровское поле», создан электронный маршрут по аэропорту);

- модернизация и строительство объектов инфраструктуры (создан туристский кластер «Ключи», построена рекреационная зона «Зоопарковая зона «Яруга», отреставрирован туристский комплекс «Усадьба Юсуповых», усовершенствовано дорожное покрытие, открыт международный аэропорт);

- повышение квалификации кадров туристской индустрии (открыты направления переподготовки в сфере туризма в НИУ «БелГУ», БУКЭП; ведется набор бакалавров по направлениям: туризм, сервис, гостиничное дело);

- создан благоприятный имидж региона (распространены рекламные материалы о региональном туристском потенциале, размещены интернет-баннеры, доработан интернет-портал области, смонтированы видеосюжеты о Белгородской области, проведен конкурс «Лучший туристский объект года»).

Поддерживающие и родственные отрасли. Большое влияние на сферу туризма имеет гостиничная отрасль, сфера общественного питания, дорожные

сети, транспортная обеспеченность. Так, в регионе функционирует 130 гостиниц и аналогичных средств размещения, однако лишь около 30 из них пригодны для постоянного размещения туристов. Данная проблема возникает в связи с устаревшим номерным фондом, низким уровнем обслуживания, а также, при расположении гостиниц в районах – низкой доступности для посещений туристами.

Сфера общественного питания представлена достаточно большим количеством предприятий – 2529, к которым относятся: кафе, рестораны, бары, кофейни, сетевые рестораны, закусочные, столовые. Однако, с учетом последних тенденций, не все предприятия питания подготовлены к приему и обслуживанию туристов, поскольку не обновлено устаревшее кухонное оборудование, не усовершенствованы способы обслуживания клиентов и интерьеры. Так, наиболее привлекательными для посещения туристов могут быть рестораны быстрого питания (McDonald's, KFC и др.), рестораны при гостиницах («Белгород», «Континенталь» и др.), кофейни (Калипсо, Комод и т.д.), а также некоторые отдельные кафе и рестораны, которые способны удовлетворить потребности туристов.

Дорожное покрытие и протяженность в области признано одним из самых лучших. Наиболее благоустроенными являются дороги федерального значения, доля которых составляет 113 км. Из всей протяженности автодорог усовершенствованное покрытие пока лишь у 89,4%, что составляет 20142 км. Для туристов круглосуточно доступно несколько компаний такси, а также возможно использование общественного транспорта, маршруты которого позволят посетить все необходимые места.

Строительство международного аэропорта значительно увеличило объем пассажироперевозок, что позволило признать его одним из лучших региональных аэропортов России в 2014 году. Так, современный аэропорт позволяет совершать путешествия по разным направлениям, сократив время путешествия. В 2016 году обслужено 346469 пассажиров по внутренним и международным маршрутам. За счет прибытия иностранных туристов путем

авиаперелетов, возможно посещение ими территории области с познавательными и деловыми целями.

Состояние спроса. Туристский рынок Белгородской области в последние годы набирает обороты в связи с переориентацией туроператоров на внутренние рынки и привлечение туристов к посещению дестинаций внутри страны. Так, в 2016 г. доходы от туризма в ВРП составили 0,28%.

К Факторным условиям относятся: человеческие ресурсы, капитал, природные ресурсы. Человеческие ресурсы. Население области на конец 2016 года составило 1550,1 тыс. человек, а процент безработицы всего 4,1%, что является достаточно низким, в сравнении со средним по России. Кроме того, продолжает возрастать количество лиц с высшим образованием, что оказывает положительное влияние на большинство отраслей экономики. Так, регион на рынке квалифицированной рабочей силы обладает определенным конкурентным преимуществом.

Капитал. Рост ВРП по итогам 2016 года составил 8,3%, что является достаточно хорошим показателем в сравнении с других регионов, а именно: Тамбовская область – 6,9%, Рязанская область – 6,8%, Ивановская область – 1,3%, Курская область – 2,9%. То есть, среди регионов ЦФО, Белгородская область занимает одну из лидирующих позиций [52].

Природные ресурсы. Область располагается в умеренном климатическом поясе и характеризуется уникальностью геологических и физико-географических условиями, а также наличием значительных территорий разных природных ресурсов. Почвы представлены по большей части черноземами (77%) и серыми почвами (15%). Чернозем является одним из продуктивных почвообразующих пород. Земельные угодья составляют в области 2713,4 тыс. га. Белгородская область является достаточно обеспеченной минерально-сырьевыми ресурсами, так на территории региона находится 81% запасов железных руд Курской магнитной аномалии, что составляет 40% доли запасов России. Выявлены и разведаны месторождения апатитов, бокситов минеральных вод. Известны места проявления графита,

золота, редких металлов. Присутствуют предпосылки для выявления углеводного сырья, платины и иных полезных ископаемых.

Конкурентным преимуществом области является и выгодное географическое положение, поскольку ее территория находится в относительной близости к столице России, а также регион располагается на пересечении европейско-азиатских транспортных коридоров, что позволяет использовать дорожную инфраструктуру для транзита грузопотоков.

Так, Белгородская область располагает необходимыми ресурсами для обеспечения успешной реализации в сфере туризма: благоприятное географическое расположение, доступность природных объектов, достаточное количество человеческих ресурсов, а также числа квалифицированных научных кадров. Даже при рассмотренных конкурентных преимуществах области, ведущая роль в маркетинговой политике должна относиться к привлечению инвестиций в качестве основного стимула к улучшению сферы туризма, внедрению инноваций в создание туристских услуг и продуктов (Приложение 2).

На основании наличия на территории области археологических, военно-исторических, этнографических, архитектурных объектов, инфраструктуры туризма, стоит выделить наиболее перспективные виды въездного и внутреннего туризма:

- событийный туризм;
- деловой туризм;
- сельский туризм;
- детский туризм;
- военно-патриотический туризм.

Развитие в области событийного туризма основывается на организации ярмарок, фестивалей, праздничных мероприятий, которые направлены на сбор большого количества людей. Проведение таких событий отражает традиции, исторические даты, помогает выровнять достаточно нестабильную сезонную

посещаемость туристами и обеспечить возвращаемость посетителей.

На территории Белгородской области организуются различные событийные мероприятия. К ним относятся различные спортивные мероприятия, концерты, фестивали, праздники. Наиболее заметными являются:

- «Узорный хоровод» - фестиваль, посвященный народной культуре;
- «Маланья» - фестиваль промыслов области;
- «Стригуновское лукоморье» - фестиваль лука;
- «Русская каша» - кулинарный фестиваль;
- «Фомина яшняя» - кулинарное мероприятие;
- «БелМелФест» - международный фестиваль;
- «Третье ратное поле России» - историческая реконструкция;
- «Небосвод Белогорья» - аэрофестиваль.

Событийный туризм в области пользуется большим спросом среди населения, а также мероприятия, проводимые на территории региона, привлекают все больше посетителей из соседних областей. Ежегодно, событийные мероприятия посещаются все большим количеством людей, в том числе и молодежи. Этому способствуют реклама об этих мероприятиях, улучшение сопутствующей инфраструктуры, повышение интереса населения к внутреннему туризму.

Так, 6 мая 2017 года, порядка 7,5 тыс. человек приняли участие в мероприятии «Фомина яшняя», на котором был зафиксирован рекорд России по приготовлению самой большой яичницы. А «БелМелФест», посвященный теме мела и белого цвета, привлекает много молодежи, и в том числе детей. Для организации, привлекаются и иностранные гости, формируются событийные маршруты и т.д. Так, на двух днях «БелМелФеста» побывало более 15 тысяч человек, приняв участие в разных конкурсах.

Для запланированного фестиваля «Русская каша» уже сформирована программа на 4-6 августа 2017 года, а также составлен пресс-релиз. На

фестивале будет представлено более 50 видов каши, однако цена за одну порцию составит 31 рубль. Зарегистрировано более 100 участников, и планируется, что фестиваль посетят около 20 тыс. человек [19].

Социально-экономическое положение региона свидетельствует о достаточно устойчивых позициях области в развитии металлургии, сельского хозяйства, пищевой промышленности, производства строительных материалов, химической промышленности, которые обуславливают возможность развития делового туризма. В этом направлении предусматриваются деловые поездки, в том числе, поездки с целью посещения организаций. Основная цель в данном виде туризма является передовой опыт, получение отдельных знаний, развитие бизнеса в целом, а также создание доверительных отношений с клиентами и партнерами. Передовой опыт при этом представляет особую ценность, необходимую для развития регионов страны.

По данным Белгородстата на 1 февраля 2017 года, в регионе насчитывается 130 гостиниц и аналогичных средств размещения, а также 466 ресторанов. Вместимость конференц-залов и конгрессных залов составляет почти 5,7 тыс. мест. Однако, имеющиеся в области помещения, которые используются для организации деловых встреч и мероприятий лишь на 60% соответствуют европейским и международным требованиям. Кроме этого, есть еще ряд проблем в данной сфере, а именно: неразвитость бизнес-инфраструктуры, малое количество предоставляемых конгрессных услуг, отсутствие специализированного оборудования, проблема с парковкой транспорта в городе.

Сельский туризм в области является одним из наиболее перспективных направлений. Данный вид туризма основывается на создании агротуристических деревень, в которых посетителям предлагают услуги, знакомящие их с бытой и культурой. Однако, сельский туризм также является самостоятельным сектором сферы туризма, ориентирующийся на сочетание природных, культурных ресурсов с спецификой самобытности. Структура

расселения области показывает преобладающее число сельских поселений, которое составляет 265, в сравнении с количеством городских поселений – 25, и городских округов – 3. Однако, большая часть населения сосредоточена в городах и наблюдается постоянный рост городского населения (65,1% в 2000 г., 67,06% к 2016 году). В сельском туризме задействовано более 100 усадеб и гостевых домов с соответствующей атмосферой, которые привлекают регулярно посетителей, порядка 50 тыс. туристов ежегодно, в том числе и из-за рубежа. Кроме того, в области реализовывались программы и подпрограммы развития сельского туризма, что позволило обеспечить занятость доходов сельского населения и муниципальных образований области, а это привело к улучшению инфраструктуры в целом. Во время майских праздников 2017 года, практически 10 тыс. человек прибыло в область для посещения мест сельского туризма и отдыха в усадьбах [57].

Последнее время актуальным видом туризма становится детский, особенно в последние годы, когда на него обращено основное внимание государства. Формируются детские маршруты для посещений, создаются условия для безопасных путешествий детей и т.д. На территории области расположен 21 детский лагерь разной направленности и сезонности. Они принимают в основном на отдых детей в летний период времени. Ежегодно принимают лагеря порядка 7 тыс. человек за сезон. Кроме того, экскурсионные поездки школьников и студентов совершаются ежегодно с ознакомительными целями.

Последние годы замечен значительный интерес к военно-историческим памятникам, расположенным на территории области. Это выражено повышением внимания к патриотическому воспитанию граждан, непосредственно начиная с достаточно малого возраста. Так, в 2017 году, на майских праздниках, область посетило более 146 тыс. человек, что больше на 37%, чем в аналогичном периоде 2016 года. Из этого количества туристов, около 90 тыс. человек посетило область с целью посетить военно-патриотические памятники и музеи, которых на территории региона

достаточно много. Наиболее посещаемыми местами стали:

- парк «Победы», который посетило около 20 тыс. человек;
- Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление» - посетило более 10 тыс. человек;
- мемориальный комплекс «В честь героев Курской битвы» - посетило около 8 тыс. человек.

Однако есть ряд факторов, которые сдерживают развитие внутреннего и въездного туризма. К ним относятся:

- ориентация большего количества турфирм только на выездной туризм;
- недостаточная степень развития туристской инфраструктуры (отсутствие гостиничных цепей, предприятий быстрого питания, которые ориентированы блюда местной кухни) и сервиса;
- привлечение инвестиций в туристскую инфраструктуру;
- отсутствие единого справочника по региону с данными по истории области, достопримечательностям, статистике, развлечениям;
- необходимость создания рекламных мероприятий, направленных на освещение туристских возможностей области и формирование единой базы объектов туристской сферы;
- отсутствие согласованности в действиях предприятий и высокий уровень конкуренции на международном, межрегиональном уровнях;
- необходимость создания имиджа области на российском уровне, как туристской дестинации.

Проведенный анализ обеспечил появление возможности выделения благоприятных факторов внешней и внутренней среды:

- выгодное географическое положение;
- наличие большого количества природных ресурсов;
- наличие богатого исторического и культурного наследия области;
- развитая транспортная система;
- современный международный аэропорт.

Развитие туризма в области позволит обеспечить формирование туристского комплекса, который будет соответствовать международным требованиям к уровню инфраструктуры, сервисному обслуживанию, потребности граждан в туристских услугах, а также осуществление деятельности в туризме в качестве доходной экономической отрасли. Развитие туристского комплекса может стать источником ускорения экономического роста, что позволит повысить привлекательность области, как места делового сотрудничества, способствуя туристскому притоку, что обеспечит рост денежных поступлений в ВРП.

Таким образом, конкурентоспособность области выражается в наличии необходимых ресурсов для развития сферы туризма на внутреннем и на внешнем рынках. На уровне области последнее время выделяется много сил на развитие туризма: совершенствуется государственная политика, которая регулирует деятельность в туризме, затрагивая многочисленные ресурсы, памятники культуры и искусства, живописные природные районы, которые помогают развивать внутренний туризм и привлекать новых посетителей, как из России, так и из-за границы. Муниципальные органы власти принимают целевые программы, направленные на совершенствование туристской сферы в регионе, что позволит увеличить возможности Белгородской области стать привлекательным туристским центром.

3. Разработка направлений импортозамещения в региональном туризме

3.1. Развитие сферы туризма на основе равномерного использования туристских ресурсов

В целях развития туризма в Белгородской области и привлечения новых туристов, необходимо издание информационных материалов, содержащих данные об объектах региона, приспособленных для туристского показа.

Привлекательность региона для туристов определяется наличием как туристских ресурсов, так и объектов показа. Так, на территории области находится 2087 объектов. Однако, при наличии достаточно большого количества разноплановых объектов, их освещенность достаточно ограничена, в том числе и среди местного населения.

Так, возникает необходимо формирования реестра туристских объектов, расположенных на территории региона, что позволит в последствии создать каталог наиболее развитых и подготовленных для посещения мест, а также обеспечить упрощение формирования экскурсионных маршрутов как организациями, так и индивидуальными туристами. Кроме того, созданный каталог может быть использован в качестве рекламы региона, с целью привлечения большего количества туристов как внутри самого региона, гостей из соседних областей и иностранных посетителей.

Формирование реестра туристических объектов способствует развитию туризма в регионе. Сведения, которые содержатся в реестре, могут стать источниками информации о туристских объектах и их местонахождении при создании информационных систем и иных систем, которые могут использовать эту информацию. Так, реестр объектов смогут использовать туристские операторы и экскурсионные организации при формировании туров по региону и маршрутов. С помощью, содержащейся в нем информации, возможно выделить наиболее подходящие объекты по выбранной тематике, что упростит процесс формирования новой услуги.

Для формирования реестра необходимо классифицировать все

туристские ресурсы, что позволит в последствии создавать маршруты определенной направленности, например, по сельскому или военно-патриотическому туризму, либо маршруты по отдельным районам с наиболее интересными для туристов местами. Таким образом, стоит выделить следующие виды объектов:

- природные объекты (заказники, урочища, заповедники, пещеры, природные парки);
- экскурсионные объекты (краеведческие, художественные, историко-художественные, литературные музеи, памятники);
- археологические объекты (селища, городища, поселения, стоянки, места нахождения археологических объектов);
- этнографические объекты (сельские усадьбы, дома ремесленников, музеи и центры народного творчества, фестивали славянской культуры);
- памятники архитектуры и градостроительства (церкви, храмы, усадьбы, постройки);
- военно-исторические объекты (памятники, мемориальные комплексы, музеи);
- объекты сельского туризма (гостевые усадьбы, объекты развлечений, сельские усадьбы, музеи русско-народной тематики);
- объекты туристской инфраструктуры (средства размещения, предприятия общественного питания, объекты досуга, развлечения и отдыха).

Однако, для продвижения достопримечательностей Белгородской области среди потенциальных туристов, необходимо использовать наглядную информацию, с описанием и фотографиями объектов по выделенным группам. Лучшим вариантом для этого будет формирование каталога, по наиболее пригодным для посещения, туристским объектам, их описаниями и фотографиями (Приложение 3).

Туристский каталог является достаточно мощным средством рекламы, используемый в роли демонстрационного материала для потенциальных туристов. Целью каталога является выгодное представление туристских

ресурсов Белгородской области, с целью привлечения в регион не только местного населения, но и иностранных туристов. Каталог поможет ознакомиться с информацией об объектах, их местонахождении, выбрать подходящие для посещения места, подобрать возможное средство размещения и предприятия питания. Размещение данного каталога возможно в электронном виде на сайте муниципальных органов власти. В печатном виде распространение каталогов возможно на проводимых выставках, размещение в гостиницах, аэропорту, в информационных центрах, что повысит узнаваемость региона среди российских граждан.

Для наглядного представления расположения туристских объектов необходимо создание карт с выделенными группами туристских объектов, что позволит в упрощенной форме спроектировать возможный маршрут по видам объектов либо по районам. Туристские карты направлены на популяризацию сферы туризма, так как предназначаются для широкого круга туристов и служат путеводителем и справочным пособием для потенциальных посетителей, а также знакомства с районами Белгородской области и ориентирования на местности. Спроектированные карты позволят получить туристам сведения о размещении достопримечательностей и о системе обслуживания. Однако, формирование карт заключается не только в создании наглядного пособия, но и в рекламном обеспечении сферы туризма Белгородской области.

Для региона предпочтительно использование карт обзорного типа, которые позволят ознакомиться с регионом, выбрать места посещения и построить маршрут путешествия. Также, стоит использовать такие формы туристских карт: складные, карты в каталоге, интернет-карты. Выбранные формы поспособствуют наилучшему ознакомлению туристов с представленными на территории региона туристскими объектами.

Первая группа туристских объектов – природные. Регион обладает достаточно большим количеством природных объектов, которые могут заинтересовать туристов и экскурсантов, привлекая к посещениям. На конец

2016 года, на территории Белгородской области находилось 315 ООПТ, из которых 1 государственный природный заповедник, 107 памятников природы, 129 заказников и 78 иных ООПТ. Общая площадь всех ООПТ, расположенных на территории региона – 300540,3 га. Большая часть этой территории занята заказниками, которые занимают 261320,7 га (рис. 3.1).

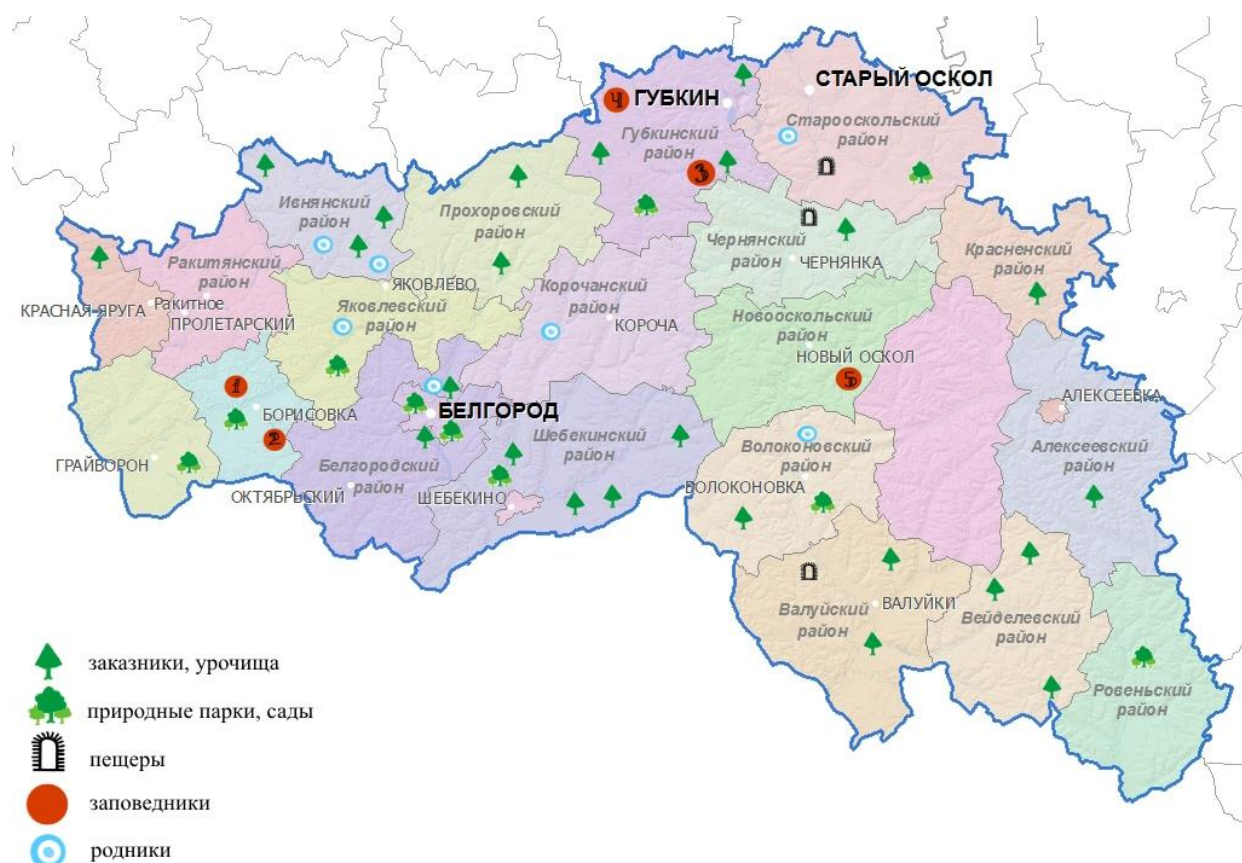


Рис. 3.1. Расположение природных объектов туризма

Наибольшее скопление природных объектов региона располагается в районах, и в том числе в Шебекинском районе, Белгородском районе, Вейделевском районе. Особой популярностью пользуются: урочище «Монастырский лес», урочище «Сосновка» в Белгородском районе, заказник «Бекарюковский бор» в Шебекинском районе. На территории г. Белгорода располагаются незначительные объекты, однако их инфраструктура хорошо проработана, однако некоторые из них закрыты для посещения либо запись делается заранее, что отрицательно сказывается на интересе туристов к данным местам. Наиболее привлекательным является заповедник

«Белогорье», состоящий из 5 частей, расположенных в разных районах.

На территории региона находится всего 3 пещеры, составляющие интерес для туристов: монастырские пещеры в Валуйском районе, холкинские пещеры в Чернянском районе, шмаренская пещера в Старооскольском районе.

Столь большое количество природных объектов позволит сформировать маршруты лишь по районам либо по определенным местам, которые составляют интерес, выраженный в необходимости посетить определенный заказник или урочище.

Следующая выделенная группа объектов – экскурсионные. На территории области находится большое количество музеев и памятников, представляющих интерес для туристов. Наиболее посещаемые находятся в г. Белгороде, к ним относятся: Белгородский государственный историко-краеведческий музей, Белгородский государственный художественный музей (рис. 3.2).

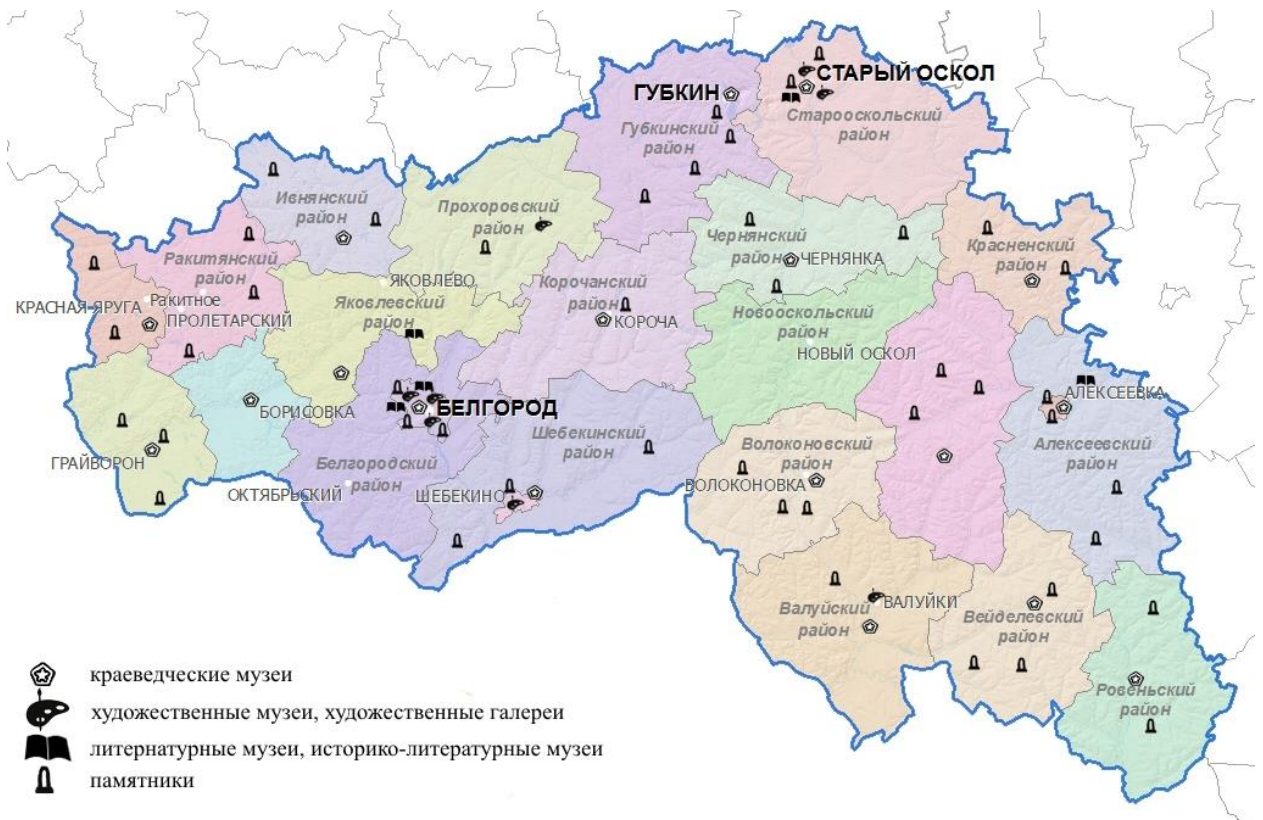


Рис. 3.2. Расположение экскурсионных объектов туризма

Эти музеи достаточно оборудованы для постоянных посещений, и кроме того, обладают достаточным количеством экскурсоводов, которые регулярно проводят экскурсии для школьников и студентов, а также за плату осуществляют обслуживание групп. Практически в каждом районе имеются краеведческие музеи, доступные для посещений, однако они редко привлекают достаточное внимание к себе. Большинство из них слабо оборудованы для приема больших групп, что соответственно отрицательно сказывается на возможных посещениях туристами.

В части районов находятся историко-художественные музеи. К ним относятся: Шебекинский историко-художественный музей, Старооскольский художественный музей, Валуйский историко-художественный музей, привлекая туристов, однако в меньших количествах, чем Белгородский музей.

Помимо музеев, регион располагает множеством памятников. Однако они не все для посещений туристами: не имеют дорожек и сопутствующей инфраструктуры, что соответственно делает такие места достаточно непривлекательными. Из наиболее популярных и часто посещаемых являются памятник «Князь Владимир», оборудованный большой площадкой с наличием скамеек и клумб, Колокол «Единения», обустроенный для посещений и имеющий ровные дорожки, не затрудняющие прохода к достопримечательности, памятник покровителю святого Белогорья Святителю Иосафу Епископу Белгородскому, расположенный в центре города и возле него обустроенный необходимой инфраструктурой, способствующей посещению и т.д.

Основные экскурсионные объекты располагаются на территории г. Белгорода, г. Старого Оскола, г. Нового Оскола. Кроме того, непосредственно музеи на этих территориях привлекают большее количество посетителей, а также являются более подготовленными к приему туристов и проведению экскурсий. Как следствие, возможен выбор наиболее привлекательных экскурсионных объектов для самостоятельного посещения.

Далее следуют археологические объекты региона. На территории

районов, которые реставрировались и подготовлены для туристских посещений. Наибольшее количество усадеб приходится на Грайворонский район. К ним относятся: усадьба «Бережка», усадьба «Лебедка», усадьба «Такушка» и т.д.

Уникальная культура области сохранилась и в предметах быта, которые представлены в музеях и центрах народного творчества. Наиболее посещаемым является Белгородский государственный музей народного творчества, в котором содержатся экспонаты, отображающие культуру и быт людей, проживавших на территории региона с древних времен (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Расположение этнографических объектов

Фестивали славянской культуры являются достаточно привлекательными в данное время, за счет повысившегося интереса к культуре своего региона и страны в целом. За счет чего, известные фестивали привлекают ежегодно большее количество людей. К наиболее популярным среди соседних областей и местного населения являются: «Хотмыжская осень», «Белгородская слобода», «Крещенские морозы», «Славянский круг».

Большое значение имеют и объекты архитектуры и градостроительства в регионе. Белгородская область долгое время являлась духовным центром России и на сегодняшний день многое напоминает о истории городских храмов. На территории региона сохранилось множество уникальных храмов и церквей, сохранивших по большей части свой первоначальный вид и привлекающие туристов, прибывающих в паломнических целях. В основном, посещаются церкви и храмы г. Белгорода, такие как Смоленский собор, Успенско-Николаевский собор, Крестовоздвиженский храм, в районах же они церкви посещаются реже (рис. 3.5).

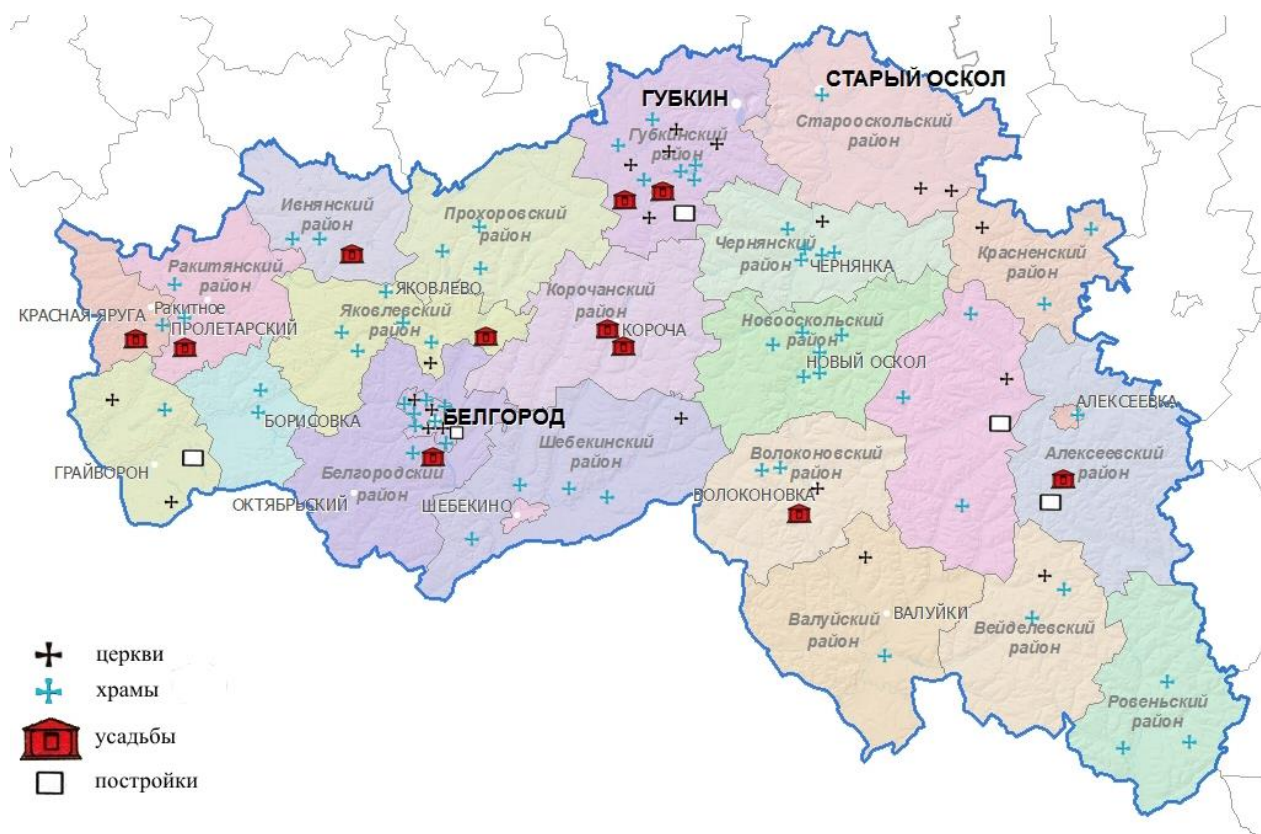


Рис. 3.5. Расположение памятников архитектуры и градостроительства

Помимо храмов и церквей, к памятникам архитектуры относятся усадьбы, сохранившие свой вид и реставрированные. Чаще всего туристы региона посещают наиболее известные усадьбы, и в их числе усадьба Юсуповых «Слобода Ракитная».

Также, отдельные постройки пользуются интересом у туристов и

туроператоров при формировании тура. Так, особый интерес представляет Круглое здание в Грайворонском районе, поскольку является необычной постройкой, с необычным внутренним содержанием.

Столь обширная карта церквей и храмов позволит формировать маршруты или туры паломнической направленности, с посещением наиболее известных архитектурных строений. Большое количество церквей и храмов, которые находятся на территории г. Белгорода возможно объединить в единый пеший маршрут длительностью 5-6 часов, с освещением как внутреннего наполнения, так и архитектурной составляющей.

Военно-исторические объекты региона всегда пользовались большим спросом, за счет столь большой значимости территории. На территории региона находится весьма много военно-исторических объектов, однако большинство из них, расположенных в районах, не обладают хорошо оборудованной площадкой, направленной на посещение туристами места. Что приводит к слабой осведомленности с большинством из достопримечательностей (рис. 3.6).

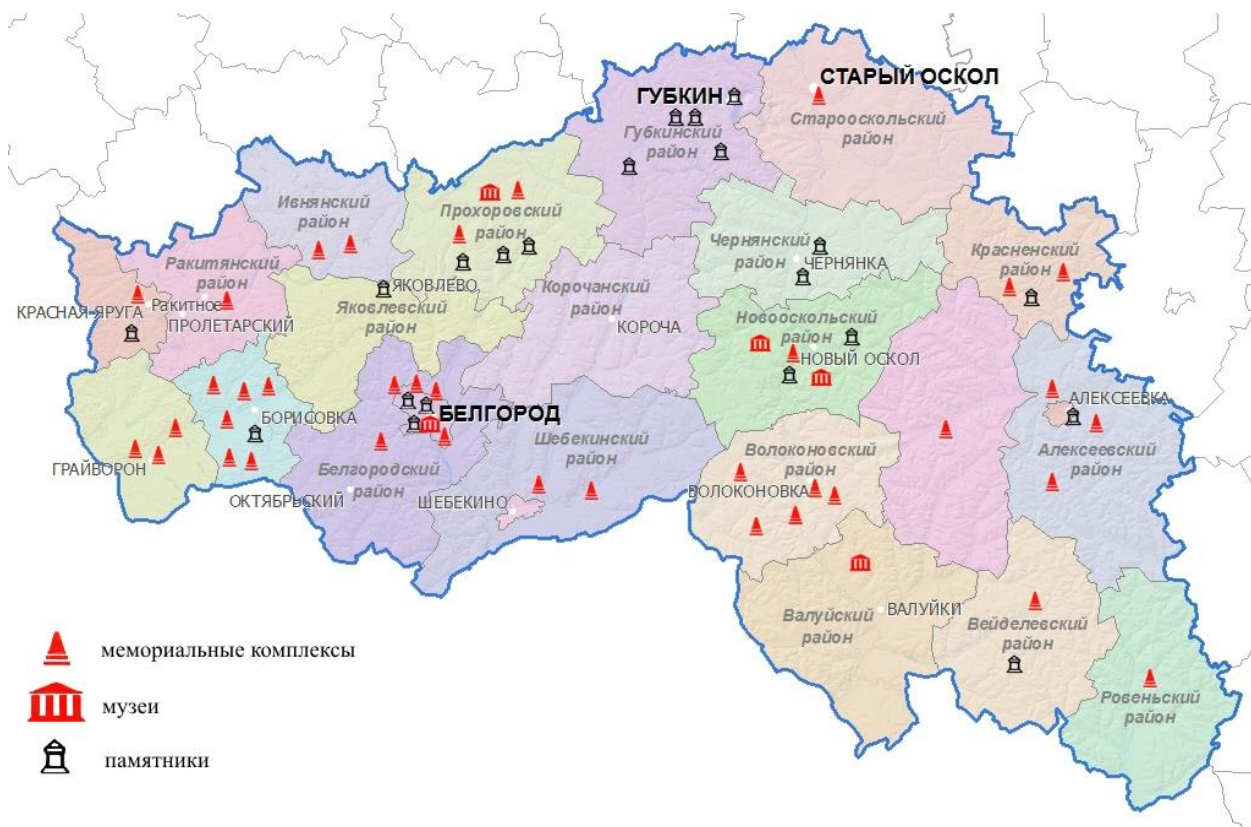


Рис. 3.6. Расположение военно-исторических объектов

К наиболее посещаемым мемориальным комплексам относятся: Братская могила борцов за советскую власть, и воинов, павших в борьбе с фашистскими захватчиками, Памятная стела в честь награждения г. Белгорода орденом Отечественной войны, Скульптурная композиция «Победа» в Белгороде, Мемориальный комплекс «Курская битва», Мемориал: братская могила советских воинов, погибших в боях с фашистскими захватчиками. Особенно часто посещают туристы регион во время майских праздников, почтить память погибших и посетить боевой славы. Наиболее посещаемые места – государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», мемориальный комплекс «Прохоровское поле» и другие.

За счет большого количества сельских поселений в регионе, отдельная роль отводится объектам сельского туризма. Большое значение последние годы уделялось развитию сельского туризма, в том числе, была реализована целевая программа «Развитие сельского туризма на 2011-2013 годы», в рамках которой были реализованы мероприятия, направленные на развитие сельского туризма, а именно развитие и создание инфраструктуры сельского туризма, финансовая поддержка субъектов сельского туризма, информационная поддержка субъектов, рекламное продвижение турпродукта. Так, были подготовлены некоторые гостевые и сельские усадьбы для приема большого количества туристов.

Долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в области 2013-2017 годы» устанавливает также ряд мероприятий по развитию сельского туризма в качестве одного из перспективных видов внутреннего туризма на территории. Продолжается совершенствование инфраструктуры сельского туризма, проводятся консультации, обучающие курсы, тренинги и обеспечение необходимой литературой для управленцев и

владельцев сельских усадеб. Поскольку, область обладает множеством факторов, способствующих развитию сельского туризма, это программа оказала позитивное влияние на развитие внутреннего и въездного туризма, привлекая посетителей для отдыха и участия в мастер-классах (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Расположение объектов сельского туризма

За счет большого количества усадеб, расположенных в Грайворонском районе, возможно посещение непосредственно данного муниципального образования в качестве основного, что позволит рассмотреть интересные места и экскурсионные усадьбы, а также посетить музеи народной тематики. Кроме того, возможно посещение Прохоровского района, в качестве экскурсионного с целью изучения находящихся на его территории объектов.

Большая роль отводится при развитии сферы туризма объектам инфраструктуры. На территории области находится 130 гостиниц и аналогичных средств размещения, однако лишь малая их часть соответствует европейским стандартам и приспособлена для приема иностранных туристов на длительное время, а не с кратковременными поездками.

Кроме того, большинство гостиниц расположена в наиболее развитых районах, т.е. в г. Белгороде, Белгородском районе, Прохоровском районе, Грайворонском районе. То есть, обеспечить размещение туристов возможно далеко не во всех районах области, а лишь в некоторых, таким образом требуется формирование дополнительной инфраструктуры.

Помимо гостиниц, большое значение имеют и предприятия общепита. На территории региона располагается более 2000 предприятий общественного питания, однако далеко не все из них будут уместными для туристов. Необходимо формирование небольших цепочек предприятий общественного питания с не особо большим средним чеком, чтобы привлекать посетителей и туристов по большинству (рис. 3.8).

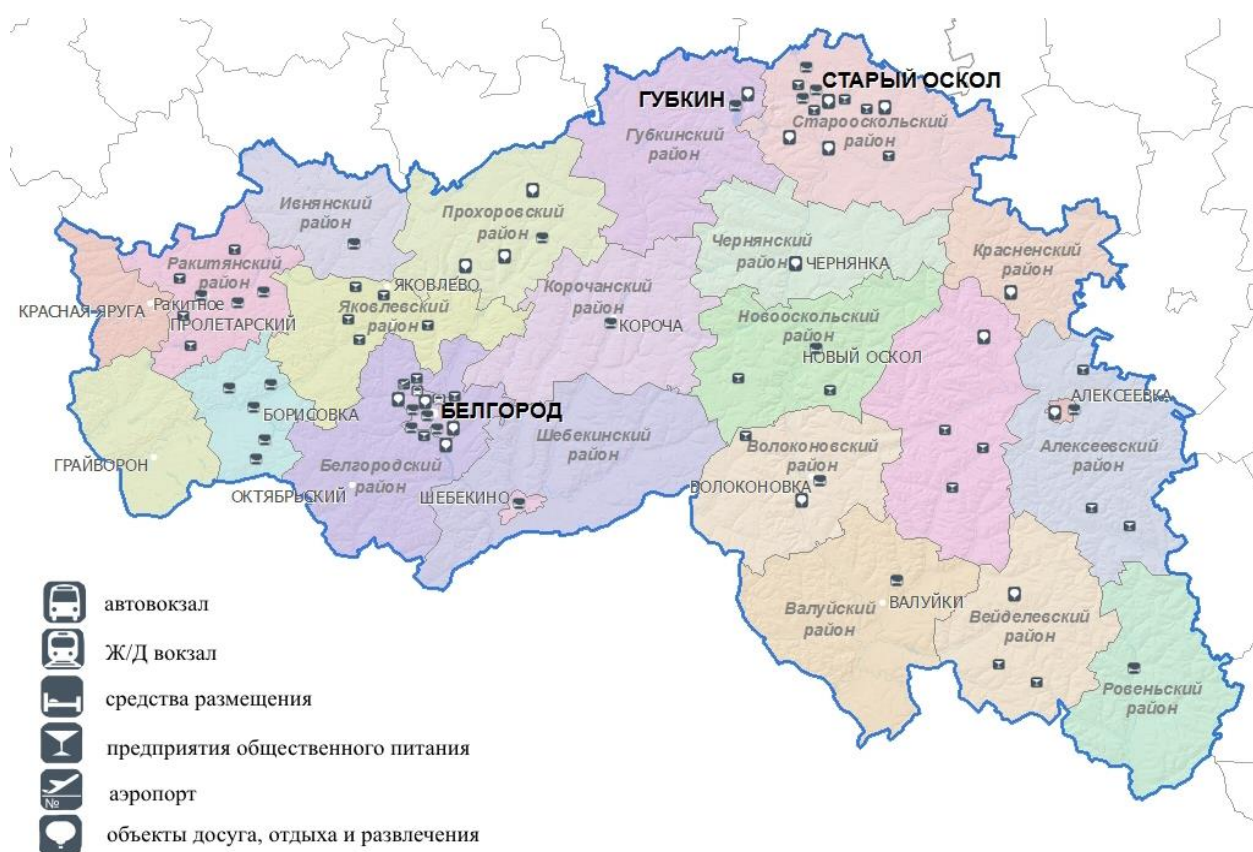


Рис. 3.8. Расположение объектов туристской инфраструктуры

Также, важны и объекты досуга, которых достаточно в области, и к ним относится зоопарк, драматический театр им. М.С. Щепкина, государственная

филармония и ряд других, где смогут провести время туристы. Однако, освещённость данных объектов достаточно низкая.

В процессе создания реестра выделено несколько участков концентрации туристских объектов с точки зрения туристской привлекательности:

– максимальная концентрация туристских объектов (г. Белгород – экскурсионные, природные, военно-патриотические объекты, памятники архитектуры, объекты инфраструктуры).

– средняя концентрация объектов (Прохоровский район – памятники архитектуры, военно-патриотические объекты, экскурсионные объекты; Белгородский район – археологические, природные объекты, объекты сельского туризма; Грайворонский и Борисовский районы – объекты инфраструктуры, археологические и природные объекты, объекты сельского туризма;

– малая концентрация объектов (остальные районы, поскольку не располагают достаточным количеством туристских ресурсов для развития туристской отрасли).

Таким образом, территория располагает большим количеством объектов туристского показа, которые могут заинтересовать туристов разной направленности, а также многие из этих объектов могут стать частью экскурсионной программы или для индивидуального изучения. Разработка единого реестра объектов туристской отрасли поспособствует упрощению индивидуального изучения для каждого туриста, также поможет в формировании маршрута или тура при посещении территории области. Однако, для расширения реестра, необходимо совершенствование инфраструктуры объектов сферы туризма, что поспособствует увеличению туристского потока и посещаемости в целом.

3.2. Развитие отдельных видов туризма в регионе

Проанализировав состояние и перспективы туристской отрасли в регионе, можно отметить, что Белгородская область располагает необходимыми предпосылками для развития въездного и внутреннего туризма. Разнообразие расположенных на территории туристских ресурсов может поспособствовать развитию практически любого вида туризма на территории региона. На сегодняшний день, вклад туристской сферы в социально-экономическое развитие области незначителен. Поэтому, определение перспективных направлений является важной задачей.

Наиболее перспективными видами туризма являются:

- событийный туризм;
- деловой туризм;
- сельский туризм;
- детский туризм;
- военно-патриотический туризм.

С учетом выделенных объектов, предназначенных для включения в реестр и внесения в каталог, стоит выделить из них некоторые виды, на основе которых возможна разработка маршрутов для посещения и ознакомления туристов с наиболее интересными объектами. Это поспособствует развитию отдельных видов туризма, как наиболее перспективных, и как следствие, привлечет новых туристов, чей интерес будет направлен на внутренние объекты, а не на выездной туризм. Видами туризма, для которых возможна разработка наиболее привлекательных маршрутов на данный момент являются: военно-патриотический, сельский и детский туризм.

По сельскому туризму возможно формирование маршрута по Грайворонскому району, на территории которого расположено множество усадеб как экскурсионной, так и гостевые усадьбы. Непосредственно этот район может стать отличной базой для развития полноценно экскурсионных маршрутов по усадьбам. Кроме Грайворонского района, возможно развитие данного направление в Прохоровском районе. Однако, развитие в

Прохоровском районе военно-патриотического туризма будет актуальнее за счет находящихся на его территории объектов.

Так возможно формирование экскурсионного маршрута, который включает в себя путешествие на один день по Грайворонскому району, в которое войдет посещение нескольких усадеб, а также участие в российском фестивале народной культуры «Узорный хоровод – Белгородская слобода». Фестиваль направлен на привлечение почитателей славянской культуры, которая проявляется в сохранившихся традициях. Посетителям мероприятия продемонстрируются некоторые хороводные фигуры. Фестиваль запланирован на 10-11 сентября 2017 года, что позволит туристам посетить 8-9 сентября разработанный маршрут и задержаться в регионе для участия в фестивале. Отдых в усадьбах позволит посетителям или жителям соседних районов отдохнуть от городской суеты, познакомиться с новыми для себя местами.

Таким образом, маршрут получается кольцевым, с возвращением в исходную точку, находящуюся в г. Белгороде, или же он будет линейным, в случае, если будет начат непосредственно в Грайворонском районе с первой точки посещения (рис. 3.9).

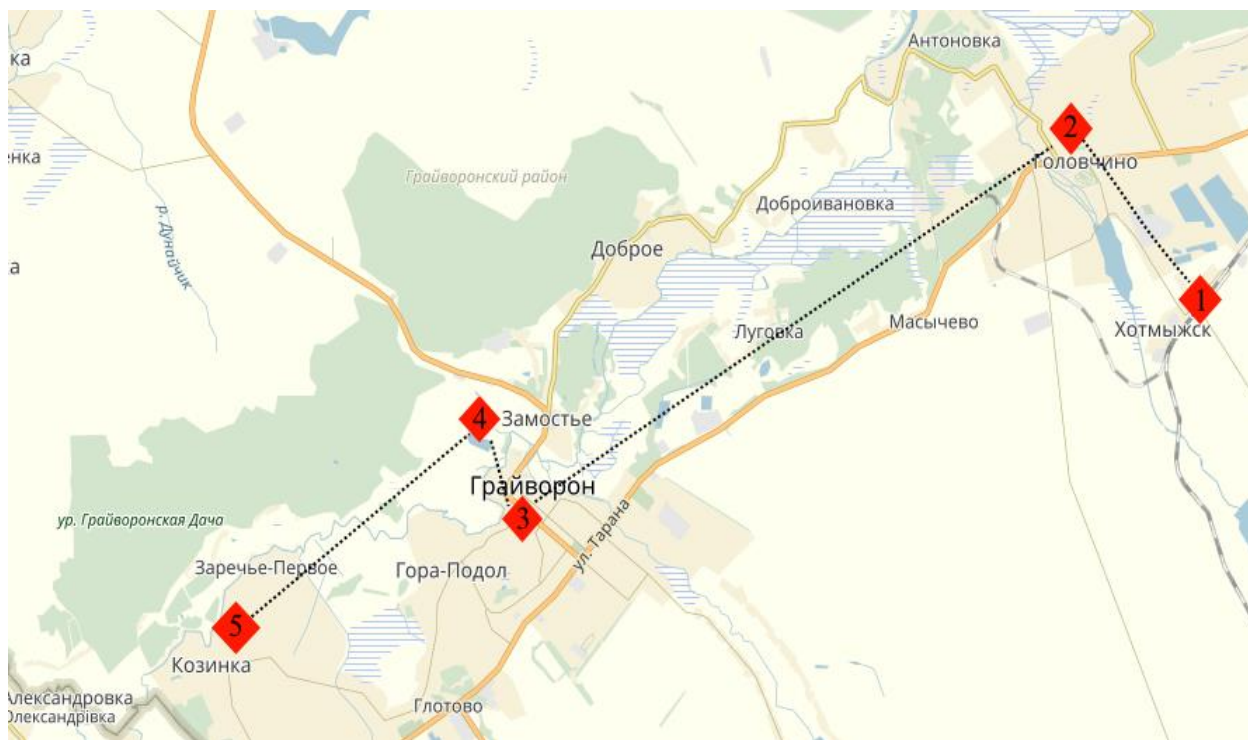


Рис. 3.9. Маршрут по Грайворонскому району (сельский туризм)

Так будет выглядеть программа для маршрута по достопримечательностям сельского туризма:

9:30 – отправление на экскурсию в Грайворонский район, в с. Головчино.

10:50 – посещение усадьбы «Воробьиное гнездо» с экскурсионным маршрутом. Данная усадьба интересна для людей, которые любят компании и много детей, прикладное творчество.

12:00 – проезд к усадьбе «Виноградье» в селе Хотмыжск. Достопримечательностью усадьбы является виноградный сад, в котором представлено свыше 200 видов винограда (виноградной лозы). На экскурсии по усадьбе туристы смогут узнать, как ухаживать за лозой, как собирать урожай, как заготовить виноград на зиму. Возможна дегустация плодов, напитков, вин.

13:30 – обед.

14:00 – отправка в Грайворон и посещение усадьбы «Птичий рай». Усадьба находится в центре Грайворона и прославилась своим разнообразием

необычных птиц и ярких цветов. Посетителям расскажут об уходе за птицами и об их основных особенностях.

15:00 – посещение озера «Любви» (ТК «Лесной хутор на Гранях»). Озеро является красивейшим местом Грайворонского района и охраняется государством в качестве памятника природы. Располагает уникальными растениями и необычным происхождением. Прекрасное место для отдыха местных жителей и посетителей.

15:30 – отправление в с. Козинка и посещение усадьбы «Крестьянское подворье на Ворскле». На усадьбе туристы смогут отведать блюда, приготовленные в печи, познакомиться с народными промыслами и фольклором, заняться сбором лечебных трав. При желании, в усадьбе могут останавливаться до 6 человек на проживание и отдых от городского образа жизни.

17:30 – отправление в Белгород.

Возможен трансфер до какой-либо гостевой усадьбы, при желании туриста или туристов задержаться в регионе, принять участие в фестивале и уделить больше времени для ознакомления с особенностями района. В таком случае, возможен выбор из тех усадеб, что расположены в районе. К ним относятся:

– усадьба «У Прокопа» – усадьба, принимавшая участие в проекте «Сельский туризм», предоставляет услуги по размещению, а также русскую баню, водоем для ловли рыбы, меню из натуральных продуктов;

– усадьба «У Галушки» – проживание допускается до 8 человек. Для них построен отдельный дом с верандой и летним душем, а также экскурсионное обслуживание и питание. Рядом находится пруд для ловли рыбы, луг с выпасом домашних животных и птиц;

– усадьба «Крестьянское подворье на Ворскле» – является последним пунктом на маршруте и может сразу принять желающих туристов. Проживание допускается до 6 человек. В доме находится русская печь, представляющая наибольший интерес для посетителей. Возможно посещение

бани, сеновала, луга.

За счет участия в фестивале, посетители смогут изучить новую для себя народную культуру, ознакомиться с необычными местами и уникальными ремеслами, что поспособствует формированию хорошего имиджа территории. Маршрут направлен на создание положительных эмоций и желание туристов вернуться еще раз на территорию региона, с целью посещения событийных мероприятий, познания новых мест и т.д.

В перспективе, возможно развитие маршрутов по сельским усадьбам и создание новых, если данный маршрут будет пользоваться достаточным спросом и привлекать новых посетителей, как из районов области, так и со субъектов туристской деятельности России. Для жителей России маршруты по сельским местностям не являются слишком привлекательными и сейчас их предпочитает достаточно малое количество людей. Однако, последние годы спрос на данный вид туризма увеличивается, что позволяет его наиболее успешно развивать и совершенствовать инфраструктуру.

В связи с повышением патриотического воспитания и увеличивающегося интереса к военному прошлому России, разработка маршрута по военно-историческим местам региона актуальна на данный момент. На территории каждого района находятся военно-исторические объекты, однако с единичными объектами население практически не знакомо. Наибольшее скопление объектов данного вида расположены в Прохоровском, Грайворонском, Старооскольском районах, а также в г. Белгороде. Особой популярностью пользуются достопримечательности, расположенные на территории Прохоровского района. Посещение значимых военно-исторических объектов возможно организовать в несколько дней, либо сформировать два маршрута, один из которых будет пешим по г. Белгороду, а второй по Прохоровскому району. Так, первый день возможно уделить посещению объектов по г. Белгороду, а второй – экскурсии в Прохоровский район.

Маршрут первого дня будет линейным и займет достаточно малое

количество времени для прохода по нему и ознакомлению с этими достопримечательностями в сопровождении с экскурсоводом (рис. 3.10).

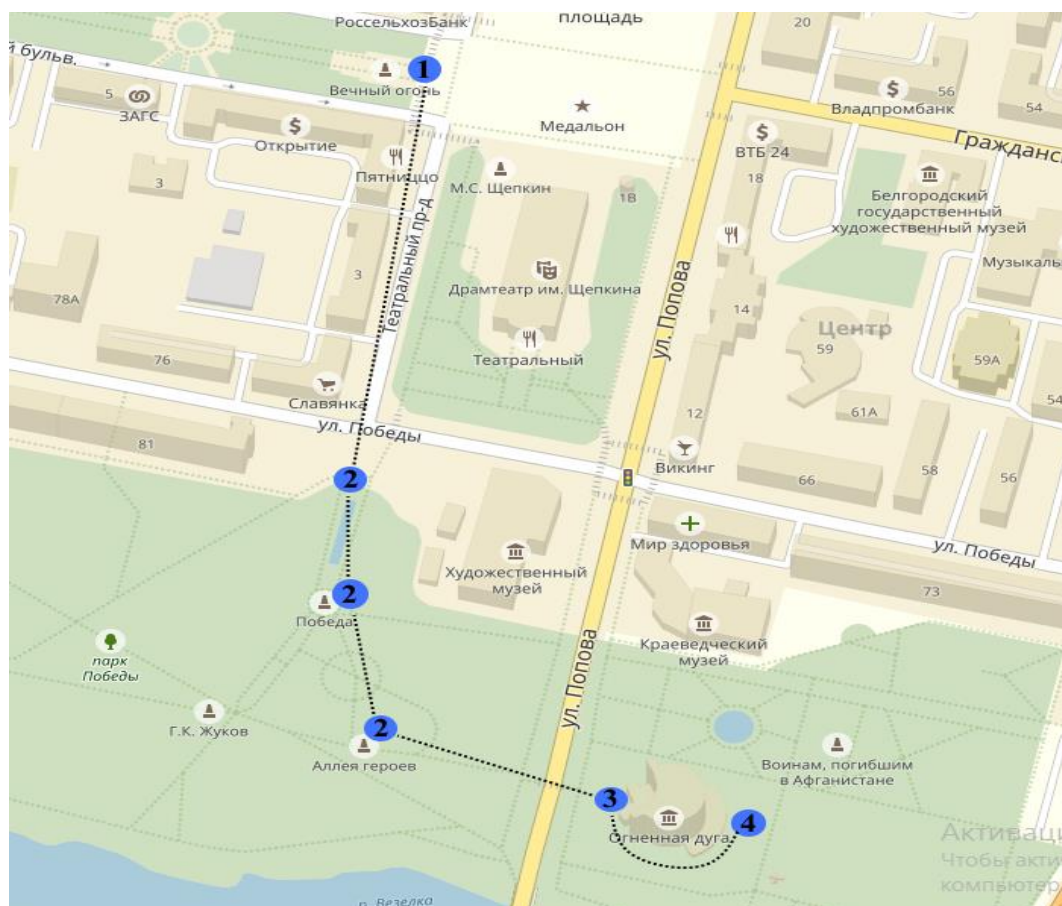


Рис. 3.10. Маршрут первого дня по г. Белгороду
(военно-патриотический туризм)

В первый день предлагается маршрут:

9:30 – посещение братской могилы борцов за советскую власть и воинов, павших в борьбе с фашистскими захватчиками. Мемориальный комплекс – братская могила, погибшим воинам и борцам в 1918-1919 годах и в 1941-1943 годах. Над мемориалом находится композиция «Скорбящая мать». У подножия композиции находится Вечный огонь. А мемориал открывают две стелы с фигурами рабочего и воина, которые склонили знамена в знак скорби.

10:15 – проход к памятной стеле в честь награждения города орденом Отечественной войны. За стойкость и мужество, которые проявили жители в

годы войны, а также за успехи в культурной жизни, Белгород был награжден орденом.

10:30 – посещение мемориального комплекса, в который входят: скульптурная композиция «Победа», бюст маршалу Жукову Г.К., аллея Героев.

11:00 – экскурсия в Белгородский государственный историко-художественный музей-диораму «Курская битва. Белгородское направление». Музей является самым посещаемым в Белгородской области, а также это самая крупная диорама в России. В основе замысла положено сражение под Прохоровкой. Победа в этом сражении стала переломным моментом в Курской битве.

12:30 – осмотр экспозиции военной техники возле музея. На смотровой площадке установлена техника, принятая в 1943 году на вооружение.

Однако, возможно и самостоятельное посещение выделенных объектов, но для этого необходимо заранее ознакомиться с их историей и происхождением, что будет необходимо для создания полноценной картины о них.

Во второй день планируется посетить такие достопримечательности:

9:00 – отправление на экскурсию в Прохоровский район.

11:00 – посещение колокола «Единение». Колокол является символом единения трех славянских народов (России, Беларуси, Украины).

12:00 – посещение государственного военно-исторического музея-заповедника «Прохоровское поле». Музей создан в память о Прохоровском сражении, одном из крупнейших сражений Великой Отечественной войны. На территории заповедника находится Звонница, музей танкового сражения, композиция скульптур «Воинам, павшим на Прохоровском поле», военная техника, библиотека, культурно-исторический центр, а также иные малозаметные памятники.

14:15 – посещение мемориального комплекса «Прохоровское поле». Мемориал посвящен боям, произошедшим на Курской дуге. На территории данного комплекса находится могила неизвестного солдата. А также вечный огонь и скульптура летящих журавлей.

15:30 – обед в кафе «Блиндаж».

16:40 – возвращение в Белгород.

Маршрут по второму дню получается кольцевым, с возвращением в Белгород. Достаточно малое количество объектов запланировано к посещению по данному маршруту, однако выделенные объекты весьма емкие, что способствует более глубокому освещению некоторых деталей и фактов (рис. 3.11).

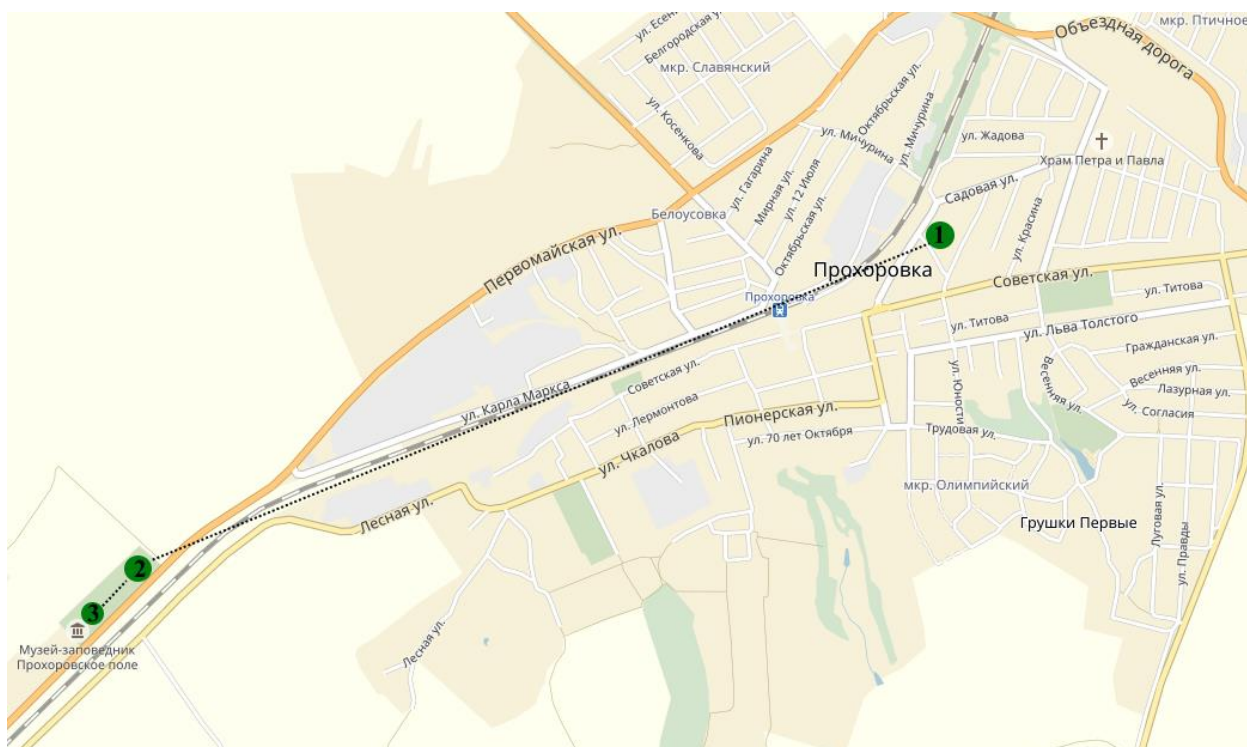


Рис. 3.11. Маршрут второго дня по Прохоровскому району
(военно-патриотический туризм)

Данные маршруты достаточно удобны для посещения наиболее значимых военно-исторических объектов области. Если такой тур или отдельные маршруты будут пользоваться спросом в течение года или в сезонном порядке, возможна разработка иных маршрутов с задействованием

большого количества достопримечательностей, расположенных в других районах. Однако, потребуется выделять лишь те места, что удобно расположены и достаточно оборудованы для посещения группами туристов. За счет высокой концентрации военно-исторических объектов, возможно формирование маршрутов или туров как по отдельным районам, так и по наиболее популярным и важным местам. Кроме того, проведение экскурсий по военно-историческим объектам возможно в период майских праздников, когда к ним проявляется наибольшее внимание. Так, туристы смогут не только посетить и ознакомиться с военными историями, но и проникнуться атмосферой победы, а также задержаться подольше на территории региона, что в результате приведет к получения положительного мнения о регионе, а кроме того, может поспособствовать увеличению турпотока, за счет «сарафанного радио» и возвращения туристов снова.

Детский туризм является одним из массовых видов туризма, выполняя воспитательную, образовательную, оздоровительную и иные социально важные функции. Детский туризм набирает наибольшую актуальность в последнее время и ему уделяется достаточное внимание, за счет чего, развитие данного вида туризма в регионе достаточно перспективно, для воспитания должного интереса к достопримечательностям разного плана среди детей разных возрастов. Так, возможно посещение любого района с определенной экскурсией, направленной на расширение кругозора детей о регионе.

Так, для начала, возможна разработка маршрута по Борисовскому району, с остановкой в Яковлевском.

Программа экскурсионного маршрута:

9:30 – отправление из г. Белгорода;

10:30 – посещение «Сырного дома» в п. Томаровка. Музей достаточно необычен своим видом и тематикой, чем может привлечь внимание школьников и заинтересовать их. Музей выполнен в виде русской избы, на стенах фотографии и картины, на которых изображено производство сыра в разные периоды.

12:00 – посещение фабрики керамики. Борисовская керамика пользуется спросом по всей России, как производитель толстостенной керамики. Керамика завода славится своей прочностью и долговечностью. В производстве используются экологически-чистые материалы. Экскурсанты смогут ознакомиться с процессом изготовления и запекания посуды, возможно примут участие в создании изделий.

13:30 – посещение дома ремесел. Экскурсанты смогут ознакомиться с работами мастеров области и Борисовского района, посетить сувенирную лавку. Во время проведения экскурсии, проводится игровая программа, которая основывается на старинных народных играх. Победители смогут получить призы, изготовленные руками мастера. Также возможно посещение мастер-классов по изготовлению глиняных сувениров.

15:00 – возвращение в г. Белгород.

Данный маршрут будет не слишком утомителен для детей, а также сможет завлечь их и заинтересовать (рис. 3.12).

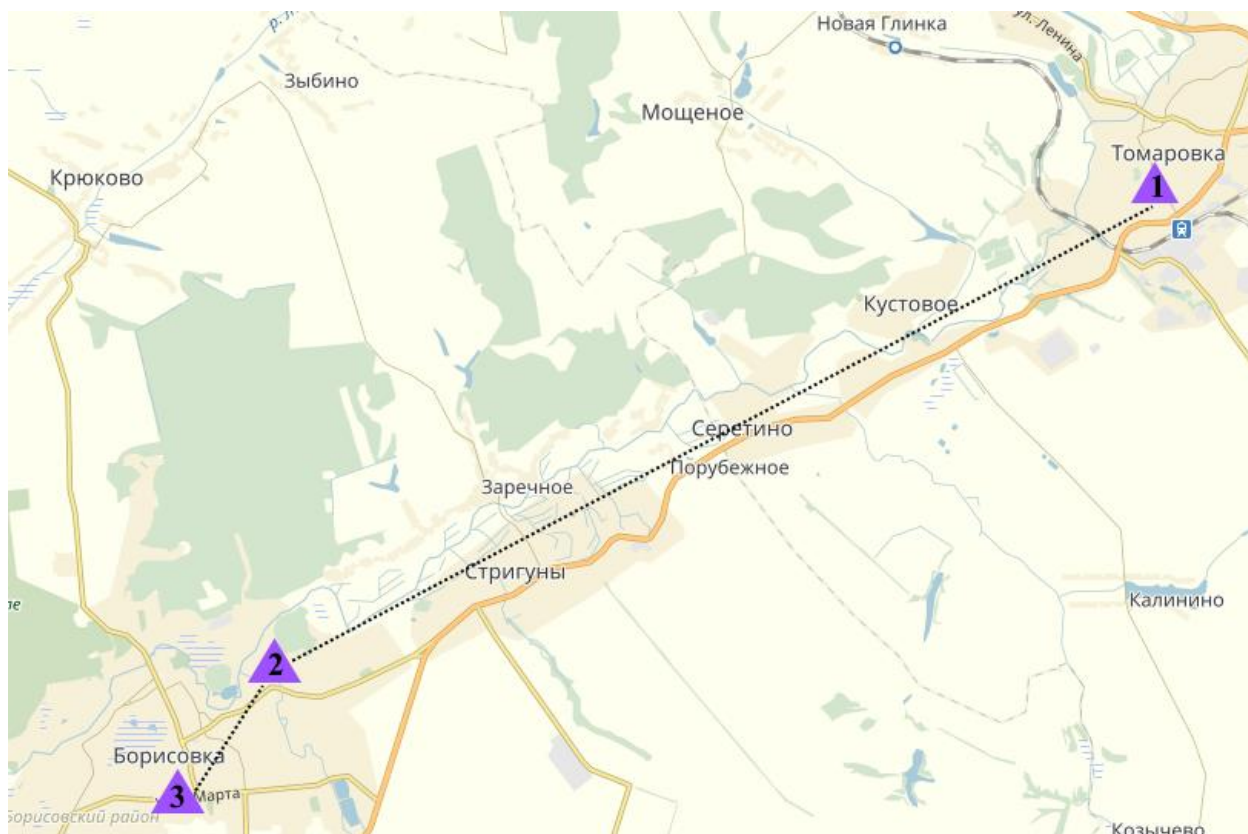


Рис. 3.12. Маршрут по Борисовскому району (детский туризм)

Основными отличиями маршрута от экскурсионного являются:

- возрастная категория (посетители школьного возраста);
- организованная группа школьников с руководителем или руководителями, которые несут ответственность за здоровье детей;
- туры направлены на развитие детей и обучение.

Участие в мастер-классах способствует их сосредоточенности на деле и способствует запоминанию новой необычной информации, предоставленной следующим образом, а также, сможет заинтересовать в дальнейших маршрутах подобного типа по другим районам или территориям, за счет заинтересованности в таком времяпрепровождении.

При большом спросе на подобный маршрут, возможно формирование дополнительных, направленных на расширение кругозора школьников и увеличению интереса к своему региону проживания.

Таким образом, разработка данных маршрутов и их реализация будет направлена на развитие внутреннего и въездного туризма в регионе, а именно трех выделенных видов: военно-патриотического, детского и сельского. Так, возможно направление туристов, которые ранее предпочитали выезд в другие страны, на местные направления в качестве основных и приспособленных для летнего или сезонного отдыха. Также это способствует лучшему ознакомлению туристов с достопримечательностями региона в целом и их осведомленностью о наличии на территории области необычных или уникальных туристских объектов, которые впоследствии могут стать постоянными местами посещения туристов.

3.3. Разработка туров, рассчитанных на массового потребителя, способных обеспечить устойчивый спрос

Для эффективной реализации маршрутов, необходимо выявить их положительное влияние на региональную сферу туризма, что позволит увеличить вклад в ВРП.

Для этого необходимо сделать расчёт себестоимости маршрутов на группу людей и на одного человека, а также определить НДС от полного обслуживания по ним. Возможно использование при одинаковой продолжительности маршрутов, одной транспортной организации для предоставления необходимых автобусов при проведении экскурсий (табл. 3.1).

Себестоимость каждого разработанного маршрута составляет 690 рублей для сельского и военно-патриотического туризма и 505 рублей для детского. Стоимость с учетом прибыли и налога на добавленную стоимость достаточно выгодна для развития внутреннего туризма среди населения среди уже существующих маршрутов.

Таблица 3.1

Калькуляция себестоимости разработанных маршрутов

Калькуляционные статьи	Стоимость в рублях военно-патриотического тура		Стоимость в рублях маршрута по сельским усадьбам		Стоимость в рублях детского маршрута	
	На группу (20 чел.)	На 1 человека	На группу (20 чел.)	На 1 человека	На группу (20 чел.)	На 1 человека
Транспортное обслуживание	4800	240	4800	240	3600	180
Услуги экскурсовода	6000	300	6000	300	4500	225
Накладные расходы	3000	150	3000	150	2000	100
Себестоимость	13800	690	13800	690	10100	505
Налог на добавленную стоимость	2484	124,2	2484	124,2	1818	90,9
Прибыль	1140	57	1140	57	837	42
Стоимость	17424	871,2	17424	871,2	12755	637,9

При формировании достаточно плотного графика для обслуживания маршрутов, возможно получение дополнительного дохода от региональной сферы туризма. Так за месяц проведения экскурсий для школьников, из расчета 1 день на одну группу, возможно получение 255100 рублей, из

которых прибыль составит 16740 рублей. Так, увеличение количества групп поспособствует получению большей прибыли, и как следствие, увеличения доходности от сферы туризма.

При оказании большего количества туристских услуг населению от организаций сферы туризма, в том числе туроператоров, турагентов, экскурсионных организаций, транспортных компаний, будет увеличиваться вклад туризма в ВРП региона с нынешних 0,28%, что повысит его значение в экономике в целом. А кроме того, увеличится поток налоговых платежей от данных организаций.

При увеличении оказания услуг сферы туризма и расширения выбранных направлений, прогнозируется увеличение занятых в данной сфере. Так, при постоянном оказании услуг на разработанных направлениях, возможно увеличение трудовых ресурсов в туризме на 12% на начальном этапе. В последствии, будет привлечено большее количество обслуживающего персонала, вплоть до 30%.

Так, при нынешней слабой занятости в сфере туризма, которая составляет 4720 человек, из которых приходится 2450 на гостиницы и аналогичные средства размещения, 248 на турфирмы, всего 66 гидов-экскурсоводов. Такая занятость в регионе достаточно малая в сравнении с общим населением. Так, потребуются увеличение штата экскурсоводов, и возможно создание дополнительных организаций, предоставляющих данные услуги по наиболее перспективным направлениям. Также, при успешной реализации разработанных маршрутов, возможно увеличение туристических компаний, которые смогут реализовывать и развивать их.

Для разработанных туров необходимо также проанализировать и оценить социально-экономическую эффективность туризма необходимо для реализации выбранных путей развития внутреннего и въездного туризма.

По экономической эффективности выделены такие показатели: количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения,

коэффициент использования гостиничного фонда, рентабельность, объем инвестиций в основной капитал, удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению. Данные показатели наиболее полно характеризуют уровень использования туристского потенциала региона, эффективность эксплуатации инфраструктуры и туристских ресурсов (табл. 3.2).

В целом, отмечено снижение эффективности использования гостиничного фонда, за счет уменьшения количества туристов на одно место размещения. Увеличение количества мест размещения в 2016 году на 34,4% в сравнении с предыдущим периодом, сказалось на коэффициенте использования гостиничного фонда.

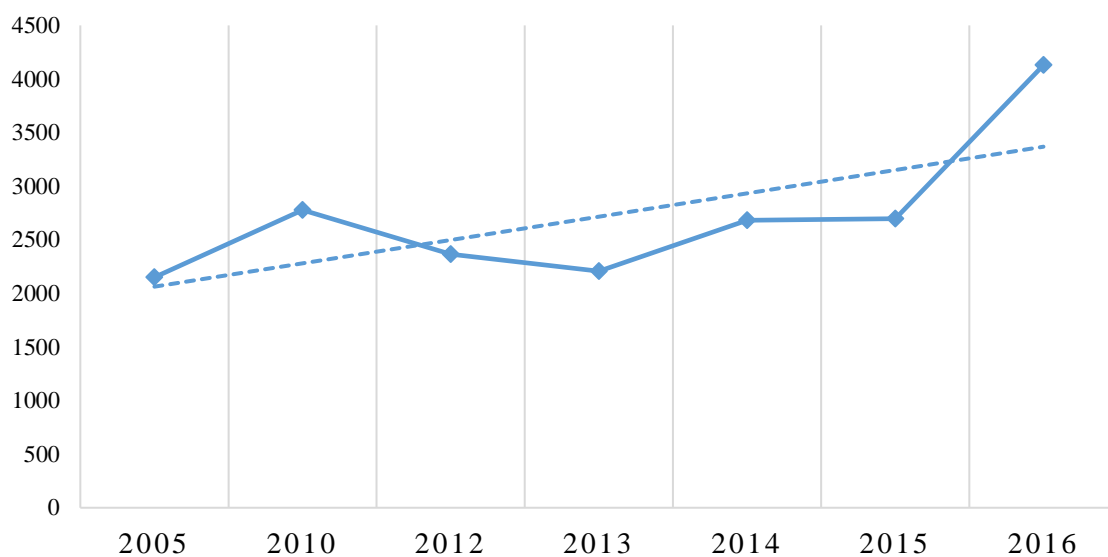
Таблица 3.2

Динамика показателей экономической эффективности туристской сферы
Белгородской области

Показатель	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, чел.	2150	2777	2366	2207	2683	2696	4129
Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.	3,07	3,55	2,7	2,78	2,86	2	1,74
Коэффициент использования гостиничного фонда	0,27	0,29	0,32	0,31	0,34	0,32	0,26
Рентабельность в экономике, %	22,5	17,7	16,7	11,8	14,1	12,9	13,7
Рентабельность гостиниц и ресторанов, %	7,0	-1,0	5,1	2,2	-0,1	-1,7	-3,7
Объем инвестиций в основной капитал, млн. руб.	35021,9	96313,0	136819,6	129405,2	120658,4	147214,4	143801,8
Удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению, %	0,5	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,2

Так, увеличение качественных характеристик мест размещения способствует дальнейшей загрузке и увеличению средней годовой численности обслуженных людей предприятиями размещения. С 2005 года, количество мест размещения увеличилось на 47,9%, т.е. практически на

половину, что положительно сказывается на развитии внутреннего туризма (рис. 3.13).



3.13. Количество туристов на единицу всех мест размещения, чел.

Средняя годовая численность обслуженных туристов одним предприятием размещения к 2016 году снижается, что связано с увеличением мест размещения, а не со значительным уменьшением численности размещенных в гостиницах человек. Так, средняя годовая численность в 2016 году уменьшилась на 13% в сравнении с 2015 (рис. 3.14).

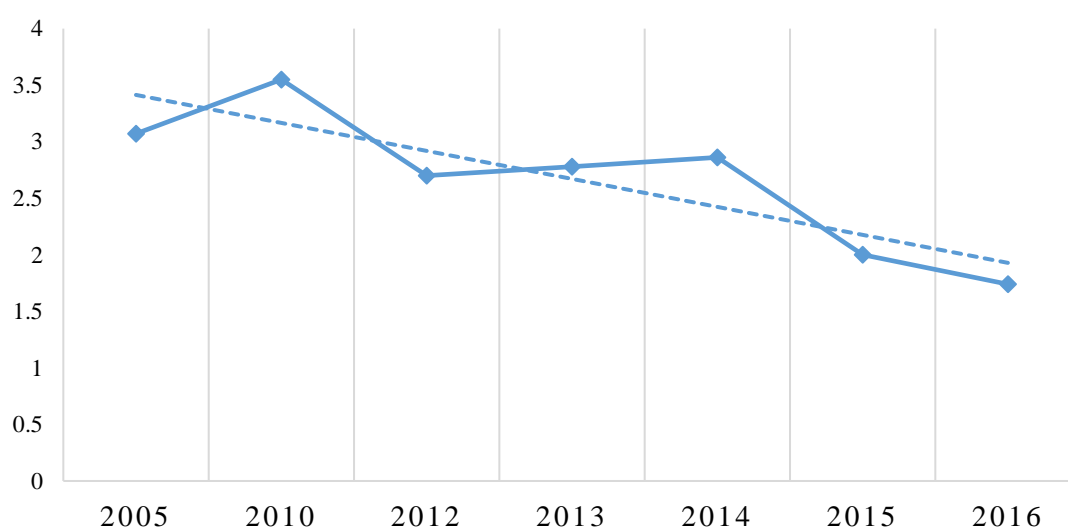


Рис. 3.14. Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.

Однако, численность размещенных человек в 2016 году составил 128,7 тыс. человек, что на 36,2% больше предыдущего показателя, так возможно возрастание количества размещенных, в гостиницах и аналогичных средствах размещения, человек.

Удельный вес услуг туризма остается в течение последних 5 лет примерно на одном уровне. Заметно некоторое уменьшение показателей в 2013-2014 годах за счет ухудшения политических связей с Украиной и увеличения курса валют, а также изменения внутренней обстановки наиболее популярных туристских стран у населения области.

Инвестиции в основной капитал в стоимостном выражении имеют тенденцию с 2005 года к увеличению, однако в 2016 году было уменьшение на 2,37% в сравнении с 2015 годом (рис. 3.15). Инвестиции оказывают больше влияние на инфраструктуру и развитие туризма в целом за счет выделения данных средств на их совершенствование.

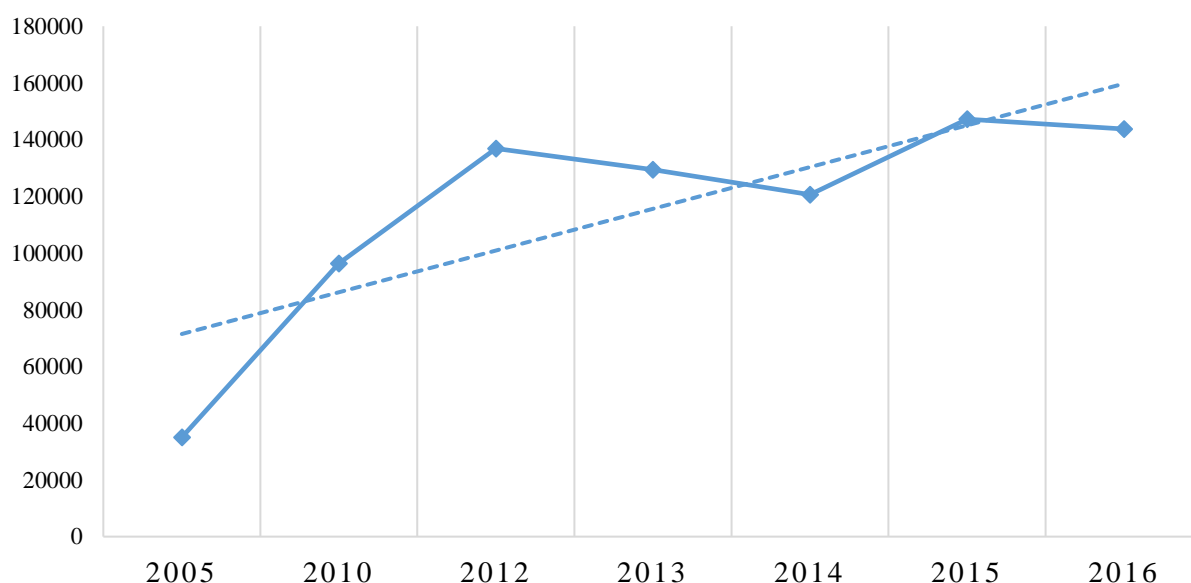


Рис. 3.15. Объем инвестиций в основной капитал, млн. руб.

Так, увеличение объема инвестиций способствует развитию экономики в регионе. Однако, для полноценного ее развития, требуются дополнительные инвестиции от частных предприятий. За счет реализации разработанных маршрутов, возможно прогнозирование показателей экономической

эффективности период с 2017 по 2021 год, что позволит ориентироваться на возможное экономическое развитие в регионе на эти годы (табл. 3.3).

Таблица 3.3

Прогноз динамики показателей экономической эффективности
Белгородской области

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, чел.	4748	5555	6500	7735	9205
Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.	1,95	2,4	2,9	3,6	4,1
Коэффициент использования гостиничного фонда	0,3	0,35	0,41	0,49	0,59
Рентабельность в экономике, %	15,75	18,3	21,1	23,2	25,4
Рентабельность гостиниц и ресторанов, %	-1,5	-0,2	0,1	0,4	0,9
Объем инвестиций в основной капитал, млн. руб.	172562,2	211388,7	253666,4	268124,3	272854,6
Удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению, %	1,38	1,6	1,8	2,1	2,3

В результате импортозамещения в регионе показатели экономической эффективности будут возрастать. При положительной динамике, количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения в 2017 году должно увеличиться на 15%, что составит 4784, а на 2018 год, планируется увеличение на 17%, а к 2021 году данный показатель достигнет 9205. Это обусловлено дополнительным созданием мест размещения, а также расширением существующих коллективных средств размещения.

Также, при продвижении новых туристских направлений, увеличится численность размещенных, в течение года, посетителей, что положительно скажется на показателе средней годовой численности обслуженных одним предприятием размещения. Так, в 2017 году, планируется увеличение данного показателя на 19%, а в 2018 – на 23% и составит 2,5 тыс. человек. При такой динамике, к 2021 году показатель составит 4,1 тыс. человек.

Для характеристики социальной эффективности туризма в области выделены такие показатели: доля занятых в сфере туризма в общем количестве населения, доля населения территории, которые получают услуги туризма, количество туристов на 1000 человек населения региона, оборот общественного питания на душу населения (таблица 3.4).

Таблица 3.4

Динамика показателей социальной эффективности туризма в
Белгородской области

Показатель	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения, %	0,023	0,027	0,023	0,025	0,028	0,024	0,028
Доля населения территории, получающего услуги туризма, %	0,32	0,892	0,994	0,973	1,02	0,92	0,94
Количество туристов на 1000 человек населения территории, чел.	7	8	10	9	10	9	9
Оборот общественного питания на душу населения, руб.	1083	2507	3333	3866	4062	4397	4691

Доля занятого населения в сфере туризма в общем количестве работающего населения в регионе достаточно мала. В 2016 году возросло на 14,28%, что незначительно, от общего состава работающего населения. (рис. 3.16).

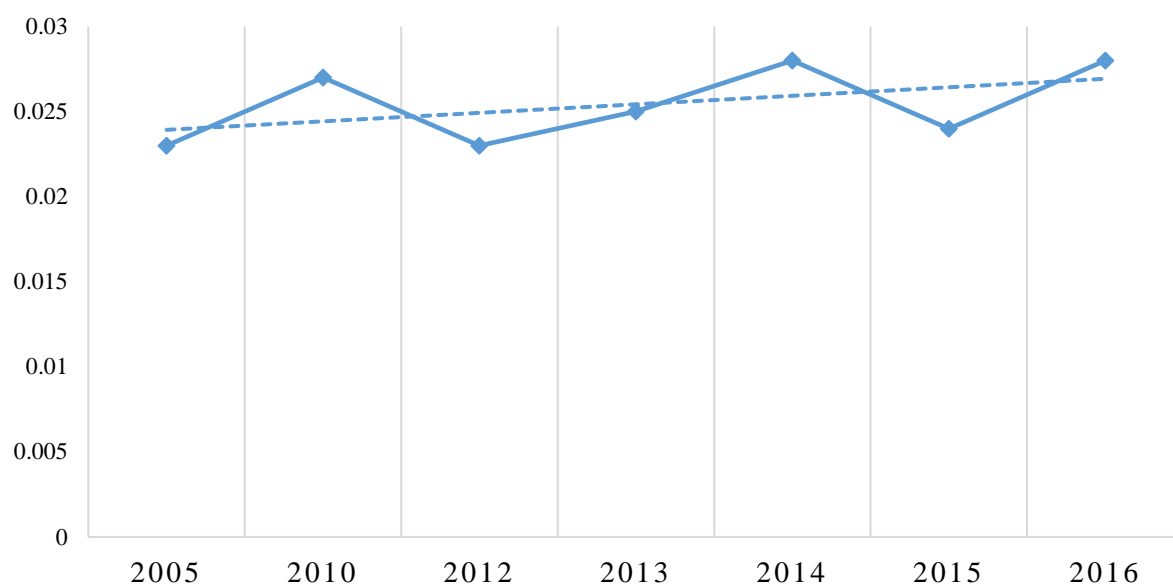


Рис. 3.16. Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения

Однако, увеличение данного показателя свидетельствует о популяризации сферы туризма для трудоспособного населения. Среди населения Белгородской области, услугами туристских организаций пользуется достаточно малое количество населения, поскольку они не являются услугами первого значения, а также туристы привыкли самостоятельно организовывать свой досуг (рис. 3.17).

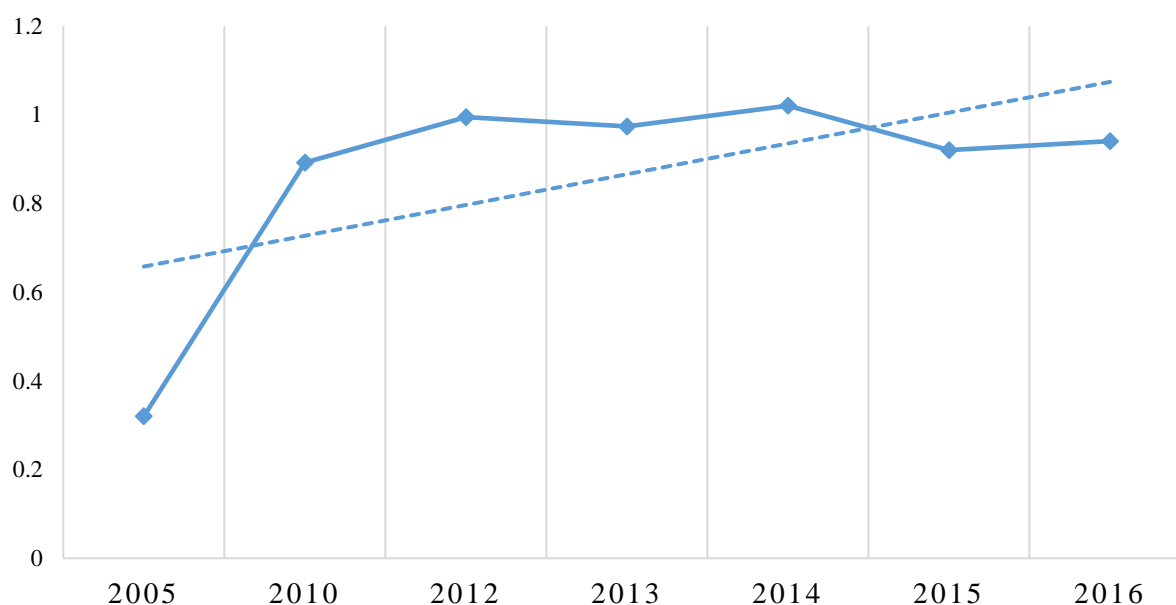


Рис. 3.17. Доля населения территории, получающего услуги туризма

Количество туристов на 1000 человек населения региона практически не изменилось, составляя всего около 10 человек из 1000, однако наблюдается негативная тенденция численности трудоспособного населения региона.

Оборот общественного питания на душу населения в Белгородской области за пять лет увеличился на 28,95% (рис. 3.18).

В общем, наблюдается положительная динамика в данном показателе, однако в последние годы идет небольшой спад интенсивности, и в 2016 году увеличился оборот на 6,7% в сравнении с 2015 годом, однако в 2013 году в сравнении с 2012 годом оборот увеличился на 16%. В целом, данный показатель продолжает ежегодно возрастать, что положительно сказывается на сфере услуг в целом.

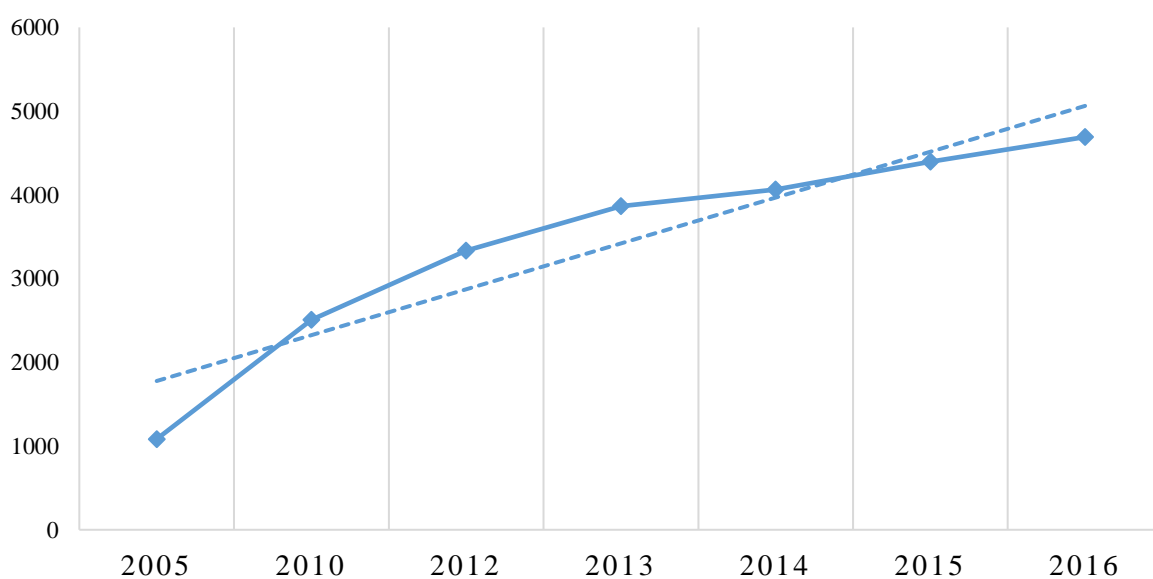


Рис. 3.18. Оборот общественного питания на душу населения, руб.

Так, на основе этих показателей, можно сказать, что на следующие годы, будет также заметна положительная динамика, которая в ходе реализации мероприятий по развитию туристской сферы будут возрастать наиболее динамично (табл. 3.5).

Таблица 3.5

Прогноз показателей социальной эффективности развития туризма
Белгородской области

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения, %	0,031	0,04	0,05	0,06	0,065
Доля населения территории, получающего услуги туризма, %	1,08	1,27	1,51	1,81	2,2
Количество туристов на 1000 человек населения территории, чел.	11	14	18	22	26
Оборот общественного питания на душу населения, руб.	5629	6923	8099	8745	9123

На 2017 год прогнозируется увеличение доли занятых в сфере туризма на 12%, что составит 0,031% от общего работающего количества населения, а в 2018 году возможно увеличение данного показателя до 30%. К 2021 году возможно увеличение доли занятых в сфере туризма до 0,065%, что значительно увеличит долю работающих в туристской сфере человек.

Кроме того, с учетом создания новых туристских услуг на территории региона, увеличится доля населения, получающая услуги туризма, поскольку будет проявлен интерес к собственной области и необходимость в отдыхе от ежедневной рутины. Так, на 2017 год планируется увеличение показателя на 15%, а на 2018 – на 18%, что составит 1,27% населения территории. В 2021 году доля населения, получающая услуги туризма, продолжит возрастать до 2,2%, при успешной реализации мероприятий по импортозамещению.

За счет увеличения предыдущего показателя, увеличится и количество туристов на 1000 человек населения. Прогнозируется в 2017 году увеличение до 11, что составит 23%, а в 2018 до 14 человек. Оборот общественного питания в 2017 году должен увеличиться на 20%, а в 2018 году на 23%. К 2021 году показатель возрастет до 9123, превысив показатель 2016 года на 144%.

Таким образом, за последние годы, экономическая эффективность туризма в Белгородской области возростала быстрее, чем социальная. Социально-экономическая эффективность в регионе в целом имеет тенденцию к увеличению, что положительно сказывается на развитии Белгородской области. Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения в 2016 году составил 4129, а прогнозируется увеличение в 2017 году на 15%, среднегодовая численность обслуженных гостиницами и аналогичными средствами размещения человек составила 1,74, что является низким показателем, на фоне предыдущих годов. Доля занятых в сфере туризма составляет 0,028% от общего трудоспособного населения в регионе, что достаточно мало, однако прогнозируется увеличение данного показателя на 12%. Также, услугами туризма в регионе воспользовалось всего 0,94% от общего населения, однако с учетом реализации новых направлений позволит увеличить данный показатель на 23%.

Заключение

Социально-экономическое развитие Белгородской области на основе импортозамещения в туризме находится лишь в стадии становления. Ввиду актуальности этой задачи для сферы экономики и применения на государственном уровне, а также слабой изученности специфики развития внутреннего туризма с помощью импортозамещения, необходимо подчеркнуть важность результатов исследований данной работы.

1. Рассмотрены подходы к определению импортозамещения. Большинство используемых трактовок данного термина не являются полными, в связи с чем было необходимо вывести наиболее полное определение, охватывающее все аспекты. Так, импортозамещения – это полная или частичная замена импортных услуг и отдельных товаров аналогами, произведенными в самой стране. Туристский импорт является актуальной проблемой в связи с последними мировыми событиями. Туризм практически во всех развитых и развивающихся странах относится к наиболее доходной отрасли экономики, тем самым заставляя совершенствовать туристскую отрасль в любой стране, для привлечения денежных потоков. Россия, обладая большим количеством туристских ресурсов, привлекает малое количество туристов, что является проблемой, решением которой может стать импортозамещение, что одновременно повысит привлекательность страны среди других, так и принесет дополнительный доход в бюджет, позволив тем самым совершенствовать и далее туристскую инфраструктуру;

2. Изучена наиболее подходящая методика оценки региональной туристской сферы. Это позволит контролировать основные статистические и экономические показатели, что позволит проводить анализы социально-экономической активности по регионам, выявлять низкие показания, требующие повышения. Для развития внутреннего туризма в России необходимо снижение стоимости туристских услуг, однако требуется соблюдать и условие безубыточности, предполагающее превышение цены

туристских услуг на их реализацию. Помимо возмещения изначальных издержек, цена обеспечивает рентабельность услуги, которая формирует прибыль, необходимую для окупаемости начальных затрат. Однако, основным условием формирования уровня цен является соответствие их платежеспособному спросу туристов. Платежеспособный спрос зависит от ряда факторов, к которым относится: уникальность объектов показа, новизна объектов, конкурентоспособность продукта, эксклюзивный характер, разнообразие маршрутов, сезонность, платежеспособность туристов, качество услуг и социально-экономическая региональная ситуация;

3. Исследован зарубежный опыт применения импортозамещения в туризме на примере Турции, Египта и Франции. Данные страны предпринимали ряд мер для повышения показателей внутреннего и въездного туризма. К наиболее используемым относятся реформы туризма, совершенствование инфраструктуры туризма и сопутствующей инфраструктуры, создание дополнительных рабочих мест. В России необходимость туристского импортозамещения обусловлена такими факторами: политическая мировая ситуация, экономическая ситуация, изменение курса валют, небезопасная обстановка в странах, долгий проезд к месту назначения. Так, импортозамещение в туризме в России лишь начинает свой путь и выбираются основные меры по развитию внутреннего и въездного туризма с его помощью;

4. Проанализировано социально-экономическое развитие Белгородской области. Регион развивается достаточно стабильно, основные экономические показатели возрастают, что положительно влияет на внутреннюю обстановку региона. Прирост населения с 2000 года составляет порядка 45 тыс. человек, наблюдается рост продолжительности жизни до 72,7 лет. Возрастает качество жизни населения, о чем свидетельствует повышения уровня заработной платы до 25325,3 рубля и низкий уровень безработицы, составляющий 4,1%. В области активно ведется работа по переподготовке и подготовке высококвалифицированных кадров. Валовой региональный продукт в 2016

составил 748840,6 млн. рублей, что на 2,8% больше, чем в прошлом. Регион обладает неплохим инвестиционным климатом, в 2016 году в основной капитал области объем инвестиций составил порядка 146 млрд. рублей. Объем туристических услуг в 2016 году составил 2066,8 млн. рублей, что больше на 8,9% чем в предыдущем году, что составило 0,28% от доли туризма в ВРП. Увеличение вклада туризма в ВРП показывает повышение туристской привлекательности области для посетителей как иностранных, так и отечественных. С каждым годом посещаемость области растет и заметно увеличение туристского потока. В 2016 году в регионе побывало 689,28 тыс. человек, что больше практически на 130 тыс. человек, чем в прошлом году;

5. Проведена оценка региональной туристской сферы. Туризм в области в условиях рыночной экономики является коммерческим явлением, но влияние туристской сферы на региональную экономику сегодня достаточно слабое. Регион обладает богатыми возможностями использования антропогенных и природных ландшафтов, природного и культурного наследия для развития разнообразных видов туризма. Область обладает достаточно хорошим туристским потенциалом. Доступные туристам культурно-исторические достопримечательности – 2087 внесены в единый государственный реестр. Представлены, на территории области, особо охраняемые природные территории – природные комплексы, которые имеют научное, природоохранное, культурное, рекреационное значение. ООПТ сегодня занимают более 50 тыс. га, занимая около 2% Белгородской области. Большинство исторических памятников региона являются памятниками воинской славы или воинские захоронения. К ним относятся Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», мемориальный комплекс «Курская дуга». В инфраструктуре региона важное значение занимают гостиницы и иные средства размещения. На сегодняшний день в регионе функционирует 130 гостиниц (из которых 15 хостелов), 8 санаториев, 2 пансионата, 1 дом отдыха,

39 баз отдыха и 1 кемпинг. Номерной фонд всех средств размещения составляет 4136 номеров с 11393 койко-мест. Действующие КСР располагают достаточным количеством мест для туристов. Коэффициент использования номерного фонда в белгородских гостиницах составляет от 45 до 60%. На территории региона расположено 2529 предприятий общепита, из них: 122 ресторана, 595 кафе, 153 бара, 203 закусочных и др. Деятельность Правительства Белгородской области в сфере туризма является одним из важнейших направлений для развития привлекательности региона за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма и формирования положительного имиджа региона в России и за рубежом.

6. Обоснована необходимость использования импортозамещения в развитии внутреннего и въездного туризма в регионе для повышения конкурентоспособности региона и социально-экономического развития в целом. К этому заключению позволил прийти конкурентный анализ Портера и SWOT-анализ. Белгородская область располагает необходимыми ресурсами для обеспечения успешной реализации в сфере туризма: благоприятное географическое расположение, доступность природных объектов, достаточное количество человеческих ресурсов, а также числа квалифицированных научных кадров. Даже при рассмотренных конкурентных преимуществах области, ведущая роль в маркетинговой политике должна относиться к привлечению инвестиций в качестве основного стимула к улучшению сферы туризма, внедрению инноваций в создание туристских услуг и продуктов;

7. Предложены основные направления для создания новых продуктов на основе использования туристских ресурсов Белгородской области. Выявлена необходимость создания реестра туристских объектов региона, на основе которого возможно создание каталога объектов для дальнейшего распространения среди потенциальных туристов. Формирование реестра туристических объектов поспособствует развитию туризма в регионе. Сведения, содержащиеся в реестре, могут стать источниками информации о

туристских объектах и их местонахождении при создании информационных систем, которые могут использовать эту информацию. Для продвижения достопримечательностей Белгородской области среди потенциальных туристов, необходимо использовать наглядную информацию, с описанием и фотографиями объектов по выделенным группам. Подходящей для этого формой является каталог, по туристским объектам, их описаниями и фотографиями. Для наглядного представления расположения туристских объектов необходимо создание карт с выделенными группами туристских объектов, что позволит в упрощенной форме спроектировать возможный маршрут по видам объектов либо по районам. Формирование карт заключается не только в создании наглядного пособия, но и в рекламном обеспечении сферы туризма Белгородской области;

8. Выделено три наиболее перспективных вида туризма: детский, военно-патриотический и сельский, по которым разработаны маршруты, с целью развития внутреннего и въездного туризма. По сельскому туризму разработан маршрут, направленный на изучение экскурсионных и жилых усадеб в Грайворонском районе, с возможным проживанием и участием в событийном мероприятии «Узорный хоровод». По военно-патриотическому направлению разработан двухдневный тур, включающий пешеходную экскурсию по основным военно-историческим достопримечательностям и поездку в Прохоровский район для посещения заповедника «Прохоровское поле». В рамках детского туризма сформирован маршрут в Борисовский район с целью развития и обучения детей;

9. Разработаны туры, рассчитанные на массового потребителя, способных обеспечить устойчивый спрос. Рассчитана социальная и экономическая эффективность разработанных маршрутов в качестве массового, для удовлетворения населения в услугах сферы туризма. Экономическая эффективность туризма в Белгородской области возрастала быстрее, чем социальная. Социально-экономическая эффективность в регионе в целом имеет тенденцию к увеличению, что положительно сказывается на

развитии Белгородской области. Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения в 2016 году составил 4129, а прогнозируется увеличение в 2017 году на 15%, среднегодовая численность обслуженных гостиницами и аналогичными средствами размещения человек составила 1,74, что является низким показателем, на фоне предыдущих годов. При оказании большего количества туристских услуг населению от организаций сферы туризма, в том числе туроператоров, турагентов, экскурсионных организаций, транспортных компаний, будет увеличиваться вклад туризма в ВРП региона с нынешних 0,28%, что повысит его значение в экономике в целом.

Научной новизной работы является разработка теоретических и практических положений, направленных на развитие туристского импортозамещения в Белгородской области с целью улучшения социально-экономического развития. Разработанные предложения могут использоваться местными органами самоуправления в целях развития внутреннего и въездного туризма, а также туристическими организациями, которые смогут оказывать на их основе туристические услуги местному населению.

Так, реализация разработанных предложений по развитию внутреннего и въездного туризма будет способствовать повышению значения туристской сферы в регионе, устранению негативных факторов развития, а также достижения экономических и социальных результатов: обеспечению населения качественными туристскими услугами, снижению зависимости от выездного туризма, повышению значимости туризма для развития региона и его ориентация на импортозамещение.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Текст] // от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция от 28.12.2016 N 465-ФЗ). – Российская газета. – № 7166 (298).
2. О создании Правительственной комиссии по импортозамещению и ее составе [Электронный ресурс]: постановление Правительства Российской Федерации от 4 августа 2015 года № 785 // официальный сайт Правительства РФ. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/19160/>.
3. О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 // Федеральное агентство по туризму. // – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28/>.
4. Авджды, Э. Развитие внутреннего туризма России в условиях экономических санкций [Текст] / Э. Авджды // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 568-573.
5. Александрова, А. Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе [Текст] / А. Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – № 1. – С. 24-38.
6. Андрианов, В. И. Новые направления формирования системы развития туризма еврорегиона «Слобожанщина» [Текст] / В. И. Андрианов // «Межрегиональное и приграничное сотрудничество»: междунар. сб. науч. трудов. – Белгород, Харьков: Константа, 2012. – Вып. 3. – С. 28-39.
7. Андрианов, В. И. Сельский туризм как составная часть туристско-рекреационной системы региона: проблемы развития [Текст] / В. И. Андрианов // Мат. междунар. науч. - практ. конф. «Развитие индустрии туризма и гостеприимства в контексте трансграничного сотрудничества». – Белгород: НИИ БелГУ, «ЭпиЦентр», 2014. – С. 112-119.

8. Арутюнов, С. В. Импортозамещение, как оно есть [Текст] / С. В. Арутюнов // Практика управления. – 2015. – № 4. – С. 6-19.
9. Балашова, О. А. Роль туризма в экономике Египта / О. А. Балашова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – №14. – С.85-92.
10. Белгородская область в цифрах. 2017 [Текст]: Крат. стат. сб. / Белгородстат. – 2017. – 272 с.
11. Белоусова, Р. Н. Влияние экономических санкций на состояние экономической безопасности РФ [Текст] / Р. Н. Белоусова // Молодой ученый. – 2015. – № 20. – С. 215-220.
12. Бодрунов, С. Д. Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы [Текст] : монография / С. Д. Бодрунов. - СПб. : ИНИР им. С.Ю. Витте, 2015. - 171 с.
13. Бурко, Р. А. Роль импортозамещения в экономике России [Текст] / Р. А. Бурко // Молодой ученый. –2013. – №11. – С. 29-35.
14. В России будет создана национальная система бронирования отелей [Текст] // Современный отель, август 2014. – №8(76). – С.5.
15. Внутренний туризм: каким городам отдают предпочтение российские туристы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourprom.ru>.
16. Гельбрас В. М. Импортозамещение и экспортная ориентация экономики [Текст] // В. М. Гельбрас. – М. : МЭ и МО. М. – 2013. – 198 с.
17. Глава Ростуризма объяснил, «почему российские туристы предпочитают отдыхать за границей, а иностранцы не хотят приезжать в Россию» [Электронный ресурс] // Турбизнес. - Режим доступа: <http://www.tourbus.ru>.
18. Гулин, К. А. Импортозамещение как инструмент активизации социально-экономического развития территорий [Текст] / К. А. Гулин, Е. А. Мазилев, А. П. Ермолов // Проблемы развития территории. – 2015. – № 3. – С. 7-25.

19. Департамент экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.derbo.ru>.
20. Демиденко, С. В. Импортозамещение: опыт Азии [Текст] / С. В. Демиденко // Практика управления. – 2015. – № 4. – С. 20–24.
21. За последний год в России в два раза сократилось число туроператоров по выездному туризму [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/digest/28845>.
22. Зарянкин, В. В. Роль импортозамещения в системе международных торговых отношений [Электронный ресурс] / В. В. Зарянкин. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/5456>.
23. Заседание Экспертного совета по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://social.council.gov.ru/activity/expert_activities/56063.
24. Зиганшин, И. И., Влияние экономических санкций на развитие российского туризма [Текст] / И. И. Зиганшин, А. О. Овчаров, М. А. Рысаева // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 1 (33). – С. 17-25.
25. Импортозамещение: какие возможны сценарии? [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://i.rbc.ru>.
26. Импортозамещение: проекты и инструменты [Электронный ресурс] // Торгово-промышленные ведомости: издание Торгово-промышленной палаты РФ. // 2016. – Режим доступа: <http://www.tpp-inform.ru>.
27. Квашнина, Е. Б. Методика оценки влияния мультипликативного эффекта туристской деятельности на смежные отрасли региональной экономики [Текст] / Е. Б. Квашнина // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – СПб, 2012. – 245 с.
28. Кичанов, М. В. Удивительное импортозамещение [Электронный ресурс] // Эксперт online. – 2016. – Режим доступа: <http://expert.ru>.
29. Китова, Л. Ю. Историко-культурное наследие Турции как объект туризма [Текст] / Л. Ю. Китова // Вестник КемГУ. – 2015. – №2-7 (62). – С.12-15.
30. Клейман, А. А. Экономика и предпринимательство в социально-

культурном сервисе и туризме [Текст]: учебно-методический комплекс для студентов всех форм обучения / А. А. Клейман, О. А. Бабанчикова // СПб. : ИПП, 2012. – 260 с.

31. Клейман, А. А. Инфраструктура туризма: стратегия развития [Текст] : монография /А. А. Клеймана, О. Б. Евреинов. – СПб. : Д.А.Р.К., 2014. – 384 с.

32. Колова, И. А. Стратегические проблемы развития туризма в России [Текст] / И. А. Колова, Н. К. Мартов. – М.: РИБ «Турист», 2012 г. – 207 с.

33. Лами, П. Импортзамещение в России навредит экономике [Электронный ресурс] / П. Лами // Инвестиционный саммит Рейтер. – Режим доступа: <http://ru.reuters.com/>.

34. Леонидова, Е. Г. Развитие внутреннего туризма в регионе [Текст] / Е. Г. Леонидова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – №2 (50). – С.271-283.

35. Мантуров, Д. В. Доклад на совещании об обеспечении реализации отраслевых программ импортзамещения [Электронный ресурс] / Д. В. Мантуров. – Режим доступа: <http://government.ru/news/17521>.

36. Мешечкина, Р. П. Внешняя торговля как индикатор реализации политики импортзамещения в России [Текст] / Р. П. Мешечкина, Л. П. Пидоймо // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 6(66). – С. 90-100.

37. Морозов, М. А. Экономика туризма: учебник [Текст] // М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

38. Морозова, Н. С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме [Текст] / Н. С. Морозова // дисс. д-ра экон. наук. – Сочи, 2012. – 335 с.

39. Мухетдинова, Н. М. Об инвестиционной составляющей импортзамещения в России [Текст] / Н. М. Мухтдинова // Сообщение в

рамках II Международной научной конференции «Развитие современной России: проблемы воспроизводства и созидания», 2015 г. № 1. – С.2111–2121.

40. Немеш, Е. А. Анализ импортозамещения в России [Текст] / Е. А. Немеш // Молодой ученый. – 2016. – №13.1. – С. 69-73.

41. Нильва, И. Е. Перспективы развития процессов саморегулирования и импортозамещения [Текст] / И. Е. Нильва, Т. К. Усачева. – М. : Инфра-М, 2014. – 460 с.

42. Орлова, М. А. Основы и перспективы политики импортозамещения в отечественной экономике [Электронный ресурс] / М. А. Орлова. – Режим доступа. <http://www.proatom.ru>.

43. Официальный сайт ассоциации туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.atorus.ru/subst_import.html.

44. Перегородиева, Л. Н. Стратегия импортозамещения в России [Текст] / Л. Н. Перегородиева // Экономика. – 2012. – №1. – С. 37-51.

45. Погорелов, А. М. Переход от импортозамещения к экспортноориентированной модели развития экономики Турции в начале 1980-х гг [Текст] / А. М. Погорелов // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2013. – №3-1. – С.227-235.

46. Половинкин, В. Н. Проблемы импортозамещения в отечественной экономике [Текст] / В. Н. Половинкин, А. Б. Фомичев // Журнал «Экспертный союз». – 2014. – № 12 (42). – С. 28-37.

47. Правительство Белгородской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://belregion.ru>.

48. Приходько, Н. П. Импортозамещение подстегнет промышленный рост в РФ [Текст] / Н. П. Приходько // Финансовые вести. – 2013. – №2. – С. 123-128.

49. Романова, Г. М. Импортозамещение в туризме: новые возможности для российской туристической индустрии [Текст] / Г. М. Романова //

Известия Сочинского государственного университета. -2015. - № 1. - С. 144-150.

50. Российский турист становится требовательней к продукту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/tourism>.

51. РСТ и ТПП РФ подготовили предложения по развитию внутреннего и въездного туризма / Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.rostourunion.ru/ob_rst/novosti.

52. Сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

53. Статистика по экспорту и импорту России важнейших товаров по состоянию на июль 2016 года [Электронный ресурс] // Портал внешнеэкономической информации Министерства экономического развития РФ: официал. сайт. – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru/monitoring/>.

54. Статистический ежегодник. Белгородская область. 2016: Стат. сб. [Текст] // Белгородстат. – Белгород, 2016. – 544 с.

55. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – М. : Министерство культуры Российской Федерации, 2013. - Режим доступа: <http://www.tourism>.

56. Терновский, Д. С. Потенциал предприятий розничной торговли в решении проблемы импортозамещения в современных условиях развития экономики России [Текст] / Д. С. Терновский, Д. В. Кадацкая, М. Г. Пьянкова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – № 1(53). – С. 66–73.

57. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belg.gks.ru>

58. Тимошенко, В. Н. Политика импортозамещения в России: от слов к делу [Электронный ресурс] / В. Н. Тимошенко // ГАРАНТ.РУ. 2016. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

59. Туризм может стать локомотивом развития экономики России

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/tourism>.

60. Федеральное агентство по туризму Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>.

61. Ускова, Т. В. Туризм в Российской Федерации: возможности для импортозамещения [Текст] / Т. В. Ускова, Е. В. Кузьмич, Е. Г. Леонидова // Проблемы развития территории. – 2016. – №4 (84). – С.32-46.

62. Федоляк, Ф. С. Импортозамещающая стратегия структурных сдвигов в экономике России [Текст] / Ф. С. Федоляк. – НИЦ Инфра-М, 2014. – 320с.

63. Хваджа, А. Н. Французский опыт управления развитием туризма [Текст] / А. Н. Хваджа // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – №4 (65). – С.132-140.

64. Чернова, И. К. Год после кризиса: турбизнес выносит уроки [Электронный ресурс] / И. К. Чернова. – Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/analytics/28967>.

65. Замещающий импорт: современные условия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zimport.ru/chto-takoe-importozameshenie>.

66. The International Association for Tourism Economics [Электронный ресурс]. – <http://www.tourism-economics.net>.

67. Tacchella A., Cristelli M., Caldarelli G., Gabrielli A., Pietronero L. Economic complexity: Conceptual grounding of a new metrics for global competitiveness [Text] // Journal of Economic Dynamics and Control. 2013. Vol. 37. No. 8. P. 1683-1691.

68. Tourism Highlights 2014 // World Tourism Organization UNWTO. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.e-unwto.org>.

69. Glossary of tourism terms: UNWTO. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com>.

70. Stojceski L., Ilievski A., Basheska E. Marketing services and tourism as one of the most remarkable economic and social phenomena [Text] // New

knowledge Journal of science. – Iss. II. – 2013. – P. 379-382.

71. Understanding Tourism: Basic Glossary. UNWTO. [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>.

72. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weforum.org>.

Приложения

Swot-анализ Белгородской области как туристского региона

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие богатого культурно-исторического наследия; 2. Выгодное географическое положение Белгородской области; 3. Наличие благоприятных природных и климатических условий; 4. Активное социально-экономическое развитие региона; 5. Высокий уровень развития промышленного сектора; 6. Наличие природных заказников, памятников природы, заповедников; 7. Наличие современного международного аэропорта; 8. Развитая система транспортного сообщения, связи и телекоммуникаций. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабый уровень информированности туристов и специалистов туристской сферы о Белгородской области как о дестинации; 2. Сезонность большинства внутриобластных маршрутов; 3. Отсутствие туристских продуктов в регионе, которые соответствуют международным стандартам; 4. Высокий уровень конкуренции на межрегиональном уровне; 5. Низкое качество инфраструктуры туризма и сервиса; 6. Ориентация местных туроператоров на выездной туризм; 7. Слабая обеспеченность туристской отрасли классифицированными специалистами.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Реализация географического положения через развитие въездного и внутреннего туризма 2. Формирование логистического туристского центра (железнодорожного, автомобильного и авиа) 3. Создание благоприятного инвестиционного климата 4. Создание новых рабочих мест в регионе; 5. Развитие самозанятости сельского населения 6. Расширение международного делового, культурного и другого сотрудничества 7. Возможность создания программ обучения специалистов в сфере туризма и профессиональной переподготовки населения 8. Создание туристских брендов и формирование привлекательного имиджа области 9. Развитие новых экономических сфер в муниципальных образованиях области 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Несовершенство нормативно-правовой базы сферы туризма; 2. Ухудшение экологической обстановки; 3. Изменение внешней рыночной конъюнктуры; 4. Последствия нестабильной экономической ситуации; 5. Финансовые и правовые риски инвесторов, которые связаны с осложнениями при реализации инвестиционных проектов; 6. Зависимость от мировых цен на энергоносители федерального бюджета.

Оценка конкурентной среды для развития сферы туризма
в Белгородской области на основе модели М. Портера

Условия	Конкурентная среда
Условия для развития сферы туризма	
Природно-климатические условия, культурно-исторические ресурсы	Наличие природных лечебных ресурсов (лечебные грязи, минеральные воды), богатого культурного и исторического наследия
Транспортная доступность объектов туристского показа	Наличие международного аэропорта, обслуживающего Белгород и прилегающие к нему районы области. Наличие развитой системы транспортного сообщения (филиал ОАО «РЖД» - юго-восточная железная дорога, федеральная автомобильная трасса Москва-Крым).
Системы коммуникации и финансовая инфраструктура	Развитая система телекоммуникационных услуг и услуг связи (IT-индустрия). Слабо развитая финансовая инфраструктура.
Состояние туристского спроса	
Изучение туристского спроса	Недостаточное количество статистической информации
Целевые сегменты групп потребителей	Отсутствие полной информации о выявленных целевых сегментах групп потребителей
Мониторинг потребительских предпочтений потребителей туристских услуг	Отсутствие достоверной информации о потребительских предпочтениях потребителей туристских услуг
Конкуренция между субъектами сферы туризма	
Конкуренция в сфере туризма	Высокая степень конкуренции между туристскими организациями. Слабая диверсификация туристского рынка. Внутренние виды туризма недостаточно развиты. Отсутствие конкуренции между коллективными средствами размещения.
Родственные и поддерживающие отрасли	
Наличие предприятий родственных и поддерживающих отраслей	Наблюдается устойчивая тенденция роста предприятий общественного питания, количества койко-мест в гостиничном бизнесе. Высокие цены на авиаперевозки. Связи между предприятиями индустрии туризма и поддерживающими секторами не развиты.
Качество предоставляемых туристских услуг	Качество предоставляемых услуг и культура обслуживания не в полной мере соответствует предъявляемым требованиям

Объекты сельского туризма Белгородской области

1. Гостевые усадьбы (средства размещения, организация общественного питания)

Усадьба «У Прокопа» (Грайворонский район)¹

В Белгородской области одна из усадеб Грайворонского района станет отелем. Усадьбе «У Прокопа» присвоена категория гостевого дома или отеля сельского туризма для горожан. Хозяева усадьбы решили принять участие в проекте «Сельский туризм», разработанном специально для городских жителей, желающих пожить в деревне.

К услугам постояльцев – русская баня, колодец с ключевой водой и водоем, где можно ловить рыбу. Гостям будет предложено здоровое меню из натуральных продуктов питания: мясо, сало, молоко,



овощи, масло, творог, яйца.

Усадьба «У Галушки» (Грайворонский район)²

Усадьба «У ГАЛУШКИ» расположена в селе Дроновка Грайворонского района в 30 км от города Грайворона. Усадьба с проживанием (до 8 человек), питанием и экскурсионным маршрутом. Отдельный просторный дом, с тремя комнатами, верандой, кухней, летней кухней, ванной и летним душем. Имеется огород, сеник, сарай, место для пикника, погреб, сад и беседка. Неописуемой красоты пейзаж окружает данную усадьбу: сразу напротив дома расположен пруд, где водится много карасей, луг, на котором пасется несколько видов домашних животных и птиц, а также посадка и лес. Блюда хозяйка готовит исключительно из экологически чистых продуктов. Вам будут предложены экскурсии, прогулки в лес, купание в пруду и рыбалка.



Усадьба «Крестьянское подворье на Ворскле» (Грайворонский район)³

Усадьба расположена на краю старинного села Козинка Грайворонского района, в 10-ти км от Грайворона. Данная усадьба предлагает своим гостям экскурсионный маршрут с проживанием и питанием. В большом деревянном доме с русской печью, большим дубовым столом и лавками, а также двумя уютными спальнями смогут

разместиться для проживания сразу до 6-ти человек. Рядом с домом расположена просторная баня из деревянного сруба на 6 человек. Внутри дома и бани есть санузел. На просторном дворе поместья есть колодец, сеновал, поленница, деревянная телега на которой можно сфотографироваться или впрячь лошадь и покататься, здесь благоустроено место для кострища.

Из усадьбы открывается чудесный вид на залинные луга и леса, совсем рядом речка, где можно порыбачить, искупаться и позагорать. Данная усадьба расположена вблизи уникального памятника природы «Земной рай». На данной усадьбе гости смогут не только отдохнуть от шума больших городов, погреться на печи, отведать вкуснейшие блюда русской и украинской кухни, попариться в русской баньке, перенять творчество местных мастеров народных промыслов и самобытного фольклорного коллектива, заняться сбором лекарственных трав, грибов и ягод, но и оздоровиться чистейшим воздухом здешних мест.



Усадьба Коломийцевых (Ивнянский район)⁴

Дом семьи Коломийцевых около года открыт для посещения туристов, и за это время в нём побывали гости не только из разных городов России, но и дальнего зарубежья.



Супруги Коломийцевы для гостей подготовили туристический маршрут с посещением Прохоровского поля, Коренной пустыни в Курской области и множества красивых мест. «Зимой в новогодние праздники и на 23 февраля с гостями выезжали на природу, одевали их в шубы и валенки», – рассказала хозяйка усадьбы Валентина Коломийцева. Николай Васильевич всегда приглашает посетителей в настоящую русскую баню.

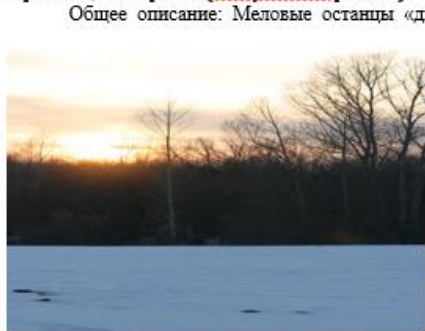
Отдых на природе иногда дополняется рыбалкой или охотой. А после поездок на природу хозяин угощает домашним виноградным вином, его заготавливают для туристов на весь год – более 500 литров. А для тех, кто не употребляет спиртное, у Коломийцевых всегда наготове целебные чаи из луговых трав – бодрящий, успокаивающий или витаминный. В свободное от путешествий время хозяйка Валентина Ивановна научит всех желающих вышивке крестиком.

Одновременно в доме Коломийцевых может разместиться до 15 туристов, но такое бывает пару раз в году – на праздники. В гостях у Коломийцевых уже побывали жители Москвы, Санкт-Петербурга, Мурманска, а также гости из Германии, Франции и Америки. В скором времени в Ивнянском районе в рамках программы развития сельского туризма

Природные объекты туризма Белгородской области

1. Заказники, урочища

Урочище «Борки» (Вадуйский район)¹



Статус: Действующий регионального значения
Общая площадь: 0,800 га

Урочище «Монастырский лес» (Белгородский район)²

Общее описание: Редкие виды растений

Район: Белгородский

В составе: Белгородский лесхоз, кв. 40, в 2 км к северо-востоку от с. Зеленая поляна

Категория: Охраняемая природная территория.

Тип объекта: Государственный природный заказник

Область (республика): Белгородская область.

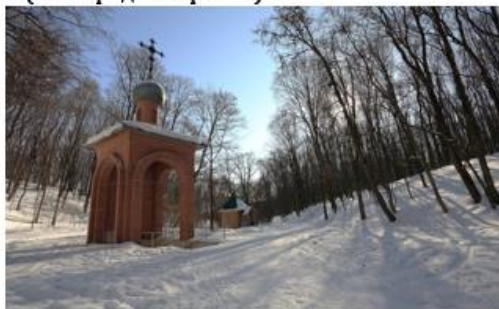
Дата образования: 1995

Тематический профиль: Ботанический

Статус: Действующий регионального значения

Общая площадь: 23,900 га²

Монастырский лес площадью 211 га расположен на левом берегу Дона, между г. Задонском и с. Кашары. Он занимает изрезанный балками и сложенный на поверхности песками левый, коренной склон долины р. Дон. Основу леса представляют дубравы порослевого происхождения с примесью клена остролистного, липы мелколистной.



Общее описание: Меловые останцы «дивы»; редкий вид растений - волчегодник Софии (Красная книга РФ); колония сурка-байбака

Район: Вадуйский

В составе: Окрестности с. Борки

Категория: Охраняемая природная территория

Тип объекта: Государственный природный заказник

Область (республика): Белгородская область

Дата образования: 1991

Тематический профиль:

Ботанический

редкие растения, как липа саранка, борец дубравный, дубка двулистная. Затененные склоны покрыты сплошным ковром северного мха. На территории Монастырского леса расположены базы отдыха: «Голубой огонек», «Чайка», пансионат «Клен». ³

Заказник «Бекарюковский бор» (Шебекинский район)³



Дата образования: 1978, 1991

Тематический профиль: Ботанический

Статус: Действующий регионального значения.

Общая площадь: 66,000 га⁴

Находится вблизи села Мало-Михайловка Шебекинского района. Это - наиболее сохранившееся местонахождение меловой сосны в области. Растет она здесь на меловых склонах под углом 42 градуса на высоте 70-100 м над долиной реки Нежеголь, на голом или слегка покрытом травянистой растительностью мелу (площадь 66 га).

Общий видовой состав участка составляет до 368 видов цветковых растений, в том числе редких дремлик темно-красный, пыльцеголовник красный, ковыли, оносма, астрагалы пушистоцветковый и белостебельный, василек русский, сон-трава, лен украинский, копеечник крупноцветковый, горичвет весенний, ломонос цельнолистный и другие. Ранее отмечался волчегодник Софии.⁵

Урочище «Гнилое» (Вейделевский район)⁶



Общее описание: Экосистемы степной балки; редкие виды растений (пион тонколиственный, тюльпан Биберштейна); реликтовые виды насекомых

Район: Вейделевский

В составе: Верховья балки в бассейне р. Демино, в 4 км к западу от с. Викторополь

Категория: Охраняемая природная территория