

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

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА
В РЕГИОНЕ (НА МАТЕРИАЛАХ ДЕПАРТАМЕНТА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Выпускная квалификационная работа бакалавра
очного отделения 4 курса группы 05001302
Мощенко Оксаны Николаевны

Научный руководитель
кандидат социологических наук,
профессор Реутов Е.В.

БЕЛГОРОД 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ	9
РАЗДЕЛ II. ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	27
РАЗДЕЛ III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	63
ПРИЛОЖЕНИЯ	72

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных социально-экономических условиях туризм представляет собой не только социально-культурный феномен, но и является отраслью экономики, способной приносить существенный доход в национальный бюджет. В России значимость развития туристской отрасли была отмечена как на федеральном уровне, что выразилось в принятии и реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)»

¹, так и на уровне отдельных регионов РФ, в которых туризм вошел в число приоритетных стратегических направлений экономического развития.

На региональном уровне туризм представляет собой специфическую отрасль экономики, развитие которой влечет за собой повышение уровня социально-экономического состояния региона. Туристскую отрасль выгодно отличают от других отраслей относительно короткий срок окупаемости и достаточно высокий уровень рентабельности проектов. Это стимулирует инвестиции в туристскую отрасль, способствует увеличению налогооблагаемой базы и доходов бюджетов. Быстрорастущий спрос на туристские услуги способствует притоку в регион денег, стимулирует модернизацию инфраструктуры и сохранение историко-культурного наследия. Кроме того, туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, рост занятости экономически активного населения.

В настоящее время развитие туристической отрасли в России выходит на новый уровень. Если до сих пор основной тенденцией развития туризма в стране был рост объемов выездного туризма, то сегодня, вследствие изменения

¹ О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (с изменениями на 11 июня 2016 г.) : Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

экономической и политической ситуации, особую актуальность приобретает въездной и внутренний туризм. Действительно, опыт последних лет показал, что внутренний потенциал для организации въездного туризма во многих регионах нашей страны реализован не в полной мере. Это относится и к Белгородской области.

Таким образом, значимость выбранной темы выпускного квалификационного исследования обусловлена необходимостью разработки направлений совершенствования управления развитием внутреннего и въездного туризма на уровне регионов с целью повышения уровня социально-экономического развития региона, улучшения инвестиционного климата, создания новых рабочих мест, сохранения памятников истории и культуры.

Степень изученности темы. Проблемы изучения роли туристической в социально-экономическом развитии РФ, государственного регулирования в сфере туризма нашли отражение в достаточно большом количестве работ, в которых российскими исследователями были подвергнуты анализу различные аспекты функционирования и развития туристического сектора в современных условиях.

В частности, тенденции, проблемы и перспективы развития рынка туристических услуг в РФ стали предметом изучения многих отечественных исследователей, среди которых следует отметить Е.В. Агамирову, Н.А. Восоколович, А.М. Лесникова, Н.М. Мухетдинову, Н.В. Рубцову и др.¹

¹ Агамирова Е.В. Особенности функционирования рынка туристских и гостиничных услуг в современных условиях экономического развития России // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 3 (64); Восоколович Н.А., Николаев-Пасухин С.И. Инновационные направления формирования современной индустрии туризма в России // Вопросы управления. 2014. № 3; Лесников А.М. Современный туристский рынок России: тенденции, проблемы и перспективы // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук : сборник трудов участников Второй международной научно-практической конференции. Спб., 2015; Мухетдинова Н.М. Импортзамещение в туристической индустрии России // Вестник Финансового университета. 2016. № 2; Рубцова Н.В. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности. Теория, методология, практика : монография. Иркутск, 2015.

Проблемы формирования туристических кластеров в регионах России нашли отражение в работах таких отечественных авторов, как А.Ю. Александрова, О.А. Бакуменко, С.В. Валеева, Ю.В. Жилкова, И.Н. Молчанов, А.В. Трухачев и др.¹

Различные аспекты, связанные с регулированием развития внутреннего и въездного туризма в регионах РФ, представлены в работах Ю.Б. Балашевой, Е.В. Калыгиной, А.С. Пахиевой, Т.Т. Тайгибовой, Е.С. Турченко, А.А. Уткина, О.В. Яковенко и др.²

Вопросам государственного регулирования сферы туризма посвящены работы Е.В. Беликовой, А.Р. Ваниевой, С.Ю. Гатауллиной, М.Е. Комаровой, Ю.М. Лагусева, Е.И. Макриновой, К.С. Толстых и др.³

¹ Александрова А.Ю., Владимиров Ю.Л. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 1; Бакуменко О.А. Управление функционированием туристских кластеров // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 44; Валеева С.В. Развитие концепции кластерного подхода в туризме // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 1 (334); Жилкова Ю.В., Макаренко З.В., Насырова Л.А. Проблемы формирования кластера в рамках социального туризма // Сервис в России и за рубежом. 2014. Т. 10. № 3 (64); Молчанов И.Н. Проблемы формирования и финансирования туристских кластеров в регионах России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2016. № 1 (34); Трухачев А.В. Бизнес-модели сельского туризма при образовании туристского кластера // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 3 (64).

² Балашева Ю.Б., Репина Е.А. Социальный опрос как метод оценки уровня привлекательности Ростовской области как центра въездного туризма // Учетно-аналитические инструменты исследования экономики региона : материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Махачкала, 2015; Калыгина Е.В. Эффективная организационная структура предприятия въездного туризма // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. 2014. Т. 1. № 2 (2); Пахиева А.С., Сайбель Н.Ю. Совершенствование методов стимулирования въездного туризма в России // Вестник магистратуры. 2016. № 6-4 (57); Тайгибова Т.Т. Проблемы и особенности развития въездного туризма на современном этапе формирования туристской отрасли в России // Экономика и предпринимательство. 2012. № 3 (26); Турченко Е.С. Динамика и основные направления выездного и въездного туризма в Псковской области // Сервис plus. 2015. Т. 9. № 3; Уткин А.А. Инновационные подходы к организации въездного туризма в России // Российский внешнеэкономический вестник. 2013. № 7; Яковенко О.В. Внутренний и въездной туризм – приоритетные направления социально-экономического развития территории Белгородской области // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 6.

³ Беликова Е.В. Специфика формирования региональной структуры управления сферой туризма // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014.

Таким образом, анализ степени изученности темы в научной литературе позволяет сделать вывод, что тема выпускного квалификационного исследования весьма актуальна и многие ее аспекты, в частности, применительно к Белгородской области, не раскрыты полностью и нуждаются в дальнейшей разработке.

Проблема исследования заключается в противоречии между необходимостью развития внутреннего и въездного туризма в Белгородской области и недостаточной разработанностью практических рекомендаций по совершенствованию управления данной отраслью экономики региона в Департаменте экономического развития Белгородской области.

В качестве **объекта выпускного квалификационного исследования** выступает туристский сектор экономики региона.

Предметом исследования является управление развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области.

Целью исследования является разработка практических рекомендаций по совершенствованию управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области.

Задачи исследования. Реализация данной цели возможна посредством решения следующих задач:

№ 4; Ваниева А.Р. Основные направления совершенствования государственной политики в сфере туризма // Экономические науки в России и за рубежом. 2014. № 17; Гатауллина С.Ю. К вопросу о совершенствовании методического обеспечения оценки качества государственного регулирования туристской деятельности в регионе // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 9; Комарова М.Е., Цыбуля Д.Н. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме // Научный альманах. 2016. № 4-1 (18); Лагусев Ю.М. Технологии повышения эффективности туристской деятельности в муниципальных образованиях // Вестник ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2015. Т. 9. № 1; Макринова Е.И., Подзолкова И.С., Каплунова И.В. Мониторинг эффективности развития внутреннего и въездного туризма в г. Белгороде // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 2; Толстых К.С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. 2014. № 13 (18).

- 1) изучить теоретические основы управления развитием внутреннего и въездного туризма в регионе;
- 2) проанализировать деятельность Департамента экономического развития Белгородской области по управлению развитием внутреннего и въездного туризма в регионе;
- 3) предложить пути совершенствования управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области.

В качестве **теоретико-методологической основы исследования** выступает сетевой подход, согласно которому туристская деятельность рассматривается как цепочка создания ценности туристского продукта¹, а также содержательный подход к анализу процесса управления развитием внутреннего и въездного туризма, согласно которому основными элементами данного процесса выступают субъект, объект, средства, методы, результат². В процессе исследования применялись методы анализа, синтеза, сравнения, обобщения, типологизации, классификации, анализа документов.

Эмпирическую базу выпускной квалификационной работы составляют федеральные³ и региональные⁴ нормативно-правовые акты,

¹ Рубцова Н.В. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности. Теория, методология, практика : монография. Иркутск, 2015.

² Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. М., 2007.

³ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 05 апреля 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство»; О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (с изменениями на 11 июня 2016 г.) : Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 6 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство»; // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

⁴ О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма : Закон Белгородской области от 29 декабря 2016 г. № 138 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область»; Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 гг.» (с изменениями на 25 апреля 2016 г.) : Постановление правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 г. № 522-пп //

регулирующие развитие внутреннего и въездного туризма, соответствующие статистические данные, отчетная информация Департамента экономического развития Белгородской области¹.

Практическая значимость исследования. Результаты проведенного исследования могут быть использованы для повышения эффективности управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области и других регионах РФ, а также при разработке региональных программ и проектов в сфере туризма.

Структура выпускной квалификационной работы. Работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка источников и литературы и приложений.

Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк. «Регион. вып. Белгородская область».

¹ Департамент экономического развития Белгородской области. URL: <http://www.derbo.ru/> (дата обращения: 10.12.2016).

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ

В настоящее время туризм является одним из важных направлений оживления экономики, оказывая стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые. Туризм способствует экономическому росту, притоку валютных поступлений, играет большую роль в укреплении мира и развитии международного сотрудничества и интеграции.

Федеральный закон № 132-ФЗ дает определения ключевых понятий в сфере туризма и туристской деятельности.

Так, туризм определяется как «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания»¹.

Туристская деятельность – «туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий; турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия

¹ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 05 апреля 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания»¹.

На развитие туризма большое влияние оказывает наличие либо отсутствие туристских ресурсов, под которыми понимаются «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил»².

Туристская индустрия представляет собой «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников»³.

В нормативно-правовых актах и научной литературе выделяются следующие виды туризма:

- туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- туризм выездной – выезды лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

¹ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 05 апреля 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

² Там же.

³ Там же.

- туризм въездной – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;
- туризм международный – туризм выездной или въездной;
- социальный туризм – туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей.

Социальный туризм отличается от всех других видов туризма способом финансирования расходов индивида на совершение туристской поездки или путешествия. В социальном туризме «расходы туриста полностью или частично покрываются из средств государственных бюджетных или внебюджетных источников, предназначенных на социальные нужды, а также из средств работодателей. Например, кроме государства, такую поддержку могут оказывать своим членам религиозные и иные общины»¹.

Самодетельный туризм – туризм, организуемый туристами самостоятельно. Как правило, данный туризм характеризуется активными способами передвижения. При этом маршрут, состав туристской группы, снаряжение, обеспечение продуктами питания, способы передвижения и финансирование организуются самостоятельно либо совместно с туристскими клубами, секциями, общественными организациями.

Индустрия туризма влияет на национальную экономику посредством реализации «пяти экономических функций:

- производственной;
- содействия занятости населения;
- создания дохода;
- сглаживания неравенства в развитии российских регионов;

¹ Конев И.П., Павлова Э.Н. Современная концепция индустрии туризма. Петрозаводск, 2013. С. 10-11.

– нивелирования платежного баланса страны»¹.

Туризм выступал объектом управленческого воздействия органов государственного управления на протяжении длительного времени.

В настоящее время управление развитием туризма в Российской Федерации реализуется на мезо-, макро- и микроуровнях.

На федеральном уровне управления главные полномочия по развития туризма федеральное агентство по туризму (Ростуризм) и подведомственные ему организации – ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму («Visit Russia»), ФГУП «Национальная корпорация развития туризма», а также созданные в 2015 г. комитет по импортзамещению при министерстве культуры и Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации.

На региональном уровне управление развитием туризма осуществляют структурные подразделения органов исполнительной власти (департаментов, министерств). Например, в Белгородской области функционирует отдел развития предпринимательства и туризма управления промышленности и предпринимательства департамента экономического развития.

На местном уровне функционируют аналогичные структурные подразделения в рамках органов исполнительной власти. Так, одной из задач департамента экономического развития г. Белгорода является «определение стратегии развития въездного и внутреннего туризма, разработка и реализация комплексных программ и мероприятий, направленных на создание конкурентоспособной туристско-рекреационной отрасли как одного из сегментов экономики города»².

¹ Конев И.П., Павлова Э.Н. Современная концепция индустрии туризма. Петрозаводск, 2013. С. 12.

² Департамент экономического развития г. Белгорода. URL: <http://www.beladm.ru> (дата обращения: 25.03.2017).

Управление развитием туризма представляет собой реализацию органами государственного и муниципального управления комплекса мер, направленных на обеспечение условий для организации эффективного производства конечного туристического продукта, повышение конкурентоспособности региона.

Анализируя основные приоритеты развития туристической отрасли на региональном уровне, особое внимание следует обратить на определение целей, задач и выбор оптимальных методов управления.

Цель управления туристским сектором – повышение конкурентоспособности региона и отдельных объектов туристской индустрии за счет достижения синергетического эффекта. Среди задач управления можно отметить следующие:

- повышение эффективности использования ресурсов, в том числе рабочей силы, инфраструктуры, образовательных, транспортных услуг, природных ресурсов, памятников истории и архитектуры, средств коммуникаций, производственных мощностей, научных разработок;

- развитие международных связей, укрепление позиции региона на международном рынке, содействие развитию въездного туризма за счет организации совместных предприятий, интенсификации инновационного процесса, объединения маркетинговых усилий;

- повышение конкурентоспособности предприятий туризма и индустрии туризма в целом, в том числе за счет снижения транзакционных издержек, привлечения государственных и частных инвестиций, создания новых видов бизнеса;

- развитие горизонтальных и вертикальных связей между предприятиями туристского сектора.

Методы управления развитием внутреннего и въездного туризма могут быть классифицированы по различным признакам.

По степени вмешательства различают:

- прямые методы;
- косвенные методы.

Они реализуются в рамках государственного регулирования индустрии туризма органами исполнительной власти регионального и федерального уровней и предполагают прямой или опосредованный (через налоговые льготы или иные преференции) характер воздействия.

Так, в настоящее время государство поддерживает въездной и внутренний туризм путем налоговых и таможенных льгот, предоставления льготных кредитов, прямых бюджетных ассигнований на разработку федеральных и региональных целевых программ развития туризма. «Предусмотрены налоговые преференции для развития туристической отрасли, создания особых условий ведения предпринимательской (в том числе и туристической) деятельности на территориях опережающего социально-экономического развития на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири (с расширением этого региона на Республику Хакасия и Красноярский край)»¹.

По задачам управления выделяют методы:

- обеспечения эффективного использования ресурсов;
- укрепления позиции предприятий туризма на международном рынке;
- повышения конкурентоспособности региона и предприятий, функционирующих на его территории;
- интенсификации взаимодействий участников туристского сектора экономики.

По управленческим функциям «можно выделить методы:

- планирования;
- организации;
- мотивации;

¹ Заседание президиума Государственного совета при Президенте России «Развитие туризма в Российской Федерации». Стенограмма. Ялта, 17 августа 2015 г. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 14.03.2017).

– контроля»¹.

Метод планирования в сфере управления развитием внутреннего и въездного туризма используется для реализации всех задач управления, в том числе в разработке миссии, долгосрочных целей, стратегии развития туристского сектора (стратегическое планирование), планов и программ развития по направлениям (оперативное планирование), а также в согласовании данных документов с другими субъектами управления и предпринимательства.

Метод организации используется для координации усилий участников индустрии туризма в рамках реализации задач управления. Направления и механизмы такой деятельности должны быть определены в стратегии (программе) экономического развития региона или сферы туризма.

Метод мотивации заключается в предоставлении определенных услуг представителям индустрии туризма, что повышает их заинтересованность в развитии данной сферы.

Метод контроля включает в себя мониторинг и оценку эффективности как субъектов управления туризмом, так и функционирования туристской индустрии в целом.

Таким образом, для эффективного управления сферой туризма органы государственного управления на федеральном и региональном уровнях должны выполнять следующие функции:

- 1) «правовая регламентация и общая организация туристской деятельности;
- 2) процесс планирования развития отрасли туризма;
- 3) регулирование отдельных видов деятельности;
- 4) совершенствование системы обеспечения безопасности туризма;
- 5) создание системы кадрового обеспечения туризма;

¹ Бакуменко О.А. Управление функционированием туристских кластеров // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 44. С. 55.

- 6) обеспечение научных исследований туристского рынка;
- 7) поддержка внешнеэкономической деятельности турфирм;
- 8) обеспечение охраны окружающей среды;
- 9) создание благоприятного имиджа страны;
- 10) контроль и надзор»¹.

Все эти функции должны выполняться в комплексе, быть грамотно продуманы и регламентированы.

Развитие сферы туризма в настоящее время, с учетом ряда внутренних и внешних факторов, характеризуется рядом новых тенденций. Одной из них выступает диверсификация туристского продукта, поиск новых направлений. Если раньше многочисленные клиенты турфирм отдавали предпочтение посещению крупных городов и ознакомлению с мегаполисами, такими как Москва и Санкт-Петербург, то в настоящее время наблюдается роста спроса на региональный продукт, развитие внутреннего туризма. Внешнеполитические факторы также способствовали развитию механизмов импортзамещения в сфере туризма.

Импортзамещение в туристической индустрии означает «повышенное внимание к развитию внутреннего туризма, формирование конкурентоспособного внутреннего туристического продукта, способного удовлетворить возрастающий спрос россиян в условиях происходящего в силу ряда причин снижения объемов выездного туризма»². Очевидно, что импортзамещение способствует развитию внутреннего и въездного туризма.

Раскроем подробнее внешние и внутренние факторы импортзамещения в туризме, а также его механизмы.

¹ Беликова Е.В. Специфика формирования региональной структуры управления сферой туризма // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 4. С. 146.

² Мухетдинова Н.М. Импортзамещение в туристической индустрии России // Вестник Финансового университета. 2016. № 2. С. 44.

В постсоветский период в нашей туристической индустрии сложились определенные диспропорции в развитии въездного, выездного и внутреннего туризма. Россия, обладая масштабным и уникальным туристическим потенциалом, может принимать значительно больше иностранных туристов, чем в настоящее время (т.е. въездной туризм развит недостаточно, что означает недополучение значительных поступлений в бюджеты, очень актуальных в ситуации напряженности бюджетной системы).

При условии создания в России аналогичного мировым курортным центрам массового конкурентоспособного продукта (Сочи, Республика Крым) возможен устойчивый рост масштабов внутреннего и даже въездного туризма в Россию.

Внутренние факторы развития импортзамещения в туризме и внутреннего туризма, соответственно, также весьма значимы. Развитый туризм «способствует созданию рабочих мест и развитию региональной экономики (одно рабочее место в сфере туризма влечет создание до 5 рабочих мест в смежных отраслях), может приносить ощутимые бюджетные доходы. В России могут появиться новые возможности для оживления моногородов, сельских поселений, северных и арктических территорий, Сибири, Дальнего Востока и, конечно, Республики Крым»¹.

Туристический сектор экономики в последнее время оценивается как один из приоритетных высокодоходных сегментов рынка при переходе к инновационному, социально ориентированному типу экономического развития. Реализация ряда государственных программ, направленных на решение стратегических задач развития сферы туризма привела к позитивным изменениям в отечественной туристической индустрии.

¹ Мухетдинова Н.М. Импортзамещение в туристической индустрии России // Вестник Финансового университета. 2016. № 2. С. 45.

Начиная с 2014 г. заметны определенные структурные изменения российской туристической отрасли (развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры, кластеров), положительная динамика основных показателей. По данным Росстата, за 2015 г. внутренний поток туристов составил около 50 млн. человек (рост на 18%, в то время как по программно-целевому планированию внутренний туристический поток в 40 млн. человек был предусмотрен только в 2018 г.)¹. При этом рост спроса на услуги внутреннего туризма пока опережает развитие инфраструктуры и конкурентоспособного, отвечающего мировым стандартам качества туристического продукта.

В 2015 г. вырос и въездной поток, составив свыше 27 млн. человек (рост более чем на 8% по сравнению с 2014 г.)². При этом меняется структура въездных туристических потоков: растет количество путешественников, прибывающих в Россию из стран Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки. Наиболее возросли потоки туристов из Китая, Индии, Ирана. В июне 2015 г. в Китае стартовал проект «Красный маршрут», Россия и Китай планируют совместно разрабатывать и другие патриотические маршруты, при этом большим спросом пользуются маршруты, связанные с социалистическим прошлым России.

Таким образом, в 2015 г. в России сложился комплекс объективных внешних и внутренних предпосылок для ускоренного развития внутреннего туризма в России или осуществления процесса импортозамещения.

На федеральном уровне были созданы Комитет по импортозамещению при Министерстве культуры (сентябрь 2015 г.) и Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (ноябрь

¹Число въездных туристических поездок. URL:
http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/tab-tur1-2.htm (дата обращения:
 15.03.2017).

²Число въездных туристических поездок. URL:
http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/tur/tab-tur1-1.htm (дата обращения:
 15.03.2017).

2015 г.) с участием крупнейших российских туроператоров, которые раньше работали исключительно в сфере выездного туризма (преимущественно Египет и Турция)¹. Эти органы «организуют работу и обеспечивают согласованные действия государства, бизнеса, общественных, научных и других организаций, направленные на создание программ поддержки участников туристического рынка, развивающих внутренний и въездной туризм»².

Реализация стратегических целей импортозамещения туристического продукта предполагает создание новых конкурентоспособных, комфортных, безопасных внутренних туристических маршрутов, что обеспечивается за счет консолидации усилий и ресурсов органов государственной власти в сфере туризма и смежных отраслей всех уровней, туроператоров, турагентов, учреждений, готовящих кадры в сфере туризма, транспортных и страховых компаний и других участников туристской деятельности на основе мер, разработанных в рамках стратегического планирования.

Наиболее эффективными механизмами стимулирования развития внутреннего и въездного туризма могут выступать снижение сезонности туризма и диверсификация туризма и отдыха россиян.

Комитет по импортозамещению координирует работу по формированию новых маршрутов под единым брендом «Время отдыхать в России». По мнению туроператоров, главным вопросом является алгоритм создания жизнеспособных маршрутов. В рамках этого комитета АТОР впервые разработала стандарты формирования внутренних маршрутов, которые устанавливают требования к профилю потребителя, логистике, продолжительности маршрутов, ценообразованию и качеству предоставляемых услуг. Стандарты позволят создавать пакетные туры для массового потребителя, которые прежде

¹ Комитет по импортозамещению в туризме утвердил план работы. URL: <http://regnum.ru/news/economy/1973871.html> (дата обращения: 15.03.2017).

² Постановлением Правительства РФ создан Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации. URL: <http://www.russiatourism.ru/news/9780/> (дата обращения: 15.03.2017).

действовали исключительно в сегменте выездного туризма. Регионы проводят инвентаризацию имеющихся в их распоряжении возможностей, формируют маршруты и представляют для отбора Комитету по импортозамещению и Координационному совету. Проекты оцениваются экспертным советом. В «экспертный совет комитета по импортозамещению входят представители около 30 туроператоров, работающих на внутреннем и/или въездном рынке. Именно они тестируют маршруты на соответствие техническому заданию Комитета и – самое главное, оценивают – готов ли маршрут к тому, чтобы быть предложенным прямому потребителю. В экспертный тур для тестирования маршрута выезжают 3-5 экспертов – представители разных компаний. Они проводят экспертизу маршрута в том виде, в котором он предлагается туристам: размещаются в тех же гостиницах и номерах, что и туристы, питаются в тех же кафе.

Отличие экспертного тура от «туристского» состоит в том, что обязательным его элементом является встреча с руководителями администрации региона и профильного ведомства, туристско-информационного центра и представителями турбизнеса. На этих встречах эксперты дают рекомендации по доработке маршрутов. По итогам экспертного тура комитет по импортозамещению представляет официальный отчет в Минкультуры России и рекомендации региональной администрации и туроператору/туроператорам – разработчикам тура»¹. Отобранные проекты должны получать различные формы федеральной поддержки.

За год своего существования комитет по импортозамещению рассмотрел 94 маршрута, предложенные более чем тридцатью регионами, из них были одобрены 25 маршрутов. Из одобренных маршрутов 11 приняты к продаже².

¹ Комитет по импортозамещению в туризме одобрил 25 экскурсионных маршрутов по России. URL: <http://mkrf.ru/m/1153593/> (дата обращения: 16.03.2017).

² Там же.

С 2015 г. крупнейшие российские туроператоры, ранее работавшие только в сфере выездного туризма, переориентировались на внутренние направления и начали продажу пакетных туров, включающих проживание, питание и трансферы (пакетные туры прежде действовали исключительно в сегменте выездного туризма). У россиян пользовались большой популярностью пакетные туры в Сочи, Анапу, Кавказские Минеральные Воды, Республику Крым.

В целях диверсификации всемерно поддерживается развитие новых видов туризма, которые могут расширить туристические потоки: индустриального (разработка туристических маршрутов с администрацией Нижнего Тагила, руководством Уралвагонзавода), полярного (создана рабочая группа с представителями Русского географического общества, Ассоциацией полярников и Национальным туристическим союзом), событийного, военно-патриотического (Всероссийская патриотическая программа «Дороги Победы», Всероссийская историко-патриотическая акция «Линейка памяти») и др.

Еще одним механизмом развития внутреннего и въездного туризма в России в целом и на уровне отдельных регионов выступает развитие государственно-частного партнерства в туризме.

Согласно федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», принятой на 2011-2018 гг., «государственно-частное партнерство в туризме – это эффективное взаимодействие всех органов государственной власти, туристского бизнеса, общественных и научных организаций в ходе реализации масштабных туристских программ и проектов, с целью увеличения потоков внутреннего и въездного туризма, развития туристской привлекательности регионов, повышения качества туристских продуктов и услуг»¹.

¹ О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (с изменениями на 11 июня 2016 г.) : Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

Специалисты выделяют два основных направления развития государственно-частного партнерства в сфере туризма: формирование особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа и создание туристских кластеров.

Отличительной особенностью особой экономической зоны является ее утверждение на федеральном уровне, после подписания специального Соглашения, в отличие от кластеров, которые создаются по инициативе региональных или местных властей.

Для эффективной реализации государственно-частного партнерства в сфере туризма «ОЭЗ туристско-рекреационного типа следует размещать на территориях экологической и рекреационной направленности, чтобы удовлетворять конечные потребности туристов в отдыхе и релаксации, а кластер, как более «свободная» в законодательном смысле форма, должен быть ориентирован на деловой туризм и сочетание интересов всех участников кластера»¹.

До 2010 года в России существовало 7 особых экономических зон туристско-рекреационного типа. В 2010 году были созданы еще 2 зоны – ОЭЗ на о. Русский (Приморский край) и ОЭЗ на территории Итум-Калинского района (Чеченская республика), в 2014 г. в список ОЭЗ был добавлен Крым.

Подбирая территорию для создания ОЭЗ, эксперты учитывали следующие показатели: «рекреационно-географические характеристики (природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы, экологическое состояние); инновационный потенциал региона (кадровый, информационный,

¹ Латыпов В.С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма // Недвижимость и инвестиции. 2010. № 4 (45). С. 4-5.

производственный и финансовый); уровень развития туристского предложения в регионе»¹.

Согласно последнему показателю регионы России были распределены на 3 группы:

- с высоким уровнем развития туристского продукта (Московская, Ленинградская области, Краснодарский край и т.д.);
- со средним уровнем развития туристского продукта (Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия и т.д.);
- с низким уровнем развития туристского продукта (районы Крайнего Севера, Дальневосточный регион, Западная Сибирь и т.д.).

Еще один показатель, учитываемый при выборе региона для размещения ОЭЗ – необходимый уровень финансирования. Подход к финансированию проектов по созданию ОЭЗ включает 2 этапа: первый этап – финансовая поддержка территорий с достаточным инновационным потенциалом для развития туризма и других отраслей экономики и второй этап – финансирование регионов с низким инновационным потенциалом и уровнем развития сферы туризма.

При создании туристского кластера необходимы следующие этапы: определение инновационного и туристского потенциала региона, проведение его отраслевого анализа, создание модели туристского кластера и осуществление его инициализации. Кластерный подход должен быть основан на взаимодополнении различных кластеров. Например, в регионе с производственной направленностью, куда съезжаются потоки деловых людей, логично создать туристский кластер с инфраструктурой для МІСЕ-туризма. В регионе с непроизводственной направленностью, где преобладают природные ресурсы, более приемлем вариант кластеризации для экотуризма. Из-за влияния

¹ Комарова М.Е., Цыбуля Д.Н. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме // Научный альманах. 2016. № 4-1 (18). С. 115.

на туризм фактора сезонности, целесообразно рассматривать кластеры не как точки экономического роста, а как сопутствующие кластеры, усиливающие конкурентоспособность региона в целом.

Финансирование федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» реализуется на принципах государственно-частного партнерства. Бюджетные деньги вкладываются в инженерную инфраструктуру, а частные инвестиции идут на создание непосредственных объектов туристической индустрии (гостиниц, развлекательно-оздоровительных центров и т.д.), которые в будущем позволят частным инвесторам окупить вложения и зарабатывать деньги.

Общий объем финансирования ФЦП при ее утверждении на 2011–2018 гг. был предусмотрен в объеме 332 млрд. руб., в том числе за счет бюджетов всех уровней — 36,4% и за счет средств внебюджетных источников — 63,6%. В условиях экономических трудностей в стране объем бюджетных ассигнований на ФЦП на 2015–2018 гг. в значительной степени уменьшен по сравнению с плановыми показателями. В 2011–2015 гг. из федерального бюджета выделено 14,3 млрд. руб., из внебюджетных источников привлечено 51,3 млрд. руб., т.е. на каждый бюджетный рубль в среднем привлечено 3,6 руб. частных вложений (это означает, что эффективность затрат оказалась выше ранее предусмотренной). Всего за годы действия ФЦП предусмотрено строительство 154 объектов обеспечивающей инфраструктуры в 36 кластерах на территории 26 регионов России. В 2011–2015 гг. построено 76 объектов (55 введено в эксплуатацию, 21 объект проходит процедуру согласования по вводу в эксплуатацию), а 78 объектов находятся в стадии строительства. Проверки выполнения ФЦП, проведенные Счетной палатой Российской Федерации, показали, что ее реализации присущи недостатки, характерные на начальной стадии программно-целевого метода планирования в стране и для других

отраслей экономики: перенос сроков введения объектов в строй, превышение сметной стоимости строительства, нарушения технической документации и др.¹

В результате изучения теоретических основ управления развитием внутреннего и въездного туризма в регионах следует сделать ряд выводов.

1. Туризм – это временные выезды граждан с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях, не связанных с получением дохода в стране (месте) временного пребывания. Туризм подразделяется на ряд видов, среди которых наибольшее значение для повышения конкурентоспособности региона имеет внутренний (туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации) и въездной туризм (перемещения лиц, не являющихся гражданами РФ, в пределах территории Российской Федерации).

2. Управление развитием туризма представляет собой реализацию органами государственного и муниципального управления комплекса мер, направленных на обеспечение условий для организации эффективного производства конечного туристического продукта, повышение конкурентоспособности региона. Среди методов управления развитием внутреннего и въездного туризма можно выделить прямые методы и косвенные методы; методы обеспечения эффективного использования ресурсов, укрепления позиции предприятий туризма на международном рынке, повышения конкурентоспособности региона и предприятий, функционирующих на его территории, интенсификации взаимодействий участников туристского сектора экономики; методы планирования, организации, мотивации и контроля.

¹ Ростуризм не осуществляет должный контроль за реализацией регионами мероприятий ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма». URL: http://audit.gov.ru/press_center/news/20182 (дата обращения: 15.03.2017).

3. В последние годы в регионах России сложился комплекс объективных внешних и внутренних предпосылок для ускоренного развития внутреннего и въездного туризма. Стимулирование развития внутреннего и въездного туризма осуществляется за счет снижения сезонности, диверсификации туризма и отдыха россиян, развития государственно-частного партнерства в туризме посредством формирования особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа и создания туристских кластеров.

РАЗДЕЛ II. ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Одним из приоритетных направлений Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года является формирование в Белгородской области конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера при эффективном использовании и сохранении туристско-рекреационных ресурсов региона¹.

Уполномоченным органом исполнительной власти по созданию благоприятных условий для развития туризма в регионе является департамент экономического развития Белгородской области, в структуре которого есть профильный отдел развития предпринимательства и туризма.

Белгородская область является высокоразвитым индустриально-аграрным регионом, экономика которого опирается на колоссальные богатства недр и уникальные черноземы. Она расположена на юго-западе Среднерусской возвышенности и занимает 27,1 тыс. кв. км. Область граничит с Воронежской и Курской областями РФ, а также с Харьковской, Луганской и Сумской областями Украины.

В состав области входят 19 муниципальных районов, 3 городских округа, 25 городских и 260 сельских поселений. На территории области расположено 1227 объектов культурного наследия, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории, культуры и археологии) народов Российской Федерации, в том числе: 29 – федерального значения, 1137 – регионального значения, 61 – местного значения. В настоящее

¹ Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года (с изменениями на: 25.04.2016) : Постановление правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. № 27-пп (в редакции постановлений Правительства Белгородской области от 18.09.2010 № 299-пп, от 25.07.2011 N 271-пп, от 24.12.2012 № 590-пп, от 03.06.2013 № 206-пп, от 12.05.2015 № 192-пп, от 25.04.2016 № 122-пп) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

время в области функционирует 124 коллективных средства размещения, в числе которых 91 гостиница, 18 гостевых усадеб сельского туризма, 15 придорожных комплексов, а также 2420 предприятий общественного питания, в том числе 122 ресторана, 153 бара, 595 кафе, 203 закусочных и др. Общий номерной фонд составляет 5062 койко-мест. В регионе классифицировано одно коллективное средство размещения – гостиничный комплекс «Аврора», которому присвоена категория «5 звезд», а также гостиничному комплексу «Континенталь» присвоен аттестат «Бизнес-отель»¹. Информация о гостиницах размещена на таких популярных системах интернет-бронирования, как booking.com и tripadvisor.ru. Действующие гостиничные предприятия располагают достаточным для приема туристов количеством мест. Коэффициент использования номерного фонда в гостиницах Белгородской области составляет от 40% до 60%.

На настоящий момент на территории Белгородской области находятся 30 баз отдыха и кемпингов для самостоятельной организации отдыха.

По состоянию на декабрь 2016 г. общее количество туристических организаций, осуществляющих деятельность на территории Белгородской области, составила 106, в том числе 30 туроператоров.

В настоящее время доля туризма в валовом региональном продукте по-прежнему невелика: как свидетельствуют данные таблицы 1 по регионам ЦФО, на протяжении 2013-2016 гг., несмотря на количественное увеличение объема оказываемых туристических услуг, доля туризма в ВРП составляет 0,28%. В Белгородской области этот показатель в 2015 г. составил 0,14%.

¹ Информация о развитии внутреннего и въездного туризма в Белгородской области : предоставлена департаментом экономического развития Белгородской области. Документ опубликован не был.

Таблица 1

Доля туризма в валовом региональном продукте субъектов РФ, находящихся в пределах Центрального федерального округа

Год	2012	2013	2014	2015	2016
ВРП, млн. руб.	545517,2	569006,4	619677,7	686357	748840,6
Объем туристических услуг, млн. руб.	1313,1	1608,9	1753,6	1896,7	2066,8
Доля туризма в ВРП, %	0,24	0,28	0,28	0,28	0,28

Данные о динамике роста въездного туристического потока свидетельствуют, что количество туристов постоянно растет. Так, туристский поток в 2014 г. составил 348 тыс. чел., в 2015 г. – 560,39 тыс. чел., 2016 г. – 689,28 тыс. чел.

Таблица 2

Динамика роста въездного туристического потока в субъекты РФ, находящихся в пределах Центрального федерального округа

Год	2012	2013	2014	2015	2016
Количество туристов, тыс. чел.	196	326	348	560,39	689,28

Объем налоговых поступлений в региональный бюджет субъектов Центрального федерального округа от туристической отрасли, как видно на рис. 1, также растет: в 2014 г. он составил 146 млн. руб., в 2015 г. – 156 млн. руб., в 2016 г. – 172,2 млн. руб.

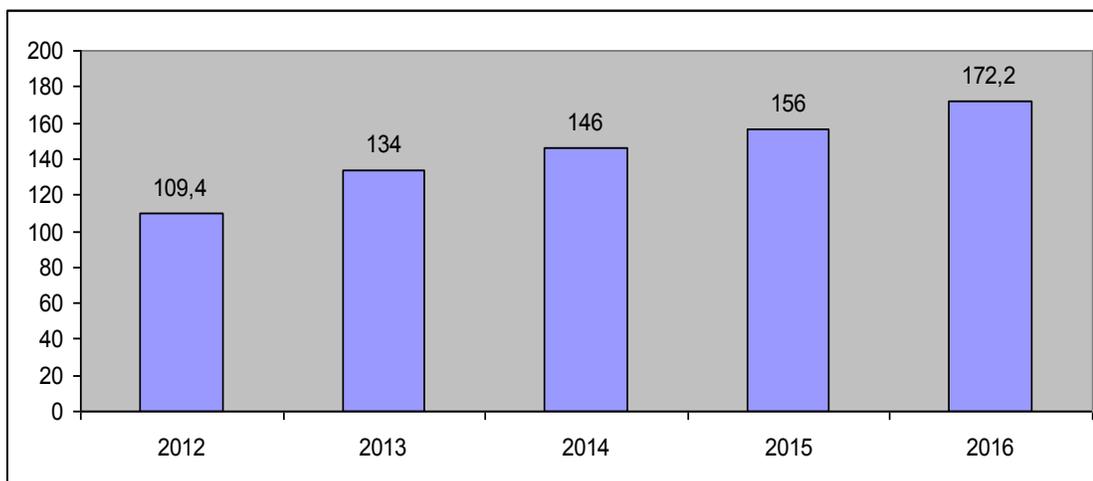


Рис. 1. Объем налоговых поступлений в региональный бюджет от туристической отрасли, млн. руб. (ЦФО)

В развитии туристического сектора экономики Белгородской области наблюдаются сходные тенденции. Как свидетельствуют данные таблицы 3, туристский поток в 2015 г. составил 364,0 тыс. чел., что на 5% больше показателя 2014 г. Прирост туристского и экскурсионного потока в 2015 г. составил 20%, достигнув показателя в 1 млн. 296 тыс. человек, тогда как в 2014 г. составлял 1 млн. 34 тыс. человек. Соответственно вырос и объем туристских услуг, который в 2015 г. составил 940,7 млн. руб. (против 859,3 млн. в 2014 г.), и объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения – 1027,6 млн. руб. в 2015 г., тогда как в 2014 г. данный показатель составил 894,3 млн. руб.

Практически на прежнем уровне остается численность коллективных средств размещения туристов – 122 в 2014 г., 123 – 2015 г.). Прирост произошел за счет открытия новой гостиницы, количество гостевых усадеб и придорожных комплексов осталось неизменным (18 и 15 соответственно).

Таблица 3

Динамика показателей развития туризма в Белгородской области

№	Наименование показателя	Ед. изм.	2013	2014	2015
1	Туристский поток	тыс. чел.	326,0	348,0	364,0
2	Туристский и экскурсионный поток	тыс. чел.	870,8	1034,4	1296,0
3	Коллективные средства размещения, в том числе	ед.	111	122	123
3.1	Гостиницы	ед.	81	89	90
3.2	Гостевые усадьбы с возможностью размещения	ед.	15	18	18
3.3	Придорожные комплексы	ед.	15	15	15
4	Объем туристских услуг	млн. руб.	766,6	859,3	940,7
5	Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	млн. руб.	842,4	894,3	1027,6

Отмеченные положительные тенденции в туристическом секторе экономики региона достигаются в основном за счет внутреннего туризма, в то время как поток въездного туризма не настолько значителен. Так, в 2014 г. доля иностранных граждан, прибывших в регион с туристическими целями, составила 20,2% от всего объема туристического потока, при этом доля граждан из стран дальнего зарубежья (вне СНГ) составила 3,2%. В 2015 г. доля иностранных туристов незначительно выросла до 20,7%, но удельный вес туристов из дальнего зарубежья остался на том же уровне – 3,2%.

Абсолютные данные о развитии въездного туризма, как видно из таблицы 4, показывают, что наблюдается рост числа иностранных туристов, но их удельный вес фактически не меняется.

Таблица 4

Данные о развитии въездного туризма в Белгородской области

Численность иностранных граждан, прибывших в регион по цели поездки туризм	2014	2015	2016
Все страны, тыс. чел.	70,3	75,4	80,7
Страны вне СНГ	11,4	11,9	12,7
Страны СНГ	58,9	63,5	68,0

Управление развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области осуществляется на основе программно-целевого подхода.

16 декабря 2013 г. Постановлением правительства Белгородской области № 522-пп была утверждена государственная программа Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы». Подпрограмма 4 «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» направлена на развитие внутреннего и въездного туризма.

В качестве задач подпрограммы выступают:

- «формирование имиджа Белгородской области как привлекательного туристского региона;
- развитие инфраструктуры туристско-рекреационного комплекса Белгородской области;
- создание благоприятной предпринимательской среды для развития туризма и придорожного сервиса»¹.

Общий объем финансирования подпрограммы составил в 2014-2016 гг. 153 955 тыс. руб.

В целях реализации федерального законодательства в сфере туризма разработан и принят закон Белгородской области «О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма»², который определил полномочия органов государственной власти Белгородской области в сфере туризма. Распоряжением правительства Белгородской области департамент

¹ Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 гг.» (с изменениями на 25.04.2016 г.) : Постановление правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 г. № 522-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

² О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма : Закон Белгородской области от 29 декабря 2016 г. № 138 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

экономического развития области определен уполномоченным органом исполнительной власти по созданию благоприятных условий для развития туризма в регионе.

В качестве приоритетных направлений развития туризма в Белгородской области выступают сельский, событийный, детско-юношеский и социальный туризм.

С 2007 года в Белгородской области реализованы долгосрочные целевые программы в сфере сельского туризма. Развитие данного направления туризма осуществлялось в соответствии с утвержденной постановлением Правительства Белгородской области от 23 октября 2010 года № 346-пп долгосрочной целевой программой «Развитие сельского туризма в Белгородской области на 2011-2013 годы» за счет средств федерального и областного бюджетов в рамках совместного проекта Минэкономразвития России и Правительства Белгородской области.

В соответствии с соглашением правительства Белгородской области с Минэкономразвития России от 12 августа 2015 г. 089-МБ-15 на государственную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере сельского туризма и народных художественных промыслов в 2015 г. была предоставлена субсидия федерального бюджета в размере 2,92 млн. руб.

В соответствии с распоряжением правительства Белгородской области «О финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства»¹ в рамках мероприятия «Субсидирование части затрат на приобретение сырья, расходных материалов и инструментов, необходимых для производства продукции и изделий народных художественных промыслов

¹ О финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства : Распоряжение правительства Белгородской области от 17 октября 2016 г. № 514-рп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

и ремесел» оказана поддержка 4 субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в сфере сельского туризма и народных художественных промыслов, в объеме 2 млн. руб.

В настоящее время на территории региона действует 40 сельских усадеб, созданные на базе существующих сельских усадеб и фермерских хозяйств, расположены в 15 районах, из них услуги по размещению предлагают 18 усадеб с общим номерным фондом – 194 койко-места. Лидерами в развитии данного направления являются Грайворонский, Прохоровский, Ракитянский районы.

В рамках проектного управления департаментом экономического развития совместно с представителями органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов области и туроператорами по внутреннему туризму региона в 2016 г. был реализован проект «Развитие событийного туризма в Белгородской области».

В рамках проекта во всех 22 муниципальных районах и городских округах области было проведено 25 событийных мероприятий, которые посетили более 100 тыс. гостей и участников, изготовлено 13 брендированных туристических сувениров, разработано 18 маршрутов, в том числе: 12 экскурсионных и 6 туристских, включающих посещение событийных мероприятий.

Наиболее популярными туристическими маршрутами по Белгородской области выступают:

– обзорная экскурсия по г. Белгороду с посещением Музея-диорамы «Курская битва. Белгородское направление». Экскурсия рассчитана на туристов любого возраста, тип экскурсии – пешая;

– «Никто не забыт! Ничто не забыто!» (Прохоровский район). Экскурсия для туристов всех возрастов, тип экскурсии – автобусная. Посещение

государственного военно-исторического музея-заповедника «Прохоровское поле»;

– «Индустриальные крылья Белогорья» (Губкинский городской округ). Экскурсия для туристов всех возрастов, тип экскурсии – автобусная. Посещение музея истории курской магнитной аномалии, смотровой площадки Лебединского горно-обогатительного комбината;

– «Святые истоки» (Прохоровский район). Экскурсия для туристов всех возрастов, тип экскурсии – автобусная. Посещение природного парка «Исток Северского Донца», «Музея природы Белогорья» и другое;

– Холки и «Казачий стан «Сосновое» (Чернянский и Новооскольский районы). Экскурсия для туристов всех возрастов, тип экскурсии – автобусная и другие.

В 2016 г. два маршрута Белгородской области «Славная Белгородчина. Память о великих предках» и «Великолепный XIX век» были утверждены Комитетом по импортзамещению в туризме.

Наиболее успешные в 2016 г. мероприятия, такие как Межрегиональный кулинарный фестиваль «Русская каша», II Международный фестиваль мела «БелМелФест», V Межрегиональный фестиваль традиционной культуры и быта на Красную горку «Фомина яишня» и Межрегиональный патриотический аэрофестиваль «Небосвод Белогорья» удостоились лауреатов национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» в различных номинациях.

В Белгородской области уделяется внимание развитию детского и юношеского туризма. В области действует ГАУ дополнительного образования «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий». В центре разработаны 33 экскурсионные и 3 двухдневные экскурсионно-краеведческие программы. В нем также реализуются дополнительные общеобразовательные общеразвивающие программы туристической направленности: «Юные

туристы-краеведы», «Компас открытий», «Маленькая тропинка в большой мир», «Юные туристы-экологи». Основными формами работы с обучающимися являются туристические походы и туристские соревнования, слеты. Массовые туристские мероприятия с обучающимися включают туристские праздники на природе

Большое внимание в регионе уделяется развитию социального туризма. С ноября 2015 г. по ноябрь 2016 г. департаментом экономического развития совместно с АНО «Центр развития туризма» и «Золотая подкова» был реализован социальный проект «Туризм, доступный для всех!». Проект был направлен на формирование доступной туристической среды для социально незащищенных категорий граждан, пожилых людей, детей из многодетных семей, инвалидов, в том числе с ограниченными возможностями передвижения.

В регионе ведется работа по адаптации туристской инфраструктуры для инвалидов и маломобильных групп населения. В рамках подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» запланировано ежегодное проведение туров и экскурсий для инвалидов, детей-сирот и иных социально незащищенных категорий граждан. В 2015 г. 160 человек с расширенными потребностями посетили Государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле». В сентябре 2016 г. состоялась серия экскурсий по объектам сельского туризма региона для лиц с ограниченными возможностями. На всех мероприятиях событийного туризма обеспечивался беспрепятственный доступ для инвалидов (включая инвалидов, использующих кресла-коляски и собак-проводников).

В рамках реализации проекта были разработаны маршруты для людей с ограниченными возможностями, издана карта туристических достопримечательностей региона, проведены поездки для более чем 600 участников, разработан путеводитель для людей с расширенными

потребностями «Туристические маршруты Белгородской области». В 2016 г. было проведено более 30 экскурсионно-познавательных программ для людей с расширенными потребностями всех возрастных категорий. Доля доступных для людей с ограниченными физическими возможностями объектов показа в общем объеме объектов показа региона в 2016 г. составила 34,8%, в то время как в 2015 г. – 12%.

Основными направлениями региональной информационной политики в сфере туризма выступает участие в специализированных выставках, освещение в СМИ, размещение информации на турпорталах в сети «Интернет», выпуск рекламно-информационных материалов, проведение мероприятий, направленных на презентацию туристских ресурсов региона.

Телерадиокомпанией «Мир Белогорья» был создан проект «Белгородская область. Места знать надо», включающий видеоматериал о туристском потенциале региона и серию передач, посвященных туризму в области.

В 2016 г. департаментом экономического развития области выпущена Туристическая карта Белгородской области, содержащая информацию о наиболее интересных достопримечательностях Белгородчины, среди которых музеи, памятники архитектуры, храмы, заповедник и зоопарк, сельские усадьбы и горнолыжный комплекс. Все 29 нанесенных на карту туристских объектов сопровождаются адресами, яркими фотографиями и кратким описанием. Также выпущен буклет «Событийные мероприятия Белгородской области на 2017 год». В буклете отражены фестивали, ярмарки, праздники, которые пройдут в текущем году в муниципальных районах (городских округах) области. В целях развития системы туристской навигации и в рамках проекта «Развитие событийного туризма в Белгородской области» в 2015-2016 гг. изготовлено 292 знака туристской навигации к наиболее значимым объектам туристического показа.

С целью развития туристического потенциала и включения области в число наиболее привлекательных регионов для российских и зарубежных туристов, информация о достопримечательностях и популярных мероприятиях региона размещена на сайте департамента экономического развития области (derbo.ru), Туристическом портале Белгородской области (beltourism.31ru), сайте «Национальный календарь событий», анонсируемом Федеральным агентством по туризму и в мобильном приложении «TopTripTip – путешествие по России», Национальном туристическом портале «Russia.travel» и других информационных ресурсах. На постоянной основе ведется размещение пресс-релизов и региональных и федеральных СМИ.

В целях стимулирования предпринимательской активности, создания новых рабочих мест, выявления социальных, экономических и интеллектуальных возможностей развития инфраструктуры туризма на территории Белгородской области, а также пропаганды достижений в сфере туризма ежегодно проводится областной конкурс «Лидеры туристической индустрии».

Белгородская область ежегодно принимает участие в Международной туристической выставке «Интурмаркет», проводимой Федеральным агентством по туризму в г. Москве. Традиционным стало участие департамента экономического развития области в организации и проведении межрегиональной выставки «Отдых. Туризм. Спорт. Охота. Рыбалка» (г. Белгород).

В ноябре 2016 г. в г. Воронеже представителями 4 областей Центрального Черноземья – Белгородской, Воронежской, Липецкой и Тамбовской, в целях развития внутреннего и въездного туризма, повышения конкурентноспособности и экономического потенциала субъектов туристической индустрии региона подписано соглашение о реализации межрегионального туристического проекта «Центральное Черноземье». Проект включает взаимодействие по событийному и гастрономическому туризму, по

региональным и межрегиональным туристическим маршрутам с экскурсионными программами, по сувенирной продукции для туристов.

21 декабря 2016 г. в г. Белгороде прошел первый Межрегиональный туристический форум Центрального Черноземья. В мероприятии приняли участие представители туриндустрии, органов исполнительной власти, курирующих сферу туризма, муниципальных районов (городских округов) области, высших учебных заведений, средств массовой информации. Форум собрал более 120 участников и гостей из Москвы, Воронежа, Липецка и Курска.

В рамках Форума состоялась презентация созданного сувенира региона, основу которого составляет деревянный куб, наполненный белгородским черноземом, с нанесением на стеклянной поверхности изображения герба Белгородской области и символической надписи «Белгородская область – земля великих свершений».

По данным мониторинга туристского потока в период майских праздников 2017 г. в Белгородской области туристско-экскурсионный поток составил 146,5 тыс. человек, что на 37,7 % больше чем за аналогичный период 2016 года (106,4 тыс. человек).

Наибольшее количество туристов и экскурсантов предпочли следующие виды туризма:

- военно-патриотический – свыше 80 тыс. человек;
- событийный - приняли участие более 29 тыс. человек;
- культурно-познавательный – 24,9 тыс. человек;
- рекреационный – 12,4 тыс. человек.

Самыми посещаемыми местами отдыха и туризма среди туристов и экскурсантов являлись:

- ФГБУК «Государственный военно-исторический музей заповедник «Прохоровское поле» – посетило более 48 тыс. человек;

- Парк «Победы» Прохоровского района (около 20 тыс. человек);
- Белгородский зоопарк – (15,5 тыс. человек);
- Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление» (свыше 10 тыс. человек);
- Мемориальный комплекс «В честь героев Курской битвы» (Яковлевский район) – посетили 8 тыс. человек;
- Событийное мероприятие «Фомина Яишня» (г. Новый Оскол), в котором приняли участие 7,5 тыс. человек.

С целью выявления предпочтений жителей Белгородской области в сфере туризма в мае 2017 г. нами был проведен анкетный опрос (N=104). Основным участником опроса выступила учащаяся и работающая молодежь до 30 лет (86,5%), также были представлены возрастные категории 41-55 лет (7,7%), 30-40 лет (4,8%), старше 55 лет (1%). По полу респонденты распределились следующим образом: 65,8% - женщины, 44,2% - мужчины.

Отвечая на вопрос: «Где Вы предпочитаете проводить отпуск?», респонденты в числе наиболее привлекательных мест для отдыха отметили другие регионы РФ (37,5%) и за границу (26%). Отдых в месте своего проживания (преимущественно г. Белгород), как видно на рис. 2, оказался на третьем месте (21,2%).

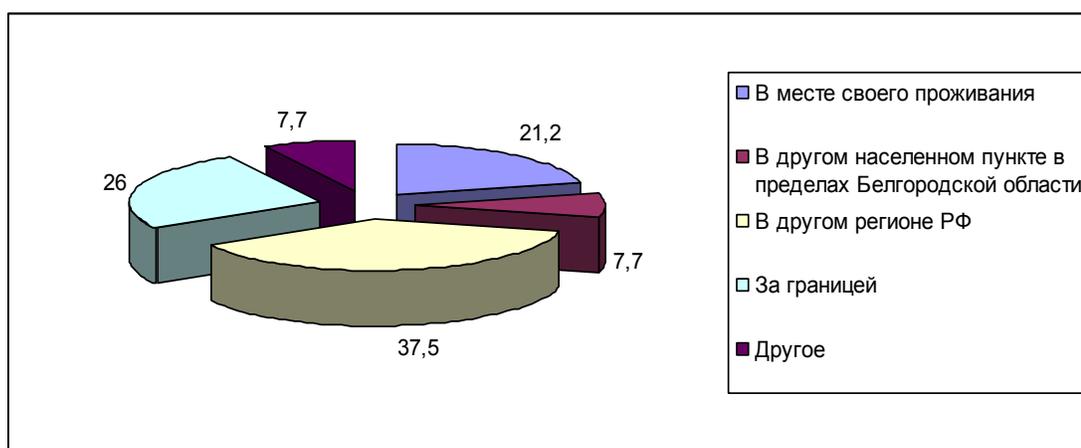


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Где Вы предпочитаете проводить отпуск?», %

Подобное распределение данных объясняется, в том числе, тем, что подавляющее большинство опрошенных предпочитает отдых у моря – 71,2% (рис. 3), удобная возможность для которого имеется лишь в двух регионах РФ (Крым и Краснодарский край, отдых на Балтике или на Дальнем Востоке очень дорогой). Также в числе приоритетны видов туризма были отмечены активный туризм (32,7%) и оздоровительный туризм (24%).

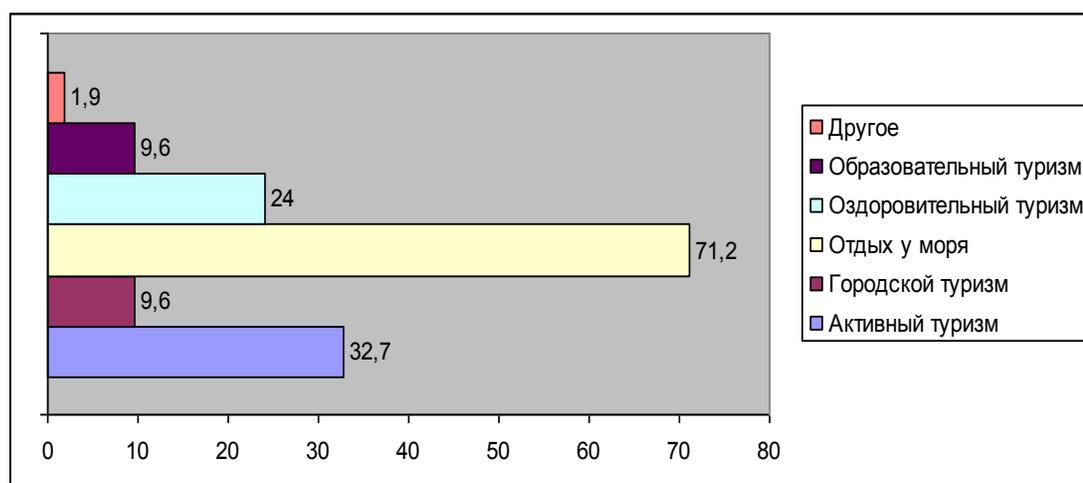


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Какой вид туризма Вы предпочитаете?», %

Оценивая перспективы внутреннего въездного туризма в Белгородскую область (рис. 4), респонденты в основном отметили, что регион может быть привлекателен для туризма у жителей других регионов РФ только «для тех, кто не может позволить себе более интересные варианты (42,3%), 33,7% считает, что регион «довольно привлекателен» и 24% - не привлекателен, так как здесь нет ничего интересного. Очевидно, далеко не все белгородцы владеют полной информацией о туристических объектах региона, не говоря уже о жителях других субъектов РФ.

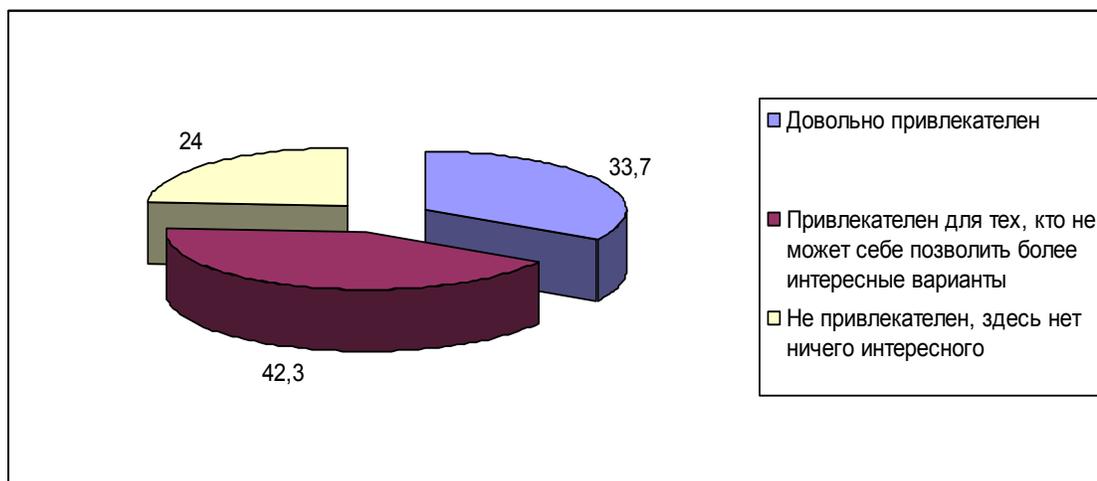


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, насколько привлекателен отдых в Белгородской области для жителей других регионов РФ?», %

С точки зрения туристов из других стран, по мнению опрошенных, Белгородская область может быть привлекательна для туризма в основном только для тех, кто специально интересуется российской глубинкой (52,9%), 25% считает, что регион может быть довольно привлекателен для иностранцев, 22,1% - для них нет здесь ничего интересного (рис. 5).

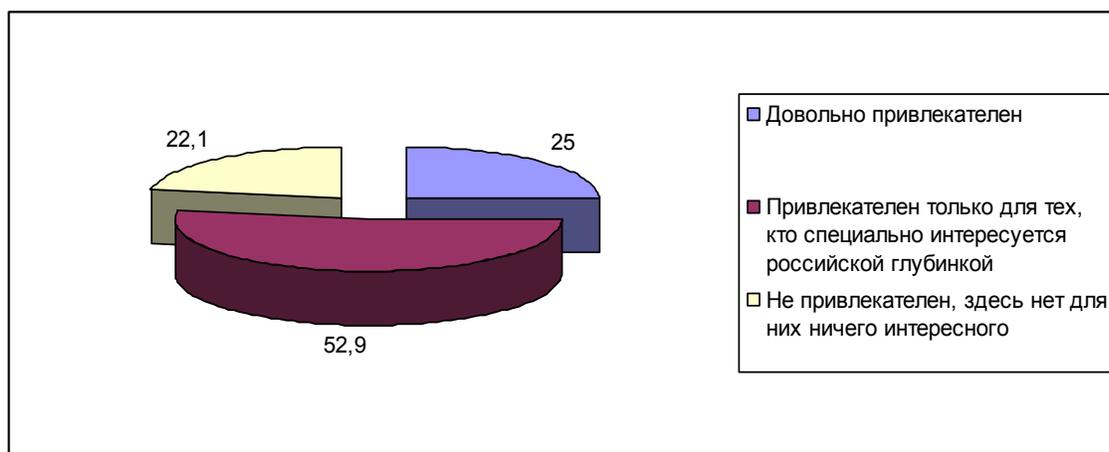


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, насколько привлекателен отдых в Белгородской области для жителей других стран?», %

В числе наиболее значимых факторов, обеспечивающих туристическую привлекательность Белгородской области, респонденты отметили следующие: природа, благоприятный климат (74,%), наличие интересных памятников

культуры, достопримечательностей (47,6%), большое количество недорогих и качественных мест коллективного размещения (30,1%), сохранение естественной среды обитания в сельской местности (25,2%).

Сдерживающими факторами выступают: отсутствие интересных туристических предложений (56,3%), недостаточная информированность, плохая реклама туристической привлекательности региона (44,7%), мало интересных туристических объектов (46,6%), нет возможности морского (речного) отдыха (46,6%), дороговизна услуг (27,2%).

Обобщая вышесказанное, можно выделить проблемы в развитии внутреннего и въездного туризма в Белгородской области: невысокие темпы прироста въездного туризма, сами жители Белгородчины больше ориентированы на отдых в других регионах РФ или за границей, мало интересных туристических предложений или жители о них не осведомлены; нет возможности отдыха у моря, а речной отдых недостаточно привлекателен или не слишком хорошо организован; недостаточно эффективное продвижение положительного туристского имиджа Белгородской области на международном уровне и на уровне Российской Федерации; недостаточно эффективная реклама туристической привлекательности региона; довольно высокие цены на размещение в гостиницах (например, гостиница «Белотель», не имеющая категории, предлагает номера от 3000 руб. в сутки).

Подводя итоги раздела, можно сделать следующие выводы.

1. Белгородская область является регионом, обладающим богатым туристско-рекреационным потенциалом. В 2013-2015 гг. наблюдалась тенденция увеличения численности туристов и роста объема оказанных туристических услуг. Более динамично развивается внутренний туризм, в то время как въездной туризм с учетом стран СНГ составляет пятую часть от всего объема туристического потока, при этом доля граждан из стран дальнего зарубежья – около 3%.

2. Управление развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области осуществляется на основе программно-целевого подхода, широко применяются технологии проектного управления. Департамент экономического развития области как уполномоченный орган исполнительной власти по созданию благоприятных условий для развития туризма принимает меры по развитию в регионе сельского и событийного туризма, детского и юношеского туризма, координирует усилия других органов исполнительной власти по адаптации туристской инфраструктуры для инвалидов и маломобильных групп населения, реализует ряд направлений информационной политики в сфере туризма.

3. Наиболее значительными проектами, направленными на развитие внутреннего и въездного туризма в Белгородской области, стали проект для маломобильных групп населения «Туризм, доступный для всех», проект «Развитие событийного туризма в Белгородской области», проект по размещению знаков туристской навигации на территории региона, проект по созданию туристско-информационного центра Белгородской области, проект по развитию сельского туризма.

4. Вместе с тем анализ статистических данных, отчетной информации департамента экономического развития и данных авторского социологического опроса позволил выделить ряд проблем: невысокие темпы прироста въездного туризма, слабая мотивация жителей Белгородчины к отдыху в регионе, нехватка интересных туристических предложений, недостаточно эффективное продвижение положительного туристского имиджа Белгородской области на международном уровне и на уровне Российской Федерации, довольно высокие цены на услуги.

РАЗДЕЛ III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм в современных условиях является одной из наиболее динамичных и высокодоходных отраслей экономики, обеспечивая приток инвестиций, новые рабочие места, развитие инфраструктуры, укрепление позиций малого и среднего бизнеса. Сферу туризма следует рассматривать не только в экономической плоскости, в частности, как источник налоговых поступлений в бюджет, но и в социальном аспекте, как создание условий для реализации потребностей личности в отдыхе, приобщения к культурно-историческим ценностям, познания истории, религии, традиций.

В современных условиях экономического кризиса формирование и развитие туристической привлекательности отдельных регионов является одним из стратегических направлений социально-экономической деятельности современных государств.

В настоящее время развитие туристической отрасли в России выходит на новый уровень. Если до сих пор основной тенденцией развития туризма в стране был рост объемов выездного туризма, то сегодня, вследствие изменения экономической и политической ситуации, особую актуальность приобретает въездной и внутренний туризм. Действительно, опыт последних лет показал, что внутренний потенциал для организации въездного туризма во многих регионах нашей страны реализован не в полной мере. Это относится и к Белгородской области.

Проведенный в рамках второго раздела работы анализ практики управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области показал, что в данной сфере, несмотря на несомненные достижения, есть ряд проблем. Они связаны с довольно низкими темпами прироста въездного туризма, слабой мотивацией белгородцев к отдыху в пределах

региона, недостаточной информированностью жителей Белгородской области и других регионов (стран) о туристических объектах и возможностях отдыха в области вследствие в том числе недостаточно эффективной рекламы, высокая стоимость размещения в гостиницах областного центра и слабая информированность потенциальных туристов о других возможностях размещения в регионе и др.

Отмеченные проблемы обусловлены как объективными причинами (поскольку Белгородская область граничит с Украиной, ухудшение отношений с этой страной является сдерживающим фактором развития внутреннего туризма в регионе, высокая стоимость авиа- и железнодорожных перевозок по России, гостиничных услуг, отсутствие возможностей для морского отдыха в регионе), так и субъективными факторами, связанными с определенными недоработками субъектов управления туризмом и стереотипами жителей, значительная часть которых придерживается мнения, что отдыхать в своем регионе скучно, непрестижно и т.п. Субъективные факторы, впрочем, поддаются корректировке.

В связи с вышесказанным, для совершенствования управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области целесообразно предложить ряд направлений.

1. С целью развития туристической привлекательности отдельных муниципальных образований региона необходимо осуществлять объединение усилий местных органов власти, бизнеса и населения на местном уровне. Органы местного самоуправления наряду с федеральной и региональной властями также обладают управленческими возможностями в процессе развития туристической привлекательности, что обусловлено рядом факторов: осведомленность о национальных традициях, культурно-историческом наследии муниципального образования; максимальная приближенность к населению и хозяйствующим субъектам, позволяющая консолидировать усилия

в процессе формирования туристской инфраструктуры, уникальных туристских продуктов и услуг, развития туристического потенциала. Именно в рамках муниципального образования наиболее эффективно могут быть реализованы социальные технологии развития туристической привлекательности, основными составляющими которых являются: социальное партнерство органов местной власти, бизнеса и населения, развитие местных инициатив, возрождение интереса к национальным традициям, объединение значительного количества туристских услуг вокруг территориального бренда.

Деятельность по консолидации деятельности власти, населения и бизнеса включает в себя следующие направления: привлечение инвестиций, межмуниципальное сотрудничество, поддержка общественных организаций.

2. Формирование туристических кластеров на базе муниципальных образований Белгородской области, а также муниципальных образований области и соседних регионов (Курская, Воронежская, Липецкая области). При этом подходе туристический кластер можно определить как «объединение нескольких муниципальных образований, расположенных в территориальной (географической) близости и обладающих различными туристическими ресурсами»¹.

Плюсами такого взаимодействия выступает объединение имеющихся ресурсов, что позволяет существенно разнообразить объекты туристического показа, предоставлять дифференцированные туристские услуги, охватывающие сферы экологического, сельского, культурно-познавательного, научного и других видов туризма. Достижение устойчивой целостности в комплексном многообразии элементов туристического потенциала представляется стратегической задачей в современных условиях усиливающейся дифференциации по уровню социально-экономического развития сельских и

¹ Кабанова Е.Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ : автореф. дис ... канд. социол. наук. М., 2016. С. 22.

городских поселений, дисбалансов в функционировании туристской инфраструктуры.

Объединение муниципальных образований по принципу туристического кластера позволит создать условия для функционирования разнородной туристической системы, обладающей более высокими потенциальными возможностями предоставления дифференцированных туристских услуг.

Формирование туристических кластеров в рамках региона предполагает ряд этапов:

- определение территориальных границ;
- формирование представительного органа;
- научная диагностика и анализ объективных и субъективных показателей развития туристической привлекательности муниципального образования, востребованности туристских услуг;
- создание туристического паспорта кластера;
- проведение публичных слушаний;
- разработка приоритетных направлений развития туристического кластера, обеспечивающих высокий уровень дифференциации туристских услуг, функциональную взаимозависимость городских и сельских объектов туристического потенциала и туристской инфраструктуры;
- экспертный анализ;
- привлечение инвестиций;
- формирование и развитие устойчивых организационных связей между участниками кластера, налаженных каналов обмена и распространения информации.

Координатором развития туристического кластера может выступать экспертный институт – Кластерный Совет по развитию туризма, в который входят представители местной власти городского округа, муниципального района, городского и сельского поселений, предпринимательских структур,

научных сообществ и общественных организаций. Эффективность реализации технологии формирования туристического кластера достигается за счет организации научно-информационного обеспечения управленческой деятельности, кооперации, устойчивых организационных связей между участниками туристического кластера, согласованности их действий в рамках единой стратегии.

3. Внедрение маркетингового подхода в управление развитием внутреннего и въездного туризма в регионе.

Применительно к сфере управления туризмом концепция маркетинга «должна быть направлена на осуществление деятельности в условиях постоянно изменяющегося состояния рынка и основываться на точном знании нужд и потребностей потенциальных потребителей, их оценке и учете возможных изменений в будущем, а ее основными элементами следует считать изучение рынка и прогноз его развития; постановку целей и задач; разработку стратегии и тактики туристской деятельности; формирование спроса и стимулирование сбыта; анализ и контроль маркетинговой стратегии»¹.

К особенностям туристского маркетинга относятся:

- управление спросом (а не только его стимулирование);
- достоверность и полнота информации о туристском продукте (услуге);
- особое внимание к вопросам защиты прав потребителя туристского продукта;
- целесообразность диверсификации туристских услуг и усиление внимания к маркетинговым мероприятиям в целях снижения влияния фактора сезонности;

¹ Цит. по: Макринова Е.И., Иваницкая Т.Ю. Управление развитием сферы туристских услуг на основе концепции маркетинга: региональный аспект // Фундаментальные исследования. 2014. № 3-4. С. 795-796.

– учет в маркетинговой деятельности не только материальных, психологических, духовно-эмоциональных аспектов, характеризующих особенности личности и состояния потребителей;

– необходимость координации маркетинговых мероприятий, осуществляемых всеми участниками процесса производства, продвижения и реализации туристских услуг.

Следовательно, «развитие услуг международного въездного, внутреннего въездного и внутреннего локального туризма с целью наиболее полного удовлетворения спроса потребителей предусматривает применение функции маркетинга, которая включает следующие подфункции: маркетинговые исследования, планирование ассортиментной политики, стимулирование продаж, ценообразование, маркетинг-менеджмент с учетом воздействия факторов макро- и микросреды»¹.

Управление развитием сферы туристских услуг на основе концепции маркетинга позволит туристским организациям Белгородской области не только успешно функционировать на рынке, но и предоставлять услуги международного въездного, регионального выездного, регионального локального туризма в соответствии с запросами российских и иностранных граждан.

4. Активизация местных туристических инициатив, что предполагает объединение жителей конкретной территории на основе согласования единых интересов и действий, направленных, в первую очередь, на сохранение и развитие туристического потенциала. Предлагаются следующие этапы реализации данной технологии: социальная диагностика, сосредоточение малых групп по интересам, распространение практик социальной активности населения, стимулирование местных инициатив.

¹ Макринова Е.И., Иваницкая Т.Ю. Управление развитием сферы туристских услуг на основе концепции маркетинга: региональный аспект // Фундаментальные исследования. 2014. № 3-4. С. 796.

Для улучшения туристического имиджа Белгородской области и повышения уровня информированности о туристических услугах в регионе нами разработан проект *«Создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru»*.

В связи с бурным ростом пользователей глобальной сети остро стоит вопрос создания туристической инфраструктуры и информационной поддержки отечественного туристического продукта в интернете. Многие белгородцы, отправляющиеся отдыхать за границу, просто не осведомлены о тех туристических услугах, которые им может предложить отечественный туризм. Именно развитие туристической инфраструктуры и активное продвижение туристического продукта в регионе на сегодняшний день является одной из приоритетных задач. Туристический продукт Белгородской области в сети Интернет представлен недостаточно полно. Есть информация о центрах сельского туризма на сайте Департамента экономического развития и интернет-платформа «Туристический портал Белгородской области», но представленные там сведения недостаточно систематизированы, потенциальным потребителям туристического продукта необходимо потратить много времени на поиск интересующего направления и выяснение стоимости всех интересующих их услуг. Рассматривая положение дел в отрасли туризма Белгородской области, можно отметить, что у региона есть все предпосылки для увеличения потока туристов, а также популяризации внутреннего туризма среди местных жителей. Таким образом, создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности Белгородской области, который охватывал бы основные сферы внутреннего туризма региона, представляется весьма актуальным.

1. Цель и задачи внедрения проекта.

Цель проекта – повышение туристической привлекательности Белгородской области, стимулирование развития внутреннего и въездного туризма в регионе.

Задачи проекта:

- повышение информированности населения Белгородской области и других регионов РФ о туристических объектах Белгородчины, предлагаемых услугах и их стоимости;
- рост численности туристов, посещающих Белгородскую область;
- повышение доли туристических услуг в общем валовом региональном продукте;
- рост благосостояния жителей региона, создание условий для получения дополнительного дохода за счет предоставления услуг в сфере туризма;
- воспитание патриотизма, интереса к истории и традициям родного края.

2. Сроки реализации проекта.

Проект является краткосрочным и рассчитан на один год: с 1 сентября 2017 г. по 31 августа 2018 г.

3. Перечень мероприятий.

Мероприятие 1. Теоретико-методическое обоснование создания инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru: обсуждение целей проекта и формирование плана переработки портала, разработка и утверждение технического задания (сентябрь – октябрь 2017 г.).

Мероприятие 2. Разработка новой версии информационного портала – дизайн (общая стилистика и элементы управления), техническая составляющая, состав и функционал контента (ноябрь 2017 – май 2018 г.).

Функционал интернет-сервиса должен включать в себя:

1. Возможность регистрации пользователе на портале.
2. Виртуальные экскурсии по местности в заданном радиусе на основе применения механизмов геолокации.

В мобильной версии важна реализация определения местоположения пользователя и указания объектов, интересных для туристов в заданном радиусе, с коротким аудио описанием данного объекта. Если какой-либо из объектов заинтересовал пользователя, он может прослушать подробную экскурсию по объекту и узнать интересную для него информацию. Тем самым пользователь в мобильном приложении получит возможность, находясь в любой точке региона, указав интересующий его радиус, найти все объекты, которые находятся рядом с ним, прослушать краткое описание и выбрать объект себе по душе для самостоятельного посещения.

3. Оказание туристических услуг физическими лицами.

Основной услугой интернет-сервиса должно стать предоставление экскурсий физическими лицами. Таким образом, любой житель Белгородской области сможет предложить экскурсию или иную туристическую услугу и установить цену, за которую он готов ее предоставить. Далее данный пользователь и предлагаемая им экскурсия будут проходить модерацию, и при условии соответствия установленному уровню качества и безопасности, с экскурсоводом будет заключаться договор о сотрудничестве. В результате будет сформирована общая база экскурсий совершенно различных тематик и направлений, в которой пользователь сможет найти именно то, что ему по душе.

4. Создание нового тематического блока «Молодежный туризм». На сегодняшний день большое количество молодежи путешествует по России, поэтому востребованным и перспективным будет реализация туристических услуг для молодежного сегмента на сервисе, что позволит более эффективно и безопасно оказывать услуги.

5. Формирование туристических групп.

На сегодняшний день попасть на экскурсию или какой-либо туристический объект не так-то просто, так как для организации централизованных групп требуется группа от 10 до 25 человек. Сервис позволит

формировать группы на конкретное время из одиночных туристов и тем самым даст возможность пользователю посетить любой интересующий его объект или экскурсию.

6. Совершенствование информационного контента представленных на сайте блоков, таких как: «Природа», «Активный отдых», «Сельский туризм», «Оздоровительный туризм», «Пляжный отдых».

Работа текущей версии сайта выстроена следующим образом: например, при нажатии ссылки «Оздоровительный туризм» появляется перечень объектов оздоровительной направленности, выбор конкретного объекта, например, «Русский барин» (Борисовский район) выводит информацию о данном комплексе с ссылкой на сайт предположительно данного оздоровительного учреждения, нажатие на ссылку приводит пользователя вновь на главную страницу сайта «Туристический портал Белгородской области». Таким образом, на основе текущей версии невозможно забронировать место в доме отдыха, узнать стоимость всех услуг, получить информацию об экскурсиях в ближайшие интересные места и т.п.

Соответственно, реализация данного направления предполагает добавление таких опций как:

- выбор дат, в рамках которых планируется отдых;
- выбор условий проживания, исходя из количества отдыхающих;
- выбор режима питания;
- возможность заказать трансфер к месту отдыха;
- расчет стоимости поездки;
- возможность оставить отзыв и рейтинг объектов.

В результате каждый пользователь получает возможность не только выбрать те услуги, которые ему необходимы, но узнать их актуальную стоимость. Каждый объект оздоровительного, сельского, экотуризма,

представленный на сайте, должен предоставить всю необходимую информацию для создания соответствующих разделов меню.

7. Совершенствование блока «Маршруты», который в настоящий момент включает три раздела: «В гостях у сказки», перечень групповых экскурсий, предоставляемых АНО «Центр развития туризма и народных художественных промыслов Золотая подкова», «Экскурсии на ОА «Белгородский хладокомбинат».

Следует дополнить данные блоки блоком сформированных туристических маршрутов для самостоятельного прохождения с учетом предпочтений потребителей и популярности каждого из них. Особую привлекательность будет иметь мультимедийная туристическая карта.

8. Разработка нового сервиса – ежемесячной онлайн-викторины, посвященная Белгородскому краю. Данный сервис будет функционировать в течение 1 года с целью увеличения числа пользователей туристического портала. Каждый месяц три пользователя, выбранные случайным образом, правильно ответившие на вопросы викторины, получают приз в размере 1 000 руб. Вопросы для викторины будут разрабатываться белгородскими краеведами или специалистами в области истории Белгородчины историко-филологического факультета Педагогического института НИУ «БелГУ» на условии оплаты по договорам ГПХ.

Мероприятие 3. Запуск новой версии портала и тестирование его работы (июнь – август 2018 г.).

Обновление портала заканчивается настройкой сервера и размещением на нем готового сервиса, после чего сайт может принимать первых посетителей. Для оценки работы портала необходимо предусмотреть механизма обратной связи с пользователями, что позволит выявить проблемные зоны функционирования интернет-ресурса и внести соответствующие коррективы.

4. Смета проекта.

Финансирование проекта обеспечивается за счет средств государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 гг.», подпрограмма 4 «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса». Общая стоимость проекта составляет 736 000 руб., в том числе:

- доработка информационного портала – 350 000 руб.;
- техническая поддержка и сопровождение новой версии информационного ресурса (в течение 1 года) – 150 000;
- продвижение информационного портала в специальных медиа – 150 000 руб.;
- оплата труда историков-краеведов по договорам ГПХ – 50 000 руб.;
- выплата денежных призов победителям викторины – 36 000 руб.

Оценка рисков проекта.

Оценка рисков представлена при помощи SWOT-анализа (таблица 5), в которой отображены слабые и сильные стороны, угрозы и возможности данного сервиса, на базе которых можно в дальнейшей перспективе выработать основную стратегию продвижения проекта на рынок.

Таблица 5

SWOT-анализ интернет-сервиса

Сильные стороны	Слабые стороны
Низкая цена экскурсий Большой выбор экскурсий Удобство использования Комплексное сопровождение потребителя Востребованность Персонализированный интерфейс системы	Возможная некомпетентность исполнителей Необходимость привлечения сторонних исполнителей Ограниченный рынок Специфичность продвижения Большая трудоемкость создания контента

Угрозы	Возможности
Отсутствие интереса со стороны исполнителей Отсутствие интереса со стороны Потенциальных потребителей Ненадежность исполнителей	Конкретная целевая аудитория Повышение лояльности клиентов, создание сети постоянных пользователей системой Подключение новых возможностей Взаимодействие с департаментом экономического развития

5. Планируемые конкретные результаты проекта.

- проведение частных экскурсий позволит получить дополнительный доход жителям региона, любящим и ценящим историю своей малой Родины;
- рост численности туристов, посетивших Белгородскую область на 15 000 чел.;
- увеличение в 2019 г. объема услуг туристических услуг до 1500 млн. руб.;
- повышение доли туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных мест размещения до 0,4% от валового регионального продукта;
- достижение показателя посещаемости туристического портала Белгородской области до 260-280 раз в день.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что у потенциального сервиса есть как очевидные достоинства, так и возможные ограничения, связанные в основном с действием человеческого фактора. В то же время система обладает огромными возможностями для развития и получения доли рынка туристических услуг. В свою очередь, как и любому инновационному проекту, данной системе присущи риски, главный из которых неопределенность востребованности и принятия данной системы потребителем.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что создание интернет-сервиса туристической направленности Белгородской области повысит туристическую привлекательность области за счет развитой инфраструктуры и значительно снизит цену на многие туристические услуги.

Таким образом, подводя итоги раздела, можно сделать следующие выводы.

1. Совершенствование управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области возможно посредством реализации ряда направлений. К ним относится развитие сотрудничества местных органов власти, бизнеса и населения на местном уровне для повышения туристической привлекательности отдельных муниципальных образований региона; формирование туристических кластеров на базе муниципальных образований Белгородской области, а также муниципальных образований области и соседних регионов; внедрение маркетингового подхода в управление развитием внутреннего и въездного туризма; активизация местных туристических инициатив; реализация проекта «Создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru».

2. Целью проекта является повышение туристической привлекательности Белгородской области, стимулирование развития внутреннего и въездного туризма в регионе. Мероприятия проекта включают теоретико-методическое обоснование создания инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru; разработку новой версии информационного портала (дизайн, техническая составляющая, состав и функционал контента); запуск новой версии портала и тестирование его работы; оценку достигнутого результата.

3. В результате реализации проекта ожидается получение жителями региона дополнительного дохода за счет проведения частных экскурсий; рост численности туристов, посетивших Белгородскую область; увеличение объема туристических услуг; повышение доли туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных мест размещения в валовом региональном продукте, существенный рост посещаемости туристического портала Белгородской области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ теоретических основ, практики управления и направлений совершенствования управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области позволил сформулировать обобщающие выводы по работе.

Туризм – это временные выезды граждан с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях, не связанных с получением дохода в стране (месте) временного пребывания. Туризм подразделяется на ряд видов, среди которых наибольшее значение для повышения конкурентоспособности регион имеет внутренний (туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации) и въездной туризм (перемещения лиц, не являющихся гражданами РФ, в пределах территории Российской Федерации).

Управление развитием туризма представляет собой реализацию органами государственного и муниципального управления комплекса мер, направленных на обеспечение условий для организации эффективного производства конечного туристического продукта, повышение конкурентоспособности региона. Среди методов управления развитием внутреннего и въездного туризма можно выделить прямые методы и косвенные методы; методы обеспечения эффективного использования ресурсов, укрепления позиции предприятий туризма на международном рынке, повышения конкурентоспособности региона и предприятий, функционирующих на его территории, интенсификации взаимодействий участников туристского сектора экономики; методы планирования, организации, мотивации и контроля.

В последние годы в России сложился комплекс объективных внешних и внутренних предпосылок для ускоренного развития внутреннего туризма или

осуществления процесса импортозамещения. Стимулирование развития внутреннего и въездного туризма осуществляется за счет снижения сезонности, диверсификации туризма и отдыха россиян, развития государственно-частного партнерства в туризме посредством формирования особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа и создания туристских кластеров.

В Белгородской области в 2013-2015 гг. наблюдалась тенденция увеличения численности туристов и роста объема оказанных туристических услуг. Более динамично развивается внутренний туризм, в то время как въездной туризм с учетом стран СНГ составляет 20-21% от всего объема туристического потока, при этом доля граждан из стран дальнего зарубежья составила 3,2%.

Управление развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области осуществляется на основе программно-целевого подхода, широко применяются технологии проектного управления. Наиболее интенсивно развивается сельский и событийный туризм, детский и юношеский туризм, проводится работа по адаптации туристской инфраструктуры для инвалидов и маломобильных групп населения.

Наиболее значительными проектами, направленными на развитие внутреннего и въездного туризма в Белгородской области, стали проект для маломобильных групп населения «Туризм, доступный для всех», проект «Развитие событийного туризма в Белгородской области», проект по размещению знаков туристской навигации на территории региона, проект по созданию туристско-информационного центра Белгородской области, проект по развитию сельского туризма.

Анализ статистических данных, отчетной информации департамента экономического развития и данных авторского социологического опроса позволил выделить ряд проблем развития внутреннего и въездного туризма в Белгородской области, среди которых: невысокие темпы прироста въездного

туризма, недостаточная мотивация самих жителей Белгородчины к содержательному отдыху в регионе, нехватка интересных туристических предложений, слабая организация речного отдыха, недостаточно эффективное продвижение положительного туристского имиджа Белгородской области на международном уровне и на уровне Российской Федерации, довольно высокие цены на услуги.

Совершенствование управления развитием внутреннего и въездного туризма в Белгородской области возможно посредством реализации ряда направлений. К ним относится развитие сотрудничества местных органов власти, бизнеса и населения на местном уровне для повышения туристической привлекательности отдельных муниципальных образований региона; формирование туристических кластеров на базе муниципальных образований Белгородской области, а также муниципальных образований области и соседних регионов; внедрение маркетингового подхода в управление развитием внутреннего и въездного туризма; активизация местных туристических инициатив; реализация проекта «Создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru».

Целью проекта является повышение туристической привлекательности Белгородской области, стимулирование развития внутреннего и въездного туризма в регионе. Мероприятия проекта включают теоретико-методическое обоснование создания инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru; разработку новой версии информационного портала (дизайн, техническая составляющая, состав и функционал контента); запуск новой версии портала и тестирование его работы; оценку достигнутого результата.

В результате реализации проекта ожидается получение жителями региона дополнительного дохода за счет проведения частных экскурсий; рост численности туристов, посетивших Белгородскую область на 15 000 чел.;

увеличение в 2019 г. объема услуг туристических услуг до 1500 млн. руб.; повышение доли туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных мест размещения до 0,4% от валового регионального продукта; достижение показателя посещаемости туристического портала Белгородской области до 260-280 раз в день.

Для эффективного функционирования и стабильного развития туристско-рекреационного комплекса Белгородской области региональным органам исполнительной власти, в частности, отделу развития предпринимательства и туризма департамента экономического развития, целесообразно рекомендовать:

- предложить субъектам предпринимательства, работающим в сфере внутреннего туризма, разработать новые туристические предложения в виде пакетных туров;
- разработать проект по развитию производственного туризма в регионе;
- разработать экскурсионные маршруты для студентов-иностранцев, обучающихся в вузах г. Белгорода;
- создать англоязычную версию туристического портала Белгородской области;
- в сотрудничестве с ведущими информационными агентствами региона организовать ежегодный мониторинг отпускных планов жителей области;
- совместно с ТРК «Мир Белогорья» разработать концепцию цикла телепрограмм «Путешествия по Белгородской земле» и проработать возможность показа их на федеральных телеканалах;
- реализовать предложенный проект «Создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 05 апреля 2016 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

2. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» (с изменениями на 11 июня 2016 г.) [Электронный ресурс] : Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

3. О регулировании отдельных вопросов в сфере туризма [Электронный ресурс] : Закон Белгородской области от 29 декабря 2016 г. № 138 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

4. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года (с изменениями на: 25.04.2016) [Электронный ресурс] : Постановление правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. № 27-пп (в редакции постановлений Правительства Белгородской области от 18.09.2010 № 299-пп, от 25.07.2011 № 271-пп, от 24.12.2012 № 590-пп, от 03.06.2013 № 206-пп, от 12.05.2015 № 192-пп, от 25.04.2016 № 122-пп). // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

5. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 гг.» (с

изменениями на 25 апреля 2016 г.) [Электронный ресурс] : Постановление правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 г. № 522-пп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

6. О финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : Распоряжение правительства Белгородской области от 17 октября 2016 г. № 514-рп // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

7. Агамирова, Е.В. Особенности функционирования рынка туристских и гостиничных услуг в современных условиях экономического развития России [Текст] / Е.В. Агамирова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 3 (64). – С. 171-183.

8. Александрова, А.Ю. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) [Текст] / А.Ю. Александрова, Ю.Л. Владимиров // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – Т. 10. – № 1. – С. 47-58.

9. Бакуменко, О.А. Управление функционированием туристских кластеров [Текст] / О.А. Бакуменко // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 44. – С. 51-50.

10. Балашева, Ю.Б. Социальный опрос как метод оценки уровня привлекательности Ростовской области как центра въездного туризма [Текст] / Ю.Б. Балашева, Е.А. Репина // Учетно-аналитические инструменты исследования экономики региона : материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Махачкала: Апробация, 2015. – С. 326-329.

11. Беликова, Е.В. Специфика формирования региональной структуры управления сферой туризма [Текст] / Е.В. Беликова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 4. – С. 144-149.
12. Валеева, С.В. Развитие концепции кластерного подхода в туризме [Текст] / С.В. Валеева // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 1 (334). – С. 116-130.
13. Ваниева, А.Р. Основные направления совершенствования государственной политики в сфере туризма [Текст] / А.Р. Ваниева // Экономические науки в России и за рубежом. – 2014. – № 17. – С. 17-19.
14. Вапнярская, О.И. Тенденции развития глобального туризма: влияние на маркетинг [Текст] / О.И. Вапнярская, Л.А. Ульяновченко // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 3 (50). – С. 44-53.
15. Власова, Т.И. Событийный туризм – эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) [Текст] / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник национальной академии туризма. – 2015. – № 1 (33). – С. 38-40.
16. Восколович, Н.А. Инновационные направления формирования современной индустрии туризма в России [Текст] / Н.А. Восколович, С.И. Николаев-Пасухин // Вопросы управления. – 2014. – № 3. – С. 88-94.
17. Гатауллина, С.Ю. К вопросу о совершенствовании методического обеспечения оценки качества государственного регулирования туристской деятельности в регионе [Текст] / С.Ю. Гатауллина // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 9. – С. 49-53.
18. Гатауллина, С.Ю. Роль государственного управления в повышении эффективности региональной экономики в условиях рынка (на примере туристской отрасли Приморского края) [Текст] / С.Ю. Гатауллина // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. – 2015. – № 17. – С. 94-98.

19. Жилкова, Ю.В. Проблемы формирования кластера в рамках социального туризма [Текст] / Ю.В. Жилкова, З.В. Макаренко, Л.А. Насырова // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – Т. 10. – № 3 (64). – С. 210-219.

20. 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.

21. Кабанова, Е.Е. Управление развитием туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации: социологический анализ [Текст] : автореф. дис ... канд. социол. наук / Е.Е. Кабанова. – М., 2016. – 26 с.

22. Казаков, К.П. Оценка туристической привлекательности Самарской области и механизмы ее совершенствования [Текст] / К.П. Казаков, А.А. Крюкова // Проблемы современной науки и образования. – 2016. – № 1 (43). – С. 131-135.

23. Калыгина, Е.В. Эффективная организационная структура предприятия въездного туризма [Текст] / Е.В. Калыгина // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. – 2014. – Т. 1. – № 2 (2). – С. 18-25.

24. Комарова, М.Е. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме [Текст] / М.Е. Комарова, Д.Н. Цыбуля // Научный альманах. – 2016. – № 4-1 (18). – С. 113-116.

25. Конев, И.П. Современная концепция индустрии туризма [Текст] / И.П. Конев, Э.Н. Павлова. – Петрозаводск: Изд-во Петрозаводского государственного университета, 2013. – 68 с.

26. Кузнецова, Н.Ф. Современная инфраструктура как одно из важных условий для развития туризма [Текст] / Н.Ф. Кузнецова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т. 5. – № 3 (16). – С. 134-138.

27. Курченков, В.В. Проблемы типологии региональных туристических кластеров [Текст] / В.В. Курченков, О.В. Фетисов, А.Г. Тютюшева, Е.С. Матина

// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2016. – № 1. – С. 7-13.

28. Лагусев, Ю.М. Технологии повышения эффективности туристской деятельности в муниципальных образованиях [Текст] / Ю.М. Лагусев // Вестник ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. – 2015. – Т. 9. – № 1. – С. 28-34.

29. Латыпов, В.С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма [Текст] / В.С. Латыпов // Недвижимость и инвестиции. – 2010. – № 4 (45). – С. 4-5.

30. Лесников, А.М. Современный туристский рынок России: тенденции, проблемы и перспективы [Текст] / А.М. Лесников // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук : сборник трудов участников Второй международной научно-практической конференции. – Спб.: Изд-во Санкт-Петербургского академического университета, 2015. – С. 234-237.

31. Лысенко, В.В. Разработка программы организации событийного туризма как маркетинговый инструмент развития внутреннего и въездного туризма Белгородской области [Текст] / В.В. Лысенко // Актуальные проблемы и перспективы развития сервиса и туризма в условиях кризисных явлений в глобальной экономике : материалы международной научно-практической конференции. – Белгород: Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2015. – С. 110-114.

32. Макринова, Е.И. Мониторинг эффективности развития внутреннего и въездного туризма в г. Белгороде [Текст] / Е.И. Макринова, И.С. Подзолкова, И.В. Каплунова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 2. – С. 99-103.

33. Макринова, Е.И. Управление развитием сферы туристских услуг на основе концепции маркетинга: региональный аспект [Текст] / Е.И. Макринова,

Т.Ю. Иваницкая // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 3-4. – С. 795-799.

34. Мерзлякова, Г.В. Программно-целевой метод управления региональным туризмом в Удмуртской республике [Текст] / Г.В. Мерзлякова, Л.В. Баталова, Т.И. Оконникова // *Сервис в России и за рубежом*. – 2014. – № 6 (53). – С. 51-62.

35. Молчанов, И.Н. Проблемы формирования и финансирования туристских кластеров в регионах России [Текст] / И.Н. Молчанов // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология*. – 2016. – № 1 (34). – С. 45-57.

36. Мухетдинова, Н.М. Импортзамещение в туристической индустрии России [Текст] / Н.М. Мухетдинова // *Вестник Финансового университета*. – 2016. – № 2. – С. 43-50.

37. Олейник, О.С. Туризм как фактор устойчивого развития региона [Текст] / О.С. Олейник // *Системное управление*. – 2016. – № 2 (31). – С. 24.

38. Паначева, А.С. Продвижение бренда региона: возможности национально-туристических организаций [Текст] / А.С. Паначева // *Гуманитарные технологии в современном мире: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием*. Сост. Л.М. Гончарова. – Калининград: Изд-во западного филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2015. – С. 169-172.

39. Пахиева, А.С. Совершенствование методов стимулирования въездного туризма в России [Текст] / А.С. Пахиева, Н.Ю. Сайбель // *Вестник магистратуры*. – 2016. – № 6-4 (57). – С. 83-84.

40. Попова, Г.Л. Туристический бизнес как источник роста налогового потенциала регионов [Текст] / Г.Л. Попова // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2016. – № 9. – С. 113-127.

41. Рубцова, Н.В. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности. Теория, методология, практика : монография [Текст] / Н.В. Рубцова. – Иркутск: Изд-во Байкальского государственного университета экономики и права, 2015. – 212 с.

42. Сидоркина, З.И. Социальный туризм как возможное направление рекреационного развития Дальнего Востока [Текст] / З.И. Сидоркина // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Амосова. – 2015. – Т. 12. – № 2. – С. 66-71.

43. Сильчева, Л.В. Туристский потенциал Коломны: аналитический аспект [Текст] / Л.В. Сильчева // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 7 (54). – С. 138-146.

44. Тайгибова, Т.Т. Проблемы и особенности развития въездного туризма на современном этапе формирования туристской отрасли в России [Текст] / Т.Т. Тайгибова // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 3 (26). – С. 84-86.

45. Толстых, К.С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма [Текст] / К.С. Толстых // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. – 2014. – № 13 (18). – С. 43-48.

46. Трухачев, А.В. Бизнес-модели сельского туризма при образовании туристского кластера [Текст] / А.В. Трухачев // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 3 (64). – С. 260-275.

47. Турченко, Е.С. Динамика и основные направления выездного и въездного туризма в Псковской области [Текст] / Е.С. Турченко // Сервис plus. – 2015. – Т. 9. – № 3. С. 10-20.

48. Тхагалсов, А.В. Основные принципы построения взаимодействия между субъектами управления в туристской отрасли [Текст] / А.В. Тхагалсов // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – № 6 (53). – С. 110-118.

49. Уткин, А.А. Инновационные подходы к организации въездного туризма в России [Текст] / А.А. Уткин // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 7. – С. 112-119.

50. Хетагурова, В.Ш. Перспективы развития рекреационного туризма в Северном Подмосковье [Текст] / В.Ш. Хетагурова // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований: сборник научных трудов. – М.: Изд-во Московского государственного областного университета, 2015. – С. 168-170.

51. Шалай, Е.А. Развитие туризма в кризис [Текст] / Е.А. Шалай // Экономика и социум. – 2016. – № 4 (23). – С. 553-558.

52. Шахова, О.Ю. Проблема определения понятий «туристская индустрия» и «туристская инфраструктура» [Текст] / О.Ю. Шахова // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2015. – № 2. – С. 98-102.

53. Яковенко, О.В. Внутренний и въездной туризм – приоритетные направления социально-экономического развития территории Белгородской области [Текст] / О.В. Яковенко // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – С. 460-466.

54. Департамент экономического развития г. Белгорода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beladm.ru>.

55. Заседание президиума Государственного совета при Президенте России «Развитие туризма в Российской Федерации». Стенограмма. Ялта, 17 августа 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru>.

56. Комитет по импортозамещению в туризме утвердил план работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://regnum.ru/news/economy/1973871.html>.

57. Комитет по импортозамещению в туризме одобрил 25 экскурсионных маршрутов по России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkrf.ru/m/1153593/>.

58. Постановлением Правительства РФ создан Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/news/9780/>

59. Ростуризм не осуществляет должный контроль за реализацией регионами мероприятий ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://audit.gov.ru/press_center/news/20182.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Уважаемый участник исследования!

Мы изучаем отношение белгородцев к туризму в Белгородской области и за ее пределами. В связи с этим просим Вас ответить на вопросы анкеты.

По вопросам анкеты предложены разные варианты ответов. Выберите, пожалуйста, те ответы, которые совпадают с Вашим мнением, или впишите свой вариант в графе «Другое».

1. Где Вы предпочитаете проводить отпуск?

В месте своего проживания

В другом населенном пункте в пределах Белгородской области

В другом регионе РФ

За границей

2. Какой вид туризма Вы предпочитаете?

Активный туризм

Городской туризм

Отдых у моря

Оздоровительный туризм

Другое (укажите) _____

3. Как Вы считаете, насколько привлекателен отдых в Белгородской области для жителей других регионов РФ?

Довольно привлекателен

Привлекателен для тех, кто не может себе позволить более интересные варианты

Не привлекателен, здесь нет ничего интересного

4. Как Вы считаете, насколько привлекателен отдых в Белгородской области для жителей других стран?

Довольно привлекателен

Привлекателен только для тех, кто специально интересуется российской глубинкой

Не привлекателен, здесь нет для них ничего интересного

5. Какие факторы обеспечивают, на Ваш взгляд, туристскую привлекательность Белгородской области? (выберите не более 3 вариантов)

Природа, благоприятный климат

Развитая дорожно-транспортная сеть

Хороший сервис

Большое количество недорогих и качественных мест коллективного размещения

Наличие интересных памятников культуры, достопримечательностей

Возможность оздоровительного туризма

Сохранение естественной среды обитания в сельской местности

Таких факторов нет

6. Какие факторы сдерживают, на Ваш взгляд, приток туристов в Белгородскую область? (выберите не более 3 вариантов)

Мало интересных туристических объектов

Нет возможности морского (речного) отдыха

Не слишком привлекательная, однообразная природа

Дороговизна гостиниц и услуг

Неразвитая транспортная инфраструктура

Недостаточная информированность, плохая реклама туристической привлекательности региона

В заключение сообщите, пожалуйста, некоторые сведения о себе

7. Ваш пол:

Мужской

Женский

8. Ваш возраст?

до 30 лет

30-40 лет

41-55 лет

более 55 лет

СПАСИБО ЗА УЧАСТИЕ!

Паспорт проекта «Создание инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru»

Цель проекта	Повышение туристической привлекательности Белгородской области, стимулирование развития внутреннего и въездного туризма в регионе
Задачи проекта	<ul style="list-style-type: none"> – повышение информированности населения Белгородской области и других регионов РФ о туристических объектах Белгородчины, предлагаемых услугах и их стоимости; – рост численности туристов, посещающих Белгородскую область; – повышение доли туристических услуг в общем валовом региональном продукте; – рост благосостояния жителей региона, создание условий для получения дополнительного дохода за счет предоставления услуг в сфере туризма; – воспитание патриотизма, интереса к истории и традициям родного края.
Способ достижения цели (мероприятия проекта)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретико-методическое обоснование создания инновационного интернет-сервиса туристической направленности на базе портала beltourism31.ru; 2. Разработка новой версии информационного портала (дизайн, техническая составляющая, состав и функционал контента). 3. Запуск новой версии портала и тестирование его работы; оценка достигнутого результата.
Результаты проекта	– получение жителями региона дополнительного дохода за счет проведения частных экскурсий;

	<ul style="list-style-type: none">– рост численности туристов, посетивших Белгородскую область на 15 000 чел.;– увеличение в 2019 г. объема услуг туристических услуг до 1500 млн. руб.;– повышение доли туристических услуг, услуг гостиниц и аналогичных мест размещения до 0,4% от ВРП;– достижение показателя посещаемости туристического портала Белгородской области до 260-280 раз в день.
Общий объем финансирования проекта	736 000 руб.