

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СРЕВИСА

**Влияние потребительского спроса на развитие рынка ту-  
ристских услуг Белгородской области**

Выпускная квалификационная работа

студентки дневного отделения 4 курса группы 05001236

Скофенко Алины Вячеславны

---

Научный руководитель  
к.г.н., доц. Комарова М. Е.

---

БЕЛГОРОД 2016

---

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы изучения туристского спроса.....	7
1.1. Понятие туристского спроса и его особенности.....	7
1.2. Факторы, определяющие объем туристского спроса.....	13
1.3. Влияние туристского спроса на развитие регионального туризма.....	21
2. Анализ спроса на туристские услуги в Белгородской области и разработка рекомендаций по его повышению.....	29
2.1. Состояние рынка туристских услуг.....	29
2.2. Исследование спроса на туристские услуги.....	41
2.3. Рекомендации по повышению уровня туристского спроса.....	47
Заключение.....	60
Список используемых источников.....	63
Приложения.....	68

## Введение

На сегодняшний день туристское перемещение развивается достаточно активно, но неравномерно. Туризму, бесконечная череда взлетов и падений придает характер очень подвижной системы с периодически меняющимися точками подъема и причудливо переплетающимися тенденциями становлениями.

Складываются свежие формы хозяйственных связей в условиях рыночной экономики, содействующие становлению туристского бизнеса и производству всевозможных типов туристского продукта, появляется реальная возможность удовлетворения многопланового туристского спроса. Помимо этого, идет интенсивное становление способностей и потребностей человека. Другими словами, окончательно формируются производители и покупатели туристских предложений.

На туристском рынке присутствует сравнительно большое количество маленьких компаний, которые предлагают различные туристские услуги, и, хотя любая услуга в чем-то специфична, покупатель имеет возможность легко найти ей замену. Введение новых компаний в туристскую отрасль не просит значительных первоначальных серьезных инвестиций и не является сложным. Значит, туристский рынок считается отраслевым рынком потребительских услуг, действующим в основном в условиях монополистической конкуренции.

Таким образом, туристский рынок автономно от географического положения, характера продаж и иных признаков является системой взаимоотношений между производителями и покупателями туристического продукта, опосредованных при необходимости предприятиями, специализирующимися на реализации туристских услуг.

Спрос, предложение и цена являются ведущими элементами любого рынка, а так же и туристского. Представленная на рынке потребность в ту-

ристских услугах, которая ограничена действующими тарифами и уровнем платежеспособности покупателей является туристским спросом.

Комплексность является важной особенностью туристского спроса, так как она включает в себя спрос на туристские услуги и спрос на другие продукты и услуги, в том числе и первой жизненной необходимости.

Исследование рыночного спроса – одна из ключевых задач маркетинга. Ее актуальность определена тем, что в большинстве случаев люди вынуждены ограничивать собственные потребности по причине дефицита семейного бюджета и решать проблему распределения денежных средств между обилием предлагаемых продуктов и услуг и массой желаний. Потребительский спрос представляет собой возможность потребителя приобрести нужные товары или услуги.

Таким образом, туристский спрос в настоящее время приобрел следующие отличительные признаки: доминирование выездного туризма, особенно «дальних» путешествий, увеличение воздействия активных форм отдыха и углубление его сегментации; уменьшение спроса на услуги внутри страны; увеличение интенсивности и частоты туристских поездок.

Актуальность темы по управлению спросом в туризме заключается в том, что общественные явления, к которым приравнивают туризм, имеют исторический характер и в эпоху социально-экономических изменений, перехода от промышленного к постиндустриальному обществу, туризм приобретает новые измерения, по мнению большинства специалистов. Увеличения уровня спроса на туристские услуги в Белгородской области возможно только лишь при условии использования новых сфер активности, формирования новых моделей туристского поведения и создания абсолютно новых достопримечательностей. Управление спросом считается одной из наиболее важных проблем регионального развития.

Для раскрытия темы повышения уровня спроса в туризме – в данной работе было проведено исследование территории Белгородской области.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является туристский спрос в Белгородской области.

Предметом исследования – влияние туристского спроса на развитие рынка туристских услуг Белгородской области.

Целью написания данной работы является комплексное изучение туристского спроса на территории Белгородской области для получения объективной оценки достигнутых результатов и поиска реальных путей дальнейшего повышения уровня туристского спроса на территории Белгородской области.

В связи с поставленной целью в выпускной квалификационной работе были поставлены и решены следующие задачи:

- изучить теоретические основы понятия спроса как экономической категории;
- рассмотреть явление спроса в туристической сфере;
- провести исследование туристского спроса в Белгородской области, дать ясное представление об его развитии;
- разработать пути повышения эффективности управления спросом на туристские услуги в Белгородской области.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как Квартальнов В.А, Баранов А.С, Косолапов А.Б, Романович Ж.А, Котлер, Ф, Балабанов И.Т., а также результаты и выводы, полученные менеджерами и маркетингологами, специалистами по проблемам развития туризма, посвященные туристской теории и практике.

В работе использовались основные подходы развития туризма на региональном уровне (А.Б. Здорова, В.А. Квартальнова и других), теоретические выводы и рекомендации по вопросам развития туризма как ресурса экономического и социокультурного развития региона (Е.Г. Моисеевой, Е.О. Ополченовой, И.Н. Свиридовой и других).

Информационной базой исследования послужили аналитические и ста-

статистические данные о состоянии туризма в Белгородской области, материалы независимых исследований отечественной сферы туризма и гостеприимства.

При написании работы были использованы следующие методы: теоретико-методологический, системный, маркетинговый анализ, методы аналогии, обобщения, проектирования и прогнозирования.

Основные положения выпускной квалификационной работы были апробированы в ходе прохождения преддипломной практики. Предложенные методические рекомендации, по повышению уровня спроса, могут быть реализованы в Белгородской области достаточно эффективно.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух разделов с тремя подразделами, списка использованных источников, 5 приложений. Работа содержит 11 рисунков и 5 таблиц.

## **1. Теоретические основы изучения туристского спроса**

### **1.1. Понятие туристского спроса и его особенности**

Человек пользуется предложениями туристского рынка для удовлетворения различных туристических потребностей. Туристский рынок – это абстрактное понятие, которое характеризуется спросом и предложением на туристические продукты и товары. Другими словами, область реализации туристических услуг и товаров – это и есть туристический рынок.

Исходя из совокупных определений, спрос считается специфичной формой выражения социальных потребностей, обеспеченных наличием у населения денежных средств [20, с. 267].

Спрос представляет собой некую долю от потребностей общества, которая ограничена объемом прибыли и уровнем действующих на данный момент цен. Степень удовлетворения потребностей населения имеет различный смысл при разных уровнях его благосостояния. Человек при объективно существующих ограничениях постарается оптимально для него их удовлетворить. Именно это и позволяет находить действенные пути управления туристским спросом.

Итак, туристский спрос, по определению В. Хунзикера и К. Крапфа, это «совокупностью туристских благ и предложений, которые туристы имеют возможность приобрести при конкретном уровне цен». К. Каспар определяет туристский спрос «как готовность туриста к приобретению конкретного числа туристских благ за определенную необходимую сумму денежных средств».

Сравнительно туристского предложения, спрос возможно определить как «объем заказов на туристский продукт при конкретной стоимости в определенный период времени» [6, с. 512].

Туристский спрос содержит свойственные признаки: сезонность, динамизм, гетерогенность и комплексность, эластичность и др.

Туристский спрос считается динамической категорией. Туристские потребности, а значит и спрос, меняются вместе с развитием общества в целом. Некоторые из них модифицируются, отмирают старые, возникают новые. Потребности человека каждый день расширяются и делаются богаче. Глубочайшие количественные и качественные сдвиги в изменениях туристских услуг произошли еще после Второй мировой войны с прогрессом науки и техники, с изменениями в политической, финансовой, культурной и общественной сферах, прежде всего с повышением благосостояния и покупательной возможности населения в развитых и развивающихся государствах. Они обнаружили проявление в массовых перемещениях людей, придававших туризму нынешний вид [49, с. 36-39].

Современное туристское движение развивается очень активно, но неравномерно. Нестабильность делает туризм в целом очень подвижной системой, с постоянно меняющимися точками подъема и необычно переплетающимися долгосрочными и среднесрочными тенденциями становления общества. Туристский спрос можно классифицировать как совокупность туристических благ, предложений и продуктов, которые туристы расположены приобрести при конкретном уровне цен. Поэтому туристский спрос находится в зависимости от отряда факторов:

- экономических факторов, таких, как прибыль потребителей, цены на туристский продукт, курсы обмена валют;
- демографических факторов, таких, как пол, возраст, образование, величина имущественного владения;
- географических факторов: места проживания, климатических условий, значения загрязненности и индустриализации т.д.;
- общественно-культурных факторов: взглядов, общественной позиции, религии, домашних традиций и т.п.;
- личной мотивации и интересов туристов;
- пограничных правил, политической и законодательной ситуации на территории;



- средств массовой информации [25, с. 136].

Давая определение туристскому спросу, необходимо понимать то, что собственно закономерности, касающиеся этой финансовой категории, имеют другую природу, чем закономерности, касающиеся спроса на какие-либо вещественные блага. Эти отличия заключаются в следующем:

- туристский продукт состоит как из вещественных благ либо продуктов, так и услуг;
- оценка продукта потребителем обычно носит субъективный характер, в связи с этим на размер спроса, а также его структура довольно нередко воздействуют неизмеримые факторы;
- туризм не имеет задачу удовлетворения ведущих потребностей человека;
- для того чтобы дело дошло до туристского употребления, обязаны быть исполнены конкретные условия [38, с. 140].

Первые два отличия связаны с характером туристского продукта. Это говорит, что туристский спрос неоднороден. Но не смотря на все вышесказанное, третье различие относится к задаче удовлетворения потребностей потребителя, а также использования свободного времени.

Потребность – это состояние ощущения отсутствия чего-либо (предмета, явления, процесса) и в одно и то же время фактор, активизирующий мотивационные функции к действию по изменению этого состояния.

Особенным выявлением способа удовлетворения потребностей считается стремление. К примеру, потребность отдыха одна, а метод ее удовлетворения может быть очень много: просмотр телевидения, поход в киноцентр, театр или товарищеские встречи и сами туристические путешествия. Стремления могут изменяться под воздействием окружающего общества (это и общественные группы, и социальное положение), а также всевозможных институтов (семья, учебное заведение, церковь, фирма) [22, с. 342].

Надо обозначить, обращаясь на общеизвестную классификацию человеческих потребностей, что нередко туризм ассоциируется с удовлетворени-

ем человеческих потребностей высшего уровня. Но некоторые виды туризма могут существовать в низших ступенях иерархии человеческих потребностей, которыми считаются:

- биологические потребности – которые нужны для функционирования организма (оздоровительный, лечебный, реабилитационный туризм);
- общественные потребности – которые нужны для реализации планов, совместная работа (виды туризма, касающиеся становления отношений, налаживание контактов между людьми);
- культурные потребности – зависимость человека от достижений духовной и вещественной культуры (религиозный, краеведческий, познавательный туризм) [44, с. 37].

Своеобразный характер потребностей человека имеют место быть в следующих признаках:

- неограниченность потребностей (время, численность, охват);
- ограниченность удовлетворения этих потребностей;
- различия в интенсивности выявления отдельных групп потребностей;
- заменяемость потребностей;
- выявление тенденции в потребностях высшего уровня после удовлетворения потребностей низшего ранга [15, с. 192].

Неограниченная, каждый день возрастающая, по мере становления цивилизации, область потребностей сталкивается с внешними трудностями в виде предложения, которое постоянно ограничено. Сравнительно туризма туристские объекты считаются ограниченными благами. Кроме того, осуществление целей потребителей имеет возможность переноситься во времени. Например, ожидание следующего или дополнительного отпуска, школьных каникул или соответствующего предложения, скидок, бонусов или новых условий продаж [32, с. 101].

Заработок туриста считается вторым важным препятствием в удовлетворении человеческих потребностей. Их удовлетворение требует действий

финансового характера, целью которых является экономное использование их денежных средств. Принятые решения могут привести к удовлетворению конкретной потребности либо оказаться недостаточными. Но такие влечения нередко содействуют превращению потребности в вероятный спрос. На практике не всякий раз удастся возможным поставить границы между потребностью и спросом. Принятие решений финансового характера по определенной потребности вполне может быть случайным актом. Влечение удовлетворить одну или же несколько потребностей, которые выражаются в общем повышении прибыли, может привести к появлению потребностей, удовлетворение которых, в начале не было задумано, а значит, может привести к изменению самого решения.

Потенциальный спрос не фигурирует на рынке, в случае, если нет его покрытия в реальной покупательной возможности человека. Однако потенциальные покупатели туристских благ и предложений должны быть объектом изучений с целью определения соответственного предложения. Эффективный спрос имеет место быть на рынке, когда получает покрытие уже в доходах. Следовательно, необходимой задачей считается достижение такого значения уровня дохода населения, при котором будет замечен туристский спрос.

Туристский спрос может быть эффективным, реализованным или же неудовлетворённым. Реализованный спрос определяется как сумма обретенных потребителями ценностей и равна эффективному спросу при условии равновесного туристического рынка. В других случаях он считается неудовлетворенным спросом, т.е. разницей между эффективным и реализованным [4, с. 28].

В зависимости от мотивации различают функциональный и нефункциональный туристский спрос. Функциональный выражается из качественных признаков продукта и является функцией его потребительской цены. Но нефункциональный спрос появляется под воздействием наружных факторов на

оценку потребительской цены продукта (эта оценка может изменяться в зависимости от поведения других потребителей).

Знать степень доходов туристского потребления сравнительно конкретного рынка очень важно с точки зрения хозяйственной работы [46, с. 234].

Можно признать, что данная грань является относительно высокой. Но есть случаи привлечения к границе социальных групп, не достигающих необходимого уровня прибыли. Такая обстановка имеет место быть, в случае если:

- на активизацию туристского спроса воздействуют не финансовые факторы (мода, эффект демонстрации);
- на рынке развиты общественные виды туризма.

Качество потребляемых продуктов и услуг напрямую зависит от подъема дохода. Эту закономерность обнаружил и обрисовал в собственных исследовательских работах германский статистик Б. Энгель.

Закон Энгеля говорит, что с увеличением дохода, его доля, которая тратится на продукты первой надобности, уменьшается, а доля затрат на предметы роскоши и на духовное становление возрастает [38, с. 96].

В связи с переменной воздействия доходов на поведение потребителей туристских услуг (согласно закону Энгеля) принято выделять три группы потребителей (хотя такое деление необычно для прогрессивной туристической сферы):

- первая группа – потребители с невысоким уровнем дохода (до 50 долларов в месяц), имеют все шансы удовлетворить собственные потребности в пригородной рекреационной зоне, спортивно-пешеходных мероприятиях, кратковременных турах;
- вторая группа – потребители со средним уровнем дохода (до 400 долларов в месяц), могут совершать поездки к морю, осваивать познавательные маршруты в Западную Европу, а так же другие выездные туры;

– третья группа – потребители с высочайшим уровнем дохода (от 800 долларов в месяц), могут посетить экзотические, приключенческие и деловые поездки [8, с. 23-24].

Итак, туризм уже давным-давно стал распространенным явлением, поэтому потенциальные туристы могут отыскивать такие его формы, при которых покупательная способность не считается решающим фактором принятия решения о проведении туристской поездки [53, с. 244].

Таким образом, туристский спрос в настоящее время приобрел следующие отличительные признаки: доминирование выездного туризма, особенно «дальних» путешествий, увеличение воздействия так называемых активных форм отдыха и углубление его сегментации; и уменьшение спроса на услуги внутри страны; увеличение интенсивности и частоты туристских поездок.

## **1.2 Факторы, определяющие объем туристского спроса**

На туристский спрос, а, следовательно, и на туристский рынок, оказывает влияние ряд отличительных факторов. Спрос на туризм, как и на другие товары и услуги, определен покупательской способностью потребителей, то есть наличием у населения денежных средств и желанием их потратить на путешествия.

На туристический спрос воздействует много факторов, а их идентификация считается проблематичным и разноплановым заданием. В литературе описано немало классификаций факторов, которые определяют туристический спрос [35, с. 296].

Глобальная туристическая организация (ВТО) разделяет их на три ведущих группы (таблица 1.1), а именно:

- экономические;
- общественно-психологические;
- пропозициональные.

## Факторы, определяющие объем туристского спроса

Факторы	Подгруппы факторов
Экономические	общеэкономические; уровня дохода; ценовые.
Общественно-психологические	свободное время; демографические факторы; индустриальные факторы; факторы урбанизации; культурные факторы; мотивационные факторы.
Пропозиционные	туристическая политика; транспортная инфраструктура; сфера размещения; организаторы туризма.

Среди экономических факторов можно выделяют:

- общеэкономические;
- уровня дохода;
- ценовые.

Общеэкономическая обстановка в стране безусловно воздействует на уровень туристического спроса какой-либо территории. Если национальный доход не выше заданного значения, то туристический спрос имеет возможность появиться только лишь в элитарных социальных группах или же вообще может отсутствовать. Кроме государственного дохода, необходимым определителем для спроса считается структура доходов населения, которая предназначает делением общества на отдельные группы относительно их дохода. Необходимо обозначить, что, независимо от существующих финансовых условий, туристский спрос может возникнуть, например, при недостатке соответствующего образца потребления, туристического продукта, или недостаточной популяризационной работы [11, с. 304].

Смещение в худшую сторону финансовой конъюнктуры, это, прежде всего экономический упадок, подразумевает отрицательные последствия сравнительно жизненного уровня населения и структуры их потребления. На

низший уровень дохода общество откликается отказом от, например, так именуемого «свободного» потребления. Зависимость туризма практически от всех секторов народного хозяйства, перемена финансовой ситуации обосновывает, что финансовый упадок воздействует на туристский спрос. Туристская работа подразумевает системное наблюдение и анализ макроэкономических характеристик, таких как: степень инфляции, национальный доход, покупательная способность, уровень безработицы, недостаток бюджета, экономическая конъюнктура [7, с. 255].

Определяющее значение в активизации туристского спроса на рынке имеет прибыль. Разбирая воздействие доходов на спрос, необходимо, прежде всего, принимать во внимание реальные доходы. Чем выше степень доходов, тем выше способность к приобретению туристских благ и услуг. Исходя из этого, государства с высоким жизненным уровнем считаются ведущими поставщиками туристов.

Автономно от текущих доходов, на формирование персонального туристского спроса могут воздействовать сбережения людей, кредиты или займы. Денежные средства из представленных источников обеспечивают возможность участия в туристском перемещении не зависимо от низкого значения фонда свободного потребления.

В процессе формирования идеи приобретения туристского продукта главным ограничением для потребителя является его стоимость. Беря во внимание удовлетворение потребностей человека, необходимой задачей в решении ценовых вопросов в туризме является соотношение качества предоставляемых благ и услуг, а еще общественная апробация значения цен. Очень высокая стоимость на путешествие может быть в начале воспринята покупателем, но при следующем ее сравнении с тарифами, предлагаемыми соперниками, покупатель может чувствовать себя обманутым и разочарованным [57, с. 146].

Воздействие стоимости на спрос в международном туризме может быть разной по причине курса обмена денежных валют и разнице уровней инфля-

ции между государствами, которые отправляют туристов, и странами, которые их принимают у себя.

Второй группой факторов являются общественно-психологические, среди которых выделяют:

- свободное время;
- демографические факторы;
- индустриальные факторы;
- факторы урбанизации;
- культурные факторы;
- мотивационные факторы.

Присутствие свободного времени у человека считается одним из главных факторов, определяющих туристский спрос. Свободное время, которым располагает общественность, зависит от внутреннего законодательства конкретного государства (количества дней отпуска, числа рабочих часов недели). Информация о времени проведения школьных каникул, государственных и религиозных праздничных дней и их корреляции в данном году с субботами и воскресеньям принципиальна для организаторов туризма, беря во внимания активизации туристского спроса [18, с. 408].

Разбирая демографические факторы, первым делом необходимо брать во внимание численность населения, не всякий раз отвечающее росту объема туристского спроса. Это обусловлено зависимостью между численностью населения и экономическими факторами:

- в мировом измерении подъем количества населения значит наращивание масштаба бедности и нищеты;
- высокий естественный прирост в развивающихся государствах, может отодвинуть их от туристского потребления, это связано с фактором дохода;
- низкий естественный прирост в развитых государствах означает, что материальная обстановка его населения довольно высокая, но это не



гарантирует туристического движения, так как он станет ограничен меньшим количеством населения.

Демографическим фактором, идентично влияющим как на размер, так и на структуру туристского спроса, считается возраст населения. От возраста зависит спрос на всевозможные типы туристических услуг. Он также учитывает определенный стандарт услуг. Наибольшей туристической энергичностью населения характеризуется возраст от 18 до 28 лет [42, с. 41-43].

Следующим фактором, влияющим на туристический спрос, является размер и структура семьи. Нужно подметить конкретную закономерность: чем больше семья, тем меньше ее туристическая активность. Это связано с семейными прямыми обязанностями и финансовыми ограничениями.

Также к демографическим факторам относится уровень образования населения. Воздействие этого фактора на спрос не так легко отделить от перемен в размере дохода в структуре домохозяйствования. Чем выше степень образования населения, тем более активным является его участие, как в служебных туристских перемещениях, так и в путешествиях с целью отдыха. Отличительной чертой туристской активности считается то, что степень образования населения демонстрирует тесную связь с желанием познания всего мира.

К группе демографических факторов относится профессиональная структура занятого населения. Эти факторы демонстрируют воздействие на прибыль человека, что может сказаться и на туристском спросе. Оказывается, что чем выше профессиональная позиция конкретной группы людей, тем выше ее туристская активность [51, с. 160].

На туристский спрос большое воздействие оказывают индустриальные факторы. Они в какой-то мере привязаны к уровню дохода, так как население промышленных государств находится на несколько более высокой ступени финансового развития. Существенным катализатором туристской активности считается загрязнение окружающей среды в месте постоянного проживания

человека и появление вследствие этого стремление изменения своего окружения и «контакта с природой». Именно поэтому промышленные регионы считаются стабильным рынком «поставки» туристов [9, с. 52].

С индустриализацией как правило связан фактор урбанизации, который приводит к наращиванию нагрузки на ежедневную жизнь человека. Чертой этого фактора считается зависимость величины агломерации и туристской активности населения, то есть: чем больше населения в агломерации, тем больше туристская активность. Кроме того, городские жители характеризуются наиболее высоким уровнем образования в целом. Воздействие спроса городских жителей на туризм сводится к следующим явлениям:

- города считаются источниками туристов для ближайших регионов;
- необходимость туристского освоения городов и контактов с приезжими туристами еще больше вдохновляет потребность городских жителей в выездах;
- в городах трудятся различные туристские организации, целью которых считается активизация туристского движения;
- в городах лучше развита сеть туристских агентств, благодаря рекламным и информационным действиям одобрения туристических путешествий [33, с. 6-12].

Между неэкономических факторов, влияющих на спрос, выделяют культурные факторы. Туристская работа подразумевает заслуги конкретного уровня культуры населения, который разрешает им уложить вопросы рациональной организации свободного времени (восстановление физических кондиций, становление личности и т.д.). Одним из характеристик, которые демонстрирует соответствующую степень культуры, является степень образования населения.

Последней подгруппой факторов являются мотивационные факторы. Они граничат с психологией, а также содействуют тому, что туристское

потребление случается даже по нижней границе дохода, не обращая внимания на сравнительно высокие цены на туристские продукты [23, с. 384].

Выбор определенного продукта или направленности выезда туристов большей или наименьшей степени определен внешними мотивами лица. Разбирая мотивы путешествий туристов, можно отметить следующие их типы:

- отдых, рекреация, путешествия с познавательной целью;
- служебные и мотивационные путешествия;
- семейные, этнические путешествия;
- путешествия с целью оздоровления;
- путешествия с целью духовного познания.

Познание конкретных мотивов путешествия считается довольно необходимым, потому что отличными являются финансовые способности каждого из этих типов, а также есть проблема широкого выбора продукта.

Третьей, и последней группой факторов, которые воздействуют на туристский спрос, являются факторы предложения, а именно:

- туристическая политика;
- транспортная инфраструктура;
- сфера размещения;
- организаторы туризма (туроператоры) [54, с. 160].

Определение туристской политики характеризуется влиянием государства на развитие туризма. Здесь необходимо обратить внимание на следующие факторы:

- государственное регулирование туристской деятельности;
- заключение межгосударственных договоров, относительно туризма;
- государственное регулирование таможенных и визовых формальностей;
- развитие общественного туризма;
- разработка планов, стратегий, программ становления туризма.

Влияние государства может быть различным, а иногда значительно отображаться на развитии туризма [40, с. 2-4].

Характеризуя роль автотранспорта в формировании туристического спроса, нужно обратить внимание на следующие факторы:

- доля отдельных транспортных секторов в обслуживании туристического перемещения, в различных регионах сложились по-разному;
- показатель индивидуальной моторизации на определенном рынке, его положение и обустройство дорожной инфраструктуры;
- состояние транспортной сети между регионами, которые отправляют и принимают туристов;
- тарифная политика в границах отдельных отраслей с обязательным учетом автотранспорта;
- пропускная транспортная способность таможен;
- конкурентоспособность отдельных транспортных секторов с учетом расстояния и длительности путешествия [30, с. 28].

Необходимой задачей для распорядителей транспортных средств считается сезонность туристического перемещения, которая разрешает сдерживать в течение всего года гигантские излишки перевозочной способности, отрицательно влияющих на рентабельность фирмы. Поэтому транспортная туристская инфраструктура обязана быть гибкой и служить потребностям всего общества.

Следующей составляющей является сфера размещения. Услуги по размещению относятся к ключевым туристским предложениям и имеют весомое влияние на стоимость туристского продукта. В связи с этим надо обратить внимание на явления, стимулирующие туристский спрос:

- быстрое становление альтернативной гостиничной базы размещения, что приводит к понижению тарифов туристского продукта;
- появление гостиничных цепей;

– вертикальное сосредоточение, то есть тесное сотрудничество распорядителей сферы размещения, в первую очередь с транспортными предприятиями и туроператорами;

– государственная помощь, экономическая и правовая поддержка в области развития средств размещения и сопутствующей инфраструктуры.

Последним фактором, влияющим на состояние туристского спроса, является работа организаторов туризма. На рынке туристских предприятий можно отметить ключевые процессы, стимулирующие туристский спрос:

- увеличение числа туристических агентств ;
- активизация всевозможных рекламных мероприятий;
- мощная ценовая конкуренция;
- расширение сферы услуг организаторами туризма;
- создание новых туристских предложений, удовлетворяющих потребности вероятных туристов .

Важнейшей функцией по расширению туристического спроса считается использование новых форм туризма и продвижение новых туристских дестинаций, которые были малоизвестны либо непопулярны на внутреннем рынке [26, с. 173].

### **1.3. Влияние туристского спроса на развитие регионального туризма**

Туризм как область хозяйственной деятельности имеет большое значение и ряд свойственных ему особенностей. Туризм работает на интересы человека и общества в целом, и считается источником прибыли, как на микро-, так и на макроэкономическом уровнях. Туризм становится одним из ведущих факторов создания дополнительных рабочих мест, ускоряет становление дорожного и гостиничного строительства, инициирует создание всех видов транспортных средств, содействует сохранению этнических промыслов и государственной культуры регионов. По прогнозам

Всемирной туристской организации, количество туристских прибытий к 2020 г. составит 1,6 млрд. человек, мировые доходы от туризма в 2020 г. вырастут до 2 трлн. долларов [36, с. 32-33].

Туризм – довольно многогранно развитая отрасль хозяйства, являющаяся одной из ключевых составляющих дохода в некоторых регионах, влияющая на становление их экономики и сотрудничества.

Во многих регионах туризм играет важную роль в создании добавочных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает большое значение на такие главные отрасли экономики, как автотранспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает специфическим катализатором социально-экономического развития. В свою очередь, на становление туризма влияют демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые факторы. Экономическое развитие туризма характеризуется высокими показателями по мировом рынке. Это демонстрирует, что туризм является самой динамично развивающейся отраслью во многих регионах мира.

Туризм оказывает сильное влияние на занятость населения. Индустрия туризма – трудоемкий процесс, вследствие этого в нем заняты в основном неквалифицированные работники. Впрочем, это не значит, что в сфере туризма не применяются высококвалифицированный труд. В данной сфере новые рабочие места в географическом плане распространяются обширнее, чем в иных развивающихся секторах экономики.

На становление туризма оказывают воздействие научно-технический прогресс, увеличение качества жизни населения, увеличение длительности свободного времени, отпусков, финансовая и политическая стабильность и ряд иных факторов [16, с. 31-33].

Базу современного туристского рынка, как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска сотрудников.

В последнее время в туризме растет роль деловых поездок, а еще путешествий лиц пенсионного возраста. Величина и уровень воздействия международного туризма можно расценить по грядущим показателям [12, с. 36-37].

По мнению множества ученых-аналитиков в основе становления туризма лежат следующие факторы.

- экономический рост и общественный прогресс привели к расширению объема не только лишь деловых поездок, но и поездок с познавательными целями;

- улучшение всех видов автотранспорта удешевило поездки, сделало их возможными для множества слоев населения;

- увеличение количества наемных трудящихся и служащих и увеличение их материального и культурного уровня, их повышение и стремление к духовным и познавательным ценностям;

- интенсификация труда и получение трудящимися более длительных отпусков предполагают необходимость более содержательного отдыха;

- становление межрегиональных связей и культурных обменов между государствами привело к расширению межличностных связей как между, так и внутри регионов;

- становление сферы услуг стимулирует технологический прогресс в области телекоммуникаций, увеличило заинтересованность в посещении различных государств и регионов;

- ослабление ограничения на экспорт валюты во многих государствах и упрощение пограничных формальностей также стимулирует становление туризма.

Экономические способности развития туризма в международном масштабе создали благоприятные условия для становления организационно-экономических процессов в отдельных регионах.

Для многих из них туризм является:

- главнейшим источником валютных поступлений;

– фактором, стимулирующим подъем платежного баланса;

– массивным катализатором становления и диверсификации множества секторов экономики (возникают как фирмы, так и отдельные отрасли, обслуживающие сферу туризма) [47, с. 512].

Туризм оказывает влияние на экономику буквально по всем аспектам фундаментального определения данной сферы жизни общества. В экономическом отношении туризм рассматривается:

- 1) как конкретная совокупность социальных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции;
- 2) доля народнохозяйственного комплекса, включающая конкретные отраслевые виды производства и финансовой деятельности;
- 3) экономическая наука, изучающая туризм как отрасль хозяйства региона (экономика туризма);
- 4) общественная наука, изучающая поведение в сферах изготовления туристского продукта, его употребления, распределения и обмена.
- 5) современная экономическая доктрина, изучающая поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях туристской экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления туристских услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, компании и общества в целом.

С точки зрения фундаментальной экономики туризм является экономическим комплексом, становление которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, нежели имманентными (внутренними) основаниями. Но туризм еще и важный катализатор финансового подъема многих регионов. В случае, если туристы не только вывозят долю заработанных в других производствах средств, но и создают на других территориях новые рабочие места.

Нынешний туризм как экономическое явление:

- 1) имеет индустриальную форму;



- 2) выступает в облике туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться;
- 3) дает новые рабочие места и не редко выступает пионером освоения новых районов и стимулом быстрого становления экономики;
- 4) выступает как механизм перераспределения дохода в пользу регионов, специализирующихся на туризме;
- 5) считается мультипликатором роста национального дохода, занятости и становления местной инфраструктуры и подъема уровня жизни местного населения;
- 6) характеризуется высочайшим уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;
- 7) выступает как действенное средство охраны природы и культурного наследия, потому что как раз эти элементы составляют основу его ресурсной базы;
- 8) совместим буквально со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, потому что как раз их дифференциация и дискретность и создают ту разницу потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию [29, с. 103].

Таким образом, туризм способен оказывать интенсивное воздействие на регион, в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы. Существует прямая взаимосвязь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями. Возрастающий уровень жизни ведет к подъему длительности отпусков сотрудников и довольно высокому уровню пенсионного обеспечения, что соответственно, тоже оказывает важное влияние на становление туризма.

Спрос на путешествия и туризм определяется в одно и то же время и рыночными механизмами (спросом на туристские, экскурсионные и иные услуги, предложением этих услуг и их распределением), и экзогенными

переменными, т.е. причинами, не связанными именно с туризмом и путешествиями, но оказывающими значительное воздействие на уровень и форму спроса на туристскую деятельность.

Экзогенные факторы включают демографические и социальные изменения, экономические и правовые достижения, становление торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий и увеличение безопасности путешествий.

К демографическим и общественным переменам относятся старение населения, более ранний выход на пенсию с необходимым пенсионным обеспечением, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение количества работающих женщин, семей с двумя работающими членами семьи, тенденция к более поздним бракам, рост количества бездетных семей, растущий срок оплачиваемого отпуска, лучшее понимание возможностей путешествия и забота об окружающей среде. Таким образом, конфигурации, происходящие в демографической структуре и общественных моделях общества, приводят к тому, что все большее число людей в мире имеют время, желание и финансовые возможности для путешествий [31, с. 318-320].

Специалисты отмечают, что есть четкая связь между тенденциями становления туризма и общим состоянием экономики в регионе. Динамика путешествий довольно чувствительна к тому, находится ли экономика на росте или идет на спад.

Анализ туристского рынка в любом туристском регионе освещает историю развития, текущее положение и будущее туристского сектора и преследует следующие цели:

- идентифицировать те регионы, где отмечается рост туризма, и те, где его уровень снижается;
- объяснить предпосылки больших различий в географическом рассредоточении количества туристов и прибылей от них и динамику данных различий;

– идентифицировать регионы, где туризм имеет большой потенциал для превращения в важный элемент экономического развития.

Географическая концентрация интернациональных туристских обменов соответствует географической концентрации торговли, однако содержит два веса. Обмен продуктами между регионами является, прежде всего, обменом продуктами одной и той же категории. Это так называемая внутриотраслевая торговля. В туризме обмен такими же продуктами также существует, например, в секторе культурного туризма, но в маленьких размерах. Как правило, происходят обмены традиционными видами туризма.

Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма охватывает огромную часть экономики. Почти все развитые территории считают туризм и сферу услуг приоритетным направлением собственного экономического развития, потому что данная отрасль очень презентабельна в инвестиционном плане. Также она способствует развитию инфраструктуры региона, притоку денежных средств. Пример целевых программ по развитию туризма в России демонстрирует прямой эффект от их реализации: а именно строительство гостиниц, ресторанов, горнолыжных комплексов, дорог и т.д. Но сама реализация данных программ подразумевает вложение в иные отрасли народного хозяйства: строительство, обрабатывающую индустрию. Мультипликативный эффект от реализации данных программ предполагает вовлечение в данный вид различных субъектов предпринимательства (рекламные агентства, предприятия торговли, общественного питания, развлекательные учреждения, транспортные фирмы), что обеспечивает приток денежных средств в районные, региональные и федеральные бюджеты [50, с. 400].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что туризм продолжает свое становление, несмотря на риск экономического спада, так как туристский спрос имеет свои собственные детерминанты. Неоспорим и тот факт, что международное неравенство в секторе туризма очень важно. Для достижения успеха на мировом рынке, новые подходы к развитию туризма

обязаны базироваться на межрегиональной кооперации. Следовательно, межрегиональная кооперация и соглашения между ключевыми компонентами туризма (гостиницы, транспорт, туристские фирмы) должны гарантировать будущее развитие индустрии туризма.

Подводя итог, следует отметить, что туристский бизнес в России находится в стадии глубокой структурной перестройки, институционального развития, формирования внутриотраслевых, межотраслевых и внешнеэкономических связей. В полной мере это относится к процессу формирования туристской инфраструктуры, соответствующего сегмента рынка труда, системы государственного регулирования туристской деятельности

## **2. Анализ состояния спроса на туристские услуги в Белгородской области и разработка рекомендаций по его повышению**

### **2.1. Состояние рынка туристских услуг**

Туризм считается одним из наиболее многообещающих направлений развития региона, содействует наиболее эффективному применению богатейшего природного и культурно-исторического наследия, которое воздействует на формирование наиболее высокого культурного уровня, оздоровление и отдых населения региона, однако еще использование туристского потенциала определяет экономическое развитие региона, способствует решению проблемы занятости в небольших городах и населенных пунктах.

Туристские услуги составляют большую часть потребляемых населением услуг и имеют специфичный социально-оздоровительный характер, познания исторических и культурных ценностей, возможность становления личности человека, участие в культурно-массовых мероприятиях, возможность занятия спортом и другие. То есть туризм, может сочетать в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический факторы.

Белгородская область – один из главнейших промышленно-сельскохозяйственных регионов Российской Федерации, имеющая выгодное географическое положение на границе России и Украины. Общественно-политическая стабильность, многообразие исторического наследия, большой интеллектуальный и культурный потенциал, определяют благоприятные долгосрочные возможности развития туристского комплекса на территории Белгородской области [27, с. 8-12].

Область имеет 21 район в административно-территориальном делении. Белгород – является областным центром, современным промышленным городом, научным, образовательным и культурным центром региона.

Анализируя ресурсы с целью развития спроса на туризм в Белгородской области, необходимо отметить перспективные направления развития

региона. Белгородская область обладает огромными истоками духовной, нравственной, эстетической и художественной культуры. Культурное достояние формировалось в течение огромного количества времени, культивировалось, обогащалось, переходило из одного поколения в другое. Территория Белгородской области считается одной из наиболее привлекательных для туризма регионов России.

На Белгородчине более 2100 тыс. монументов истории и культуры, в части которых 910 памятников археологии, 255 памятников архитектуры, 735 памятников воинской славы, 37 из них являются памятниками истории и культуры федерального значения. Наиболее неповторимые природные участки области объединены в государственный заповедник под названием «Белогорье» [34, с. 172].

В каждом районе области существуют необычные достопримечательности, которые могут стать «магнитом» для привлечения наибольшего количества туристов. В Алексеевском районе – историко-литературный музей Н.В. Станкевича; Белгородском районе – Часовня-ротонда в честь 2000-летия Рождества Христова; Чернянском районе – Свято-Троицкий Холковский мужской монастырь; Грайворонском – круглое здание, храм-часовня в честь Святителя Иоасафа; Губкинском – Спасо-Преображенский кафедральный собор; дуб-долгожитель в п. Дубовое; Валуйском районе – Свято-Николаевский собор; Прохоровском районе – Храм Апостолов Петра и Павла; памятник победе – «Звонница» на Прохоровском танковом поле; Борисовском – санаторий «Красиво», участок государственного природного заповедника «Белогорье» – нагорная дубрава «Лес на Ворскле», Храм Воскресения Христова и многие другие (прил. 1).

Город Белгород по количеству достопримечательностей во всей области считается лидером – Смоленский собор, Храм Архангела Гавриила, Преображенский кафедральный собор, БГУ, учебно-спортивный комплекс Светланы Хоркиной, Храм Великомученика Георгия Победоносца, памятник князю Владимиру и другие. По количеству храмовых комплексов Белгородская

область занимает одно из первых мест во всей России, и носит по праву гордое звание «Святое Белогорье». В сокровищницу всероссийской культуры Белгородская область вошла как заповедник южнорусского фольклора. Здесь есть богатейшие певческие, хореографические, музыкальные, народные традиции, многие образцы устного народного творчества. До наших дней дошли популярные с древних времен многочисленные художественные ремесла: гончарный промысел, ручное ткачество, резьба по дереву, вышивка.

Каждый год на территории Белгородской области происходят различные фестивали, которые объединяют гостей приехавших не только из России, а также из других стран. Например: международный Холковский фестиваль «Лето красное», международный фестиваль славянской культуры «Хотмыжская осень». На сегодняшний день почти в каждом районе области проводят фольклорные праздники, в основном, к сожалению, не использующиеся в программах туристического показа.

На сегодняшний момент в организованном туризме на территории Белгородской области, с учетом детского летнего оздоровительного отдыха, принимает участие чуть больше 10% населения.

В Белгородской области число туристов из иных регионов, за 2014 год составило 5,1 тыс. человек. Из них только 957 человек побывали в области с целью проведения досуга и отдыха. Количество прибывающих в область граждан из-за рубежа, благодаря подъему внешнеэкономических связей и увеличивающемуся вниманию международных деловых кругов к Белгородскому региону, возросла и составила в 2014 году 51,1 тыс. человек. Большая доля иностранных гостей пребывала в частных поездках по области, в качестве туристов – 5402 человека.

В настоящее время на территории области право осуществлять туристскую деятельность имеют 157 фирм и индивидуальных предпринимателей, из них развитием регионального туризма занимаются единицы: «Туристическая фирма Ильиной», «Даль-тур», «Мир без границ». Они оказывают спектр услуг, которые ограничиваются экскурсионными программами в Холковские

пещеры и посещением знаменитого Прохоровского поля и другими направлениями.

Определенные трудности в предоставлении высококачественных туристских услуг в регионе определяют следующие факторы.

1. Материальная основа. В отелях области не большое число мест, и не очень демократичные цены: двухместный номер в отеле «Прохоровское поле» составляет в 1390 рублей в сутки, в «Белогорье» или «Белотеле» – 3500 рублей, в гостинице «Белгород» – 5000 рублей. Одним из дешевых местом размещения считается гостиница «Патриот» – 825 рублей за двоих, однако качество обслуживания в данной низкое.

2. Рекламно-информационное обеспечение туристской деятельности: отсутствие так именуемых «раскрученных» объектов туристского показа, то есть они есть, но о них мало кто знает; не ведутся маркетинговые исследования; не отслеживается спрос на маршруты и другие различные направления.

3. Туроператоры почти не занимаются разработкой новых туристских маршрутов, так как они настоятельно требуют улучшения инфраструктуры туризма, почти все интересные места в территориальных единицах области вообще никоим образом не представляются туристам.

4. Подготовка сотрудников. Не смотря на заметное становление образовательного комплекса в сфере туризма, в руководстве турфирм крайне мал процент лиц, имеющих специальное образование. Является очевидным, что в целях увеличения качества туристского обслуживания важна организация подготовки сотрудников с высшим, а так же со специальным средним образованием [21, с. 320].

Все перечисленные выше факторы суммируются в ключевую проблему становления туризма – это общий имидж Белгородской области как региона привлекательного для посещения туристов. На сегодняшний день, для решения проблем становления туризма в Белгородской области создаются различные программы, призванные содействовать выходу из создавшегося положения и образовать в регионе высокоэффективный и конкурентный ту-



ристский комплекс. Приоритетное значение отводится становлению сельского и детско-юношеского туризма в области.

Система ведущих программных мероприятий гарантирует преемственность государственной помощи развития сельского туризма на региональном и муниципальном уровнях и имеет семь разделов: нормативно-правовое обеспечение, создание и становление инфраструктуры, финансово-кредитная помощь, информационно-организационная помощь, духовно-нравственное воспитание молодого поколения, становление кадрового потенциала, международное сотрудничество в сфере развития сельского и детско-юношеского туризма.

Таким образом, наличие богатейшего культурного и природного потенциала территориальных единиц, позволяет достичь серьезные позиции на туристском рынке при условии государственной помощи развития сельского туризма на областном уровне, что позволит более эффективно применять туристский потенциал, оживить туристский рынок Белгородской области, закрепить материальную базу туристской инфраструктуры [52, с. 122].

Особое внимание в области уделяется развитию школьного, детско-юношеского туризма.

Сотрудниками отдела путешествий и экскурсий ГОУ ДОД «Областного Центра детского и юношеского туризма» создано больше 50 экскурсионных маршрутов (прил. 2). Для учеников области за 2013 – 2014годы проведены 682 учебно-тематические экскурсии. Анализируя общее число экскурсий за шесть лет работы данного отдела путешествий и экскурсий, необходимо отметить, что в 2013 году число экскурсий возросло на 41% по сравнению с 2012 г., в 2014 году – на 37% по сравнению с 2013 годом. В 2015 году число экскурсий осталось почти на уровне минувшего года, что, прежде всего, связано с плохой организацией рекламно-пропагандистской работы отдела путешествий.

Анализ потребителей показал, что более активными членами учебно-тематических экскурсий, организуемых Центром туризма для учеников обла-

сти, являются образовательные учреждения города Белгорода, Шебекино, Борисовского, Красненского, Белгородского, Яковлевского и Чернянского районов.

Проведение больших мероприятий, связанных с героической историей края, или других международных спортивных турниров, приносит большие выгоды для бюджетов всех уровней Белгородской области [13, с. 304].

Целевая структура поездок в Белгородскую область выглядит следующим образом (рис. 2.1):

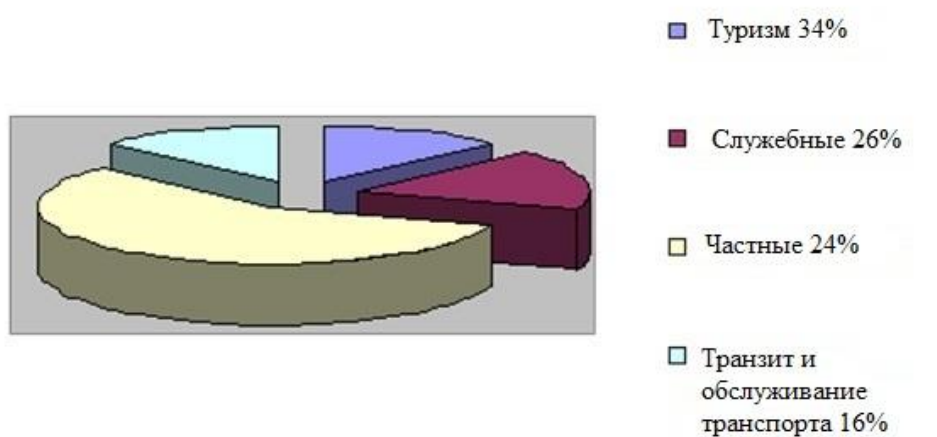


Рис. 2.1. Структура поездок туристов в Белгородскую область

Таким образом, туризм способен оказывать интенсивное воздействие на регион, в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы.

В период с 2013 по 2014 г. в Белгородской области, по данным Департамента экономического развития, наблюдался не слишком заметный подъем доли доходов от туризма в общем объеме платных услуг с 0,5 до 0,8%, область занимает в 2014 году второе место вместе с Курской областью по данному показателю после Липецкой области среди областей ЦЧР. Впрочем, в данных за 2015 год есть негативные изменения: снижены показатели в некоторых областях, в Белгородской области в 2015 году этот показатель упал до 0,7%, в Курской области с 0,8% до 0,75% и в Тамбовской области с 0,4% до 0,35%. Понижение случилось вследствие воздействия мирового финансового кризиса (рис. 2.2)

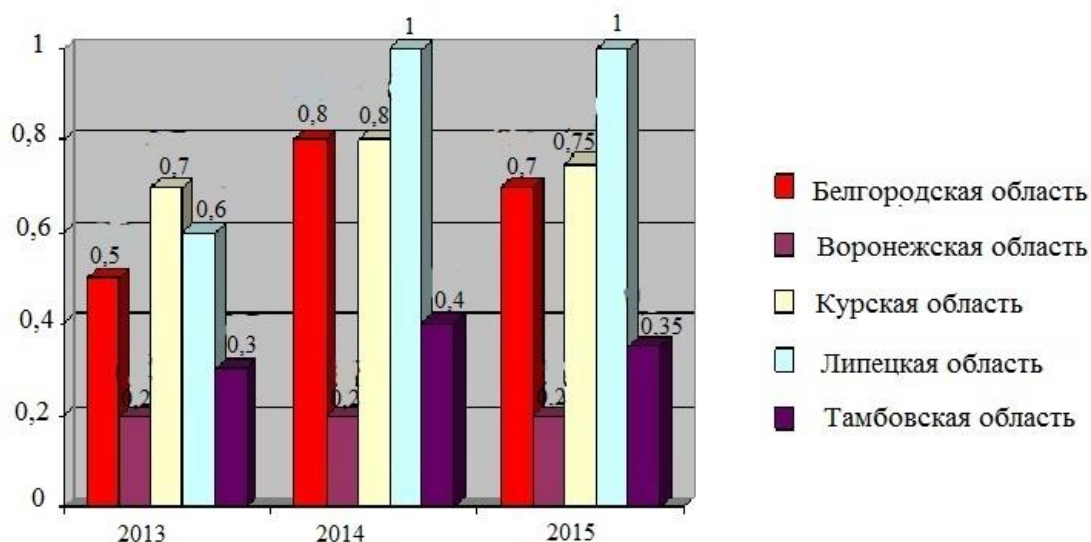


Рис. 2.2. Сравнительная оценка доходов от туризма в общем объеме платных услуг по областям ЦФР

С развитием туризма в регионе, происходит становление экономики региона в целом, что, без сомнения, говорит об их тесной связи. С одной стороны, регион выступает в виде всеохватывающего ресурса для стойкого функционирования и развития туризма, с иной – туризм, который обладает мультипликативным эффектом, способен воссоздать предпосылки для экономического взлета региона методом решения его социально-экономических задач [58, с. 288].

В данный момент в Белгородской области занимаются развитием преимущественно сельского туризма. В 2015 г. В области побывало в пределах 51 тыс. человек – 9 тыс. из них отдохнули в имениях и на подворьях. Сельский туризм в Белгородской области развивается в рамках принятой в 2007 году областной программы.

Во всех районах Белгородской области складывается экскурсионная работа. Маршруты создаются на базе имеющихся объектов показа, размещения и питания. Всего в области насчитывается около 1500 достопримечательностей.

К ресурсам, определяющим перспективы становления туристско-рекреационного бизнеса в Белгородской области, относятся следующие.

1. Природно-климатические ресурсы области: рельеф, климат, животный мир области, озера, реки, такие как Северский Донец, Оскол, Валуй, Ворскла и другие природные объекты. В Белгородской области имеется один государственный природный заповедник «Белогорье», есть также различные памятники природы и садово-паркового искусства.

2. Лечебные и оздоровительные ресурсы. Более популярными лечебно-оздоровительными центрами Белгородской области считаются: «Красиво», «Дубравушка», «Первое Мая» в Шебекинском районе, «Красная Поляна» на берегу речки Оскол в Валуйском районе. По состоянию на конец 2014 года количество санаторно-курортных предприятий и организаций отдыха составляет 15 единиц. Количество детских оздоровительных учреждений (лагерей) насчитывает 70170 единиц, в том числе: загородных – 32, санаторного типа – 8, для подростков с дневным пребыванием – 512, профильных и оздоровительно-спортивных.

3. Ресурсы, способствующие развитию физкультуры и спорта. В Белгородской области работают 458 стадионов с числом мест для посетителей 2500 и более, 956 спортивных залов, 198 плавательных бассейнов и 3549 плоскостных спортивных сооружений (табл. 2.1).

Таблица 2.1.

Число спортивных сооружений Белгородской области  
в период 2011-2015 гг. (на конец года, единиц)

Наименование	2011	2012	2013	2014	2015
Стадионы с числом мест для зрителей 1500 и более	40	41	45	47	48
Спортивные залы	726	739	752	754	765
Плавательные бассейны	123	124	124	123	128
Плоскостные спортивные сооружения (площадки и поля)	2560	2677	2764	2786	2849

Из таблицы 2.1 видно, что число спортивных сооружений Белгородской области с каждым годом растет.

4. Предприятия сферы туризма и гостиничного бизнеса. Индустрия туризма – достаточно сложная система, которая включает в себя не только

туристские ресурсы, но и туристские компании, средства размещения, предприятия питания, развлечения, автотранспорта, экскурсионные услуги и т.д. [24, с. 336].

В 2015 году в Белгородской области работало 157 туристских компаний (в 2014 году – 146), из них – 70 организаций занимались турагентской деятельностью, 37 организаций – туроператорской деятельностью, 50 организации – занимались экскурсионной деятельностью (табл. 2.2).

Таблица 2.2.

Число туристических фирм – в разрезе направлений деятельности и форм собственности за 2013-2015 гг.

Вид деятельности предприятий	2013г.	2014г.	2015г.
Число туристических фирм, всего	124	146	157
в том числе:			
туроператоры	35	43	37
туристические агенты	54	60	70
Экскурсионная деятельность	35	43	50

Общее количество туристических компаний за период с 2013 г. по 2015 г. выросло с 124 до 157, преимущественно возрастает число турагентов, число туроператоров же по сравнению с 2015 г. значительно понизилось. Это связано, прежде всего, со значительной конкуренцией на рынке туристских услуг и с обязанностью туроператоров разрабатывать свежие направления в туризме.

Большая доля туристических компаний, не обращая внимания на сезонность туристского бизнеса, трудятся на протяжении всего года, при этом определенную устойчивость бизнесу придает совмещение туристской и иных видов деятельности, чаще всего коммерческой, а еще связанной с организацией въезда-выезда за рубеж с нетуристскими целями.

В 2015 году в области было насчитано 64 гостиниц (табл. 2.3), 10 санаториев, 4 санатория-профилактория, 14 баз отдыха, 8 общежитий для приезжих.

Коллективные средства размещения Белгородской области  
в период с 2013 по 2015 гг.

	2013г.	2014г.	2015г.	Динамика к 2015г., в %	
				2013г.	2014г.
Число средств размещения, единиц	61	63	64	101,7	101,6
в том числе:					
Гостиничного типа	38	39	40	102,6	102,6
Специализированные	23	24	24	100,0	100,0
Их вместимость, коек	5626	5690	5890	100,9	103,5
в том числе:					
Гостиничного типа	2366	2380	2580	102,2	108,4
Специализированные	3260	3310	3310	110,9	100,8

Исходя из представленных в таблице 2.3 данных, можно сказать, что происходит не заметный рост количества средств размещения.

В соответствии с назначением коллективных средств размещения, посетители используют их в основном в целях досуга, рекреации, отдыха и лечения; также услугами гостиниц и подобных мест проживания пользуются в деловых и профессиональных целях.

5. Транспортная инфраструктура. Белгородская область занимает хорошее географическое положение, являясь приграничной областью в юго-западной части государства. Сквозь нее протекают важные транспортные потоки. На территории области функционируют железнодорожный, автомобильный, воздушный виды транспорта.

Через территорию Белгородской области проходит Федеральная магистральная автодорога М-2 «Крым» и крупнейшая железнодорожная трасса «Москва – Тула – Орел – Курск – Белгород – Харьков – Крым» (составляющие базу международного транспортного коридора), которая объединяет Центральный и Северо-Западный федеральные округа с Украиной, в т.ч. с курортами Черноморского и Азовского побережий [19, с. 256].

В Белгородской области действует один аэропорт, который связан воздушными рейсами со столицей, Санкт-Петербургом, Новым Уренгоем, Сур-

гутом и Самарой и другими городами. В период летних месяцев увеличивается пассажиропоток в направлении курортных зон Кавказа и Крыма.

К территориям Белгородской области, более заманчивым в туристском отношении, относят Белгородский, Борисовский, Валуйский, Губкинский, Шебекинский, Ивнянский, Грайворонский, Прохоровский, Старооскольский районы. Специалисты в области туризма выявили основные факторы, которые удерживают формирование внутреннего и въездного туризма области, в настоящее время:

- малоразвитая туристическая инфраструктура, недостаточное число гостиничных средств размещения приезжающих в область гостей, отсутствие сети маленьких гостиниц, дефицит транспортных средств, обсуживающего туристические группы;

- отсутствие необходимого туристского имиджа Белгородской области на уровне всего государства;

- разобщенность и несогласованность действий лиц всего туристского бизнеса;

- отсутствие рекламы туристских достопримечательностей, как на территории области, также и на уровне государства, как потенциального туристского рынка;

- не развитая система предприятий общественного питания, направленных на приготовление кушаний местной кухни;

- отсутствие туристского продукта, который способствовал бы узнаваемости области;

- плохое состояние объектов культурного наследия.

К основным направлениям становления туристского сектора на территории Белгородской области можно отнести:

- создание новой нормативно-правовой базы развития туризма и системы государственного контроля туристской деятельности, в частности: системы мероприятий, обеспечивающих безопасность в сфере туризма, а также

обращенных на стимулирование становления регионального предпринимательства в сфере туризма и вложений в туризм в целом;

- паспортизация объектов туристской индустрии, инвентаризация всех объектов культурного наследия;

- субсидирование процентных ставок по кредитованию постройки и реконструкции объектов туристской сферы;

- поддержку в профессиональной подготовке и переподготовке квалифицированных кадров и работников для туристской сферы региона Белгородской области.

- развитие приоритетных направленностей туризма в области (развитие военно-исторического, этнографического, паломнического и других видов туризма) за счет: развития инфраструктуры туризма (предприятия общественного питания, транспорт, гостиничная база, объекты познавательного, развлекательного, спортивного и других назначений и так далее); организации рекламно-информационного снабжения туристской деятельности на национальном и мировом туристских рынках; привлечения инвестиций в развитие индустрии туризма; образования новых предприятий туристической индустрии, отвечающей мировому уровню; образования туристского продукта, содействующего узнаваемости Белгородской области.

Обеспечение развития туризма в регионе обязано охватывать три важнейшие составляющие [20, с. 267]:

- экологическая, которая обеспечит формирование туристской деятельности с сохранением природных и рекреационных ресурсов в месте потребления туристской услуги;

- экономическая, выявляющаяся в способности туризма находиться действенным оружием помощи социально-экономического подъема региона за счет разумного использования существующих туристских ресурсов;

- социально-культурное постоянство туризма в регионе, обеспечивающее формирование туристской деятельности с сохранением культурных ценностей и традиций территории Белгородской области.



На сегодняшний день в области увеличивается интерес к формированию туристского потенциала, все больше средств идет на развитие и основание отраслей туристского хозяйства. Происходит усиление государственной политики, обращенной на регулирование туристской деятельности.

Наличие многочисленных ресурсов, памятников культуры и искусства, живописных природных районов позволяют развивать внутренний туризм и притягивать как российских, так и зарубежных туристов.

## **2.2. Исследование спроса на туристские услуги**

С целью исследования состояния, тенденций и перспектив развития туристского спроса Белгородской области, и установления направлений дальнейшего формирования отрасли было проведено маркетинговое исследование. Основным источником информации стало анкетирование населения региона на предмет предпочтений в сфере отдыха и туризма (прил. 3).

При содействии администрации «Белгородского областного центра детского и юношеского туризма» было опрошено население трех районов Белгородской области: Грайворонского, Белгородского и Алексеевского районов. Анкетный опрос проводился способом случайной выборки, выборочная совокупность собрала 150 респондентов. В качестве объектов изучения обозначились студенты ВУЗов, работники бюджетной сферы, служащие государственных и коммерческих фирм.

Согласно результатам проведенного исследования по Белгородской области в туристских целях путешествуют 37% респондентов, которые проживают на территории субъекта. Важными причинами, по которым они предпочитают данный отдых являются: приемлемая стоимость – 26,4%, хорошие природные условия – 25,6%, близость к дому – 12,3%. Вместе с этим – 17,6% – привыкли отдыхать в области, а 18,1% – соединяют данный отдых с возможностью провести свободное время с родными и близкими людьми (рис. 2.3).

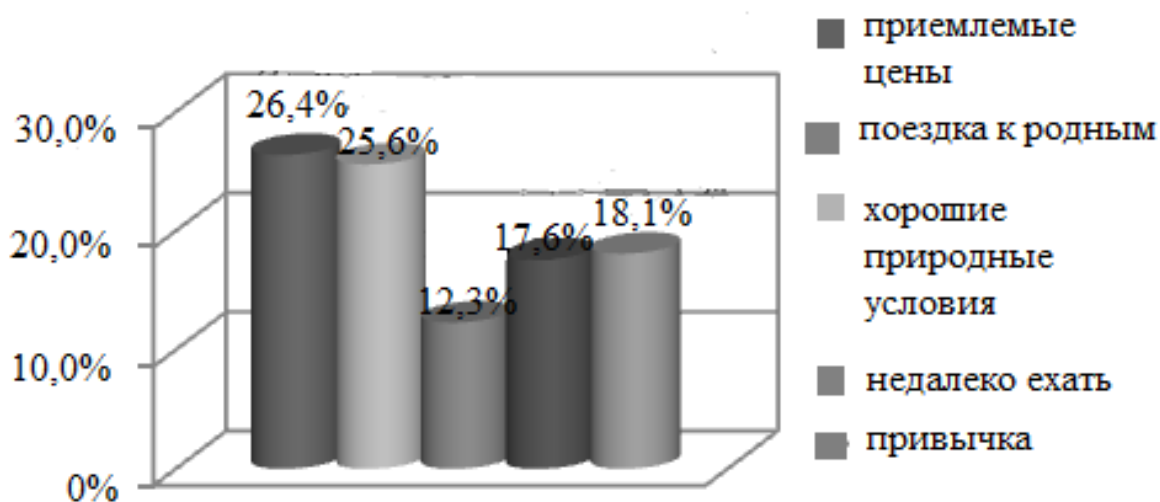


Рис.2.3. Почему нравится отдыхать в пределах области?

Выяснилось, что наиболее популярным видами отдыха в области являются познавательный туризм – 37% и оздоровительный туризм – 30,4%, активный туризм – 17,1%, спокойный отдых выбирают 15,5% (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Предпочитаемые туристами виды отдыха

На вопрос «Куда Вы хотели бы поехать в первый раз?» были получены следующие ответы: 32,4% намеревались бы отправиться в Турцию, 21,1% – в Египет, страны Европы – 19,6%, по городам России – 15,3%, и всего 11,6% – в районы области (рис. 2.5).

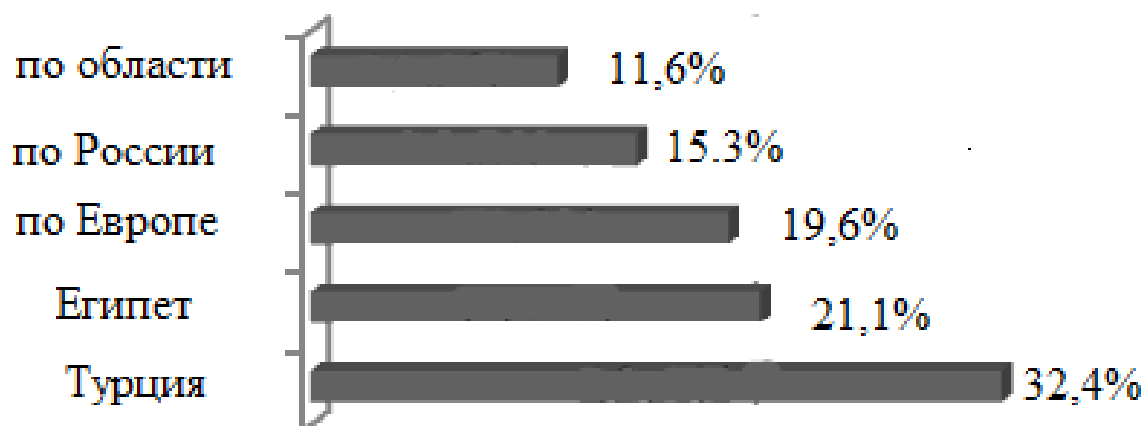


Рис. 2.5. Предпочтения туристов по месту отдыха

Наибольшим признанием у населения Белгородской области пользуются следующие направления: Черноморское побережье – 36,1%, города Золотого кольца – 20,3%, Москва – 18,7%, Санкт-Петербург – 16,8%, Крым – 8,1% (рис. 2.6).

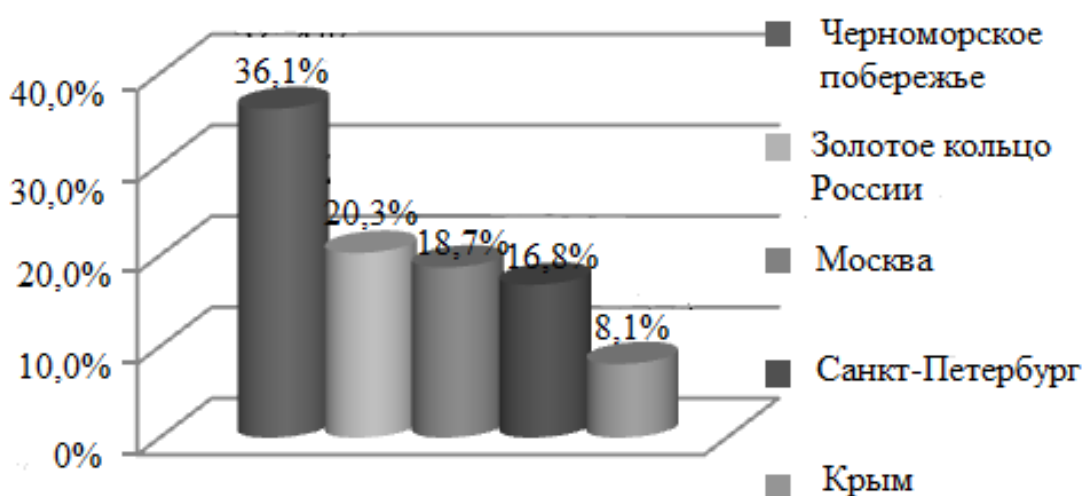


Рис. 2.6. Предпочитаемые места отдыха в России

На вопрос «Как часто Вы бываете в городах Белгородской области в туристских целях?», большое количество респондентов отвечали, что нередко отдыхают в летний период – 50,8%, в течение года отдыхают – 20,3%, лишь один раз в год – 13% и никогда не бывают – 15,9% (рис. 2.7).

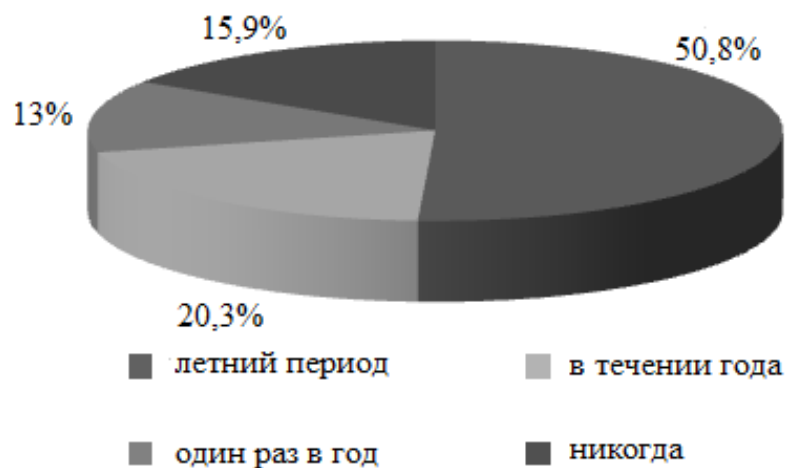


Рис. 2.7. Частота пребывания в городах Белгородской области в туристских целях

Важнейшей целью путешествий населения области считается отдых – 60,4%, лечение – 20,6%, посещение достопримечательностей – 16%, смена места – 3% (рис. 2.8).

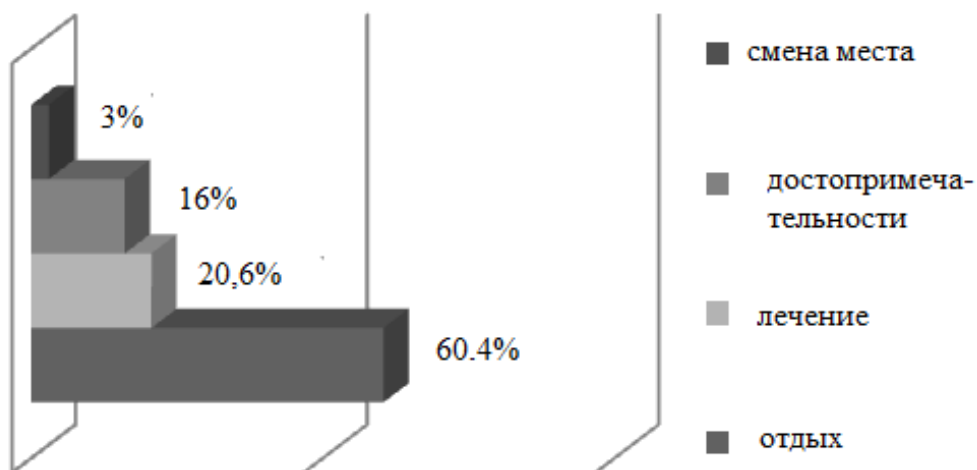


Рис. 2.8. Цели путешествий

На вопрос «Какова была бы продолжительность Вашего отдыха, если бы Вы проводили свой отпуск в пределах области?» 48,3% – провели бы свои праздничные дни в границах области; 20% – отдыхали бы всего один день, 24,3% – выезжали бы на неделю, 7,4% – выезжали бы дольше, чем на две недели (рис. 2.9).

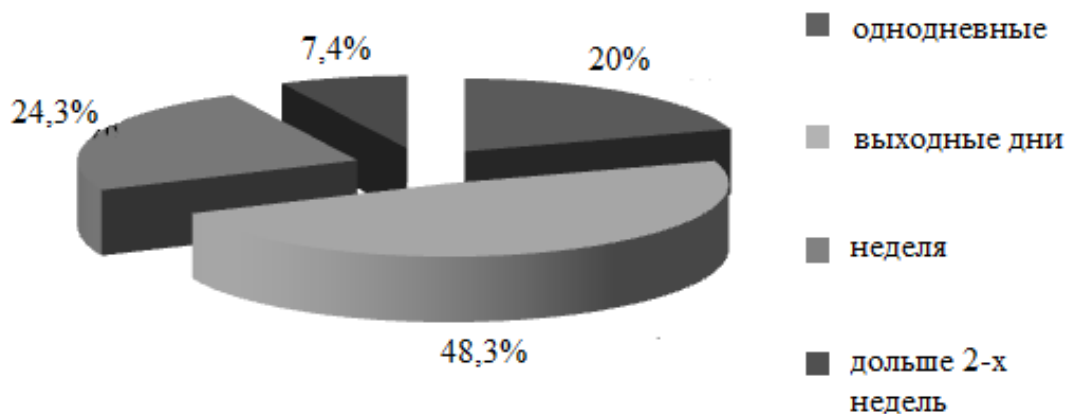


Рис. 2.9. Продолжительность отдыха

На вопрос «Какие места отдыха Белгородской области Вы хотели бы посетить?» больше всего респондентов ответили, что хотели бы посетить санаторий «Красиво» – 43,4% и Губкинский луна-парк «Чудо-Юдо град» – 31,3%, оздоровительный лагерь «Лесная сказка» посетили бы всего 15,8%, а количество респондентов, которые ничего не хотели бы посетить составило – 9,5% (рис. 2.10).

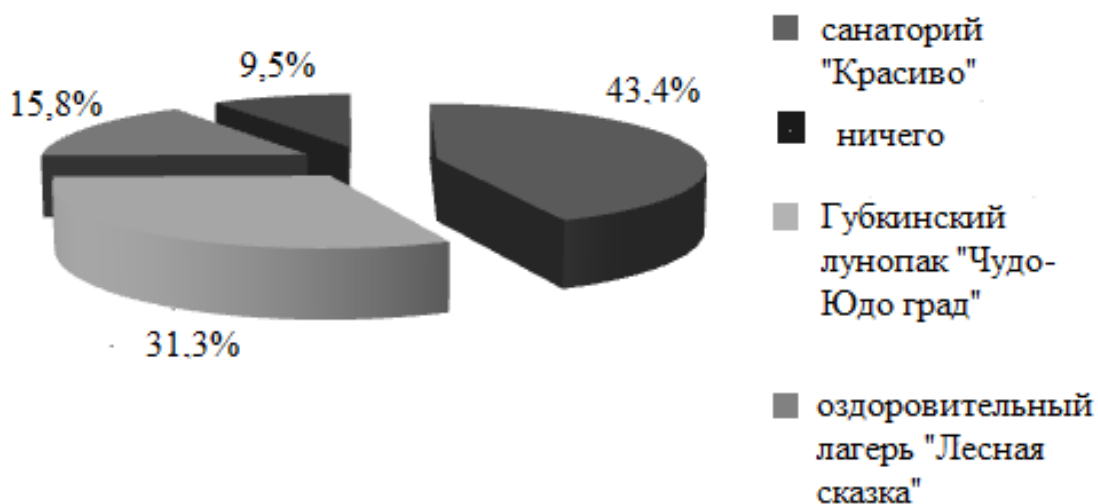


Рис. 2.10. Предпочитаемые места отдыха в Белгородской области

Главными источниками информации о путевках, по словам отвечающих, считаются друзья, знакомые, родственники – 33,2%, пресса – 30,4%, турфирмы – 22,7%, телевидение и радио всего лишь – 13,7% (рис 2.11).

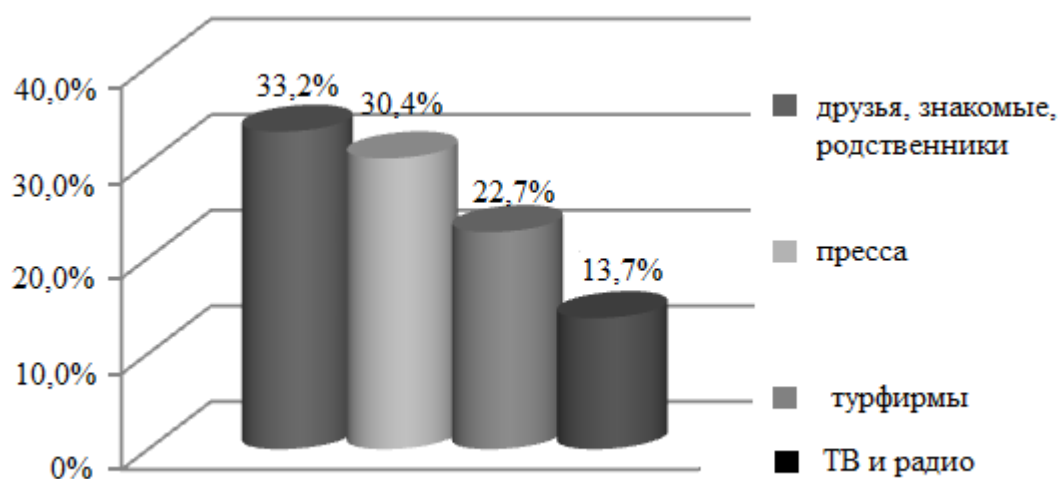


Рис. 2.11. Источники информации о путевках

Таким образом, по итогам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что максимальным спросом у населения Белгородской области пользуются познавательный и оздоровительный виды туризма. Не смотря на это, в туристские поездки едут представители практически всех социально-демографических сословий, средняя длительность поездок составляет примерно полторы недели.

Рассмотрев направления туристских потоков, необходимо отметить то, что за рубеж отправляются отдыхать каждый пятый опрошенный. Не смотря на это, самыми посещаемыми считаются туристские маршруты в Турцию и страны Европы. За пределы области, по России странам СНГ странствует каждый второй опрошенный. В границах области отдыхает одна треть респондентов. А главными каналами осведомленности туристов о местах отдыха являются родные и близкие, а также пресса и турфирмы, но в меньшей степени.

Итоги изучения состояния спроса на туристские услуги позволяют обозначить конкретные шаги по дальнейшему формированию туризма в Белгородской области. Богатое историко-культурное наследие содействует формированию познавательного вида туризма, мягкий климат и богатый природный потенциал создают возможности для восстановительного отдыха.

Так как местное население выбирают отдых в кругу семьи, развивающимся направлением Белгородского туристского бизнеса является организация семейного отдыха. Фирмам туристской индустрии нужна целенаправленная рекламная и информационная поддержка, как в границах самого региона, так и по всей России.

Проведенный анализ спроса на туристские услуги в Белгородской области, позволяет сделать вывод о том, что большое количество туристских предприятий предлагают жителям области преимущественно заграничные туры, среди которых одну из первых позиций занимают туристские маршруты в Турцию, Египет и страны Европы. Но из-за сложившихся ситуаций на международном уровне, в связи с санкциями против России и возникновения террористических угроз для населения нашей страны, эти направления туристских потоков значительно сократятся в будущем.

Для организации полноценного отдыха на территории Белгородской области необходимо улучшить материальную базу индустрии туризма и расширить объем предоставляемых услуг, провести реконструкцию памятников истории и культуры, улучшить экскурсионный сервис, обеспечить возможности для детского и юношеского отдыха на территории области.

В Белгородской области существуют все предпосылки для того, чтобы среда туризма стала одной из главных составляющих экономического и социально-культурного развития региона, основным источником пополнения бюджета Белгородской области.

### **2.3. Рекомендации по повышению уровня туристского спроса**

Белгородская область, на сегодняшний день, является непрерывно развивающимся регионом. Туристские возможности и туристские ресурсы области определяются выгодным географическим положением. Область является приграничной с Украиной, что позволяет увеличить приток туристов из

стран ближнего зарубежья и тем самым наладить партнерские отношения в области межрегионального и международного туризма.

Однако, развитие отрасли туризма в Белгородской области, на нынешний момент, переживает определенные проблемы. Это связано с отсутствием опыта работы в сфере обслуживания туристов, недостатком квалифицированных работников, отсутствием системного подхода в становлении туризма, разрозненностью информации о туристских ресурсах, отсутствием маркетинговых исследований в области изучения туристского спроса.

В качестве практических рекомендаций по развитию отрасли туризма и повышению уровня туристского спроса в Белгородской области предлагается комплекс мер, направленных на более эффективное использование существующих туристских ресурсов. Природно-рекреационный и историко-культурный потенциал Белгородской области считаются главным фактором формирования туризма. Присутствие этого фактора позволяет при относительно малых капиталовложениях обеспечить экономически прибыльное использование местных туристских ресурсов: природных условий, традиций, историко-культурного наследия, [60, с. 395].

Комплекс намеченных мероприятий содержит пять направлений.

1. Формирование системы государственного регулирования и помощи туристской деятельности в Белгородской области путем:

- упрощение визовых процедур, таможенного и пограничного контроля;
- государственное регулирование ценообразования для нахождения оптимального порога рентабельности туристского бизнеса, обеспечение конкурентоспособности и постоянной доходности субъектов туристской индустрии;
- обеспечение безопасности в сфере туризма;
- развитие сотрудничества в области туризма;
- в соответствии с требованиями технических, нормативных и правовых актов, совершенствование качества обслуживания туристов;



- обеспечение достаточного величины финансирования отрасли, а также за счет привлечения кредитных ресурсов;
- координация деятельности в сфере туризма между органами государственного управления, местными исполнительными и распорядительными органами, туристскими организациями.

2. Научно-методическое обеспечение туристской отрасли региона и кадровая политика в сфере туризма предусматривает:

- создание системы непрерывного образования в области индустрии туризма и гостиничного дела на базе образовательного стандарта при содействии субъектов туристской инфраструктуры и учреждений образования;
- организацию подготовки специалистов в сфере туризма;
- прогнозирование конъюнктуры туристского рынка, а так же проведение маркетинговых исследований спроса и предложений;
- проведение мер по стимулированию деятельности научных и методических центров в части фундаментальных исследований направлений, категорий и видов туризма;
- основание системы информационных ресурсов туризма в области;
- внедрение научных разработок в практическую деятельность субъектов туристской индустрии [37, с. 13-19].

- разработку методической документации по созданным туристским маршрутам и экскурсиям, проведение семинаров, сборы методических советов, научно-практических конференций по главным вопросам формирования туристской индустрии.

3. Маркетинг и продвижение туров Белгородской области на всероссийский и международный рынок туристских услуг. Маркетинговые мероприятия предусматривают комплекс мер по созданию, продвижению и позитивному образу региона, привлекательного для туризма, в том числе:

- разработку стратегии вывоза туристских услуг и создание международного сотрудничества в сфере туризма;

- улучшение системы деятельности туристско-информационных центров и их объединение в единое туристско-информационное пространство России;

- рекламно-информационное обеспечение туристского потенциала региона, создание и тиражирование информационно-рекламных материалов по видам туризма и их размещение в Интернет сети;

- активизация продвижения туристских маршрутов области, участие в больших российских и международных выставках, проведение презентаций, рекламных кампаний в средствах массовой информации, организация туристских выставок на территории области [45, с. 68].

Реализация подобных мероприятий позволит увеличить качество рекламно-информационного сопровождения туристских возможностей области, интегрироваться в мировые туристско-информационные сети, создать представления об области как о регионе привлекательном для путешественников.

4. Рекламно-информационное обеспечение сферы туризма. Формирование рекламно-информационной деятельности среды туризма обеспечит:

- подготовку и публикация печатных рекламно-информационных материалов о туристском потенциале Белгородской области (буклеты, каталоги и другое);

- основание в сети Интернет целого сайта туристских услуг Белгородской области;

- организацию общественной базы данных по туризму, которая хранит информацию о турах и экскурсиях, номерном фонде и средствах размещения;

- создание и размещение информационных щитов, плакатов вдоль автотранспортных дорог, в общественных местах;

- распространение рекламно-информационных материалов туристской тематики, в том числе в организациях образования;

- создание, проведение и участие в туристских выставках на территории Российской Федерации и на международном уровне;
- проведение рекламных кампаний всех туристских маршрутов по Белгородской области;
- активное продвижение туристских ресурсов Белгородской области в СМИ [43, с. 201].

5. Формирование материально-технической базы индустрии туризма в Белгородской области предполагает:

- привлечение инвестиций для реконструкции и постройки туристских объектов;
- увеличение перечня и объемов оказания дополнительных услуг;
- использование новых технологий в сооружении туристско-гостиничных комплексов и других объектов туристской индустрии;
- формирование сопутствующей инфраструктуры;
- увеличение пассажирских перевозок на автомобильном и железнодорожном транспорте.

Осуществление намеченных мероприятий будет стимулировать формирование таких отраслей экономики, как транспорт, связь, сфера услуг, торговля и общественное питание, сельское хозяйство, благоустройство населенных пунктов, строительство и реконструкция инфраструктуры туризма, производство сувенирной продукции. Будут созданы условия для разумного использования объектов историко-культурного и природного наследия, сохранения окружающей среды. Большие поступления в бюджет области обеспечатся благодаря формированию туристской индустрии, первым делом, за счет роста доходов от исполнении туристских услуг и объединенных с ними видов деятельности [41, с. 4-7].

Объединение интересов культуры и туризма создаст наилучший потенциал для привлечения дополнительных инвестиций в виде целевого капитала, для формирования частно-государственного партнерства, а также увеличения негосударственного финансирования сферы культуры.

Формирование туризма в Белгородской области, будет содействовать выгодному экономическому развитию и упрочению контактов и связей с другими регионами.

В качестве мероприятий по повышению уровня туристского спроса в Белгородской области предлагается разработка нового туристского маршрута, который позволит привлечь на данную территорию большое количество туристов, тем самым повысить привлекательность региона, способствовать формированию его имиджа.

Название «По истокам Белогорья» раскрывает сущность нового туристского маршрута. Оно предполагает путешествие туристов по всей Белгородской области, они побывает во многих районах, узнает историю Белгородчины, ее культурные традиции.

Схема маршрута имеет кольцевой вид (прил. 4). Движение туристов начинается с города Белгорода, далее туристы отправляются в Прохоровский район, затем в Ракитянский район, Грайворонский район и Борисовский, от туда туристы возвращаются в начальную точку отправления – город Белгород.

Общие сведения об объектах.

Белгород – древний русский город, организованный в конце XVI века в 1596 году по указу государя Федора Иоанновича, как форпост и могучая пограничная крепость на дороге татарских вторжений. С 1658 года считается важнейшим градом белгородской оборонительной черты, назначенной для обороны южных границ Московского царства. 8 ноября 1917 года в городе была введена советская власть. В 1954 году город являлся центром Белгородской области и, наряду с этим, завязалось его бурное формирование. Во время Великой Отечественной войны в округах города были нелегкие бои, и Белгород два раза был оккупирован фашистами. Белгород является городом первого салюта, так как в честь его высвобождения от вражеских войск 5 августа 1943 года был пущен салют в Москве. Этот день отмечается как День города.

Прохоровский район – особенный в созвездии районов Белгородской области по его географическому положению, так как именно здесь проходит водораздел бассейна крупных рек Средней полосы России – Днепра и Дона, здесь сотни родников, ключей и ручьёв, берут начало реки Северский Донец и Псел. Особенный район и в историческом плане: по Прохоровской земле проходил древний Муравский шлях, обеспечивший торгово-экономическую связь Московии с Югом, и собственно здесь в июле 1943-го случились величайшее в истории встречное танковое сражение, во многом разрешившее итог Курской битвы. Туристская привлекательность Прохоровского района выражается в совокупности природно-ландшафтных, культурно-исторических и этнографических особенностей.

Музей-заповедник «Прохоровское поле» посвящен Прохоровскому сражению, которое существенно оказало влияние на ход Великой Отечественной войны. К 50-летию победы над фашистами были построены Памятник Победы – Звонница и Храм святых апостолов Петра и Павла. Они считаются символами третьего ратного поля России [29, с. 24-25]. В музее-заповеднике «Прохоровское поле» находятся братские могилы – захоронения советских воинов периода Великой Отечественной войны. В течение последних лет в музее-заповеднике были сооружены скульптурная композиция «Воинам, павшим на Прохоровском поле», «Колокол единения трех славянских народов». На «Танковом поле» показана экспозиция бронетанковой техники Советской Армии времен Великой Отечественной войны. В военно-историческом музее-заповеднике «Прохоровское поле» организованы непрерывные выставки, посвященные событиям Курской битвы и битве под Прохоровкой. В музее функционирует библиотека им. Н.И. Рыжкова, находящаяся в помещении культурно-исторического центра.

Также район богат потомственными ремесленными усадьбами, продолжающими обычаи предков. Летний воздух на пасеке напитан живительными парами меда и прополиса, фитонцидами соснового леса. Жужжание пчел умиротворяет. Даже короткое нахождение полезно для здоровья. Пре-

красный вид раскрывается от озера на примыкающие окрестности, красота которых околдовывает, изумляет и окрыляет на создание прекрасного. Творческие люди там имеют возможность обрести настоящее удовольствие от первобытного великолепия ландшафта.

История Грайворонской земли, насчитывает несколько тысячелетий. С середины 14 века до 1503 года территория района входила в состав Великого княжества Литовского. А после русско-литовской войны 1500 – 1503 гг. эти земли начали относиться к Московскому княжеству. В истории Древнерусского и Московского государств земля Белгородская издревле играла важную роль форпоста в войне с кочевниками и внешними противниками на южном рубеже. Немало её известных и драматических страниц написано и жителями Грайворонщины, заселение которой неразрывно объединено с постройкой Белгородской засечной черты. В местах по междуречью Ворсклы и Донца проходил Муравский шлях, торговая и военная дорога из Крыма в Москву – любимый путь набегов кочевников. Грайворон размещен на левом берегу реки Ворсклы в месте впадения в неё реки Грайворонки (наименование реки хранится в «Книге большого чертежа», собранной в 1627 году и представляющей собой описание карты наиболее раннего периода – конца 16 века). На этом месте по приглашению Мисаила стали поселяться русские выходцы из городов от Ахтырки до Смоленска, украинцы – черкасы.

В селе Головчино расположено загадочное сооружение – Круглое здание. Разобраться, когда, кем и для чего было возведено это необычное архитектурное сооружение, пытались белгородские историки, краеведы, библиотекари, журналисты и даже геологи.

Существует целый ряд гипотез о предназначении этого здания. Одна из них: якобы это оборонительно-сторожевое сооружение. Другая, прагматическая – постройка предназначалась под склад для продукции сахарного завода. Кто-то считает, что тут размещался домашний театр – Хорваты славились любовью к искусству, держали собственный оркестр – акустические свойства здания великолепны! А может быть, это была конюшня или конный манеж?

Часовня? А может усыпальница? А есть самая таинственная, усложненная версия – здание строилось для тайной масонской ложи. В 1986 г. Круглое здание как памятник архитектуры было взято под государственную охрану.

Поселок Борисовка, образованный в 1695 году, среди бескрайних просторов Черноземья, на священном Белогорье, недалеко от русско-украинской границы и в 40 км от Белгорода. С 1705 году. Борисовка считается центром богатейшей южной вотчины Шереметьевых.

По описанию краеведов Борисовка была самым людным населенным пунктом Российской Империи. Это популярное на всю Россию поселение было одним из самых известных центров художественных ремесел разнообразных видов всенародного искусства. Одним из древнейших в Борисовке был гончарный промысел и с начала XVIII века он является одним из самых сформированных. На нынешний день Борисовская керамика является одной из самых больших в России производителей майоликовой толстостенной керамики из красной глины и бесспорным лидером по объемам производства горшков для горячего и запекания.

Заповедник «Лес на Ворскле», где вследствие многовекового заповедного распорядка участки 250-300-летней дубравы сохранились в не значительно разрушенном виде и на сегодняшний день дают представление о первичных дубравах, характерных для лесостепных зон.

Фирма по производству качественных сортов сыра в посёлке Томаровка Белгородской области, это редкое предприятие, только одно в регионе, где изготавливают сыр с плесенью «Камамбер». На этом месте работает особенный музей «Сырный Дом», где туристам поведают все об истории сыроварения, которая насчитывает уже более 7 тысяч лет, о имеющихся видах сыров, а на нынешний день их более 500, представят фильм, в котором повествуется о современном производстве сыров. А уникальность этого музея состоит в том, что в нем возможно своими руками сварить сыр, так как его производили наши прародители.

Ракитянский район обладает богатым духовным наследием. Важнейший храм района – Свято-Никольский в п. Ракитное – сооружен в 1832 году князем Б.Н. Юсуповым. С октября 1961 года настоятелем храма был архимандрит Серафим (Дмитрий Александрович Тяпочкин). Ракитное, во время его работы, стало одним из известных церковных источников. Отец Серафим излечивал людей, приходивших на помощь им хорошим советом, к нему ездили люди из самых разных уголков государства. На сегодняшний день многие ездят к его могилке просить о помощи или поблагодарить.

Одной из исторических достопримечательностей п. Ракитное считается дворцовый комплекс князей Юсуповых. Это один из многочисленных их дворцов в дореволюционной России. Первоначально слобода Ракитная была владением Кочубея, а далее принадлежала украинскому гетману Мазепе, затем соратников Петра I, Меншикова А. Д. и Шереметева Б. П. Потом около двух столетий принадлежала князьям Юсуповым. В 1840 г. при следующем преемнике поместья Борисе Николаевиче Юсупове в центре слободы на возвышенности был сооружен дворец. Над этим проектом трудились одаренные столичные зодчие. Долю чертежей для дворца воплотить в жизнь знаменитый итальянский зодчий Джакомо Флоренти, чьи шедевры украшают улочки и площади Санкт-Петербурга [48, с. 8-13].

Пейзажный парк в п. Ракитное – один из огромных природных ансамблей на территории Белгородской области, монумент садово-паркового искусства середины XIX века, образец умелого применения естественного ландшафта местности. Он был основан и обустроен представителями знаменитого рода князей Юсуповых. Площадь парка составляет примерно около 35 га. Парк охватывает возвышенное местоположение на мысовидном полухолме, подножие которого ограждено с юго-запада, юга и юго-востока длинными прудами-запрудами. В парке приблизительно 150 старинных деревьев возрастом от 120 до 150 лет (липы, дубы, ивы клены), имеются некоторые дубы до 300 лет. Деревья вырастают вдоль бесчисленных парковых тропинок, сеть которых охватывает склоны по берегам прудов.



Программа тура «По истокам Белогорья» рассчитана на семь дней (прил. 5). Проведем калькуляцию стоимости тура.

Калькуляция разрабатываемого тура состоит из трех главных составляющих:

- прямых затрат на реализацию данного туристского маршрута;
- косвенных затрат на реализацию данного туристского маршрута;
- расчета прибыли.

Прямые затраты на организацию тура включают аренду автобуса, проживание в гостиницах, стоимость экскурсионного обслуживания, железнодорожных билетов из Москвы до Белгорода, так как потенциальными потребителями нового турпродукта предположительно станут жители г.Москва.

Прямые затраты на организацию тура представлены ниже (табл. 2.4).

Таблица 2.4

## Прямые затраты

Кол-во участников Затраты	На 1 человека,руб	На 20 человек, руб.
Аренда автобуса	750	15000
Проживание в гостинице г.Белгорода	1500	30000
Проживание в гостинице в пос.Прохоровка 2дня	850	17000
Проживание в гостинице г.Грайворон	900	18000
Проживание в гостинице пгт.Борисовка	800	16000
Проживание в гостинице в пос. Ракитное	700	14000
Билет в музей «Прохоровское поле»	70	1400
Билет в музей «Сырный дом»	50	1000
Услуги экскурсовода	400	8000
Билет РЖД Белгород-Москва-Белгород	3150	63000
Итого	9170	183400

Исходя из данных таблицы 2.4., можно сделать вывод, что прямые затраты на 1 человека составляют 9170 рублей, а на 20 человек 183400 рублей.

Косвенные затраты на реализацию данного туристского маршрут представлены ниже (табл. 2.5).

Таблица 2.5.

## Косвенные затраты

	На 1 человека,руб	На 20 человек, руб.
На рекламу-7%	642	12840
НДС-18%	1766	35320

Итак, затраты на рекламу составляют 7% от прямых затрат:

$9170 \cdot 0,07 = 642$  (рублей) – затраты на рекламу на одного человека;

$642 \cdot 20 = 12840$  (рублей) – затраты на рекламу на 20 человек.

Затраты на НДС составляют 18 % от прямых затрат.

$9170 \cdot 0,18 = 1766$  (рублей) – НДС на одного человека;

$1766 \cdot 20 = 35320$  (рублей) – НДС на 20 человек.

Таким образом, косвенные затраты составляют:

$642 + 1766 = 2480$  (рублей) – на одного человека;

$12840 + 35320 = 48160$  (рублей) – на 20 человек.

Следовательно, полная стоимость тура составляет (прямые затраты + косвенные):

$9170 + 2480 = 11650$  (рублей) – на одного человека;

$183400 + 48160 = 231560$  (рублей) – на 20 человек.

Прибыль рассчитывается как 15 % от прямых затрат + затраты на рекламу + НДС.

$(9170 + 642 + 1766) \cdot 0,15 = 1736$  (рублей) – прибыль от одного человека;

$1736 \cdot 20 = 34720$  (рублей) – прибыль от 20 человек.

Таким образом, продажная стоимость тура составляет:

$11650 + 1736 = 13386$  (рублей) – на одного человека;

$231560 + 34720 = 266280$  (рублей) – на 20 человек.

Обоснованием внедрения нового туристского маршрута «По истокам Белогорья» является потребность в формировании и развитии в Белгородской

области высокоэффективного и конкурентоспособного туристского продукта. Реализация предлагаемого тура позволит сформировать представления об области, как регионе привлекательном для туристов, окажет существенное влияние на развитие туристского спроса Белгородской области, создаст условия для удовлетворения потребностей разнообразных категорий граждан, позволит приобщить растущее поколение к культурно-историческим ценностям, что является важнейшим социально-культурным эффектом осуществления намеченных мероприятий.

Исполнение запланированных мероприятий приведет к привлечению в Белгородскую область российских и иностранных туристов, расширению разнообразия и географии туристских маршрутов.

## Заключение

Итоги проведенного исследования позволяют сделать вывод, что туризм является сложным, многогранным понятием, представляющим слаженную систему всех взаимосвязанных отраслей, являясь, при этом, видом деятельности, формой рекреации, отраслью национальной экономики и способом проведения досуга. С одной стороны, туризм считается частично социально-культурной деятельностью, так как сохраняет достижения человеческой культуры, природные ценности, раскрывает возможность создания нового пространства, располагающего воспитательным потенциалом особого свойства. С другой стороны, туризм основан на использовании местных туристских ресурсов.

На сегодняшний день появляется все больше российских субъектов, в которых туризм признается приоритетным направлением социально-экономического развития. Каждый регион России имеет свою определенную культуру. Более того, региональная культура также отображает особенности экономических, социальных, образовательных и экологических связей. В связи с этим, культура региона считается не только отраслью, но принципиально важным аспектом развития туризма.

Белгородская область – один из основных промышленно-сельскохозяйственных субъектов Российской Федерации, имеющий высокий интеллектуальный и культурный потенциал. Анализируя ресурсы для развития туризма в Белгородской области, необходимо отметить большой потенциал возможностей этого направления в регионе. Белгородская область имеет богатейшие истоки духовной, нравственной, эстетической и художественной культуры. Культурное наследие создавалось на протяжении длительного времени, культивировалось, обогащалось, передавалось из поколения в поколение.

В ходе написания выпускной квалификационной работы проведен анализ нынешнего состояния туристского спроса в Белгородской области и раз-

работаны практические рекомендации по развитию спроса на туристские услуги. Также было раскрыто влияние туризма на экономическое и социально-культурное развитие региона, проведен анализ рынка туристских услуг, на основе этого анализа были намечены направления и перспективы, предложены практические рекомендации по развитию туристского спроса на территории Белгородской области. Главным источником информации послужило анкетирование населения Белгородской области, что позволило определить основные предпочтения жителей в сфере отдыха и туризма.

Результаты исследования показали, что огромным спросом у населения Белгородской области пользуются познавательный и оздоровительный виды туризма, в туристские поездки направляются представители всех социально-демографических категорий граждан, средняя продолжительность путешествий составляет полторы недели. На территории области отдыхает одна треть опрошенных. Основными каналами осведомленности о местах отдыха считаются родные, близкие, а также пресса и сами турфирмы.

Богатое историко-культурное наследие оказывает влияние на становление культурно-познавательного туризма, умеренный климат и богатейший природный потенциал дает возможность для становления рекреационного и сельского туризма, огромные деловые связи содействуют развитию делового туризма, присутствие на территории области большого числа религиозных святынь содействуют становлению религиозного туризма.

Проведенное изучение спроса подтверждает необходимость внедрения нового туристского маршрута, использование которого будет способствовать привлечению в Белгородскую область российских и иностранных туристов, расширению разнообразия и географии туристских маршрутов, экономическому и социально-культурному развитию региона.

Опираясь на данные проведенного исследования, были определены шаги по дальнейшему становлению туризма в Белгородской области. На сегодня, формирование туризма в Белгородской области сдерживается целым рядом негативных факторов, к которым относятся бедность ассортимента

предлагаемых услуг, отсутствие комплексного взгляда на область как территории привлекательного для туризма, недостаточное развитие туристской инфраструктуры, несовершенство нормативно-правовой базы, отсутствие рекламы туристских маршрутов, действующих в области, недостаток квалифицированных кадров.

Для решения проблем развития туризма на территории Белгородской области нами были разработаны определенные меры, которые помогут выйти из создавшегося положения и создать в регионе высокоэффективный и конкурентоспособный туристский комплекс.

Мероприятия включают в себя несколько разделов: становление системы государственного регулирования и содействия туристской деятельности; кадровая политика и научно-методическое снабжение туристской отрасли; маркетинг и продвижение туров Белгородской области на российском и международном уровне; рекламно-информационное снабжение сферы туризма и становление материально-технической базы индустрии туризма.

Таким образом, выполнение намеченных мероприятий внесет значительный вклад в развитие спроса Белгородской области. Будет содействовать прибытию в область иностранных туристов, приведет к упрочению материально-технической базы туризма, расширению многообразия и географии туристских маршрутов, окажет стимулирующее воздействие на другие отрасли, привнесет существенный вклад в структурное преобразование региональной экономики. Это содействует улучшению социальной ситуации и поддержке культурной сферы. Особое внимание к историко-культурному наследию пробуждает интерес местного населения к истории, культуре и традициям родного края. При их правильном использовании туризм может стать локомотивом развития спроса в Белгородской области.

### Список использованной литературы

1. Федеральный закон Российской Федерации № 132 – ФЗ от 24 ноября 1996г. «Об основах туристской деятельности в РФ», 1996. - № 232. 3 декабря.
2. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка / А.Ю. Александрова. – М.: Пресс, 2013. – 384 с.
3. Афонин Г.И. Туризм как социально-культурное явление: автореф. канд. филос. наук: спец. 25.10.01. / Г.И. Афонин. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – 22 с.
4. Барзыкин Ю.А. Главные направления государственной политики становления туризма в Российской Федерации / Ю.А. Барзыкин // Туризм: право и экономика. – 2010. - №23. – 28 с.
5. Белгородская область в цифрах в 2014 году. / Белгородстат. – 2014. – 230 с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник / М.Б. Биржаков. – издание 8-е – СПб.: Издательский дом «Герда», 2011. – 511 с.
7. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: уч. пособие для студентов / В.Ю. Воскресенский. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 265 с.
8. Гапоненко Л.А. Цели и критерии социально-экономического развития регионов / Л.А. Гапоненко. – М.: Новое знание, 2013. – С. 24-25.
9. Глушаков М.Я. Тропы земли легендарной: Туристский путеводитель по Белгородской области / М.Я. Глушаков. – Воронеж: Центрально-черноземное книжное издательство, 2010. – 52 с.
10. Горбылева З.М. Экономика туризма. / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2011. – 468 с.
11. Гуляев В.Г. Туризм экономика и социальное развитие / В.Г.Гуляев. – М.: «МарТ», 2013. – 314 с.
12. Даниленко Н.Н. Концепция развития туризма в регионе: основные положения / Н.Н. Даниленко // Региональная экономика и социология, 2013. - № 5. – С. 37-46.

13. Долженко, Г.П. Экскурсионное дело. / Г.П. Долженко. – 2-е изд-е. – М: ИКЦ «МарТ», 2012. – 304 с.
14. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова. – М.: Новое знание, 2012. – 200 с.
15. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учеб. пособие / М.А. Жукова. М.: КНО-РУС, 2014. – 182 с.
16. Жулина, Т.Н. Особенности развития туризма в маленьких городах России / Т.Н. Жулина, А.Л. Жизняков. М.: Юнити, 2012. - № 21. – С. 51-53.
17. Здоров А.Б. Экономика туризма./ А.Б.Здоров. – М.: Шацкая, 2010. – 282 с.
18. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник / Н.И. Кабушкин. – 6-е изд-е. – М.: Новое знание, 2012. – 408 с.
19. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность: учеб-е пособ. / В.К. Карнаухова Т.А. Краковская. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ», 2011. – 256 с.
20. Касаткин, В.Ф. Факторы развития и общественное значение туризма. / В.Ф.Касаткин. – М.: ВНСПС, 2011. – 262 с.
21. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб-е пособ. / А.Д. Каурова, – издание 2-е, дополненное и переработанное. – СПб.: Издательский дом «Герда»,2010. – 320 с.
22. Квартальнов, В.А. Туризм социальный: история и современность. / В.А. Квартальнов, В.К. Федорченко. – М.: Юнити, 2012– 342 с.
23. Квартальнов В.А. Туризм: Теория и практика: гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность / В.А. Квартальнов. – М.: Новое знание, 2011– 384 с.
24. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – 2-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2010. – 326 с.
25. Киселева Т.К. Основы социо-культурной деятельности / Т.К. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М.: МГУК, 2014. – 136 с.



26. Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия / П.М. Шульгин. – М.: РАН, 2015. – 173 с.
27. Кротова Н.В. Концепция развития туризма в России: новое видение и перспективы / Н.В. Кротова // Вестник Московского государственного университета, 2015. - №4. – С. 10-12.
28. Крупенков А.Н. Город первого салюта: путеводитель по памятным местам ВОВ г. Белгорода / А.Н. Крупенков. – М.: Белгородиздат, 2010. – 69 с.
29. Купер К. Экономика туризма: теория и практика / К. Купер, Д. Флетчер, Е. Богданов. – СПб, 2011. – 113 с.
30. Милосердова Е.А. Культурные трансляции социальной работы в институтах сервиса и туризма / Е.А. Милосердова, В.К. Ярская. – Саратов: СГТУ, 2013. – 38 с.
31. Моисеева, Е.Г. Инновации в туризме и их роль в социальном развитии региона / Е.Г. Моисеева // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – М.: ООО «Шацкая типография», 2010. - №5. – С. 319-320.
32. Мосалев Б.Г. Досуг, методология, и методика социологических исследований / Б.Г. Мосалев. – М.: Салют, 2015. – 110 с.
33. Мосолова Л.М. Введение // Регионы России: художественные процессы нового и новейшего времени. – СПб.: Изд-во РГПУ им. Л.И. Герцена, 2011. – С. 9-13.
34. Наследие Белогорья: альманах / В.В. Романенко, Т.В. Васильева и др. / Упр. культ. Белгородской обл., Белгор. гос. историко-краев. музей. – Изд-во Белгород, 2011. – 192 с.
35. Образовательные проекты ЮНЕСКО в области культуры, спорта и туризма: сб. докл. и тез. сообщ. междунар. науч. конф., г. Красноярск, 15 – 20 апреля 2010 г. – М.:РИБ «Турист», 2015. – 267 с.

36. Ополченева Е. Проблемы развития национального туризма / Е. Ополченева // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – М.: Салют, 2013. - №9. – С. 33-34.

37. Основные направления социально-экономической политики Правительства Российской Федерации на долгосрочную перспективу // Экология культуры, 2011. - №5. – С. 14-15.

38. Основные показатели социально-экономического положения городов и районов Белгородской области. Стат. сб. / Белгородстат. – 2015.– 140 с.

39. Перспективы туристского освоения малых исторических городов // Территория. – 2015. - №4. – С. 24-25.

40. Печорин С.К. Туризмом по Белгородчине! / С.К. Печорин. – М.: Смена 2014. - №32. – С. 3-4.

41. Писаревский Е.Л. Государственное регулирование культурного туризма / Е.Л. Писаревский. – М.:Салют, 2010. - №6 – С. 4-7.

42. Писаревский Е.Л. Законодательство в области туризма. Тенденции и перспективы / Е.Л.Писаревский. – М.: Юрис, 2010. - №5.– С. 41-43.

43. Попова, Р.Ю. Государственное регулирование становления и развития туризма в России на переходном этапе / Р.Ю. Попова. – М.: изд-во Московского гос. горн. ун-та, 2011. – 211 с.

44. Проблемы и программы туристско-рекреационного использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России: сб. науч. тр./ В.И. Азар, М.Ю. Александрова, Т.А. Бабынина и др. НИИ культ. и природ наследия. Московский центр Академии туризма. – М.: Салют, 2012. – 47с.

45. Программирование и информационное обеспечение сферы туризма / М.Ю. Александрова, Т.А. Ловатчук. – М.: Новое знание, 2010. – 69 с.

46. Развитие туризма на муниципальном уровне / под ред-ей Х. Бера, С. Исуповой. – М.: Юника, 2014. – 243 с.

47. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: уч-ое пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб.: Питер, 2010. – 512 с.

48. Савчук, В.В. Культуротворческая функция туризма / В.В. Савчук // Культура: управление, экономика, право. – М.: Юнис, 2014. - №2. – С. 8-13.
49. Свиридова, И.Н. Волгоградский туризм. / И.Н. Свиридова // Туризм: проблемы, перспективы, практика. – М.: Новое знание, 2012. - №3. – С. 38-39.
50. Сенин, В.С. Организация международного туризма: учебник / В.С. Сенин. – 2-е издание, доп. и перераб. – М.: Салют, 2015. – 300 с.
51. Соболева, Е.А. Статистика туризма: статистическое наблюдение: уч-е пособ. / Е.А. Соболева. – М.: МарТ, 2012. – 180 с.
52. Современная индустрия туризма: инновации, проблемы, опыт: материалы меж. науч.-практ. конф. / Отв. ред. Е.И. Григорьева. – Тамбов: Першина, 2014. – 144 с.
53. Сосненко Л.С. Анализ экономического потенциала туристской фирмы / Л.С. Сосненко. – Челябинск: ООО «Полиграф-Мастер», 2013. – 254 с.
54. Сухов, Р.И. Организация работы туристского агентства: учебное пособие / Р.И. Сухов. – изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Изд-ий центр «МарТ», 2014. – 160 с.
55. Туризм и гостиничное хозяйство: уч-ое пособ. / Под ред. Р.И. Сухова. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов: Изд-ий центр «МарТ», 2011, – 352 с.
56. Туризм и культура – важные составляющие бюджета региона // Муниципалитет. – 2013. - №6. – С. 26-27.
57. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П. Воронковой – М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2012. –156 с.
58. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 298 с.
59. Шторгин А.Б. Основы управления туристическими ресурсами / А.Б. Шторгин // Вестник Моск. Ун-та. Социология и политология. – 2010. - № 5. –С. 134-135.

## **Приложения**



Рис. 1. Туристские достопримечательности муниципальных образований Белгородской области

## Экскурсионные программы Белгородской области

<b>Название экскурсии</b>	<b>Краткое описание</b>
Тематическая экскурсия «В честь героев Курской битвы»	Во время экскурсии вы познакомитесь с военной историей края периода Великой Отечественной войны, ратными и трудовыми подвигами наших земляков. Сооружен он методом народной стройки на бывшем поле Курской битвы у высоты 254,5 метров.
Тематическая экскурсия «Прохоровское поле»	Экскурсия знакомит с одной из легендарных страниц Великой Отечественной войны. 12 июля 1943 года на Прохоровском поле произошло жесточайшее танковое сражение, в котором приняли участие около 1500 единиц советской и немецкой бронетанковой техники. Оно явилось переломным моментом в Курской битве.
Тематическая экскурсия «По местам боёв на Курской дуге»	Во время экскурсии вы познакомитесь с военной историей края периода Великой Отечественной войны, ратными и трудовыми подвигами наших земляков, узнаете о событиях Курской битвы, которая явилась важнейшим этапом на пути к победе над фашистской Германией
Тематическая экскурсия «Усадьбы Прохоровского района – «Ключи» и «Дубрава»	В живописном уголке Прохоровского района в окружении дубовой рощи располагается парк регионального значения "Ключи". Это место с многочисленными родниками, вытекающими из-под мелового склона и впадающими в реку Псёл.
Тематическая экскурсия «Природная святость Белогорья»	Во время экскурсии вы побываете в музее природы «Белогорье», коллекционный фонд видового состава флоры и фауны которого составляет около 20 тысяч экспонатов, увидите останки вымерших животных, коллекцию минералов и горных пород, коллекцию видов животных и растений, занесённых в Красную книгу России.
Тематическая экскурсия «Музей природы Белогорья»	Во время экскурсии вы побываете в уникальном музее природы «Белогорье». Возникнув как школьный, этот музей сегодня может конкурировать со многими муниципальными и государственными музеями по количеству и разнообразию экспонатов: около 20 тысяч предметов составляют фонды музея.
Тематическая экскурсия «Борисовка – слобода воинов, гончаров и иконописцев»	Во время путешествия вы посетите музей сыра в п. Томаровка – «Сырный дом». Это уникальное предприятие производит элитный сорт белого французского сыра «Камамбер». Вы не только узнаете всё об истории сыроварения, но и сами сможете участвовать в приготовлении сыра.
Тематическая экскурсия «Борисовка»	Побывав на экскурсии, вы узнаете историю возникновения слободы Борисовка – вотчины сподвижника Петра I графа Б.П. Шереметьева, посетите потрясающей красоты Свято-Михайловский храм, в котором находится уникальный мраморный иконостас.
Тематическая экскурсия «Древний город-крепость Хотмыжск»	Экскурсия включает посещение зоопарка на территории жемчужины Белгородского края – санатория «Красиво». Здесь вас ждет знакомство как с обычными для средней полосы России животными, такими, как медведи, утки, лебеди, декоративные голуби, журавли.

Тематическая экскурсия «Грайворон – жемчужина Белогорья»	Духовная история нашего края неразрывно связана с именем Святителя Иоасафа Белгородского – светильника Русской Православной Церкви и чудотворца. И старинный город Грайворон во времена преосвященнейшего Иоасафа Горленко.
Тематическая экскурсия «Загадка Круглого здания»	О селе Головчино известно, что основано оно одним из сподвижников Петра I – графом Гаврилой Головкиным. Потом он подвергся опале – и его вотчина была отписана государству
Тематическая экскурсия «Хутор на Гранях» (Грайворонский район)	Экскурсия приглашает вас побывать в усадьбе «Лесной хутор на Гранях», которая находится в урочище «Яруга» недалеко от села Почаево в живописном лесном массиве. Вы узнаете, откуда такое название, пройдете по лесной тропинке к озеру «Любви».
Тематическая экскурсия «Шебекинские просторы»	Экскурсия знакомит с интересными страницами истории г. Шебекино. Город, расположенный при впадении реки Нежеголь в Северский Донец, был основан как слобода в 1713 году.
Тематическая экскурсия «Центр народной культуры с. Купино»	Побывав на экскурсии, вы узнаете, что Купино – уникальный и единственный в своем роде центр, удачно сочетающий в себе учреждение дополнительного образования и этнографический музей.
Тематическая экскурсия «Короча – край вкусного печенья и живительной воды»	Побывав на этой экскурсии, вы узнаете, что город Короча первоначально был основан 9 июня 1637 года как крепостной пункт Белгородской оборонительной черты, служившей полосой обороны Московского государства от набегов крымских татар.
Тематическая экскурсия «Свято-Троицкий Холковский подземный монастырь»	В десяти километрах от районного центра Чернянка раскинулось старинное русское село Холки. По-разному объясняют ученые и краеведы происхождение названия села. Но в одном они единодушны – и само село, и место его расположения имеют древнюю и богатую историю.
Тематическая экскурсия «На родину М.С. Щепкина»	Окунуться в мир театра, узнать о детстве и юности Щепкина, становлении Щепкина – актера на провинциальной сцене, о расцвете его таланта в Московском театре, щепкинских традициях на современной сцене.
Тематическая экскурсия «Усадьба князей Юсуповых»	Во время экскурсии вы посетите поселок Ракитное и узнаете, что слобода Ракитная в разное время была владением Кочубея, украинского гетмана Мазепы, сподвижников Петра I Александра Меншикова и Бориса Шереметева
Тематическая экскурсия «Третий магнитный полюс земли»	Эта экскурсия откроет вам родной край с новой стороны, покажет его природные богатства. «Горнорудная столица Черноземья», «жемчужина КМА», «город горняков», «центр притяжения» – каких только «рудных» названий у Губкина нет.
Тематическая экскурсия «На родину а В.Ф. Раевского»	Приглашаем вас посетить мемориально-культурный комплекс Владимира Федосеевича Раевского, известного русского поэта, героя Отечественной войны 1812 года, декабриста.

Тематическая экскурсия «На родину поэта В.Я. Ерошенко»	Экскурсия в дом-музей В. Я. Ерошенко познакомит вас с жизнью и деятельностью удивительного человека – Василия Яковлевича Ерошенко, писателя, поэта, педагога и музыканта. Он ослеп в раннем детстве в возрасте четырех лет, но это не помешало ему прожить очень насыщенную жизнь.
Тематическая экскурсия «Историко-культурный пещерный комплекс Игнатия Богоносца»	Приглашаем познакомиться с городом Валуйки – одним из самых старинных поселений Белогорья, появившимся в конце XVI века как город-крепость. Здесь сохранилось с давних времен много культурно-исторических объектов, отражающих разные века и события края.
Тематическая экскурсия «Новый Иерусалим»	Побывав на этой экскурсии, вы узнаете историю города Валуйки, познакомитесь с культурно-историческими объектами, отражающими разные века и события края. Посетите Никольский храм, уникальный пещерный комплекс Игнатия Богоносца, величественный Свято-Николаевский трёхпрестольный собор.
Тематическая экскурсия «На родину генерала армии Н.Ф. Ватутина»	Побывав на экскурсии, вы познакомитесь с мемориальным музейным комплексом «Дом – музей генерала армии Ватутина Н.Ф.», который был открыт в 1985 году. Комплекс представляет собой родовое поместье семьи Ватутиных и дом, построенный в 1945 г. солдатами 1-го Украинского фронта (Н.Ф. Ватутин был до 1944 г. командующим фронтом) для матери и сестёр Николая Фёдоровича.
Тематическая экскурсия «Солнечный край»	Приглашаем вас на экскурсию по одному из самых благоустроенных населенных пунктов во всей Белгородской области – городу Алексеевка.



## Анкета

1. Путешествуете ли Вы по Белгородской области?
  - a) Да;
  - b) Нет.
2. Причина, по которой Вы предпочитаете отдыхать в Белгородской области?
  - a) Приемлемые цены;
  - b) Хорошие природные условия;
  - c) Не надо далеко ехать;
  - d) Привычка отдыхать в области;
  - e) Возможность провести время с родными людьми.
3. Предпочитаемые виды отдыха?
  - a) Познавательный;
  - b) Оздоровительный;
  - c) Активный;
  - d) Спокойный.
4. Куда Вы хотели бы поехать в первый раз?
  - a) Турция;
  - b) Египет;
  - c) Страны Европы;
  - d) По городам России;
  - e) В районы области.
5. Предпочитаемые места отдыха в России?
  - a) Черноморское побережье;
  - b) Города Золотого кольца;
  - c) Москва;
  - d) Санкт-Петербург;
  - e) Крым.
6. Как часто Вы бываете в городах Белгородской области в туристских целях?

- a) Летний период;
- b) В течении года;
- c) Один раз в год;
- d) Никогда.

7. Цель Ваших путешествий по Белгородской области?

- a) Отдых;
- b) Лечение;
- c) Достопримечательности;
- d) Смена места.

8. Какова была бы продолжительность Вашего отдыха, если бы Вы проводили свой отпуск в пределах области?

- a) провели бы свои праздничные дни в границах области;
- b) отдыхали бы один день;
- c) отдыхали бы неделю;
- d) дольше двух недель.

9. Какие места отдыха Белгородской области Вы хотели бы посетить?

- a) санаторий «Красиво»;
- b) Губкинский луна-парк «Чудо-Юдо град»;
- c) оздоровительный лагерь «Лесная сказка»;
- d) ничего бы не посетили.

10. Главными источниками информации о путевках для вас является?

- a) Друзья, знакомые, родственники;
- b) Пресса;
- c) Турфирмы;
- d) ТВ и радио.

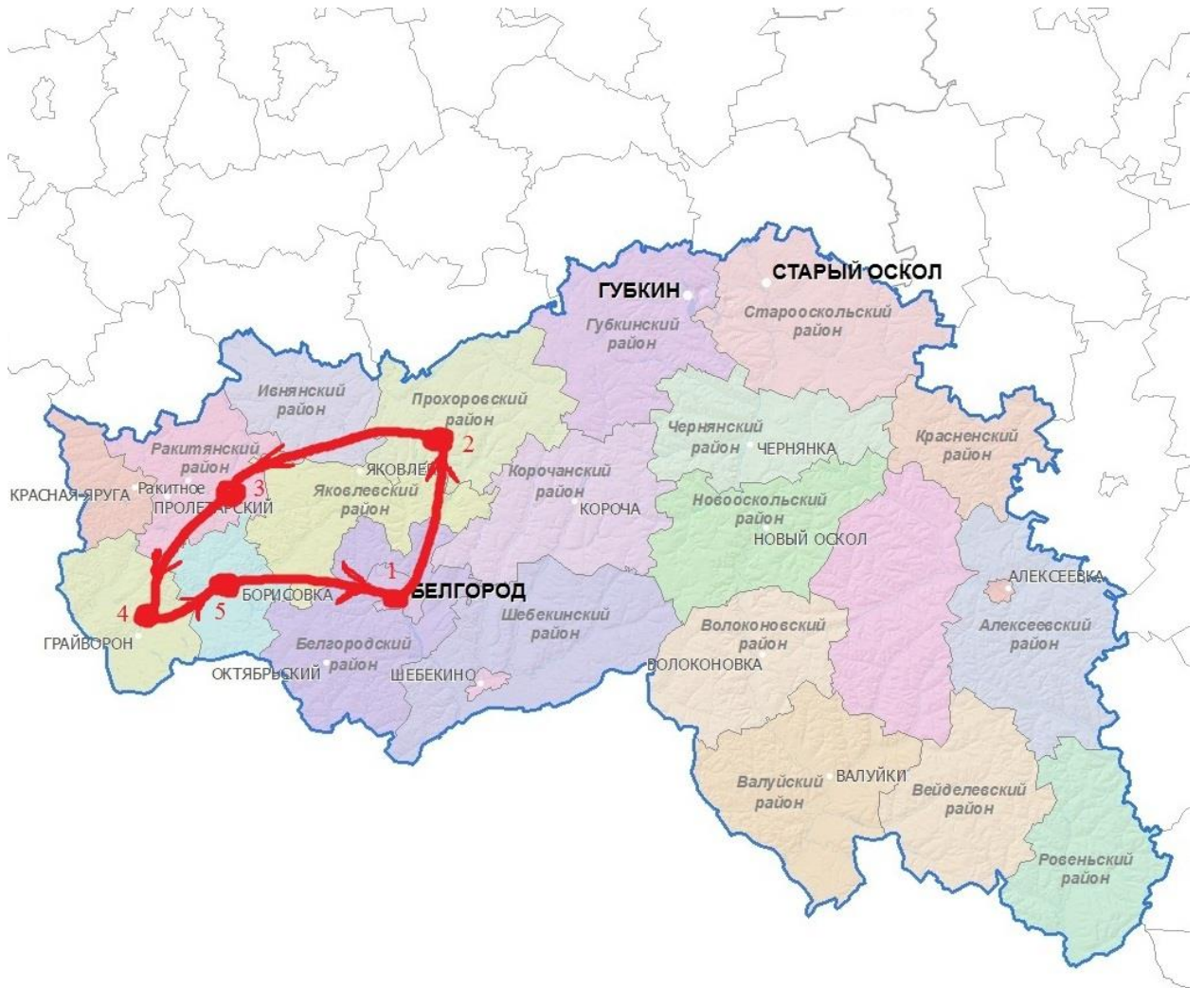


Рис.2. Схема маршрута «По истокам Белогорья»

## Программа тура

День 1.

9:00. Прибытие в г. Белгород.

10:00. Расположение в гостинице.

12:00- 19:00. Увлекательная обзорная экскурсия по городу и парковой зоне пос. Дубовое.

День 2.

10:00-14:00. Группа на автобусе отправляется в Прохоровский район. Расположение в гостинице.

14:00-16:00. Первым экскурсионным объектом является Государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле» (Посещение исторического музея, обзор объектов под руководством гида и свободное время на самостоятельный осмотр).

16:00-19:00. Отправление в Парк регионального значения «Ключи», включающее в себя посещение этнографической деревни «Кострома», осмотр подворий, участие в конкурсах, обед в кафе «Кострома», где любой желающий сможет отведать свежесловленной рыбки или полакомиться шашлыком, сидя в деревянной беседке.

День 3.

9:30. Завтрак в гостинице.

11:00-14:00. Первой мы посещаем усадьбу «Дубрава» расположенную в х. Сторожевое – 1 Прохоровского района.( экскурсия, дегустация меда и мастер класс, свободное время ).

14:00-16:00 .Затем группа отправляется в «Русское подворье» В.М. Журахова ( экскурсия, осмотр подворья и ознакомление с кузнечным делом).

16:30-19:00. И последним объектом является Усадьба «Деревянные кружева» Аникаевых (Экскурсия, прогулка по саду). Возвращение в гостиницу, ужин.

День 4.

8:00-11:00. Переезд в Ракитянский район, размещение в гостинице.

11:00-13:00. Вы посетите Свято-Никольский храм, построенный в 1832 году князем Б.Н. Юсуповым. В то время Батюшка Серафим там исцелял людей, помогал им добрым советом, к нему приезжали люди из самых разных уголков страны. Сейчас многие приезжают к его могиле попросить о помощи или отблагодарить.

13:00-13:30. Обед в местном кафе.

14:00-19:00. Далее отправимся к усадьбе Юсуповых. Одной из исторических достопримечательностей п.Ракитное является дворцовый комплекс князей Юсуповых. Юсуповский парк поразит вас каскадными прудами. В парке сохранилось около 150 старинных деревьев возрастом от 120 до 150 лет.

День 5.

10:00. Группа отправляется в Грайворонский район.

11:00-15:00 .Встреча группы в Антоновском СМДК, с. Головчино. Обзорная экскурсия по селу Головчино. Посещение Памятника архитектуры «Круглое здание». Осмотр садово-парковой культуры «Парк XIX века».

15:00-18:00. Экскурсия по с. Ломное «По Сопинским местам».Храм с. Ломное с. Ивановская-Лисица (обзорно) с. Косилово (обзорно). Туристический комплекс «Лесной Хутор на Гранях»: Легенда о хуторе; Изба – музей; Мастер-класс по ткачеству поясов; Обед. Историческая справка о селах Почаево, Дорогощь, Дунайка.

18:00-19:00. И в заключение экскурсия по г. Грайворону.

День 6.

11:00-13:00. Приезд в Борисовский район. Посещение предприятия по производству элитных сортов сыра в посёлке Томаровка «Сырный дом». Там посетителям расскажут все об истории сыроварения, которая насчитывает уже более 7 тысяч лет, о существующих видах сыров, а на сегодняшний день их более 500.

13:00-15:00. Показ фильма о современном производстве сыров. После этого вас ждет горячий обед в местном кафе г. Борисовка.

15:00-16:30. Далее вас ждет красочная экскурсионная программа по достопримечательностям города.

17:00-19:00. После вас ждет посещение заповедника «Лес на Ворскле», где в результате многовекового заповедного режима участки 250-300-летней дубравы сохранились в мало нарушенном виде и в настоящее время дают представление о первичных дубравах свойственных лесостепным зонам.

День 7.

Приезд в первоначальную точку нашего маршруту г.Белгород. Отъезд группы на поезде домой.