

с е т е в о й н а у ч н ы й ж у р н а л ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

R E S E A R C H R E S U L T

Том 2 | № 3
Volume 2

ТЕХНОЛОГИИ
БИЗНЕСА
И СЕРВИСА

BUSINESS
AND SERVICE
TECHNOLOGIES

Сайт журнала:
research-result.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal



Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС77-55674 от 28 октября 2013 г.

The journal has been registered at the Federal service for supervision of communications information technology and mass media (Roskomnadzor)
Mass media registration certificate El. № FS 77-55674 of October 28, 2013



Том 2, № 3. 2016

СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2014 г.

ISSN 2313-8971



Volume 2, № 3. 2016

ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL

First published online: 2014

ISSN 2313-8971

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: *Слинкова О.К.*, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА: *Климова Т.Б.*, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: *Коротких И.Ю.*, старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:

Сорокопудов В.Н., доктор сельскохозяйственных наук, профессор кафедры технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Мячикова Н.И., кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета

Думачева Е.В., доктор биологических наук, доцент, заведующая кафедрой биологии Белгородского государственного национального исследовательского университета

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Афанасьев О.Е., доктор географических наук, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве Российского государственного университета туризма и сервиса, Россия

Плохих Р.В., доктор географических наук, профессор кафедры туризма Нового экономического университета им. Т. Рыскулова, Казахстан

Аймагамбетов Е.Б., доктор экономических наук, профессор, ректор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, Казахстан

Яковенко Н. В. доктор географических наук, профессор кафедры социально-экономической географии и регионоведения Воронежского государственного университета, Россия

Писаревский И.М., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой туризма и гостиничного хозяйства Харьковского национального университета городского хозяйства, Украина

Родионова Н.С., доктор технических наук, профессор, декан экономического факультета, заведующая кафедрой сервисных технологий Воронежского государственного университета инженерных технологий, Россия

Плякин А.В., доктор экономических наук, кандидат географических наук, профессор, заведующий кафедрой природопользования, геоинформационных систем и наноэкономических технологий факультета естественных и гуманитарных наук Волжского гуманитарного института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный университет», Россия

Пивоваров П.П., доктор технических наук, профессор, академик Международной академии холода, профессор кафедры технологии питания и торговли Харьковского государственного университета питания и торговли, Украина

Гончарова Л.Н. заместитель председателя Совета депутатов г. Белгорода, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики Белгородского университета кооперации, экономики и права, Россия

Васюкова А. Т., доктор технических наук, профессор кафедры технологии продуктов из растительного сырья и парфюмерно-косметических изделий Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Россия

Бырзэ Адриана, кандидат технических наук, доцент, Технический Университет Молдовы, Молдова

Гачеу Ливуи, кандидат технических наук, доцент факультета пищевых производств, Университет «Трансильвания», Румыния

Жеоржеску Чечилия, кандидат химических наук, доцент кафедры сельскохозяйственных наук и инженерии пищевых продуктов, Университет «Лучиан Блага», г. Сибиу, Румыния

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Издатель: НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.
Журнал выходит 4 раза в год

EDITORIAL TEAM:

EDITOR-IN-CHIEF: *Olga K. Slinkova*, Doctor of Economic, Associate Professor, Professor of the department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: *Tatyana B. Klimova*, Candidate of Economic, Associate Professor, Head of the department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University

EXECUTIVE SECRETARY: *Irina Y. Korotkikh*, senior teacher of chairs of technology of food and services Belgorod National Research University

EDITORIAL BOARD:

Vladimir N. Sorokopudov, Doctor of Agricultural Sciences, Professor of the department of food technology Belgorod National Research University

Nina I. Myachikova, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of department of food technology Belgorod National Research University

Elena V. Dumacheva, Doctor of Biology, Associate Professor, Head of the department of biology Belgorod National Research University

CONSULTING EDITORS:

Oleg E. Afanasiev, Doctor of Sciences in Geography, Professor Professor of the department of Business Technology in the tourism and hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Russia

Roman V. Plokhikh, Doctor of Sciences in Geography, Professor of the department of tourism, Russian State University of Tourism and Economic University (T. Ryskulov NEU), Kazakhstan

Erkara B. Aimagambetov, Doctor of Economics, Professor, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan

Nataliya V. Yakovenko, Doctor of Sciences in Geography, Professor Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Voronezh state university, Russia

Ilya M. Pisarevskii, Doctor of Economics, Professor, Head of the department of tourism and hotel economy of the Kharkov national university of municipal economy, Ukraine

Natalya S. Rodionova, Doctor of Engineering, Professor, dean of economics department, Head of the department of service technologies Voronezh state university of engineering technologies, Russia

Alexander V. Plyakin, Doctor of Economics, PhD in Geography, Professor, Head of the department of natural resources, geographic information systems and technologies nanoeconomicheskikh Faculty of Sciences and Humanities Volga Humanitarian Institute (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education «Volgograd State University», Russia

Pavel P. Pivovarov, Doctor of Technical Sciences, Professor, academician of the International Academy of refrigeration, Kharkov State University of Food Technology and Trade, Ukraine

Anna T. Vasyukova, Doctor of Technical Sciences, Professor, Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy, Russia

Larisa N. Goncharova, Doctor of Economics, Deputy Chairperson of the Council of People's Deputies, Belgorod, professor of chair of economy Belgorod University of cooperation, Economics and law, Russia

Adriana Birka, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor the Department of economic Sciences, Technical University of Moldova

Liviu Gacheu, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of faculty of food productions, Transilvania University of Brasov, Romania

Georgescu Cecilia, Candidate of chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Agricultural Sciences And food Products Engineering University «Lucian Blaga» of Sibiu, Romania

Founder: Federal state autonomous educational establishment of higher education
«Belgorod State National Research University»

Publisher: Belgorod State National Research University
Address of publisher: 85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia
Publication frequency: 4 /year

СОДЕРЖАНИЕ**CONTENTS**

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА	RESOURCE POTENTIAL DEVELOPMENT TOURISM
Дегтярь А.В. Рекреационный потенциал Белгородской области и развитие водного туризма	Degtyar A.V. Recreational capacity of Belgorod region and development of boating
3	3
Климова Т.Б., Мячикова Н.И. Перспективы развития гастрономического туризма в Белгородской области	Klimova T.B., Myachikova N.I. Prospects of development of gastronomic tourism in Belgorod region
13	13
Лиханова В.В. Медиаимидж как средство продвижения туристской территории	Likhanova V.V. Mediaimage as a means of promoting a tourist area
23	23
Yakovenko N.V., Komov I.V. Folk crafts as an innovative factor of tourism development in the region (using an example of Voronezh region)	Yakovenko N.V., Komov I.V. Folk crafts as an innovative factor of tourism development in the region (using an example of Voronezh region)
33	33
ИННОВАЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И ТОРГОВЛЕ	INNOVATIONS IN FOOD PRODUCTION AND TRADE
Жеоржеску Ч., Быркэ А.Г., Мячикова Н.И. Функциональные продукты питания в Европе	Georgescu C., Birka A.G., Myachikova N.I. Functional food products in Europe
39	39
Пивоваров П.П., Кондратюк Н.В., Степанова Т.М. Особенности разработки технологии низкокалорийных желе на основе полисахаридов	Pivovarov E.P., Kondratjuk N.V., Stepanova T.M. Features of low-calorie jelly technology development based on polysaccharides
44	44
ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	TRANSDISCIPLINARY RESEARCH IN SERVICE ACTIVITIES
Селютина Л.Г. Формирование рыночного предложения в сфере строительства и реконструкции жилищного фонда России	Selyutina L.G. Formation of market offers in the field of construction and reconstruction of housing in Russia
50	50
Юденко М.Н., Васильева О.М. Комплексная оценка качества объектов жилищного строительства государственными учреждениями	Yudenko M.N., Vasilyeva O.M. Complex assessment of housing constructions objects by government institutions
57	57

**РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
RESOURCE POTENTIAL DEVELOPMENT TOURISM**

УДК 470.325

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-12

Дегтярь А. В.

**РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
И РАЗВИТИЕ ВОДНОГО ТУРИЗМА**

начальник отдела мониторинга, и нормирования воздействия на окружающую среду управления воспроизводства окружающей среды Департамента агропромышленного комплекса и воспроизводства окружающей среды, кандидат географических наук, Департамент агропромышленного комплекса и воспроизводства окружающей среды Белгородской области, ул. Попова, 24, Белгород, 308000, Россия. E-mail: degtyar@bsu.edu.ru

Аннотация: Освоение и рациональное использование ресурсно-рекреационного потенциала Белгородской области является одной из актуальных проблем ее социально-экономического развития. Активизация бизнес-процессов, реализующих рекреационный потенциал территории, оказывает большое влияние на многие ключевые отрасли современной экономики: транспорт и связь, строительство, торговлю, производство товаров народного потребления. Положительная динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест. Таким образом, активное развитие рекреационного потенциала выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития территории.

В статье приводятся сведения о развитии туристического и рекреационного направления в Белгородской области. Характеризуется рекреационный потенциал региона. Приводится нормативная база действующих в области программ по развитию экологического туризма. Создана пространственная база данных по рекреационным зонам области. Характеризуются водные объекты области и основные маршруты для водного туризма. Приводятся данные по уникальным объектам природного и историко-культурного наследия Белгородчины. Дается анализ видового состава объектов ихтиофауны и тенденций развития инфраструктуры спортивно-любительского рыболовства.

Ключевые слова: рекреационные зоны; водный туризм; ресурсно-рекреационный потенциал; спортивно-любительское рыболовство.

470.325

Degtyar A. V.

**RECREATIONAL CAPACITY OF BELGOROD REGION
AND DEVELOPMENT OF BOATING**

Head of Department of Environmental Monitoring and Valuation of the Impact on the Environment, Department of Agriculture and Reproduction of the Environment of Belgorod Region, PhD in Geographical Sciences, Department of Agriculture and Reproduction of the Environment of Belgorod Region, 24, St. Popova, Belgorod, 308000, Russia. E-mail: degtyar@bsu.edu.ru

Abstract. The development and rational use of resource and recreational capacity of Belgorod region is one of the most important problems of its social and economic development. Activation of the business processes realizing the recreational potential of the territory exerts a great influence on many key industries of modern economy: transport and communication, construction, trade, production of consumer goods. Positive dynamics of growth of various services leads to the increase in the number of workplaces. Thus, active development of recreational potential acts as a peculiar catalyst of social and economic development of the territory.

The article provides some information on the development of the tourist and recreational sphere in Belgorod region. The recreational capacity of the region is characterized. The regulatory base

acting in the programs for development of ecological tourism is provided. The spatial database on recreational zones of the area is created. Water objects of the area and the main routes for boating are characterized. The article provides some data on unique objects of natural and historical and cultural heritage of Belgorod region. The analysis of specific structure of objects of fish fauna and tendencies of development of the infrastructure for sports and amateur fishing is given.

Keywords: recreational zones; boating; resource and recreational potential; spatial database; water objects; sporting and amateur fishery.

Введение. Развитие туристической инфраструктуры, сервиса, экологического просвещения в настоящее время является одним из актуальных направлений социально-экономической политики региона. Белгородская область обладает разнообразным природным ресурсно-рекреационным потенциалом, значительным историко-культурным и архитектурным наследием. Имеется сложившийся ряд объектов рекреационной инфраструктуры (гостиницы, кемпинги, мотели, турбазы, месторождения минеральных вод и лечебных грязей), ряд известных туристических маршрутов, привлекающих ежегодно тысячи туристов. Важным фактором является заинтересованность руководства Белгородской области и бизнеса в развитии этой перспективной отрасли непромышленной экономики [5-8].

Результаты экспресс-диагностики спроса на продукты рекреации показали, что больше половины респондентов готовы для проведения отдыха и туризма отдать предпочтение Белгородской области. Доминирующим фактором, способствующим такому выбору, становится развитие инфраструктуры. Наибольшее количество рекреантов отмечается в лесопарковых зонах, примыкающих непосредственно к городу или учреждениям отдыха [2-4]. Предпочтительными видами отдыха для респондентов являются пляжный, спортивный, спортивно-развлекательный. Все эти виды относятся к активной форме индустрии отдыха. При этом опрашиваемые респонденты не готовы тратить значительные денежные средства на отдых и туризм [5-8].

Актуальным для Белгородской области является создание объектов экологического туризма, что позволит сохранить природное и культурное наследие и свести к минимуму неблагоприятные последствия от воздействий на окружающую среду [8, 15, 18-21]. Данный вид рекреационной деятельности направлен на ознакомление рекреантов с природными ландшафтами, природными и культурными достопримечательностями.

Самобытной историей обладает каждый отдельно взятый район области, имеющий свои уникальные, исторически сложившиеся особенности народной культуры. Особо стоит выделить Борисовский район, в котором имеется наиболее привлекательный экотуристический потенциал. В Белгородском, Яковлевском, Прохоровском, Чернянском, Новооскольском, Красногвардейском, Валуйском и Ровенском районах, Губкинском городском округе экотуристический потенциал можно оценить как относительно благоприятный.

Рекреационные зоны на берегах рек ежегодно служат базой для проведения экологических олимпиад и туристических конкурсов. Однако вопрос информирования населения и гостей области о местах расположения рекреационных зон и предоставляемых ими услугах до настоящего времени не решен. Необходимо активизировать работу по дальнейшему изучению рекреационного потенциала региона, изучению спроса и предложений в этой сфере, составлению каталогов, карт, буклетов, альбомов и развитие собственно рекреационной и социально-рекреационной инфраструктуры.

Цель работы. Целью исследований был анализ состояния и перспектив развития туристско-рекреационных ресурсов Белгородской области, инфраструктуры спортивно-любительского рыболовства, а также разработка схем маршрутов для водного туризма в регионе.

Материалы и методы исследования. Проведение исследований основывалось на методологии концепций и теорий развития рекреационного потенциала территорий, данных о состоянии и использовании объектов экологического туризма в Белгородской области, методических подходах, разработанных для оценки природных ресурсов и экологического состояния региона [1, 5-8, 16, 17, 22-24].

Результаты исследования и их обсуждение. Сделать отдых на природе доступным и удобным призван целый ряд региональных инициатив. Одним из приоритетных направлений «Стратегии социально-экономического развития

Белгородской области на период до 2025 года», утвержденной постановлением Правительства области от 25 января 2010 года № 27-пп, является формирование конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера при эффективном использовании и сохранении туристско-рекреационных ресурсов региона. В области реализуется целый ряд долгосрочных целевых программ в сфере сельского туризма, создания и обустройства рекреационных зон, как в областном центре, так и в муниципальных образованиях [9, 10].

В качестве базовых структурных элементов ресурсно-рекреационного потенциала области можно рассматривать крупные лесные массивы Гослесфонда, имеющие широкое распространение, особенно по берегам рек. По видовому составу абсолютно преобладают насаждения дуба (дубравы чистые), а также дубравы с примесью

широколиственных (ясень, клен) и хвойных (сосна) пород. Сюда могут быть добавлены ботанические и зоологические заказники, зеленые зоны, памятники садово-паркового искусства, территории вокруг родников [1, 8, 11].

Отдельной составляющей природно-рекреационного каркаса области являются объекты историко-культурного наследия. Памятники археологии представляют особый интерес при изучении исторического прошлого края. Многие из археологических объектов и территорий расположены на берегах рек. Среди них можно упомянуть Крапивенское городище на р. Короча, Хотмыжское городище и Порубежное селище на р. Ворскле, Яблоново селище на р. Оскол, Архангельское городище на р. Северский Донец, Дмитровское городище на р. Короча и другие (рис. 1).

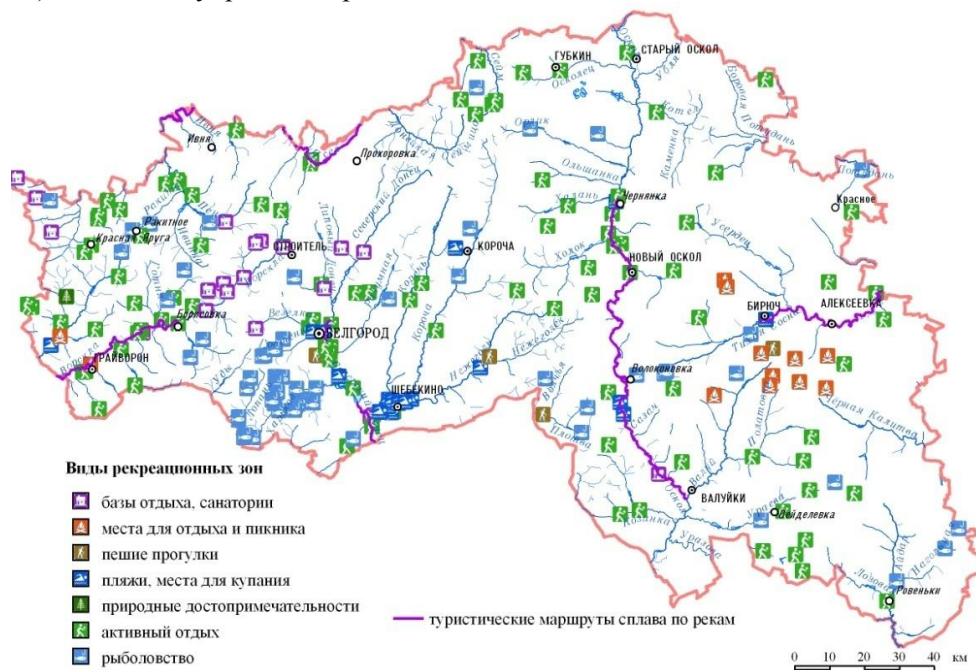


Рис. 1. Использование водных объектов в рекреационных целях
Fig. 1. Use of water bodies for recreational purposes

Первым шагом к картированию рекреационных ресурсов и особо охраняемых природных территорий региона стал выпуск в 2005 году атласа «Природные ресурсы и экологическое состояние Белгородской области» [1].

В 2012-2014 годах департаментом природопользования и охраны окружающей среды области, совместно с органами местного самоуправления, была проведена работа по инвентаризации созданных по программе

«Зеленая столица» рекреационных зон. С помощью ГИС-технологий в программе ArcGIS 9.3. создана пространственная база данных по 250 рекреационным зонам Белгородской области [14].

Структура базы данных представлена набором векторных слоев («Рекреационные зоны», «Гидрография», «ООПТ» и т.д.) с пространственной привязкой к местности и их атрибутивными характеристиками: название, тип, посещаемость, контактные данные, виды услуг и т. д. (рис. 2).

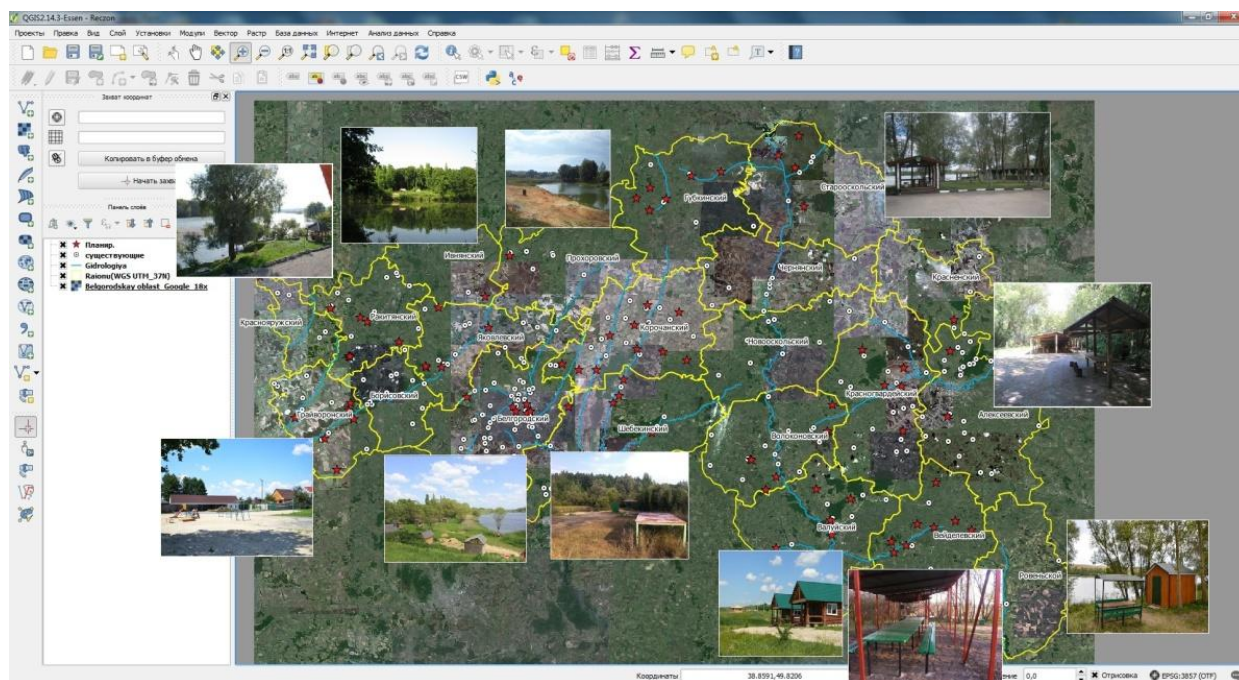


Рис. 2. Векторная карта рекреационного потенциала Белгородской области
Fig. 2. Vector map of the recreational potential of Belgorod region

Одной из доступных возможностей связать воедино туристические и рекреационные объекты Белгородской области и сопредельных регионов является использование речной сети. Напомним, что с глубокой древности именно реки являлись основными торговыми и военными дорогами славян.

В Белгородской области имеются благоприятные условия для развития водного туризма, особенно на реках Оскол, Северский Донец, Ворскла и Тихая Сосна [12]. Для развития прогулочного и парусного спорта из искусственных водоемов большим потенциалом обладают наиболее крупные водохранилища области – Старооскольское и Белгородское. Все большую популярность набирает такой активный вид отдыха, как сплав на байдарках и резиновых лодках (рис. 3, 4).



Рис. 3. Сплав на лодке по реке Псёл
(Ракитянский район)

Fig. 3. Boating on the Psel River (Rakityansky District)



Рис. 4. Сплав по реке Оскол (Волоконовский район)
Fig. 4. Rafting on the Oskol River (Volononovsky District)

На основе проведенных исследований разработаны схемы перспективных маршрутов для водного туризма в регионе.

Наилучшим объектом для сплава, особенно для начинающих туристов, является река Оскол. Пересекая всю территорию области с севера на юг, река проходит через Старооскольский городской округ, Чернянский, Новооскольский, Волоконовский и Валуйский районы. Река неглубока, с песчаным дном и течением не более 0,2 м/с.

По берегам Оскола часты песчаные пляжи, многие из них оборудованы для купания и отдыха, а живописные ландшафты дополняют удовольствие от водного отдыха. Прозрачная вода позволяет

рассмотреть стайки молоди рыб, можно увидеть и достаточно крупные экземпляры леща, голавля.

Начинать маршрут рекомендуется от п. Чернянка или г. Новый Оскол. Без особых усилий, всего за 3-4 дня, можно пройти маршрут до города Валуйки. Протяженность маршрута п. Чернянка – г. Новый Оскол составляет 27 км; г. Новый Оскол – п. Волоконовка – 45 км; п. Волоконовка – г. Валуйки – 51 км. Для любознательных путешественников Приосколье предоставляет уникальную возможность поближе познакомиться со многими природно-историческими объектами муниципальных районов области (рис. 5-8).



Рис. 5. Холковское подворье
Fig. 5. Holkovsky Farmstead

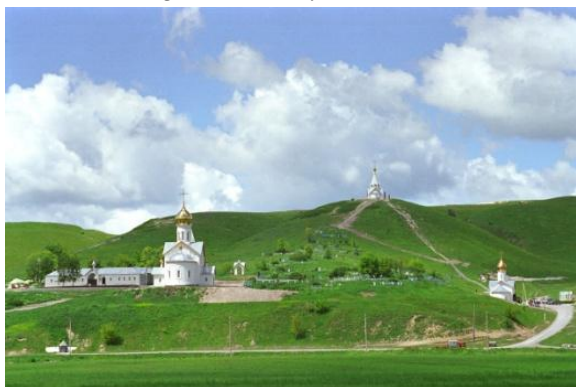


Рис. 6. Холковские пещеры
Fig. 6. Holkovsky caves



Рис. 7. «Стенки-Изгорье»
Fig. 7. «Wall-Izgorje»

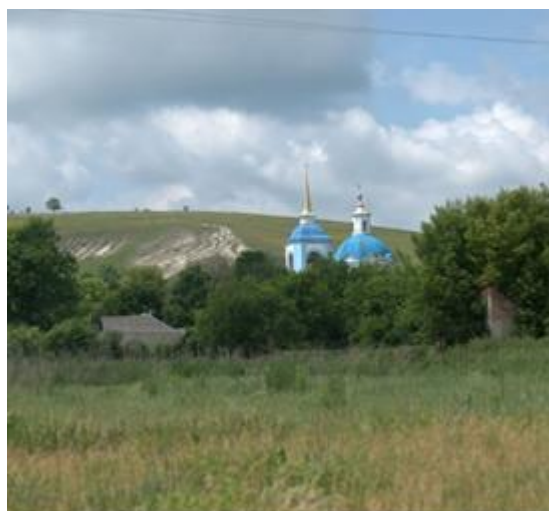


Рис. 8. Никольская церковь в селе Слоновка
Fig. 8. St. Nicholas Church in Slonovka Village

В восточной части области интересна для сплава река Тихая Сосна. Следует учитывать, что река в летние месяцы, особенно в последние годы, довольно маловодна, имеет медленное течение, сильно зарастает водной растительностью. В связи с этим начало маршрута лучше планировать ниже устья реки Усердец, в районе села Малобыково, урочища «Лиман», являющегося особо охраняемой территорией. Протяженность маршрута до границы с Воронежской областью около 40 км. Рекомендуется продолжить маршрут и закончить его на месте впадения Тихой Сосны в реку Дон возле заповедника «Дивногорье». Это добавит к путешествию еще 40 км, но позволит увидеть уникальный памятник природы – меловые дивы Дивногорья и посетить памятник раннего средневековья – Маяцкий комплекс.

В Красногвардейском районе на расстоянии нескольких километров от реки проходят Палатовский участок Изюмской оборонительной черты и Усердский участок Белгородской оборонительной черты – исторические памятники XVII века.

Река Ворскла, протекая по западным районам области, также может служить объектом водного туризма. В свое время река являлась естественной границей, отделявшей крепнувшее Русское государство от «Дикого поля». Вдоль реки основывались первые города и поселения Белогорья: г. Хотмыжск, г. Карпов. Имеются здесь и уникальные объекты природы. Начинать водное путешествие стоит с западной окраины п. Борисовка, а за 2-3 дня можно завершить сплав в г. Грайворон. Протяженность маршрута «п. Борисовка – г. Грайворон» – 38 км.

Самый короткий, но по-своему уникальный маршрут, предоставляет сплав по реке Псёл. Река заходит в Белгородскую область с территории Курской области и, пройдя около 20 км по границе областей, снова уходит на территорию Курской области. Вода в реке Псёл – одна из самых прозрачных и чистых в области. Реку смело можно рекомендовать любителям дайвинга.

Высокие стены тростника сменяются покрытыми сосновым лесом берегами. Река образует множество проток, в которых легко можно заблудиться. При желании сплав можно продолжить по территории Курской области по маршруту: «село Песчаное (Белгородская область) – Белая (Курская область)», продолжительность 2-3 дня.

Река Северский Донец мало подходит для организации водного туризма. Выше г. Белгород река маловодна, как вариант, можно предложить сплав от села Зеленая Поляна до г. Белгород. Однако из-за закоряженности русла, в маловодные годы прохождение маршрута достаточно опасно.

В черте города начинается верхний бьеф Белгородского водохранилища, ширина реки достигает 200-400 м, течение выражено слабо. Ниже плотины водохранилища возможен сплав от сел Безлюдовка или Новая Таволжанка, особенно интересен участок вблизи устья р. Нежеголь. Этот участок реки и нижнее течение Нежеголи привлекательны для любителей подводной охоты.

В зимний период водоемы, находящиеся вблизи населенных пунктов, активно используются местным населением для игры в хоккей, катания на коньках. Из экстремальных видов отдыха в зимний период наибольшее распространение получило моржевание (купание в ледяной воде). При обустройстве родников с высоким дебитом оборудуются места для купания. Из наиболее известных можно назвать «Ясный колодец» (Корочанский район), «Ключи» (Прохоровский район) и многие другие. Из незамерзающих открытых водоемов, используемых для моржевания, необходимо отметить родник Потуданский, считающийся истоком реки Потудань в Старооскольском городском округе и родник в селе Шопино.

Одним из самых массовых увлечений жителей области, связанных с активным отдыхом на природе, было и остается рыболовство (рис. 9, 10).

Рыбы составляют основной вид водных биоресурсов, используемых в рекреационных целях и для личного потребления. По экспертным

оценкам, активным рыболовством занимается более 140 тысяч жителей Белгородской области.

На водных объектах области организация любительского и спортивного лова ценных видов рыб осуществляется на всех водохранилищах и на 232 прудах.

Наиболее разнообразен видовой состав ихтиофауны водоемов Алексеевского, Белгородского, Валуйского, Вейделевского, Шебекинского районов и Старооскольского городского округа. Малочисленный видовой состав рыб в водоемах Краснояружского и Прохоровского районов.

В области ведется мониторинг состояния водных биоресурсов и среды их обитания. Ежегодно проводится учет посещаемости водных объектов рыбаками, также проводятся социологические опросы посетителей. В 2015 году средний вылов одного рыбака за один выезд увеличился на 60 % и составил 3,2 кг (против 2,0 кг в 2010 году).



*Рис. 9. Рыбалка на реке Айдар
Fig. 9. Fishing on the Aydar river*



*Рис. 10. Рыбалка на реке Псёл
Fig. 10. Fishing on the Pseyol River*

Разнообразие видового состава ихтиофауны зависит от особенностей водоемов, их проточности и площади акватории.

В водоемах Белгорода и агломерации в больших количествах можно увидеть плотву, голавля, густеру, ерша и обязательно красноперку (более 80% от общего улова). Из ценных объектов любительского рыболовства основными являются лещ и карась. Водные просторы наиболее значительных рек области рассекают судак, сом и даже налим. Основными объектами любителей порыбачить на хищную рыбу являются окунь и щука. В любительских уловах в основном попадаются особи до 300 г, но иногда встречаются экземпляры весом более 1 кг. Любительский лов рыбы ведется в основном на поплавочную удочку, спиннинг и донку, в последнее время стала популярна фидерная рыбалка.

Реке Северский Донец отдают предпочтение большинство любителей рыбной ловли. Особенно знамениты места между Белгородом и границей с Украиной. В реке активно ловят леща, щуку, плотву, голавля, толстолобика, красноперку, язя, карася, окуня, судака. Крайне редко на донку здесь можно поймать достаточно крупного сома. В нижнем течении реки, несмотря на сильное течение и твердое дно, обитает много карася и леща. Рыбаки особо отмечают места в окрестностях села Новая Таволжанка. Средняя масса добываемой плотвы 300-400 г, так же хорошо ловятся подлещики, густера и язь средних размеров.

Популярность рыбной ловли на реке Оскол вызвана её большой протяженностью по территории области, и здесь каждый рыбак может найти место по своему вкусу и предпочтению. В больших количествах осуществляется ловля судака, окуня, щуки, голавля, карася, плотвы, леща. Нередко попадает жерех и сом. Карп в водах Оскола встречается, но ловится достаточно редко, чаще всего его внимание привлекают поплавочники и доночники. На эти же снасти здесь клюет и карась.

Очень популярно среди жителей и гостей областного центра Белгородское водохранилище, поскольку оно находится практически в городской зоне. В любое время года здесь много рыбаков. Особенно популярна зимняя рыбалка. В дневное время отлично клюет окунь, плотва, густера, на жерлицы неплохо ловится щука и судак. Наиболее интересным объектом зимней рыбалки является лещ. Вес леща обычно начинается от 800 г и достигает 1,5 кг и более. В

среднем за ночь на зимней рыбалке здесь добывают 15-20 кг леща. Некоторые удачливые рыбаки могут поймать за ночь и свыше 30 кг этой рыбы.

Платная рыбалка в Белгородской области проводится в специализированных зарыбленных прудах, которых достаточно в каждом районе области. Вполне понятно стремление многих рыбаков, выбирающих платную рыбалку, остаться с гарантированным уловом и добыть настоящие трофеи. Средняя цена в сутки составляет 200-300 рублей, на некоторых водоемах она доходит до 500 рублей. Благодаря регулярным работам по зарыблению таких водоемов, практически в каждом можно поймать достаточно крупные экземпляры карпа, толстолобика, белого амура. Некоторых может порадовать наличие ценных хищных видов рыб: судака и щуки.

В последние годы благодаря реализации областных целевых и государственных программ по любительскому и спортивному рыболовству на региональном и местном уровнях созданы условия для развития рыболовно-рекреационной деятельности на водных объектах. Проводятся мероприятия по сохранению и воспроизводству водных биоресурсов, в том числе редких и находящихся под угрозой исчезновения видов. Благодаря регулярной пропагандистской работе у населения области повышается уровень экологических знаний и культуры рыболовства.

Основной базой осуществления программных мероприятий являются водные объекты, используемые рыбными хозяйствами области для любительского и спортивного рыболовства, а также зоны рекреации местного значения, организуемые при реализации областного проекта «Зеленая столица».

На 193 водных объектах проведены работы по созданию комфортных и безопасных условий для развития организованного рыболовства, развитию инфраструктуры и сферы услуг для любительского и спортивного вылова рыбы. На 84 водоемах уже имеется или совершенствуется соответствующая инфраструктура (стационарные архитектурные сооружения) для рыболовного туризма с оказанием услуг по водной рекреации. Начал развиваться рыболовный спорт, которым все больше увлекается молодежь и подростки.

Ежегодно во многих районах области проводятся спортивные соревнования по рыболовному спорту, культурно-спортивные мероприятия, творческие конкурсы и викторины для любителей рыбной ловли. Соревнования проходят при активной поддержке районных

администраций и Белгородской общественной организации «Федерация рыболовного и охотничьего спорта».

Рыболовство в большей степени активно осуществляется весной и летом. Наибольшее количество рыболовов в весенний период приходится на апрель, в летний период – на август. Основными ценными объектами спортивно-любительского рыболовства являются рыбы семейства карповых: карп, лещ, язь, линь, а также щука, судак.

По данным книги рекордов Гиннеса самый ценный осётр был выловлен в 1924 году в реке Тихая Сосна (Алексеевский район). В Книгу рекордов он попал не только за свой гигантский вес – 1 227 кг, но и за самый тяжелый «запас» находящейся в нем черной икры – 245 кг [13].

Примерами рекреационно-спортивно-рыболовных зон являются «Рыбацкий хуторок», пруд в селе Болдыровка (база БелГАУ им. В.Я. Горина), «Никольское» (село Недоступовка), пруд в балке «Черешанский Яр» и другие (рис. 11).

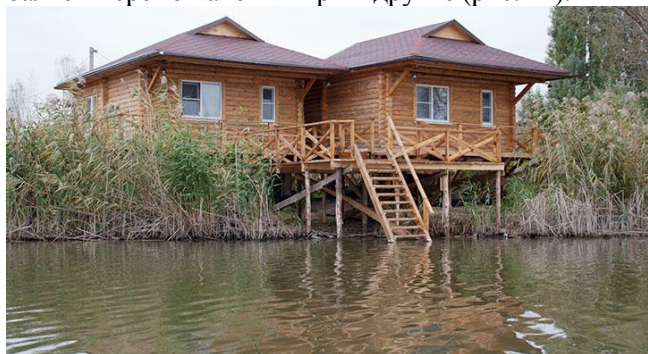


Рис. 11. Рыбацкий хуторок в Алексеевском районе
Fig. 11. Fisherman's farmstead in Alexeyevskiy District

Несмотря на положительные тенденции функционирования и развития рыболовства, сохранения и воспроизводства различных видов рыб и других биоресурсов на водных объектах, можно выделить основные причины, которые сдерживают развитие любительского рыболовства в области.

Прежде всего, это несовершенство правовых механизмов по организации рыболовства на прудах и обводненных карьерах. Помимо этого, в уже сформировавшихся рыбных хозяйствах ведется недостаточно эффективная деятельность по использованию и сохранению видовой разнообразия рыб, а также по расширению услуг, оказываемых при организации любительского рыболовства. К сожалению, часто можно встретить несоблюдение рыбохозяйственных требований и установление необоснованных ограничений рыболовства.

Сдерживающим фактором также является и недостаточно эффективная финансовая

государственная поддержка охраны и воспроизводства ценных, редких и исчезающих видов рыб и других водных биоресурсов, влекущая за собой недостаток ресурсных и экосистемных научных исследований водных объектов области.

Заключение. Реализуемые в области в течение последних 5-ти лет природоохранные концепции и целевые программы позволили достаточно широко раскрыть имеющийся природно-культурный рекреационный потенциал. Создана сеть рекреационных объектов, начиная от мест кратковременного отдыха на природе, заканчивая полноценным внесезонным отдыхом.

Являясь самой маловодной среди регионов ЦФО, Белгородская область обладает водными ресурсами, уникальность которых определяется следующими факторами:

– гидрогеологические и ландшафтные особенности региона способствовали образованию и сохранению уникальных природных объектов (густая родниковая сеть, дающая начало практически всем рекам области, меловым, в том числе реликтовым сообществам, заповедным территориям);

– массовая колонизация края имеет более чем 400-летнюю историю, что обуславливает большое количество уникальных археологических, историко-культурных и архитектурно-ландшафтных объектов.

Все большую популярность в регионе приобретает водный туризм, как перспективный вид рекреации, сочетающий в себе возможности активного отдыха и познавательного экотуризма. Проводимые рыбоводно-мелиоративные мероприятия также способствуют привлечению к водоемам большого числа рекреантов.

Комплекс взаимосвязанных мер по сохранению и воспроизводству промысловых запасов любительского вылова рыб должен включать в себя:

– мониторинг состояния водных биоресурсов и среды их обитания (проведение оценки воздействия любительского рыболовства на водные биоресурсы и среду их обитания; мониторинг состояния среды обитания водных биоресурсов в местах нереста и зимовки водных биоресурсов);

– проведение воспроизводственных мероприятий (выпуск в водоемы различных видов рыб; сохранение естественных и установка искусственных нерестилищ).

Список литературы

1. Атлас «Природные ресурсы и экологическое состояние Белгородской области» / Ф. Н. Лисецкий, (отв. ред.), В. А. Пересадыко, С. В. Лукин, А. Н. Петин. Белгород: Белгородская областная типография, 2005. 180 с.
2. Думачева, Е. В., Чернявских, В. И. Использование биоресурсного потенциала ботанического сада для разработки экскурсионных программ // Научный результат. Серия Технологии бизнеса и сервиса. 2014. Т. 1. № 1. С. 4-14.
3. Думачева, Е. В., Тохтарь, В. К., Чернявских, В. И. Разработка конкурентоспособного инновационного продукта на землях особо охраняемой природной территории // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат» серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2015. Т. 1. №3(5). С. 4-10.
4. Думачева, Е. В., Тохтарь, В. К., Ясенюк, С. Н. Развитие ботанического сада НИУ «БелГУ» как уникального объекта экологического туризма // Вестник Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина. 2013. Т. 1086. № 2. С. 142.
5. Королева, И. С. Потенциал развития сельского туризма в Центрально-Черноземном районе // Проблемы региональной экологии. 2012. № 2. С. 119-122.
6. Королева, А. С. Типизация рекреационных зон Белгородской области по функциональной специализации и доминирующим направлениям развития туризма в регионе для ГИС. Научный результат. Серия Технологии бизнеса и сервиса. 2014. Т. 1. № 2. С. 33-37.
7. Королева, И. С., Петин, А. Н., Павлюк, Я. В. Применение ГИС-технологий для оценки экотуристического потенциала староосвоенного региона: на примере Белгородской области // Научный результат. Серия Технологии бизнеса и сервиса. 2015. Т. 1. № 1. С. 13-18.
8. Королева, И. С., Петин, А. Н., Таволжанская, А. Критерии и методика оценки экотуристического потенциала региона // Проблемы природопользования и экологическая ситуация в Европейской России и сопредельных странах. Материалы VI междунар. науч. конф. Белгород. 12-16 окт. 2015 года ВОО «Рус. геогр. о-во», НИУ «БелГУ». Белгород, 2015. С. 40-45.
9. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года (с изменениями на: 25.04.2016) / Постановление от 25 января 2010 года № 27-пп. URL: <http://docs.cntd.ru/document/428596289> (Дата обращения: 12.07.2016)
10. Об утверждении положения о районе-парке: распоряжение Правительства Белгородской области: от 15 сентября 2014 года № 391-рп // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство» Информ. банк «Регион. Вып. Белгородская область».
11. Растительный мир Белгородской области / В. И. Чернявских, О. В. Дегтябрь, А. В. Дегтябрь, Е. В. Думачева. Белгород: Белгородская областная типография, 2010. 472 с.
12. Реки и водные объекты Белогорья / Ф. Н. Лисецкий, А. В. Дегтябрь, Ж. А. Буряк, Я. В. Павлюк, А. Г. Нарожняя, А. В. Землякова, О. А. Маринина. ВОО «Рус. геогр. о-во», НИУ «БелГУ». Белгород: «КОНСТАНТА», 2015. 362 с.
13. Рекордсмены Книги Гиннеса из Белгородской области. URL: <https://www.belpressa.ru/news/news/rekordsmeny-knigi-ginnessa-iz-belgorodskoj-oblasti/> (Дата обращения: 18.07.2016).
14. Структурно-функциональная организация рекреационных зон Белгородской области при бассейново-административном подходе: свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2015620886 от 09 июня 2015 года / Ж. А. Буряк, О. И. Григорьева, А. В. Дегтябрь // Электронный бюл. Программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем. 2015. № 7.
15. *Biological Resources as the Means of Elderly People Social Adaptation* / E. V. Dumacheva, V. I. Cherniavskikh, D. V. Dumachev, V. N. Sorokopudov. The Social Science. 2015. V. 10. P. 1490-1492. DOI: 10.3923/sscience. 2015. 1490. 1492 URL: <http://medwelljournals.com/abstract/?doi=sscience.2015/> (Дата обращения: 18.07.2016).
16. Buckley, R. *Tourism and Environment* // Annual Review of Environment and Resources. 2011. № 36. P. 397-416.
17. Clarkin, T., Kähler, K. N. *Ecotourism. Encyclopedia of Environmental Issues*. Rev. ed. Pasadena: Salem Press. 2011. № 2. P. 421-424.
18. Degtyar, O. V., Chernyavskikh, V. I. *About steppe communities state of the south-east of Belgorod region*. Herald Of Nizhniy Novgorod University Named After Lobachevsky // Biology. 2004. № 2. P. 254.
19. Degtyar, O. V., Chernyavskikh, V. I. *The environment-forming role of endemic species in calciphilous communities of the southern central Russian upland* // Russian Journal of Ecology. 2006. V. 37 (2). P. 143-145.
20. Dumacheva, E. V., Cheriavskikh, V. I. *Particular qualities of micro evolutionary adaptation processes in cenopopulations Medicago L. on carbonate forest-steppe soils in European Russia* // Middle-East Journal of Scientific Research. 2013. V. 17 (10). P. 1438-1442.
21. Kotlyarova, E. G., Dumacheva, E. V., Cherniavskikh, V. I. *Ecologically Safe Architecture of Agrolandscape is basis for sustainable development* // Sustainable Agriculture Research. 2013. V. 2(2). P. 11-24.
22. Lisetskii, F. N., Chernyavskikh, V. I., Degtyar, O. V. *Pastures in the zone of temperate climate: trends for development, dynamics, ecological fundamentals of rational use* / Pastures: Dynamics, Economics and Management. 2010. P. 51- 84.
23. Vishnevskaya, E., Klimova, T., Bogomazova, I., Dumacheva, E., Yakovenko O. *The importance of multimedia and interactive content for increasing tourist attractiveness of territory* // Mediterranean Journal of Social Science. 2015 V. 6(4). P. 561-567.
24. Vishnevskaya, E. V., Klimova, T. B., Dumacheva, E. V., Bogomazova, I. V. *Current issues in the development of modern guide using GIS technologies* // Advances in Environmental Biology. 2014. V. 8(13). P. 305-308.

References

1. Atlas «Natural Resources and Ecological Status of Belgorod Region»/ F. N. Lisiecki, V. A. Peresadko, S. V. Lukin, A. N. Petin. Belgorod: Belgorod Regional Printing House, 2005. 180 p.
2. Dumacheva, E. V., Cherniavskih, V. I. *Using Bioresource Potential for the Development of the Botanical Garden Excursions* // Research Result. A Series of Business and Technology Services. V. 1. № 1. 2014. Pp. 4-14.
3. Dumacheva, E. V., Tokhtar, V. K., Cherniavskih, V. I. *The Development of a Competitive Innovative Product on the Lands of Specially Protected Natural Area Network* // Research Result. A Series of Business and Technology Services. V. 1. №3 (5). 2015. Pp. 4-10.
4. Dumacheva, E. V., Tokhtar, V. K., Yasenok, S. N. *The Development of the Botanical Garden of NIU «BSU» as a Unique Ecotourism Facility* / Bulletin of Kharkiv National University. V.N. Karazin. V. 1086. № 2. 2013. P. 142.
5. Koroleva, I. S. *The Potential for Development of Rural Tourism in the Central Black Earth Region* // Problems of regional ecology. № 2. 2012. Pp. 119-122.
6. Koroleva, I. S. *Pypification of Recreational Areas of Belgorod Region for Functional Specialization and Dominant Directions of Development of Tourism in the Region for the GIS* // Research Result. A Series of Business and Technology Services. V. 1. № 2. 2014. Pp. 33-37.
7. Koroleva, I. S., Petin, A. N., Pavlyuk, Y. V. *Application of GIS Technology to Assess the Potential of Ecotourism Old Mastering Region: on the example of Belgorod Region* // Research Result. A Series of Business and Technology Services. V. 1. № 1. 2015. Pp. 13-18.
8. Koroleva, I. S., Petin, A. N., Tavolzanskaya, A. *Criteria and Methods of Evaluation of the Region's Ecotourism Potential* // Problems of Nature Management and Environmental Situation in European Russia and Neighboring Countries. The VI Intern. Scientific. Conf., Belgorod, 12-16 October. 2015. OOO «Russ. geogr. o-vo, NIU «BSU». Belgorod. 2015. Pp. 40-45.
9. *Approval of the Strategy of Socio-economic Development of Belgorod Region for the Period up to 2025 (as amended on: 04.25.2016) / Resolution of January 25, 2010. N 27-pp. URL: <http://docs.cntd.ru/document/428596289> (Date of access: July 12, 2016).*
10. *Approval of the Status of the District-park: the Decree of the Government of Belgorod region of September 15, 2014 № 391-p // Reference Legal System «Consultant Plus». Div. «Legislation» Inform. «Region of the bank. Vol. Belgorod region».*
11. *Flora of Belgorod Region* / V. I. Cherniavskih, O. V. Degtyar, A. V. Degtyar, E. V. Dumacheva. Belgorod: Belgorod Regional Printing House, 2010. 472 p.
12. *Rivers and Water Bodies of Belogorie* / F. N. Lisiecki, A. V. Degtyar, J. A. Buriak, J. I. Pavlyuk, A. G. Narozhnyi, A. V. Zemlyakova, O. A. Marinin. OOO «Russ. geogr. o-vo, NIU «BSU». Belgorod: «CONSTANTA», 2015. 362 p.
13. *The Record Holder of the Guinness Book of Belgorod Region.* URL: <https://www.belpressa.ru/news/news/rekordsmeny-knigi-ginnessa-iz-belgorodskoj-oblasti/> (Date of access: July 18, 2016).
14. *Structural and Functional Organization of the Recreational Areas of Belgorod Region with Basin-Administrative Approach: the registration certificate of the database, state registration number 2015620886 of 06.09.2015 city / J. A. Buryak, O. I. Grigorieva, A. V. Degtar // Electronic Bulletin. Computer programs, databases, integrated circuits. № 7. 2015.*
15. *Biological Resources as the Means of Elderly People Social Adaptation* / E. V. Dumacheva, V. I. Cherniavskih, D. V. Dumachev, V. N. Sorokopudov. The Social Science. 10. 2015. Pp. 1490-1492. DOI: 10.3923/sscience.2015.1490.1492 URL: <http://medwelljournals.com/abstract/?doi=sscience.2015/> (Date of access: July 18, 2016).
16. Buckley, R. *Tourism and Environment* // Annual Review of Environment and Resources. № 36. 2011. Pp. 397-416.
17. Clarkin, T., Kähler, K. N. *Ecotourism. Encyclopedia of Environmental Issues.* Rev. ed. Pasadena: Salem Press. № 2. 2011. Pp. 421-424.
18. Degtyar, O. V., Chernyavskikh, V. I. *About steppe communities state of the south-east of Belgorod region.* Herald Of Nizhniy Novgorod University Named After Lobachevsky // Biology. № 2. 2004. Pp. 254.
19. Degtyar, O. V., Chernyavskikh, V. I. *The environment-forming role of endemic species in calciphilous communities of the southern central Russian upland* // Russian Journal of Ecology. V. 37 (2). 2006. Pp. 143-145.
20. Dumacheva, E. V., Cheriavskih, V. I. *Particular qualities of micro evolutionary adaptation processes in cenopopulations Medicago L. on carbonate forest-steppe soils in European Russia* // Middle-East Journal of Scientific Research. V. 17 (10). 2013. Pp. 1438-1442.
21. Kotlyarova, E. G., Dumacheva, E. V., Cherniavskih, V. I. *Ecologically Safe Architecture of Agrolandscape is basis for sustainable development* // Sustainable Agriculture Research. V. 2(2). 2013. Pp. 11-24.
22. Lisetskii, F. N., Chernyavskikh, V. I., Degtyar, O. V. *Pastures in the zone of temperate climate: trends for development, dynamics, ecological fundamentals of rational use* / Pastures: Dynamics, Economics and Management. 2010. Pp. 51- 84.
23. Vishnevskaya, E., Klimova, T., Bogomazova, I., Dumacheva, E., Yakovenko, O. *The importance of multimedia and interactive content for increasing tourist attractiveness of territory* // Mediterranean Journal of Social Science. V. 6(4). 2015. Pp. 561-567.
24. Vishnevskaya, E. V., Klimova, T. B., Dumacheva, E. V., Bogomazova, I. V. *Current issues in the development of modern guide using GIS technologies* // Advances in Environmental Biology. V. 8(13). 2014. Pp. 305-308.

Рецензент

Петин А.Н., декан факультета горного дела и природопользования, доктор географических наук, профессор,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)

УДК 379.85

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-13-22

Климова Т. Б.¹
Мячикова Н. И.²

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА
В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

- 1) заведующая кафедрой социально-культурного сервиса и туризма, кандидат экономических наук, доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *E-mail: tklimova@bsu.edu.ru*
- 2) заведующая кафедрой технологии продуктов питания, кандидат технических наук, доцент Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *E-mail: myachikova@bsu.edu.ru*

Аннотация. За последние два года произошли значительные структурные сдвиги на туристском рынке в сторону роста внутреннего туризма. При этом он достаточно активно развивается и всесторонне поддерживается государством. Согласно Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы» в течение 8 лет на развитие туризма в России будет выделено около 100 млрд. рублей, которые будут направлены на развитие туристской инфраструктуры, повышение эффективности продвижения национального турпродукта и конкурентоспособности отечественного туристского рынка в целом. Усиленное внимание к внутреннему туристскому рынку отмечено во всех регионах нашей страны.

В данной статье исследуется гастрономический туризм, как один из популярных видов туризма, изучаются возможности его развития на территории Белгородской области. В работе дана краткая характеристика региональных предприятий пищевой промышленности – производителей товаров известных марок, которые уже сегодня активно предлагают экскурсионные программы гастрономической направленности, а также описываются гастрономические фестивальные мероприятия Белгородской области, которые могут стать «локомотивами», своеобразными точками притяжения в развитии гастрономического туризма. Отмечено, что данный вид туризма, в нашем регионе, как и в целом в стране, в настоящее время пока развивается стихийно. Сегодня это точечные продукты, поэтому очень важно «склеить» их в качественный гастрономический турпродукт, удобный, безопасный, интересный целевой аудитории. Важная роль в этом процессе отводится региональным туроператорам, которые являются системообразующими участниками туристского рынка. От эффективности их работы будет зависеть качество турпродукта, а налаживание надежной, последовательной и понятной схемы коммуникации с целевыми аудиториями, информационная доступность гастрономических туров будут способствовать повышению привлекательности не только самих предприятий и гастрономических мероприятий, но и территории в целом как туристской дестинации.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, гастрономический туризм, турпродукт.

UDK 379.85

Klimova T.B.¹
Myachikova N. I.²

**PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM
IN BELGOROD REGION**

- 1) Head of Department of Tourism and Social and Cultural Service, PhD in Economic Sciences, Associate Professor Belgorod State National Research University, 85, St. Pobedy, Belgorod, 308015, Russia, *E-mail: tklimova@bsu.edu.ru*
- 2) Head of Department of Food Technology, PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Belgorod State National Research University, 85, St. Pobedy, Belgorod, 308015, Russia, *E-mail: myachikova@bsu.edu.ru*

Abstract. The last two years saw some considerable structural shifts in the tourist market towards the growth of internal tourism. At the same time, this kind of tourism is now rather actively developing and is being comprehensively supported by the state. According to the Federal Target Program «The Development of Internal and Entrance Tourism in the Russian Federation for 2011-2018», within 8 years about 100 billion rubles will be assigned for the development of tourist infrastructure, the increase of efficiency of promotion of the national tourist's product, and competitiveness of the domestic tourist market in Russia. A strong emphasis to the domestic tourist market is noted in all regions of our country.

The article covers gastronomic tourism as one of popular types of tourism. The authors study the possibilities of its development on the territory of Belgorod region. The article provides a brief characteristic of regional businesses of the food industry – the famous brands producers, now actively offering excursion programs of a gastronomic orientation. Besides, the article describes some gastronomic festival activities in Belgorod region which can become «locomotives» and some kind of attractions in the development of gastronomic tourism. However, it is noted that this type of tourism in our region, as well as in the country in general, is developing spontaneously. Today, these products are isolated, therefore it is very important «to assemble» them into a quality gastronomic tourist's product which may be convenient, safe, and interesting to the target audience. The important part in this process is assigned to regional tour operators who are the backbone participants of the tourist market. The quality of the tourist's product will depend on efficiency of their work and adjustment of a reliable, consecutive and clear scheme of communication with target audiences. The food tours information availability will promote attractiveness of not only businesses and gastronomic activities, but also of the territory as a tourist destination in general.

Keywords: tourism; internal tourism; gastronomic tourism; tourism product.

Введение. В настоящее время происходит перераспределение туристских потоков в сторону увеличения внутреннего туризма. Рост внутреннего туризма свидетельствует об импортозамещении в отрасли. Стоит отметить, что смещение акцентов в сторону внутреннего туризма происходит не только из-за экономических и политических причин. Сегодня меняются потребительские предпочтения и многие туристы, уже насытившись традиционным пляжным отдыхом, ищут новые форматы отдыха. Современному туристу нужны вовлеченность, яркие впечатления, возможность окунуться и почувствовать реальность того времени, о котором он хотел бы узнать во время путешествия и посещения экскурсионных мест. Удовлетворение туристского спроса и дальнейшее развитие туристской сферы перемещаются в плоскость формирования новых турпродуктов, которые очень важно интересно «упаковать» и представить потребителю.

Одним из привлекательных видов туризма является гастрономический туризм, цель которого заключается не столько в том, чтобы попробовать экзотические блюда, сколько в том, чтобы через кухню познать культуру страны, территории. Любой традиционный рецепт может рассказать о городе или регионе намного больше, чем путеводитель или историческая справка. Потому что блюдо – само по себе отражение истории целого народа, его развития и современного положения.

Цель работы. Цель работы заключается в изучении объектов гастрономического туризма Белгородской области, как одного из базовых элементов внутреннего туризма, и разработка рекомендаций по его дальнейшему развитию на территории региона.

Материалы и методы исследования. При написании данной статьи были использованы

официальные статистические данные о развитии туризма в РФ и регионах нашей страны, аналитические данные о состоянии объектов туристской индустрии, действующие нормативно-правовые документы. Проведенное исследование опиралось преимущественно на использование методов теоретического анализа, абстрактно-логических методов, анализа статистических данных, экспертных оценок, а также сравнительного анализа.

Основная часть. Развитие внутреннего и въездного туризма является безусловным приоритетом для регионов Российской Федерации. Согласно Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011-2018 годы» в течение 8 лет на развитие туризма в России будет выделено около 100 млрд. рублей, которые будут направлены на развитие туристской инфраструктуры, повышение эффективности продвижения национального турпродукта и конкурентоспособности отечественного туристского рынка в целом. Программа уже успешно реализуется и дает свои результаты. Усиленное внимание к внутреннему туристскому рынку отмечено во всех регионах нашей страны, которые активно включились в реализацию данной программы, работу по созданию новых туристических маршрутов и привлечению туристов на свои территории.

По данным официальных источников рынок внутреннего туризма за последние два года значительно вырос. К сожалению, на сайте Ростуризма нет статистики по количеству россиян, путешествующих по стране, как правило, в оценках, основным ориентиром является количество россиян, воспользовавшихся услугами коллективных средств размещения. В 2015 году их численность составила 43,6 млн. чел.

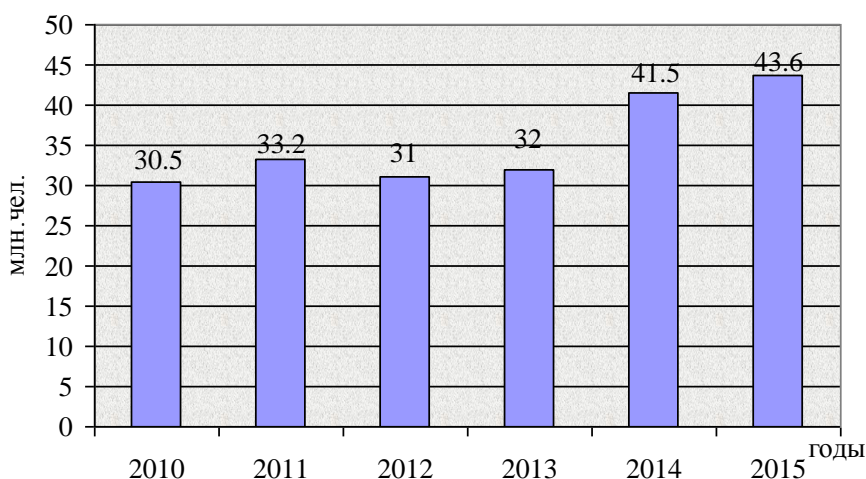


Рис. 1. Численность внутренних российских туристов (млн. чел.) [6, 11]
Fig. 1. Number of internal Russian tourists (million people) [6, 11]

Рост внутреннего туризма свидетельствует об импортозамещении в отрасли. Если в начале 2015 года выездным туризмом занимались 2050 российских компаний, то к концу 2015 года их осталось 717 по данным Ассоциации туроператоров России (АТОР). Многие компании сменили формат работы и переориентировались на внутренний и въездной туризм. В 2016 году ожидается, что россияне еще на 40% сократят поездки за границу, при этом внутренний туризм вырастет на 30% [2].

Стоит отметить, что перераспределение турпотоков происходит не только из-за экономических и политических причин. Сегодня меняются потребительские предпочтения и многие потребители, уже насытившись традиционным пляжным туризмом, ищут новые форматы отдыха. Современному туристу нужны вовлеченность, яркие впечатления, возможность окунуться и прочувствовать реальность того времени, о котором он хотел бы узнать во время путешествия и посещения экскурсионных мест. Удовлетворение туристского спроса и дальнейшее развитие туристской сферы перемещаются в плоскость формирования новых турпродуктов, которые очень важно интересно «упаковать» и представить потребителю.

Многие регионы находятся в начале этого пути и активно разрабатывают новые форматы отдыха, что дает возможность выйти за границы традиционных туристических объектов и расширить туристический образ территории.

Одним из привлекательных видов туризма является гастрономический туризм. Несмотря на то, что это сравнительно новое направление в туристическом бизнесе, гастрономический туризм активно развивается, так как через знакомство с национальной кухней страны можно узнать о ее культуре и истории не меньше, чем

при посещении музеев или других достопримечательностей туристской дестинации.

Для многих туристов, например, для англичан или японцев, при выборе направления путешествия доминантной является гастрономическая тема, поэтому многие страны давно и серьезно работают в направлении привлечения туристов именно с гастрономической точки зрения.

Существует несколько определений, позволяющих относить путешествия к данному виду туризма.

В специальной литературе встречаются такие понятия, как: «culinary tourism» – «кулинарный туризм», «food tourism» – «продовольственный туризм», «gastronomic tourism» – гастрономический туризм [1].

Понятие «кулинарный туризм» было введено в 1998 году в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонгом. В 2003 году Эрик Вульф основал Международную ассоциацию гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), представив некий документ о кулинарном туризме. Позже этот документ превратился в книгу, где документально был подтвержден растущий интерес к еде и винному туризму и то, как запросы о кулинарных турах смогли заставить местных производителей и рестораторов удовлетворять растущий спрос [3].

В 2012 году понятие «кулинарный туризм» было замещено на «гастрономический туризм». В настоящее время World Food Travel Association выделяет 12 категорий гастрономического туризма. К ним относятся:

1. Кулинарные школы и мастер-классы.
2. Кулинарные развлечения.
3. Кулинарные направления.

4. Кулинарные события.
5. Кулинарные медиа.
6. Кулинарные заготовки.
7. Гастрономические магазины.
8. Гастрономические туры от агентств.
9. Гастрономические заведения.
10. Фермерские рынки.
11. Гастрономические клубы.
12. Производство пищевых продуктов [7].

Гастрономический туризм имеет общие черты с другими видами туризма, поэтому он может быть частью комплексного тура или же обладать некоторыми признаками других видов туризма, по которым можно провести классификацию:

- сельский («зеленый») гастрономический туризм;
- деловой (городской) гастрономический туризм;
- событийный (фестивальный) гастрономический туризм;

– культурно-познавательный гастрономический туризм [10].

К целевой аудитории гастрономических туров могут быть отнесены:

- туристы, желающие приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню;
- туристы-гурмэ, т.е. люди с высокими требованиями к еде и утонченным вкусом;
- туристы, использующие кулинарный тур в познавательных целях, целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков (школьники, студенты, повара, сомелье, бариста, дегустаторы, рестораторы, ресторанные критики);
- представители турфирм, изучающие данное туристское направление [5].

Соответственно, каждый из указанных видов туризма может быть представлен различными туристическими объектами и иметь различную целевую аудиторию (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика туристических объектов и целевой аудитории в зависимости от вида туризма

Table 1

Characteristics of tourist destinations and the target audience according to the type of tourism

Вид туризма	Туристический объект	Целевая аудитория
Сельский («зеленый») гастрономический туризм	Сельские усадьбы, фермерские хозяйства	представители турфирм; туристы, использующие кулинарный тур в познавательных целях, целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков; туристы, желающие приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню
Деловой (городской) гастрономический туризм	Предприятия пищевой промышленности, предприятия общественного питания	представители турфирм; туристы, использующие кулинарный тур в познавательных целях, целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков; туристы, желающие приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню; туристы-гурмэ
Событийный (фестивальный) гастрономический туризм	Выставки, ярмарки, шоу, фестивали, праздники	представители турфирм; туристы, использующие кулинарный тур в познавательных целях, целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков; туристы, желающие приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню
Культурно-познавательный гастрономический туризм	Музеи и выставки, связанные с производством продуктов	представители турфирм; туристы, использующие кулинарный тур в познавательных целях, целях прохождения обучения и получения профессиональных навыков; туристы, желающие приобщиться к культуре страны через ее национальную кухню

В мировой практике выделяют три вида гастрономических туров:

– каникулы (от лат. Vacatio – свобода, отдых, прим. авт.) в кулинарных школах»;

– питание в заведениях, известных своей локальной кухней, шеф-поварами; посещение местного рынка;

– туры к местным производителям продуктов питания, с акцентом на один вид продукта (кофейные и чайные плантации, виноградники, сыроварни и разного рода фермерские хозяйства).

В условиях перехода от «пассивного наблюдения» к «взаимодействию и участию», большинство гастрономических туров являются комбинированными и включают все виды одновременно.

Первый вид гастрономических туров – кулинарные школы выходного дня, – охватывают широкий диапазон от сельской местности до городов, полевые школы и те, что основаны при образовательных учреждениях, как местные, так и заграничные.

Второй тип кулинарных туров связан с посещением местных заведений общественного питания, рынков и базаров. Данный вид гастрономического туризма можно сочетать со спортивным и экотуризмом, посещая определенные места на велосипедах или просто прогуливаясь. Вместе с этим, такой шанс могут использовать и национальные меньшинства, проживающие на данной территории, демонстрируя собственную аутентичность через пищу, сохраняя традиции и получая дополнительные доходы от туристов.

Третий вид туров более приближен к культурному туризму и позволяет туристу почувствовать себя первооткрывателем других укладов жизни вместе с отдыхом от рутинного образа жизни. Совместно с любовью к гастрономии растет и уровень толерантности к людям других профессий, возникает желание новых знаний, с которыми хочется делиться по возвращению [12].

Уже сейчас на российском рынке туристских услуг появляются компании, которые занимаются организацией гастрономических туров на профессиональной основе и проводят для приезжающих иностранцев мероприятия по знакомству с русской кухней.

В настоящее время в Белгородской области разрабатывают семь проектов, которые должны увеличить объем региональных туристических услуг в два раза по сравнению с 2015 годом. Среди них гастрономический туризм, агро, экотуризм, духовный туризм, а также социальный проект для маломобильных групп «Туризм, доступный для всех» [4]. Согласно распоряжению губернатора Белгородской области Савченко Е. С.

(№125-р от 09 марта 2016 года) «Об утверждении перечня приоритетных и социально-значимых рынков и плана мероприятий по развитию конкуренции в Белгородской области на 2015-2017 годы» в целях улучшения конкурентной среды Белгородской области разработан перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции в Белгородской области, который включает и рынок услуг в сфере культуры и туризма [4].

На территории Белгородской области значительное внимание уделяется развитию гастрономического туризма, проведению мероприятий гастрономического характера, ведется активный поиск якорей туристского притяжения и новых решений. Проведение гастрономических фестивалей и экскурсий на производство – это основные направления, в которых сейчас работают пионеры гастротуризма.

В связи с этим целесообразно рассмотреть, какие предприятия, мероприятия и другие события Белгородской области могут стать объектами, привлекательными для туристов в рамках развития гастрономического туризма.

Объектами делового (городского) гастрономического туризма в нашем регионе, на наш взгляд, могут стать такие предприятия, как Белгородский хлебозавод «Золотой колос», ОАО «Белгородский хлебокомбинат», кондитерская фабрика «Славянка».

О производстве основного продукта питания – хлеба – могут рассказать на одном из крупнейших и новаторских предприятий пищевой промышленности Белгородской области – Белгородском хлебозаводе «Золотой колос».

Предприятие было построено всего лишь за один год и вступило в строй в августе 2006 года. Производственная мощность предприятия – 130 тонн хлебобулочных изделий в сутки. Уникальность данного предприятия заключается в том, что оно одним из первых в стране стало сочетать применение новейшего оборудования и инновационных технологий от мировых лидеров хлебопечения, одним из которых является: «Gostol-Goran» (Словения). Весь технологический процесс, осуществляющийся на пяти линиях, полностью автоматизирован. Благодаря использованию нового инновационного оборудования – кулеров-охладителей готовой продукции производства компаний «ALIT SRL» и «B.GASPARIN SRL» (Италия), – у предприятия появилась возможность увеличить продолжительность сохранения свежести, и аромата изделия, что позволяет увеличить радиус реализации продукта до 300 км.

За счет многофункциональности оборудования на предприятии выпекают хлеб с различными натуральными наполнителями: кунжутом, подсолнечником, черносливом и др.

Работа хлебозавода по расширению ассортимента продукции отмечена наградами различного уровня: в 2010 году предприятие стало финалистом Всероссийского конкурса программы «1000 лучших товаров России» за хлеб «Черноземье», в 2012 году получило серебряную медаль за печенье «Солнечный завтрак», в 2013 году – серебряную медалью за хлеб «Постный с отрубями», хлеб «Русич», хлеб «Домашний новый».

За счет уникальности предоставляемого ассортимента и высокого качества реализуемой продукции хлебозавод «Золотой колос» способен удовлетворить потребности широкого круга потребителей.

Для любителей «сладкой жизни» увлекательным будет маршрут, включающий посещение ОАО «Белгородский хладокомбинат» или кондитерской фабрики «Славянка».

ОАО «Белгородский хладокомбинат» входит в десятку ведущих предприятий-изготовителей мороженого в России и является активно развивающейся компанией. Фабрика по производству мороженого была введена в строй в мае 1973 года и в настоящий момент реализует более 100 наименований мороженого. Производственные мощности позволяют производить 90 тонн мороженого в сутки. Технологии производства мороженого основаны на лучших традициях советских гостей.

Нестандартная, необычная, непривычная, неунывающая торговая марка «Бодрая королева» родилась 23 июня 2000 года. В 2003 году впервые был преодолен рубеж продаж в 10 000 тонн мороженого ТМ «Бодрая королева» за год. В 2004 году ТМ «Бодрая королева» впервые вышла на международную арену, поставив свою продукцию в Чехию.

В 2014 году произведена реконструкция и модернизация производства. Уже несколько лет компания не теряет своих позиций на рынке мороженого России и входит в десятку ведущих производителей благодаря высокому качеству производимой продукции, которое является одним из слагаемых успеха предприятия.

В последнее время на фабрике мороженого стали проводить экскурсии, целью которых является знакомство с историей предприятия, технологическим процессом производства мороженого, а также воспитание лояльного

потребителя, так как каждая экскурсия заканчивается обязательной дегустацией.

Группа компаний «Славянка» – один из крупнейших российских холдингов, который объединяет 4 крупнейших предприятия кондитерской отрасли: Кондитерская фабрика «Славянка», Кондитерская фабрика «Волжанка», «Фабрика им. Н. К. Крупской», Кондитерская фабрика «Конфи».

В настоящее время кондитерское объединение «Славянка» является одним из ведущих производителей кондитерских изделий на российском рынке, которые представлены в широком ассортименте и имеют непревзойденное качество, соответствующее требованиям международных стандартов ISO. География поставок продукции фабрики – от Калининграда до Владивостока, причем значительная часть продукции реализуется в сети фирменных магазинов «Славянка».

История «Славянки» насчитывает уже более 80 лет, а ассортимент кондитерской продукции компании – это более 460 ассортиментных единиц кондитерских изделий, в числе которых шоколад, батончики, различные карамели и конфеты с кремовой начинкой, мармелад, печенье с оригинальными начинками и многое другое.

Качество продукции подтверждено дипломами многих престижных конкурсов и выставок: «World Food Moscow», «Золотой Меркурий», «Продэкспо», специализированная выставка «Агропромышленный комплекс России» и др.

Кондитерская фабрика «Славянка» была образована в 1932 на базе одного из старейших в Старом Осколе предприятий – Кондитерской фабрики имени «1 Мая», основанной в 70-е годы 18 века. Предприятие оснащено современным высокотехнологичным оборудованием европейских производителей и сертифицировано в соответствии с международными стандартами качества. Высокое качество готовых изделий обеспечивается за счет непрерывного контроля сырья и полуфабрикатов на всех этапах производства.

Продукция кондитерской фабрики «Славянка» представлена во всех уголках России и 18 странах мира: Таджикистане, Узбекистане, Азербайджане, Киргизии, Китае, Америке, Германии и др. [<http://slavjanka.ru/ru/group-of-companies.html>].

В 2016 году в рамках фестиваля «ГрильФест», прошел «Чемпионат по барбекю ГрильФест-2016». Данный фестиваль позволил раскрыть Белгородскую область для

гастрономического туризма. Еще раз, доказывая звание мясной столицы России. Партнерами и организаторами соревнований выступили: Общество Кулинаров Белогорья, ООО «ГК Агро–Белогорье», Правительство Белгородской области, Интернациональная ассоциация барбекю и гриля, Русское общество Барбекю, НП Объединение кулинаров и рестораторов Черноземья, Межрегиональная Ассоциация Кулинаров России, Всемирная Ассоциация сообществ Шеф–поваров WACS.

Генеральным спонсором выступило ООО «ГК Агро-Белогорье», объем финансирования данного гастрономического фестиваля барбекю «ГрильФест» составил 8 млн. рублей. По словам организаторов, этот гастрономический фестиваль посетили около 5000 тысяч жителей и гостей Белгородской области [8].

В рамках календаря событийных мероприятий Белгородской области, проводимых при поддержке департамента экономического развития области, в День города 5 августа 2016 года на площади трех музеев состоялся Межрегиональный гастрономический фестиваль «Русская каша». В рамках мероприятия планировалось приготовить 31 вида каши из 15 видов круп, но кулинары из муниципальных образований Белгородской области и соседних регионов вдохновились идеей создания уникальных рецептов и особенных локальных блюд из круп. В итоге белгородцев и гостей фестиваля накормили 56 видами каши, почти в два раза превысив планируемый к установке рекорда показатель. Результат зафиксировал главный арбитр российского комитета рекордов планеты Вадим Горюнов, который официально объявил результат мировым рекордом.

Во время фестиваля около музея-диорамы состоялось торжественное открытие памятника «Военно-полевая кухня». Экспонатом стала кухня 1948 года, которая участвовала в установке рекорда в 2015 году. Следует отметить, что мастера-ремесленники, которые представили свои работы, прибыли в Белгород из 15 городов, в том числе Волгограда, Сочи, Севастополя, Ростова-на-Дону, Воронежа, Чаплыгина Липецкой области, Курска и многих других [9].

В маршрут туристов культурно-познавательного гастрономического тура можно рекомендовать включить посещение Музея сыра, открытого в 2008 году в поселке Томаровка Яковлевского района на базе сельскохозяйственного перерабатывающего открытого производственного кооператива

«Сырный дом». Это предприятие впервые на территории Белгородской области реализовало замечательную идею создания цеха по производству сыра с плесенью.

Музей сделан в стиле русской избы. В интерьере музея представлены картины и фотографии, отражающие производство сыра в разные периоды, портреты первых сыроваров России, муляжи сыра, старинные кувшины, награды за продукцию, производимую предприятием. Экскурсии по музею позволят не только теоретически ознакомиться с технологией производства сыра, но и принять участие в процессе сыроварения и дегустации полученного продукта.

Таким образом, перечислив далеко не все объекты, которые могут быть интересны для организаторов и потребителей гастрономических туров, следует отметить, что Белгородская область может предложить любителям «вкусных ощущений» достаточно увлекательные экскурсии, которые могут стать частью туристического продукта. Вместе с тем, данный вид туризма, в нашем регионе, в настоящее время пока развивается стихийно. Сегодня это точечные продукты, поэтому очень важно «склеить» их в качественный гастрономический турпродукт и получить синергетический эффект от взаимодействия этих объектов.

Результаты исследования и их обсуждение. В нынешней ситуации эффективность работы на внутреннем туристском рынке будет зависеть от двух обстоятельств: это ценовое предложение и качество предоставляемых услуг. Ниша качественного туризма внутри России стала заполняться позже, чем в других отраслях. Качественный туризм – это тренд сегодняшнего дня, поэтому очень важно сделать разрабатываемый турпродукт удобным, безопасным, интересным и, самое главное, предъявить целевой аудитории.

Для дальнейшего развития туризма на территории региона, кроме собственно желания динамики туристического бизнеса, необходима проработанная стратегия развития гастрономического туризма. В профессиональном сообществе на региональном уровне необходимы постоянные дискуссии – что нужно для развития этой сферы. Очень важен тщательный самоанализ системообразующих участников рынка, которые не должны работать разрозненно. Необходима консолидация усилий специалистов различных сфер, включая сферу общественных коммуникаций, культуры, туризма, органы региональной власти для решения актуальных задач развития данного вида туризма. Результатом этого взаимодействия должны стать новые пакетные турпродукты,

которые и будут точками притяжения туристов. Турист не должен ехать к нам потому, что больше некуда. Он должен ехать к нам, потому что он этого хочет.

Точкой притяжения в развитии гастрономического туризма может стать фестиваль барбекю «Грильфест», который впервые состоялся в 2015 году. Цель фестиваля – формирование имиджа Белгородской области как одного из крупнейших производителей мясной продукции в РФ и развитие гастрономического туризма. Программа фестиваля ежегодно обновляется и совершенствуется, но основной идеей остается кулинарный конкурс по приготовлению блюд на гриле.

В развитии внутреннего туризма, и гастрономического в частности, помимо дестинации, т.е. места куда приехать, важная роль отводится туроператорам, которые выступают в роли брокеров на рынке туруслуг, формируют и продают турпакеты. Это системообразующие участники туристского рынка и в сложившихся экономических условиях есть все предпосылки для развития внутреннего туризма и их саморазвития. К сожалению, пока турпакеты на внутреннем российском рынке составляют лишь 20%. Уже сейчас пользуются популярностью выходные туры, которые характеризуются тем, что на них затрачивается небольшое количество времени на посещение мероприятий и мест, где можно употребить различные блюда и напитки, а также разного рода гастрономические изыски. Такие туры, как и любые другие гастрономические, включают в себя посещение таких объектов как рестораны, музеи, посвященные тому или иному продукту пищевой промышленности или сельского хозяйства.

Наиболее сложным аспектом в реализации программ развития туризма является налаживание надежной, последовательной и понятной схемы коммуникации с многочисленными целевыми аудиториями. Этому вопросу должно уделяться особое внимание.

Одним из инструментов развития гастрономического туризма является гастрономическая туристическая карта – «Вкусная карта России», которую презентовали в сентябре 2014 года. Ее основная задача сделать гастрономический туризм в России наглядным и интересным, чтобы ценители того или иного блюда могли приехать и попробовать его в том городе, где оно готовится по-особенному вкусно. На карту нанесено много вкусных достопримечательностей российских областей и городов. Карта является туристическим и гастрономическим путеводителем, на ней нанесены интересные объекты, показано, где

можно отобедать и остановиться. Гастрономическая и туристическая карта – это инструмент, который позволяет объединить бизнес представителей власти, культурные институты, музеи для совместного развития территории.

Уже пользуется популярностью гастрономическая карта Подмосковья «Русский вкус». С помощью данной карты можно найти не только рестораны и кафе Московской области, но и фермерские хозяйства, продающие свою продукцию. Также разработана гастрономическая карта Владимирской области.

В конце июля 2016 года в Липецкой области проводился круглый стол, посвященный проекту формирования «Гастрономической карты Центрального Черноземья». В работе круглого стола принимали участие представители гастрономии Белгородской, Воронежской, Липецкой и Тамбовской областей, обсуждалась и планировалась совместная работа по формированию единой «Гастрономической карты Центрального Черноземья».

По аналогии с перечисленными гастрономическими туристическими картами с целью привлечения внимания к территории Белгородской области, как туристской дестинации, и гастрономическому туризму может быть разработана «Гастрономическая карта Белгородской области», где будут нанесены точки питания, фермерские хозяйства, места проведения гастрономических фестивалей, основные предприятия пищевой промышленности, музеи, продукты, которые могут быть интересны как гостям нашего региона, так и непосредственно жителям.

Гастрономическая карта региона должна быть общедоступной и может быть размещена на интернет-ресурсах, которые освещают туристическую деятельность в Белгородской области (к примеру: <http://tourizm31.ru/>; <http://tonkosti.ru/belgorod>; <http://belgorodtur.ru>; <http://www.derbo.ru/other/turizm.html>;)

Важным направлением дальнейшего развития гастрономического туризма в регионе, является более активное продвижение самых важных и ярких гастрономических мероприятий, позиционирующих наш регион как один из ведущих агропромышленных регионов нашей страны. Значение гастрономических мероприятий в экономическом развитии отдельных территорий весьма значительно, особенно в Европе, так как они рассматриваются как источник дохода экономических систем [13]. С одной стороны, гастрономические фестивали весьма распространенный способ продвижения товаров на отраслевых рынках, с другой стороны, проведение

фестивалей на определенной территории привлекает внимание и продвигает непосредственно и территорию их проведения. Так, упомянутый выше Международный гастрономический фестиваль «ГрильФест» и Межрегиональный гастрономический фестиваль «Русская Каша» являются достаточно масштабными мероприятиями гастрономической направленности, проводимыми в Белгородской области. Целевая аудитория данных фестивалей обширная: это туристы из Воронежской, Липецкой, Курской и Московской областей, туристы из Белоруссии, Украины, Кореи, Армении. В 2016 году «ГрильФест» посетили более 5000 человек, на фестивале солдатской каши по предварительным подсчетам было около 20 тысяч посетителей.

Важным моментом таких мероприятий является информационная составляющая. Общеизвестной практикой PR-кампания является генерирование и продвижение различных информационных поводов, которые становятся программным пунктом фестиваля. Так, информационным поводом фестиваля «ГрильФест-2015» стало проведение «поросячьих забегов», приготовление целого поросенка на гриле и его дегустация. Информационным поводом фестиваля «ГрильФест-2016» стал Чемпионат по барбекю. Очень часто в качестве информационного повода используются различные гастрономические рекорды: на фестивале «Russia Каша-2015» был установлен мировой рекорд – повара приготовили 1945 килограммов каши и разделили ее на 7070 порций; в 2016 году таким поводом является рекорд по количеству разнообразных рецептов приготовления – приготовлено 56 видов каши.

При проведении гастрономических фестивалей важным является регулярность их проведения, актуальность, насыщенность объектов осмотра. Выполнение этих условий будут генерировать турпоток, увеличивать масштабы фестивалей, что будет способствовать значительному увеличению узнаваемости Белгородской области, повышению ее туристской привлекательности и аттрактивности.

Еще одним направлением реализации программы развития внутреннего и въездного туризма на территории нашего региона может стать разработка турпродуктов, включающих объекты сельского туризма и элементы гастрономического туризма. Как известно, в Белгородской области активно поддерживался сельский туризм. Чтобы придать ему новый виток развития, необходимо рассмотреть возможность привязать к объектам сельского туризма гастрономическую составляющую. Новым форматом отдыха являются

квесты. Уже сегодня разработан авторский проект, который получил специальный приз от Фонда поддержки гражданской активности в малых городах и сельских территориях «Перспектива» на всероссийском конкурсе «Моя страна - моя Россия». В основе проекта - сценарий, в рамках которого в ходе маршрутной игры предлагается познать кулинарные традиции и обычаи, особенности приготовления того или иного блюда, и, конечно, все приготовить своими руками. Важной особенностью таких квестов является наличие познавательной составляющей. Проведение квестов – отличная альтернатива классическим экскурсиям. Сценарии позволят включать элементы исторических событий, народные легенды, традиционные обряды и т.д. Такие сценарии могут лечь в основу туров выходного дня. Важную роль в реализации этого направления должны сыграть региональные туроператоры.

Заключение. Таким образом, опираясь на проведенное исследование, для дальнейшего развития гастрономического туризма в Белгородской области в рамках реализации программы развития внутреннего и въездного туризма необходимо:

- разработать «Гастрономическую карту Белгородской области», разместив ее в информационном пространстве, на ресурсах, освещающих туризм в Белгородской области;

- органам местного самоуправления проводить совместные мероприятия с привлечением представителей сферы туризма и предприятий, которые могут быть использованы как объекты гастрономического туризма;

- региональным туроператорам разработать пакетные туры на гастрономические фестивали на несколько дней, стимулируя тем самым туристов дополнительно воспользоваться услугами размещения и питания, включать экскурсионные программы на рассматриваемые предприятия;

- работать над созданием и продвижением новых пакетных туров, увязывая объекты сельского туризма и гастрономического туризма в один турпродукт выходного дня;

- разработать и использовать стратегию эффективного продвижения гастрономического туризма, проводить системную целенаправленную работу по развитию и популяризации брендов региональных производителей;

- обмениваться опытом с другими российскими регионами, формирующими гастрономические бренды, маршруты и программы, изучать зарубежный опыт развития гастрономического туризма;

– проводить работу по повышению качества сервисного обслуживания туристов.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм. М.: Норма, 2008. 450 с.

2. АТОР: россияне реже ездят отдыхать за границу, но внутренний туризм растет URL: <http://m.newsru.com/russia/09feb2016/atortourism.html>. (Дата обращения: 30.06.2016).

3. География туризма / Под ред. А. Ю. Александровой. М.: Кнорус, 2015. 592 с.

4. Дудка, И. В Белгородской области планируют увеличить объём туруслуг в два раза. 16.02.2016. URL: <https://www.belpressa.ru/news/type/novosti/news/v-belgorodskoj-oblasti-planiruyut-velichit-obyom-turuslug-v-dva-raza12074/> (Дата обращения: 30.06.2016).

5. Драчева, Е. Л., Христова, Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy> (Дата обращения: 30.06.2016).

6. За прошлый год выросло количество и внутренних туристов, и туроператоров по России // RATA-news. 2015. №3732. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_5022015_1.stm (Дата обращения: 30.06.2016).

7. Международная ассоциация гастрономического туризма World Food Travel Association URL: <http://www.worldfoodtravel.org/>. (Дата обращения: 12.12.2015).

8. Международный гастрономический фестиваль «ГрильФест-2016». Официальный сайт. URL: <http://xn--c1aeimxjhn5e.xn--p1ai/>. (Дата обращения: 13.06.2016)

9. Межрегиональный кулинарный фестиваль «Русская каша» URL: <http://beltourism31.ru/mezhregionalnyj-kulinarnyj-festival-russkaya-kasha-sostoyalsya-5-avgusta-v-gorode-belgorod/> (Дата обращения: 08.08.2016).

10. Нехаева, Н. Е., Терехова, Ю. С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире: сб. ст. по матер. XXXIV междунар. науч.-практ. конф. № 9(33). Новосибирск: СибАК, 2015. URL: <http://sibac.info/conf/naturscience/xxxiv/42803> (Дата обращения: 30.06.2016).

11. Статистические данные по субъектам РФ за 2015 г. URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/> (Дата обращения: 30.06.2016).

12. Sajna, S. Shenoy *Food tourism and the culinary tourist*. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman, 2005. 210 p.

13. *Food and Wine Events in Europe*. A Stakeholder Approach Alessio Cavicchi, Cristina Santini. Routledge – 2014. 236 p.

References

1. Alexandrova, A. Yu. *International Tourism*. M.: Norm, 2008. 450 p.

2. АТОР: Russians go to Have a Rest Abroad less often, but the Internal Tourism is Growing. URL: <http://m.newsru.com/russia/09feb2016/atortourism.html>. (Date of access: June 30, 2016).

3. *Tourism Geography*. Ed by A.Yu. Alexandrova. M.: Knorus, 2015. 592 p.

4. Dudka, I. *Belgorod Region Plans to Increase the Volume of Tourist's Services Twice*. 2.16.2016. URL: <https://www.belpressa.ru/news/type/novosti/news/v-belgorodskoj-oblasti-planiruyut-velichit-obyom-turuslug-v-dva-raza12074/> (Date of access: June 30, 2016).

5. Dracheva, E. L., Christoff, T. T. *Gastronomic Tourism: Modern Tendencies and Prospects*. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-sovremennye-tendentsii-i-perspektivy> (Date of access: June 30, 2016).

6. *Last Year Saw an Increase in both the Number of Internal Tourists, and Tour-operators in Russia*// RATA-news 2015. № 3732. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_5022015_1.stm (Date of access: June 30, 2016).

7. *World Food Travel Association*. URL: <http://www.worldfoodtravel.org/>. (Date of access: December 12, 2015).

8. *International Gastronomic Grilfest-2016 Festival*. Official site. URL: <http://xn--c1aeimxjhn5e.xn--p1ai/>. (Date of access: June 13, 2016).

9. *Interregional Culinary Festival «Russian Porridge»*. URL: <http://beltourism31.ru/mezhregionalnyj-kulinarnyj-festival-russkaya-kasha-sostoyalsya-5-avgusta-v-gorode-belgorod/> (Date of access: August 8, 2016).

10. Nekhayeva, N. E., Terekhova, Yu. S. *Gastronomic Tourism as a Perspective Direction of Development of Regions of Russia* // Natural and Mathematical Sciences in the Modern World: collection of articles on the materials of XXXIV International Scientific-practical Conference №9 (33). Novosibirsk: SibAC, 2015. URL: <http://sibac.info/conf/naturscience/xxxiv/42803> (Date of access: June 30, 2016).

11. *Statistical Data on Territorial Subjects of the Russian Federation for 2015*. URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/> (Date of access: June 30, 2016).

12. Sajna, S. Shenoy *Food tourism and the culinary tourist*. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman. 2005. 210 p.

13. *Food and Wine Events in Europe*. A Stakeholder Approach Alessio Cavicchi, Cristina Santini. Routledge. 2014. 236 p.

Рецензент

Думачева Е.В., заведующая кафедрой биологии, доктор биологических наук, доцент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)

УДК 379.85

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-23-32

Лиханова В. В.

МЕДИАИМИДЖ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

доцент кафедры социокультурного туризма, кандидат педагогических наук, доцент,
Забайкальский государственный университет, ул. Александрo-Заводская, 30, г. Чита, 672039, Россия.
E-mail: vika_likhanova@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие имиджа туристской территории, выявлены его основные составляющие и характеристики. Рассмотрены подходы к классификации образа туристской территории и определены его основные свойства. Выделены этапы формирования имиджа туристской территории и дана характеристика их содержания. Автором проведен анализ информационных ресурсов в сети Интернет, позиционирующих Забайкальский край как туристскую территорию. Одним из отрицательных моментов является отсутствие версий информационных ресурсов на других языках, прежде всего английском и китайском. Выявлены проблемы продвижения информационных ресурсов и формирования медиаимиджа Забайкальского края как туристской территории. Предложены рекомендации по улучшению медиаимиджа туристской территории, направленные на формирование единого комплексного имиджа Забайкальского края и продвижение его как на внутреннем, так и международном туристских рынках.

Ключевые слова: медиаимидж; туристская территория; позиционирование; маркетинговая политика; Забайкальский край.

UDK 379.85

Likhanova V. V.

MEDIAIMAGE AS A MEANS OF PROMOTING A TOURIST AREA

Associate Professor Department of Social and Cultural Tourism, PhD in Education, Associate Professor,
Zabaikalsky State University, 30, St. Alexander-Zavodskaya, Chita, 672039, Russia.
E-mail: vika_likhanova@mail.ru

Abstract. The article discusses the concept of tourist area image, it identifies its main components and features. The author considers some approaches to the classification of the image of tourist areas and determines its main features. The stages of developing the image of tourist areas are identified and their content is given. The author analyzes the information resources in the Internet that position Zabaikalsky Region as a tourist area. One of the negative aspects is the lack of information resources versions in other languages, especially English and Chinese. The issues of promotion of information resources and the formation of media-image of the Zabaikalye Territory as a tourist area are revealed. The author proposes some recommendations to improve the media-image of the tourist area aimed at creating a single integrated image of Zabaikalsky Region and promoting it both in domestic and international tourism markets.

Keywords: media-image; tourist area; positioning; marketing strategy; Zabaikalsky Region.

В настоящее время сложившаяся ситуация на рынке характеризуется жесткой конкурентной борьбой регионов за инвестиции, экологически безвредное производство, квалифицированные трудовые ресурсы, что актуализирует проблему формирования и продвижения имиджа региона и повышения его инвестиционной привлекательности. Успешная разработка и дальнейшее продвижение имиджа территории, главным образом, зависят от принятия управленческих решений, направленных на

увеличение аттрактивности территории и закрепление положительной инвестиционной динамики. Для этого необходима разработка и реализация долгосрочной концепции комплексного развития экономики и социальной сферы территории.

Появление информационных технологий оказало свое воздействие на человечество. Средства информации и информационные технологии стали частью общественной культуры, оказывают влияние на образ и стиль жизни человека.

Важнейшим признаком мощности государства становится уровень его информатизации. Информационные технологии проникли во все сферы жизни общества, стали одним из преобладающих факторов в развитии экономики.

Имидж территории – это один из определяющих факторов восприятия территории, что, в свою очередь, влияет на лояльность со стороны других субъектов Российской Федерации и международного сообщества в целом. Сформированный и актуализированный имидж территории способствует ее культурно-исторической, общественно-политической и инвестиционной привлекательности.

Имидж – это образ (территории, страны, региона) в представлении групп общественности [10]. По определению ЮНВТО имидж региона – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений индивида о регионе, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, а также собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа [13].

Под медиаимиджем в теории рекламной деятельности, связей с общественностью и маркетинга понимается восприятие персоны, компании, территории, какого-либо другого объекта, которое создается через восприятие средств массовой информации, другими словами, медиаимидж – это отражение образа в информационном пространстве [6].

По мнению А.П. Панкрухина, имидж туристской местности является коллективным мнением потребителей об отличительных и исключительных характеристиках туристской территории, которые формируют ее привлекательность либо не привлекательность для потенциальной целевой аудитории [14].

В настоящее время имидж территории является важным ресурсом экономики, что определяется возросшей ролью информации с целью обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующих и политических субъектов. Это обуславливает необходимость с практической точки зрения изучать способы и методы формирования имиджевой политики территории с целью повышения ее конкурентоспособности. Построение имиджа – это комплексный процесс информирования целевой аудитории об уже имеющихся, но мало известных потребителям ресурсах и возможностях, предоставляемых территорией для жизни и бизнеса [2].

Имидж территории, региона может быть как положительным, так и отрицательным в зависимости от его качественных характеристик. При этом большинство исследователей отмечают, что не

существует абсолютного «отрицательного» или абсолютно «положительного» имиджа. Для формирования положительного имиджа территории необходимо, прежде всего, выявление целевой аудитории, так как следует иметь представление о мнении людей или организаций, которые выбирают территорию для разного рода сотрудничества, об их оценках и исходных установках.

В настоящее время одним из главных источников получения информации о регионе выступают средства массовой информации. Также особое значение для создания и дальнейшего развития имиджа туристской территории имеют связи с общественностью.

Таким образом, можно определить имидж территории как образ, репутацию, символ, некий стереотип, создаваемый посредством средств массовой информации, а также иных средств пропаганды, который устойчиво закрепился в сознании общественности, обеспечивает эмоциональную уверенность в конкретной имеющейся ситуации.

В теории имиджологии туристических территорий выделяют следующие составляющие имиджа туристской территории:

1. *Географическая составляющая*, под которой понимается определенная совокупность представлений, связанных с месторасположением территории и ее природными особенностями, что позволяет выделять туристские территории с различной степенью аттрактивности (привлекательности), которая определяет специализацию территории. Важно отметить, что наличие самих по себе туристских ресурсов не определяет полноценный туристский продукт территории. Туристический продукт необходимо разрабатывать и в основе этого должна находиться конкретная маркетинговая идея, после реализации которой турпродукт можно продвигать на рынок. Успешное продвижение турпродукта, прежде всего, определяется грамотно сформированным имиджем территории [17].

2. *Культурная составляющая* включает в себя совокупность представлений о территории, которые связаны с материальными и духовными ценностями, являющихся результатом труда человека в пределах данной территории [5]. Основные представления о территории связаны с представлениями материальных объектов и яркими ассоциациями с памятниками архитектуры территории. Культура региона отражает разнообразные проявления духовной жизни населения территории: экономику, политику, науку, искусство, право, религию и т.д.

3. *Историческая составляющая* отражает ассоциативные представления, которые связаны с процессом развития территории. Каждая территория может похвастаться какими-либо историческими событиями, которые происходили ее земле. История региона влияет на формирование имиджа по двум направлениям. Одно направление напрямую связано с представлениями о древности: чем дальше во времени находятся исторические события, связанные с территорией, тем наибольшую ценность представляет она для туристов. В данном случае речь идет о своеобразной мифологизации, и имидж территории рассматривается как своеобразный миф. Другое направление связано с представлениями об известных исторических событиях, например, великие войны, спортивные турниры [5].

4. *Этническая составляющая* представляет собой совокупность представлений о населяющих регион людях как определенной общности. В связи с тем, что часто изучение этноса переходит на бытовой уровень, происходит деление территорий на «хорошие» и «плохие», т.е. возникает перенос на образ территории образа народа. Поэтому появляются определенные стереотипы, заменяющие достаточно сложные и многогранные представления о народе. Формирование русского национального характера происходило под влиянием географической среды и религии. Огромная территория, достаточно суровый климат, изменчивость природных явлений – все это отразилось на таких чертах русского национального характера как мужество, коллективизм, импульсивность, созерцательность. Православие сформировало в национальном характере русских такие качества как стремление к гармонии (идеалу), терпение, соборность, мессианство [17].

Рассматривая имидж территории, на наш взгляд, необходимо остановиться на понятии, тесно связанном с имиджем – это «образ туристской территории».

Под образом территории понимается совокупность представлений о пространстве со специфическими закономерностями развития [4]. На формирование этого образа оказывают влияние как внутренние факторы, к которым относятся природа территории, история освоения, социальная структура, отрасли хозяйства, расселение, так и внешние: географическое положение, роль в истории страны, история восприятия территории и т.д. Хотя подобное деление на внешние и внутренние довольно относительно: фактор может рассматриваться и как внешний и как внутренний. При этом образ складывается из определенных элементов, которые имеют как положительный, так и отрицательный характер.

Во-первых, у любой территории, региона есть определенный статус, под которым понимается место данной территории или региона в структуре и иерархии других регионов и территорий страны по разным критериям: степень развития, роль в политической, экономической, культурной жизни страны в целом. Статус территории определяется ее потенциалом и информационными, финансовыми, трудовыми и другими ресурсами, а также внешними связями с другими территориями, регионами и странами.

Во-вторых, любая территория обладает обликом, который определяется как внешний вид территории – достопримечательности, особенности природы, местоположение и т.д. Помимо внешнего вида территории понятие «облика» включает в себя такие детали, как атмосфера территории, региональный фольклор, мифы и стереотипы о территории, региональная символика.

В исследованиях по формированию образа территории авторы выделяют различные виды образов, классифицируя их по различным основаниям. Классификация образов территории представлена в табл. 1.

Таблица 1

Классификация образов территории

Table 1

The classification of images of the territory

Критерий	Вид образа
По субъекту восприятия	– <i>внутренний</i> , носителями которого выступают жители данной территории; – <i>внешний</i> , носителями которого являются гости и население других территорий.
По числу носителей	– <i>индивидуальный</i> образ является уникальным, охватывающим определенное содержание, которое не передается другим, но при этом в той или иной степени совпадает с общественным образом. – <i>групповой образ</i> , который создается путем наложения нескольких индивидуальных образов
По способу восприятия	– <i>осязаемый</i> образ, который создается в результате восприятия территории с помощью пяти чувств; – <i>неосязаемый</i> образ, который формируется в результате эмоциональных связей с определенной территорией.

Как уже упоминалось выше, образ туристской территории, который формируется в сознании потенциальных потребителей, является базисным элементом имиджа туристской территории и складывается в течение продолжительного времени. Такое формирование складывается через:

- процесс приобретения человеком жизненного опыта в ходе приобщения к мировым ценностям, просмотра фильмов, чтения литературы, получения информации по электронным каналам и т.п.;
- коммуникации и взаимодействие с представителями территории;
- целенаправленное продвижение территории с помощью разнообразных маркетинговых технологий;
- обеспечение экономической и политической стабильности на территории и, как следствие, безопасности туристов, снижение отрицательного воздействия туризма на окружающую среду и проведение природоохранных мероприятий [3].

Образу туристской территории присущи определенные свойства. Во-первых, *изменчивость*, так как образ территории постоянно складывается и изменяется с течением времени и в процессе туристского освоения. Для процесса смены образа территории характерны три стадии. В ходе первой стадии территория становится узнаваемой и обретает популярность. Продолжительность этой стадии определяется качеством ресурсов, имеющихся на территории, и активностью продвижения территории на рынке. Далее наступает вторая наиболее сложная стадия, для которой характерно утверждение сформированного образа в глазах общественности. Длительность этого этапа зависит от внутренних и внешних факторов, проявляющихся на туристской территории. Третья стадия – стадия упадка – для которой характерно угасание и изменение образа туристской территории.

Вторым свойством образа туристской территории выступает *историчность*, выражающееся в том, что образ территории связан в некоторой степени с историческим контекстом и социальной ситуацией. Третье свойство – *относительная устойчивость*, которое определяется яркостью территории, местом территории на международной арене и среди сложившихся стереотипов.

В качестве других свойств образа туристской территории исследователи выделяют *комплексность*, заключающуюся во взаимосвязи составляющих образа территории, *плюрализм точек зрения*, указывающий на тот факт, что не имеется единой точки зрения относительно образа туристской территории, а также *зависимость от объективных характеристик регионального развития* [9].

В исследованиях формирования имиджа туристской территории особая роль и значение придается атрибутивным знакам и символике территории. Символ – это условный вещественный опознавательный знак, условное обозначение, принятое многими [16]. К официальным символам территории относятся флаг, герб, гимн, валюта. В качестве неофициальных символов территории выступают товары традиционных ремесел и промыслов, продукты питания и блюда национальной кухни, национальные костюмы и их элементы, легко узнаваемые архитектурные, рекреационные, археологические, промышленные объекты и памятники, уникальные животные, птицы, растения, народные, спортивные, культурные праздники, известные люди (группы людей) прошлого и настоящего и многое другое [9]. Официальная и неофициальная символика выступает в качестве имиджевых ресурсов территории и базы для формирования имиджа туристской территории. Под имиджевыми ресурсами территории понимается совокупность знаков, символов, архетипов и стереотипов определенной территории, которая потенциально может достаточно легко репрезентироваться СМИ [16].

Туристическая привлекательность территории складывается, прежде всего, из сочетания природных и историко-культурных туристических ресурсов. При этом привлекательность не является постоянной и подвержена влиянию ряда факторов, в частности, к которым можно отнести наличие материально-технической базы туризма.

При формировании имиджа туристской территории возможно использование тех же представлений, что и при развитии географического образа территории. Таким образом, имидж территории можно считать частью географического образа, представленного средствами массовой информации.

Формирование имиджа одной и той же территории в сознании общественности происходит по-разному, так как люди обладают различной информацией о территории и различным опытом, связанным с ней. Систематическое исследование целевой аудитории выступает в качестве главного этапа создания, развития и продвижения имиджа туристской территории. Данный этап предполагает выделение определенных целевых аудиторий, которыми могут быть органы федеральной власти, органы власти соседних административных субъектов, крупные предприниматели и организации, различные юридические и физические лица, местные жители, интересы которых могут быть разнородны, но касаться данной территории [18]. На данном этапе формирования имиджа туристской территории осуществляется исследование и анализ рынка, выявляются краткосрочные и долгосрочные аспекты предложения собственно территории и ее конкурентов.

Второй этап связан с определением целей и задач сложной торговой политики территории. В частности, необходимо иметь представление о рынке туризма и способах продвижения на нем туристских продуктов конкретной территории.

Собственно реализация поставленной цели осуществляется на третьем этапе формирования имиджа туристской территории. Данный этап включает в себя:

- создание типичного облика разрабатываемого туристского продукта территории, где подчеркивается уникальность и привлекательность туристской территории;

- сегментацию рынка с выделением образа потенциального предпочтительного потребителя исходя из таких показателей, как национальность, возраст, доход, образование, семейное положение и др.;

- комплектование предложения, т.е. разработка комплекса туристических товаров и услуг, способных удовлетворить потребности потенциального туриста и обеспечивающих максимальный доход для территории.

Последний этап формирования имиджа туристской территории характеризуется отбором и использованием различных инструментов сбыта туристского продукта территории. Здесь осуществляется оформление продукта, выбор формы и уровня цен, каналов реализации;

содействие продаже, включая информацию и рекламные акции [19].

Итак, формирование и продвижение имиджа территорий является на сегодняшний день актуальным направлением региональной политики в туристской сфере. Очевидна необходимость создания и продвижения имиджа территории, ее узнаваемости, что способствует привлечению внимания к территории, эффективному продвижению ее интересов, улучшению инфраструктуры территории.

В связи с этим был проведен анализ информационных ресурсов в сети Интернет, которые позиционируют Забайкальский край как туристический продукт. По результатам поиска на Yandex.ru по запросу «Забайкальский край. Туризм» были выбраны следующие информационные ресурсы для анализа с точки зрения позиционирования медиаимиджа Забайкальского края:

1. Туристический портал – <http://chitatravel.ru>.

2. Читинский городской портал. – <http://www.chita.ru/tur>.

3. Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей. – <http://минмвэст.зabayкальскийкрай.рф/tourism.html>.

4. Сайт Забайкальского края о спорте, туризме, здоровом образе жизни. – <http://zab-active.ru>.

5. Чита сейчас – <http://now-chita.ru>.

6. Территория 75. Экологический и спортивный туризм. – <http://territoria75.ru>.

7. В сказку. Туристическая сеть. – <http://vskazku.com>.

8. Отдых по-сибирски. Туризм, отдых и путешествия в Сибири. – <http://www.ops-sib.ru>.

9. Трипэдвайзер. – <https://www.tripadvisor.ru>.

Рассмотрев выбранные для анализа информационные ресурсы, позиционирующие Забайкальский край как туристскую территорию, мы оценили их по следующим критериям:

- название сайта;
- интерфейс и содержание сайта;
- навигация;
- информационная архитектура (информативность, простота изложения);
- интерактивность сайта;
- интернациональность сайта;
- продвижение сайта (табл. 2).

Таблица 2

Оценка информационных ресурсов о Забайкальском крае

Table 2

Rating of information resources about the Zabaikalye Territory

Критерий Ресурс	Интерфейс	Навигация	Информационная архитектура	Интерактивность	Интернациональность	Продвижение
Туристический портал	высокая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	наличие разделов на каждой странице, легкость в навигации, прост и удобен в использовании, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	лидирующие позиции в поисковых системах, продвижение сайта в социальных медиа
Читинский городской портал	высокая аттрактивность, наличие мультимедийных элементов, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	наличие разделов на каждой странице, легкость в навигации, прост и удобен в использовании, быстрая загрузка	недостаточно информативен, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	лидирующие позиции на поисковых системах
Министерство международного сотрудничества, внешне-экономических связей	средняя аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, наличие отдельных блоков сайта с подзаголовками	недостаточно информативен, имеется иллюстративный материал, карты, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	лидирующие позиции на поисковых системах
Сайт Забайкальского края о спорте, туризме, здоровом образе жизни	высокая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, наличие отдельных блоков сайта с подзаголовками, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	не лидирующие позиции на поисковых системах
Чита сейчас	средняя аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	не лидирующие позиции на поисковых системах
Территория 75. Экологический и спортивный туризм	высокая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, наличие отдельных блоков сайта с подзаголовками, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	не лидирующие позиции на поисковых системах

Критерий Ресурс	Интерфейс	Навигация	Информационная архитектура	Интерактивность	Интернациональность	Продвижение
В сказку. Туристическая сеть	высокая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы сайта	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	высокий рейтинг на поисковых системах
Отдых по-сибирски. Туризм, отдых и путешествия в Сибири	низкая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, быстрая загрузка	недостаточно информативен	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	не интернационален	высокий рейтинг на поисковых системах
Трипэдвайзер	высокая аттрактивность, гармоничное сочетание всех составляющих, наличие эмблемы	легкость в навигации, прост и удобен в использовании, наличие отдельных блоков сайта с подзаголовками, быстрая загрузка	информативен, разнообразие иллюстративного материала, карт, эффективная система рубрик	поиск по ключевому слову, наличие карты сайта, интерактивен	интернационален (54 языка)	высокий рейтинг на поисковых системах

Таким образом, исходя из анализа выбранных нами информационных ресурсов, позиционирующих определенным образом Забайкальский край как туристически привлекательный регион, можно сделать следующие выводы.

Внешний вид информационных ресурсов выполнен в спокойных тонах, в основном, синий, голубой, зеленый. Сайты содержат вкладки, содержащие разнообразную информацию о Забайкальском крае, как туристическом регионе.

Большинство информационных ресурсов предлагают обширную информацию по самым разным аспектам (средствам размещения, услугам, видам туризма, достопримечательностям, событиям), но при этом используются эффективные системы рубрик, которые позволяют пользователям выбирать только те сведения, которые их интересуют. Вся информация изложена доступно и понятно, не используются длинные тексты, обширный материал разбит на отдельные блоки (главы) с подзаголовками. Чередуются текстовые фрагменты с иллюстративным материалом и фотографиями, применены карты, рисунки, символы, которые увеличивают зрительное восприятие сайтов, что оказывает положительное воздействие на формирование медиаимиджа туристской территории.

Одним из отрицательных моментов является отсутствие версий информационных ресурсов на

других языках, прежде всего английском и китайском. Очень важно, чтобы сайт был интересен для иностранных туристов, для чего лучше иметь его версии на других языках.

Что касается продвижения информационных ресурсов, а, следовательно, и медиаимиджа туристской территории, то здесь имеются определенные проблемы. При запросе в поисковых системах данные информационные ресурсы появляются, к сожалению, не на первых местах. Крайне важно создать такую систему поддержки сайта, которая предполагает, что другие сайты будут содержать ссылки (баннеры) на сайт.

Наиболее интересными и важными с точки зрения позиционирования Забайкальского края как туристской территории являются такие информационные ресурсы, как «Туристический портал», «Сайт Забайкальского края о спорте, туризме, здоровом образе жизни» и «Территория 75».

Успешное развитие туристской территории определяется использованием инструментов маркетинга. Современный подход к развитию туристских территорий основывается на определении уровня экономической активности и роста территории, характеризующегося, прежде всего, достопримечательностями и привлекательными экскурсионными объектами.

Важным моментом является процесс управления имиджем территории, что позволяет осуществлять позиционирование территории,

учитывая различные целевые группы потребителей. Имидж территории, формируемый в сознании потенциальных потребителей туристических услуг, подвержен влиянию различных событий и действий, происходящих на данной территории. С помощью применения маркетинговых инструментов возможно корректировать, усиливать или трансформировать восприятие образа туристской территории потребителями.

Каждая территория определяется определенными характеристиками и чертами, формирующими образ территории в сознании потенциальных потребителей. В качестве таких характеристик выступают уникальные, привлекательные с туристической точки зрения достопримечательности, памятники культуры, истории, архитектуры, заповедники, заказники или, например, политическая и экономическая стабильность региона, уровень развития социальной сферы и так далее. Данные показатели могут иметь как положительный, так и отрицательный характер, меняются во времени. Поэтому необходимо выделение основных положительных черт туристской территории и с помощью маркетингового инструментария осуществлять их корректировку с целью наполнения более привлекательным смыслом. Основное значение управления имиджем заключается в том, чтобы имидж территории отражался в сознании потенциальных потребителей соответствующей стороной.

Выделение доминантных характеристик имиджа туристской территории определяет стратегические и текущие цели и задачи формирования и продвижения имиджа территории. Процесс имиджевого позиционирования территории требует постоянного мониторинга, который позволит определить, какие профили имиджа требуется разрабатывать и продвигать в определенных условиях.

В качестве основных предложений по формированию и продвижению медиаимиджа (и имиджа в целом) Забайкальского края как туристически привлекательного региона можно выделить следующие:

1. Проведение мероприятий, ориентированных на формирование образа Забайкальского края как благоприятной для туризма территории, что предполагает обновление данных о наличии сервисной инфраструктуры муниципальных районов и городских округов Забайкальского края, выпуск туристических карт, атласов, книг, способствующих популяризации туризма среди жителей туристской территории и приграничных регионов;

2. Успешное формирование и продвижение медиаимиджа туристской территории напрямую связано с новейшими электронными технологиями, прежде всего, Интернетом. В качестве таких маркетинговых инструментов выступают мультимедийные диски, которые широко используются для продвижения туристического продукта всеми участниками рынка туризма. Как правило, структура диска повторяет структуру сайта о туристской территории и дает возможность размещать информацию на нескольких языках;

3. Обновление имеющихся информационных ресурсов и создание новых с целью продвижения готовых туристических продуктов, что является достаточно важным, на наш взгляд, так как большинство информационных ресурсов предоставляет общую информацию о туристской территории, не предлагая конкретных разработанных туристических продуктов. Использование E-mail маркетинга, предполагающего рассылку информации о туристическом продукте территории через туристические организации края, которые имеют свою постоянно обновляющуюся базу данных. Новые системы рассылки помогают передать текстовый материал, качественные иллюстрации, а расходы на отправку значительно ниже почтовых;

4. Одной из эффективных форм продвижения медиаимиджа туристской территории, на наш взгляд, является реклама в средствах массовой информации. Проводимые в средствах массовой информации рекламные кампании должны носить четко спланированный и ясный характер, иметь достижимые цели. В качестве одного из способов формирования положительного медиаимиджа Забайкальского края как туристически привлекательной территории, на наш взгляд, может быть упоминание о территории в федеральных средствах массовой информации, а также освещение интересных и уникальных событий;

5. Для формирования и продвижения медиаимиджа туристской территории в сети Интернет можно использовать «доски объявлений», где размещается информация о рассылках, отзывы клиентов, рейтинги туристических достопримечательностей и объектов показа, туристических направлений;

6. Организация ознакомительных поездок и рекламных туров также является мощным средством продвижения медиаимиджа туристской территории. Такая форма является достаточно эффективной и создает широкие возможности

для рекламы регионального туристского продукта;

7. Организация ярмарок, праздников, различных фестивалей, театральных представлений и, соответственно, их освещение в средствах массовой информации являются чрезвычайно важными в формировании медиаимиджа туристской территории;

8. Выпуск различного рода рекламной информации и сувенирной продукции. Ни один из проанализированных нами информационных источник не содержит никаких видеоматериалов о Забайкальском крае как туристически привлекательном регионе. На наш взгляд, разработка и размещение подобных видеороликов на туристическом портале «Читатрэвл» будет способствовать формированию положительного медиаимиджа края;

9. Необходимо разработать версии информационных ресурсов на английском и китайском языках, с целью продвижения медиаимиджа туристской территории среди зарубежных туристов. Перевод информационных ресурсов на китайский язык обусловлен приграничным положением Забайкальского края с Китайской Народной Республикой;

10. Продвижение информационных ресурсов в сети Интернет. Необходимо создать активную кампанию по продвижению сайтов, содержащих информацию о туристическом потенциале Забайкальского края с использованием традиционных электронных каналов, задействования других сайтов, на которых размещалась бы ссылка на необходимый информационный ресурс;

11. В настоящее время предоставление только информационных услуг уже не удовлетворяет современных потребителей, многие из них заинтересованы бронировать и совершать сделки в режиме реального времени. Следовательно, для того, чтобы привлекать туристов, нужно обеспечить такие возможности. Для этого необходимо обеспечить процесс коммерциализации сайтов путем введения оплаты за услуги бронирования, либо использовать партнерские отношения;

12. Проведение регулярных маркетинговых исследований, позволяющих выявлять определенные закономерности и причинно-следственные связи с целью анализа привлекательности территории для потенциальных туристов;

13. Создание специального краевого комитета, который бы занимался созданием и продвижением имиджа края в целом. Основная задача такого комитета заключается в разработке

рекомендаций для региональных органов власти, туристических компаний и других предприятий сферы туризма. В состав такого комитета необходимо включить социологов, историков, деятелей культуры, лидеров бизнеса, политических деятелей, специалистов по связям с общественностью, журналистов, экономистов, специалистов по маркетингу, юристов, экспертов по продвижению территории.

На основе проведенного исследования можно заключить, что темпы роста индустрии туризма, рекреации и оздоровления в Забайкальском крае характеризуются достаточно низким уровнем. Роль и воздействие туризма на жизнь региона малозначительна и носит локальный характер. Стратегической задачей края является формирование единого комплексного имиджа туристической территории и продвижение его как на внутреннем, так и международном туристских рынках.

Наиболее перспективными видами туризма в Забайкальском крае являются санаторно-курортное лечение, экстремальный туризм, экологический туризм, культурно-познавательный туризм. Деятельность администрации Забайкальского края по позиционированию края как туристско-рекреационной зоны должна быть направлена на привлечение инвестиционного капитала для развития туризма в Забайкальском крае и привлечение туристов. На наш взгляд, наиболее актуальным для края является удержание и расширение сибирского рынка, из зарубежных стран – освоение рынка Китая, Монголии. Кроме того, для привлечения туристов необходимо проведение крупных мероприятий, «событий» национального и даже международного масштаба (культурных, спортивных).

Список литературы

1. В сказку. Туристическая сеть. [Электронный ресурс]. URL: <http://vskazku.com> (Дата обращения: 15.06.2016).
2. Важенина, И. С. Имидж, репутация и бренд территории. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2013. 326 с.
3. Важенина, И. С. Репутация территории: теория, методология, практика. Екатеринбург: РАН, УрО, Институт экономики, ЗАО «Издательство Экономика», 2007. 360 с.
4. Замятина, Н. Ю. Изучение образов в географии и образ страны в туризме // Современные туристско-рекреационные исследования. М. : Советский спорт, 2008. С. 376-390.
5. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. 256 с.

6. Мечин, В. С. Политический имидж. СПб.: Питер, 2012. 242 с.

7. Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей. [Электронный ресурс]. URL: <http://минмвэст.зabayкальскийкрай.рф/tourism.html> (Дата обращения: 15.06.2016).

8. Морозова, В. С. Региональная культура как ресурс формирования положительного имиджа Забайкальского края в контексте взаимодействия РФ и КНР // *Вестник ЧитГУ. Чита*, 2010. №1. С. 130-135.

9. Никанорова, Е. В. Формирование туристского образа территории: дисс. ... канд. геогр. наук: 25.00.24. М.: МГУ, 2009. 168 с.

10. Общий толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс]. URL: <http://tolkslovar.ru/i1948.html> (Дата обращения: 15.06.2016).

11. Отдых по-сибирски. Туризм, отдых и путешествия в Сибири. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ops-sib.ru> (Дата обращения: 15.06.2016).

12. Официальный портал Забайкальского края. [Электронный ресурс]. URL: www.зabayкальскийкрай.рф (Дата обращения: 15.06.2016).

13. Официальный сайт ЮНВТО. [Электронный ресурс]. URL: www.world-tourism.org (Дата обращения: 15.06.2016).

14. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006. 416 с.

15. Сайт Забайкальского края о спорте, туризме, здоровом образе жизни. [Электронный ресурс]. URL: <http://zab-active.ru> (Дата обращения: 15.06.2016).

16. Словарь основных маркетинговых терминов и понятий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.glossostav.ru/word/1/> (Дата обращения: 15.06.2016).

17. Спирченко, М. А. Образ, имидж и бренд туристского города. М., 2013. 125 с.

18. Таранова, Ю. В. Имидж региона для инвестора // PR и реклама в системе территориального маркетинга / под ред. Д. П. Гавра. СПб.: С.-Пб. гос. ун-т, 2012. С. 51-56.

19. Таранова, Ю. В. Формирование имиджа региона в условиях информационного общества: технологии, методология, исследование. М. : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. 188 с.

20. Территория 75. Экологический и спортивный туризм. [Электронный ресурс]. URL: <http://territoria75.ru> (Дата обращения: 15.06.2016).

21. Трипэдвайзер [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tripadvisor.ru> (Дата обращения: 15.06.2016).

22. Туристический портал. [Электронный ресурс]. URL: <http://chitatravel.ru/> (Дата обращения: 15.06.2016).

23. Читинский городской портал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chita.ru/tur> (Дата обращения: 15.06.2016).

References

1. *To a Fairy Tale. Tourist Network.* [Electronic resource]. URL: <http://vskazku.com> (Date of access: June 15, 2016).

2. Vazhenina, I. S. *Image, Reputation and Brand of the Territory.* Ekaterinburg: Institute of Economics, Ural Branch of Russian Academy of Science, 2013. 326 p.

3. Vazhenina, I. S. *Reputation of the Territory: Theory, Methodology, Practice.* Ekaterinburg Academy of Sciences, Ural Branch of the Institute of Economics, Inc. «Publisher Economics», 2007. 360 p.

4. Zamyatina, N. Y. *The study of Images in Geography and the Image of the Country in Tourism // Modern Tourism and Recreation Studies.* М. : Soviet Sport, 2008. Pp. 376-390.

5. Kiryanova, L. G. *Marketing and Branding of Tourist Destinations.* Tomsk: Publishing House of Tomsk Polytechnic University, 2011. 256 p.

6. Mechin, V. S. *The Political Image.* SPb. : Peter, 2012. 242 p.

7. *The Ministry of International Cooperation, Foreign Economic Relations.* [Electronic resource]. URL: <http://minmvest.zabaykalskiykray.rf/tourism.html> (Date of access: June 15, 2016).

8. Morozova, V. S. *Regional Culture as a Resource for Creating a Positive Image of Zabaykalski Region in the Context of Interaction of Russia and China.* Chita, 2010. №1. Pp. 130-135.

9. Nikanorova, E. V. *Formation of the Tourist image of the Territory:* diss. ... cand. geogr. sciences: 25.00.24. М. : Moscow State University, 2009. 168 p.

10. *General Dictionary of the Russian language.* [Electronic resource]. URL: <http://tolkslovar.ru/i1948.html> (Date of access: June 15, 2016).

11. *Rest in a Siberian Way. Tourism, Recreation and Travel in Siberia.* [Electronic resource]. URL: <http://www.ops-sib.ru> (Date of access: June 15, 2016).

12. *The Official Portal of the Trans-Baikal Territory.* [Electronic resource]. URL: www.zabaykalskiykray.rf (Date of access: June 15, 2016).

13. *The official website of the UNWTO.* [Electronic resource]. URL: www.world-tourism.org (Date of access: June 15, 2016).

14. Panukhkhin, A. P. *Marketing areas.* SPb.: Peter, 2006. 416 p.

15. *The web-site of the Trans-Baikal Territory of Sport, Tourism, Healthy Lifestyle.* [Electronic resource]. URL: <http://zab-active.ru> (Date of access: June 15, 2016).

16. *Glossary of Main Terms and Concepts of Marketing* [electronic resource]. URL: <http://www.glossostav.ru/word/1/> (Date of access: June 15, 2016).

17. Спирченко, М. А. *The Image and Brand of a Tourist town.* М., 2013. 125 p.

18. Taranova, Y. V. *The Image of the Region for Investors // PR and Advertising in the System of Territorial Marketing / ed. DP Le Havre.* Petersburg. : St. Petersburg. state. University Press, 2012. Pp. 51-56.

19. Taranova, Y. V. *Formation of the Region Image in the Information Society: Technology, Methodology, Research.* М. : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. 188 p.

20. *Territory 75. Ecological and Sports Tourism.* [Electronic resource]. URL: <http://territoria75.ru> (Date of access: June 15, 2016).

21. *Tripadvisor* [electronic resource]. URL: <https://www.tripadvisor.ru> (Date of access: June 15, 2016).

22. *Travel.* [Electronic resource]. URL: <http://chitatravel.ru/> (Date of access: June 15, 2016).

23. *Chita city portal.* [Electronic resource]. URL: <https://www.chita.ru/tur>.

UDK 338.483.12

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-23-32

Yakovenko N. V.¹
Komov I. V.²

**FOLK CRAFTS AS AN INNOVATIVE FACTOR OF TOURISM
DEVELOPMENT IN THE REGION (USING AN EXAMPLE
OF VORONEZH REGION)**

- 1) Head of the Chair of Social and Economic Geography and Regional Studies, Doctor of Geographical Sciences, Professor, Voronezh State University, 40, Kholzunova St., 394068, Voronezh, Russia. *E-mail: n.v.yakovenko71@gmail.com*
2) Associate Professor Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Candidate of Geographical Sciences, Voronezh State University, 40, Kholzunova St., 394068, Voronezh, Russia.

Abstract. In the modern conditions of globalization and the ambiguity of the national identity of countries, one can see an increasing interest in the cultural material and non-material heritage. This is primarily due to the fact that Russian regions are experiencing an adverse period in the development caused by external sanctions. It has led to the fact that tourists are now seeking opportunities for recreation on the territory of Russia. And in this case, folk artistic crafts can be a factor in attraction of the tourist flow in any of the regions of Russia. Folk artistic crafts are a recognized part of the national culture. Voronezh region is a perspective region for the development of a variety of types of tourism: cultural, educational, medical and health, business, event, ecological, rural and agro-tourism, etc. The relevance of the study of folk artistic crafts in order to develop a tourist industry is predetermined by the need to develop the regional competitive tourist industry, as well as to achieve the target values of indicators of implementation of the Strategy of development of Voronezh region up to 2020, in which tourism is one of the basic sectors of the economy. Therefore, the development of folk artistic crafts, strengthening their role in the socio-economic development of the region, stimulating economic activity of small and medium-sized enterprises, creating favorable conditions for the development of tourism, will contribute to the effective socio-economic growth of the region and attract tourists to Voronezh region.

Key words: folk artistic crafts; Voronezh region; tourism; cultural activity; traditions.

УДК 338.483.12

Яковенко Н. В.¹
Комов И. В.²

**НАРОДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ВОРОНЕЖСКОЙ
ОБЛАСТИ)**

- 1) заведующая кафедрой социально-экономической географии и регионоведения, доктор географических наук, профессор, Воронежский государственный университет, ул. Хользунова, 40, г. Воронеж, 394068, Россия.
E-mail: n.v.yakovenko71@gmail.com
2) кандидат географических наук, доцент кафедры социально-экономической географии и регионоведения, Воронежский государственный университет, ул. Хользунова, 40, г. Воронеж, 394068, Россия

Аннотация. В современных условиях глобализации и неоднозначности национальной идентичности стран можно видеть увеличение интереса к культурному материальному и нематериальному наследию. Связано это, прежде всего с тем, что российские регионы переживают далеко неблагоприятный период в развитии, обусловленный внешними санкциями. Это привело к тому, что туристы изыскивают возможности для отдыха на территории России. И в этом случае народные художественные промыслы могут выступить фактором в привлечении туристского потока в любой из регионов России. Народные художественные промыслы являются общепризнанной частью отечественной культуры. Воронежская область – это регион, перспективный для развития самых разнообразных видов туризма: культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, делового, событийного, экологического, сельского и агротуризма и т.п. Актуальность изучения народных художественных промыслов с целью развития туристской индустрии предопределена необходимостью формирования в регионе конкурентоспособной туристской индустрии, а также достижения целевых значений индикаторов реализации

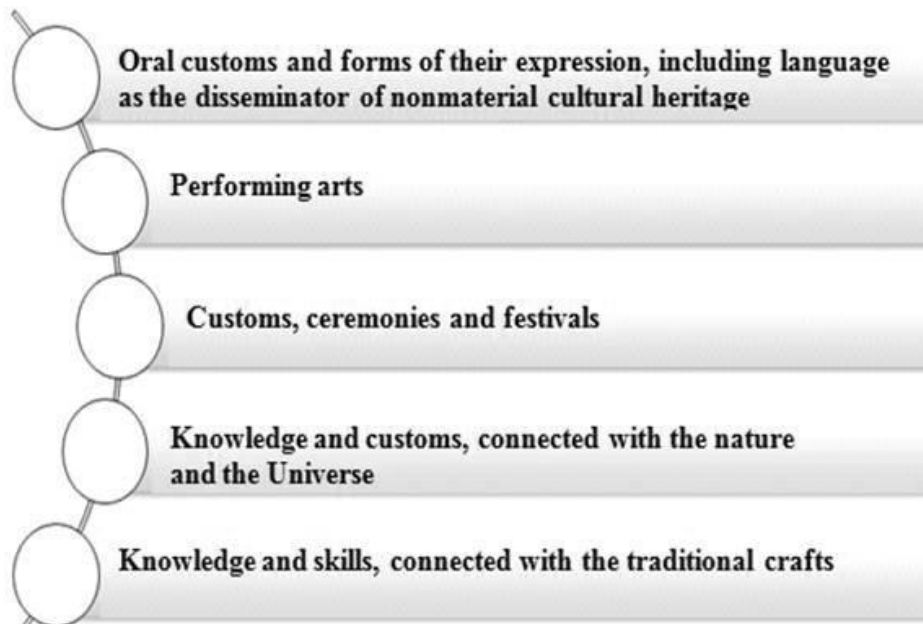
Стратегии развития Воронежской области до 2020 года, в которой туризм входит в число базовых секторов экономики. Поэтому развитие народных художественных промыслов, повышение их роли в социально-экономическом развитии региона, стимулирование экономической активности субъектов малого и среднего предпринимательства, создание благоприятных условий для развития туризма будет способствовать эффективному социально-экономическому росту региона и привлечению туристов в Воронежскую область.

Ключевые слова: народные художественные промыслы, Воронежская область, туризм, культурная деятельность, традиции.

Introduction. In the XXI c., tourism became a significant socio-economic phenomenon and had an essential influence on the global world and the economics of the countries and regions. The tourist flow reaches 630 mln trips. Tourism became the most profitable and high-yielding industry. Judging by the effectiveness of the investments, it can be compared to the motor industry and oil and the gas extraction and processing industry. The modern researches in tourism show the necessity to create the tourism product taking into account the consumer interests. The increase in demand for special kinds of tourism or Special Interest Tourism is one of the main trends of developing of the modern tourist industry. A steady increase of this segment can be caused by the fact that nowadays the choice of the destination is more often dictated by the travelers' individual interests and needs. Trips with traditional destinations – health or cognitive – don't satisfy the modern person's needs any longer. Special Interest Tourism on the whole and its separate kinds is becoming a target of research in foreign and Russian literature. But till the present time, there is still a variety of unsolved methodological questions. First of all, this refers to the definition of «Special Interest Tourism» itself, which is mostly used in the foreign researches, whereas in Russian literature it is more common to use the concept «Special Kinds of Tourism». Apparently, they could be treated as almost identical. In 1980, S. E. Read was among the first to use this concept. Then he used a word combination «Special Interest Travel» and meant by that trips with particular destinations. Along with the concept «Special Interest Tourism» the concept «Alternative Tourism» also often appears, which is highlighting its difference from the mass tourism [9]. In general, «Special Interest Tourism» is a type of tourism that includes trips of customers whose choice of holidays depends on motivation, and satisfaction level depends on impressions they have got during the trip [1]. In Russian articles about Special Interest Tourism, the authors also point out the following features: paucity, labour inputs for the final tourist product, capital-output ratio, synthetic approach of the trips formation, and new types of tourism based on

unconventional (alternative) sources of funding [2, 3, 8]. Tourist products in this particular case differ in supporting means, management and human resource involved. This can be both individually planned trips for gaining and using first-hand knowledge about local culture and environment and group trips. These group tourists show the great interest for natural and cultural heritage.

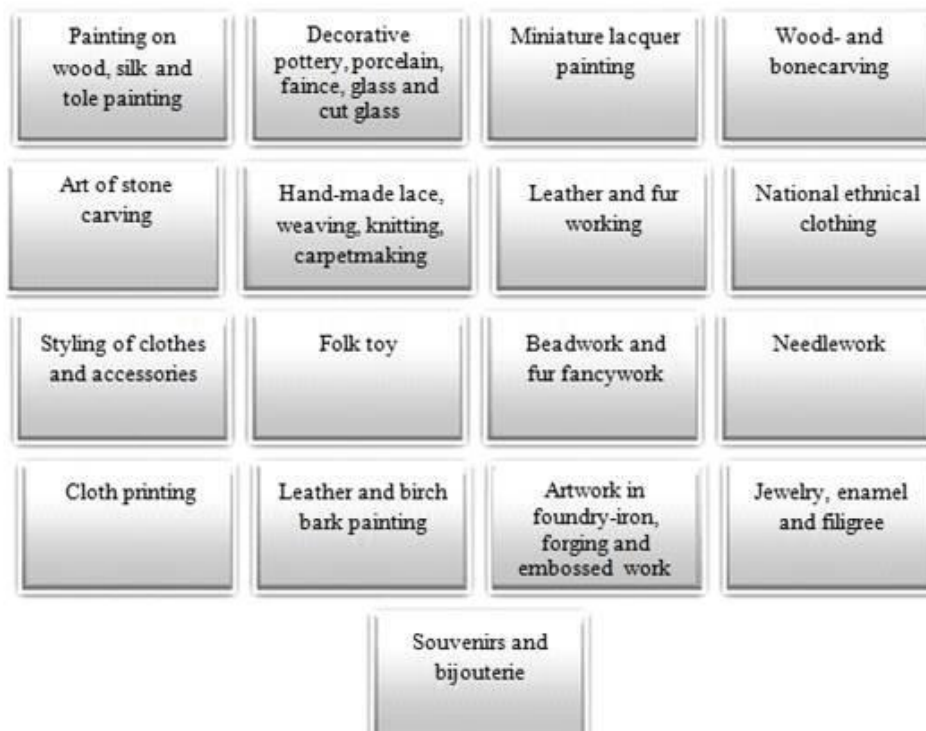
Main part. The problem of nonmaterial cultural heritage is topical and at the same time quite complicated. Speaking about nonmaterial cultural heritage we mean by this the soul of the nation, its mentality and identity. It is impossible to see and understand the features of this heritage, and herein lies the complexity of the problem. According to the International Convention of Nonmaterial Cultural Heritage, this is customs, forms, ideas, knowledge and skills, and also connected with them – instruments, objects, artifacts and cultural spaces, admitted by the communities, groups and, in some cases, by individuals in the capacity of the parts of their cultural heritage. Cultural heritage can help to attract the investments to the municipal area and to develop the travel industry. Among the foreign authors' works we can find some definitions of the category of «nonmaterial cultural heritage». In particular, D. Blake believes that the contrast between concepts «cultural property» and «cultural heritage» is unclear, and in some cases they could be interchanged. However, in reference to the definition of the concept «cultural property» (Hague Convention, 1954), the author confirms that the document «clearly shows that the cultural property is one of the elements of the cultural heritage» [1]. D. Lowenthal confirms that «natural heritage has the global meaning and can't be disputed. Pure water and natural fuel, tropical forests and genetic pool; they are all our common heritage, and they all need to be done with care. Cultural resources form the same part of the global heritage...» [7]. The main spheres and forms of manifestation of nonmaterial cultural heritage can be the following (fig. 1).



*Fig.1. The main spheres and forms of manifestation of nonmaterial cultural heritage
Рис. 1. Основные сферы и формы проявления нематериального культурного наследия*

Nonmaterial cultural heritage as a system maintains ethnos' vitality, forms the worldview, the system of values and guides. National artistic trades are custodians of worldview and artistic traditions. Over the course of history, they soaked up the elements of the Old Russian art, urbi-cultural traditions of XVII-XX

centuries, which let them remain the modern art. And even now artistic craftworks represent developing art, forming an essential part of modern art. Types of national artistic trades popular in Russia are represented in fig. 2.



*Fig. 2. The types of national artistic trades popular in Russia [10]
Рис. 2. Виды народных художественных промыслов, популярны, в России [10]*

Traditional national artistic trades and crafts are usually classified by the material used in production. Hereon the following types can be distinguished:

- Handicrafts of solid material (wood, birch bark, vine);
- Pottery, porcelain, faience, glass;
- Metal, stone, bone;
- Handicrafts of soft material (spun linen, wool);
- Handicrafts of animal fur and leather.

At the present time, a proportion of tourism in gross regional product of Voronezh region is less than 1% (as a comparison, the proportion of tourism in gross global product is 3,6%, central European – 6,9%, Russian – 2,5%).

The diagnosis of the socio-economic situation and the condition of tourism in the region enable us elicit the main factors of its development:

- Economic structure favourable to the intensive growth and providing the sustainable development of the region;
- Key economical branches – industry, agriculture, building;
- Depletion of the regional resources leading to the most adverse effects;

- Recognition of tourism as a priority of the regional development;
- Existence of the territorial inequalities in the tourist market structure;
- Weak material and technical resources and lack of infrastructural support of tourist sector;
- Weak information accessibility to the data of the tourist potential;
- Suppositions for new reforms for high quality in the tourism sector determined by a focal point of the state and regional policy.

The tourist flow to Voronezh region in 2015 increased by 13% and comprised 450 thousand people. There are 2738 cultural heritage sites on the territory of Voronezh region, 1362 of which are cultural heritage sites of federal significance. In terms of the volume of the cultural heritage sites (2705), Voronezh region occupies the 5th place among the subjects of the Central Federal District of the Russian Federation. Voronezh was always famous for its craftsmen. In the middle of the XIX century, in different villages and towns of the province, the national artistic trades were formed. At the present time, the following craft types can be distinguished (table 1).

Table 1

The types of national artistic trades in Voronezh region

Таблица 1

Виды народных художественных промыслов в Воронежской области

№	Type of the trade	The founder, spreading
1	Arefieva amusing craft	Still alive is a Voronezh craftswoman of pottery toys Galina Arefieva. The art school of making pottery toys exists
2	Artistic dough art	A Voronezh craftswoman Svetlana Bogomolova. Salt dough modeling. Combining historical traditions and fairy tales stories with modern technics and national costumes
3	Hand-embroidery	Descended from a renowned family of craftsmen, Dina Bychkova. Ostrogozhsk area. Crafts-house «Ostrogozhskiev zory» was founded
4	Artistic willow-weaving	Director of the crafts-house «Ostrogozhskiev zory» Tatiana Ishutina
5	Toy-whistle made of clay	Traditional south craft (Kalach area) of Voronezh region. The follower of the famous Kalach potter Georgy Sezintsev – Olga Kozinina
6	Karachun-toy	National toy made of clay and traditional for Ramon area of Voronezh region. A potter Vasily Lyamzin. His follower – Galina Kotelnikova created her own style; has been running a pottery club in Ramon school for more than 20 years
7	National doll. Patch-work	This craft follower – Larisa Kurova – lives in Voronezh
8	Artistic painting on wood	A famous Voronezh drop-shaped matryoshka doll (a nesting doll), «dressed» in distinctive, accurately and detailed reconstructed national costumes of Voronezh province. Creator – Elena Matveeva – a follower of Voronezh freeman, a member of Russian Federation Painters Union – Petr Ponomaryov
9	Shubnoe village pottery	A craftswoman of a toy made of clay Natalia – Minkova. «Baranov kerchief» patterns (a headwear founded in the XIX century and popular among the Black Earth Belt region women)
10	Two figure composition of ceramic toy-whistles	Original Ostrogozhsk area toy made of clay. A craftswoman – Lyubov Usova

Folk artistic crafts can become a basis for territory marketing, which is gaining more and more traction nowadays. Its main purpose is to raise attractiveness of some particular places for both legal customers (agencies, investors etc.) and individuals (tourists, citizens, workers, etc).

It can be achieved by gradual raising of popularity of domestically assembled merchandise (ex. goods of folk artistic crafts), which would be strongly associated among customers with high quality and prestige value, i.e. regional brands. Availability of such brands guarantees recognizability of the region, demonstration of its advantages and forming a friendly atmosphere around it. Thus, first of all, folk artistic crafts satisfy aesthetic needs and also needs for national and regional identity, enculturation, self-expression etc. Hence, it is necessary to maintain the level of present folk artistic crafts and also handicrafts that are outstanding work of national art. Including folk artistic crafts organisations into the touristic-recreational territories will contribute to developing both the tourism and socioeconomic growth and raising of living standards on the regional territory.

Conclusion. Thus, an analysis of the factors, that influence the folk artistic crafts, shows that this industry problems are solvable if to join the forces of the craftsmen, national artistic trades organisations, central and local authorities. Besides, it is indispensable to get a strong state support that determines the most comfortable conditions for national artistic trades' development. The main tendencies of folk arts and crafts maximum attraction in order to develop the tourist sector can be classified in the following way:

- Topush forward the ideas of convergence of tourism services and crafts among the managers and people who take decisions in the tourism and folk artistic crafts field.

- To form and develop new places of folk artistic crafts developing and places, where the folk artistic crafts' craftsmen already exist and work.

- To develop new marketing complexes, focused on small infrastructure industry creation (ex. transport restaurants with the folk artistic crafts interior).

- To create a complex of geo-data resource, such as sites, social networks, print media in order to attract tourists meaning to visit Voronezh region and also local population interested in its history.

These steps don't require any investments. They will conduce regional tourism movement, monetize less-demanded resources of the local folk artistic

crafts producers and another Voronezh region self-employed individuals.

References

1. Blake, J. *The International and Comparative Law Quarterly?* 2000. Vol. 49. №1. P. 67.
2. Douglas, N. and Derret R. *Special Interest Tourism*, 2001. London: Belhaven Press. URL: <http://v5.books.elsevier.com/bookscat/.PDF> (Date of access: July 4, 2016).
3. Fowler, P. J. *World Heritage Cultural Landscapes: 1992-2002*. Paris: UNESCO World Heritage Centre, 2003. 140 p.
4. Khisametdinova, F. G. *Intangible Cultural Heritage of the Peoples of Russia – the most Important Resource of the Cultural and Socio-economic Development of the country* // URL: <https://www.google.ru/url> (Date of access: July 4, 2016).
5. Klitsunova, V. A. *Interpretation of Cultural and Natural heritage of the Belarusian Village: School Experiences*. System Transformation Society: Historical Experience, Present and Prospects. Collection of scientific works of chairs of social sciences and humanities. Vol. VI. Brest, 2009. Pp. 105-108.
6. Klitsunova, V. A. *The Problems of Use of the Intangible Heritage as a Tourist Resource* //URL: <http://rep.polessu.by/bitstream/112/1189/1/50.pdf> (Date of access: July 4, 2016).
7. Lowenthal, D. *The Heritage Crusade and the Spoils of History* Cambridge. Cambridge University Press, 1998.
8. Trauer, B. *Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis* *Tourism Management*. 2006. Vol. 2. Iss. 2. Pp. 183-200.
9. Wiley&Sons, J. *Special interest tourism*. Australia, Ltd., 2006. 475 p.
10. Yakovenko, N. V. *Folk Artistic Crafts as a Specific Brand of Cultural Tourism in Depressive Region (Ivanovo Region as an Example)* //Modern Problems of Service and Tourism. 2015. V. 9. №4. Pp. 62-71.

Список литературы

1. Blake, J. *The International and Comparative Law Quarterly?* 2000. Vol. 49. №1. P. 67.
2. Douglas, N. and Derret R. *Special Interest Tourism*, 2001. London: Belhaven Press// URL: <http://v5.books.elsevier.com/bookscat/>. PDF (Дата обращения: 4.07.2016).
3. Fowler, P. J. *World Heritage Cultural Landscapes: 1992-2002*. Paris: UNESCO World Heritage Centre, 2003. 140 p.
4. Хисаметдинова, Ф. Г. Нематериальное культурное наследие народов России – важнейший ресурс культурного и социально-экономического развития страны // URL: <https://www.google.ru/url> (Дата обращения: 4.07.2016).
5. Клищунова, В. А. Интерпретация культурного и природного наследия белорусской деревни: школа впечатлений. Системная трансформация общества:

исторический опыт, современность, перспективы. Сборник научных трудов кафедры социально-гуманитарных наук. Вып. VI. Брест, 2009. С. 105-108.

6. Клицунова, В. А. Проблемы использования нематериального наследия в качестве туристического ресурса // URL: <http://rep.polessu.by/bitstream/112/1189/1/50.pdf> (Дата обращения: 4.07.2016).

7. Lowenthal, D. *The Heritage Crusade and the Spoils of History Cambridge*: Cambridge University Press, 1998.

8. Trauer, B. Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis *Tourism Management*. Vol. 27. Issue 2. 2006. P. 183-200.

9. Wiley&Sons J. *Special interest tourism*. Australia, Ltd., 2001. 475 p.

10. Яковенко, Н. В. Народные художественные промыслы как особый бренд культурного туризма депрессивного региона (на примере Ивановской области)//Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 4. С. 62-71.

**ИННОВАЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И ТОРГОВЛЕ
INNOVATIONS IN FOOD PRODUCTION AND TRADE**

УДК 338.439.4

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-33-37

Жеоржеску Ч.¹
Быркэ А. Г.²
Мячикова Н. И.³

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ В ЕВРОПЕ

- 1) доцент кафедры сельскохозяйственных наук и инженерии пищевых продуктов, кандидат химических наук, доцент Университет «Луциан Блага» Сибиу, ул. И. Рациу, 7-9, г. Сибиу, Румыния. *E-mail: cecilia.georgescu@ulbsibiu.ro*
- 2) доцент кафедры технологии и организации общественного питания, кандидат экономических наук, доцент Технический Университет Молдовы, бул. Штефан чел Маре, 168, Кишинев, МД-2004, Республика Молдова. *E-mail: birca.adriana1@gmail.com*
- 3) заведующая кафедрой технологии продуктов питания, кандидат технических наук, доцент Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *E-mail: myachikova@bsu.edu.ru*

Аннотация. В статье представлен обзор литературы относительно функциональных продуктов питания в Европе. В начале двадцать первого века отмечается рост численности и старение населения, в связи с чем функциональные продукты питания становятся важным направлением в пищевой промышленности и сельском хозяйстве Европы. Польза функциональных продуктов заключается в том, что они могут поддерживать благополучие государства и здоровье человека и уменьшать риск патологических заболеваний. Однако, прогресс в этой области должен базироваться на серьезной и солидной научной основе. Маркировка функциональных продуктов должна быть согласована и адаптирована к каждой национальной культуре для европейских потребителей.

Ключевые слова: функциональные продукты; здоровые продукты питания; маркировка функциональных продуктов.

UDK 338.439.4

Georgescu C.¹
Birka A. G.²
Myachikova N. I.³

FUNCTIONAL FOOD PRODUCTS IN EUROPE

- 1) Associate Professor, Department of Agricultural Sciences and Engineering of Food, PhD in Chemistry, Associate Professor Lucian Blaga University of Sibiu, 7-9, St. I. Ratsiu, Sibiu, Romania. *E-mail: cecilia.georgescu@ulbsibiu.ro*
- 2) Associate Professor, Department of Technology and Organization of Public Catering, PhD in Economic Sciences, Associate Professor, Technical University of Moldova, 168, st.Stefan cel Mare, Chisinau, MD-2004, Republic of Moldova. *E-mail: birca.adriana1@gmail.com*
- 3) Head of Department of Food Technology, PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Belgorod State National Research University, 85, St. Pobedy, Belgorod, 308015, Russia. *E-mail: myachikova@bsu.edu.ru*

Abstract: The article presents the results of literature review regarding the functional food products in Europe. The beginning of the twenty-first century is marked with growing and ageing population, thus functional food products will constitute a challenge for Europe's food and agricultural industry. The positive effects of functional food products can be either in maintaining a state of well-being and health and reducing the risk of pathologic diseases. However, this progress must be based on a sound scientific basis. The consensus on functional claims must be carefully evaluated and adapted to each culture so as to be adopted by conscious European consumers.

Keywords: functional food; healthy food, nutrients; functional claims

Introduction. Components in foods have a potential to modulate target functions in the body so as to enhance these functions and/or contribute to reduce the risk of diseases, and «functional food

science» will contribute to human health in the future provided evidence is supported by sound scientific (mostly human) data.

Through the development of functional foods, nutritionists and food scientists have a possibility to offer beneficial opportunities related to well-being and health and reduction of risk of diseases. But the success of this new approach to nutrition will require the identification, characterization and development of methodologies to measure, and the validation of relevant markers being indicators or factors to be used in human nutrition studies. The design of such studies still needs to be analyzed carefully and be developed specifically by reference to, but differently from classical clinical studies that have been elaborated to help in the development of drugs, not food products.

Major target functions in the body that are or can be modulated by specific food products will have to be identified or characterized. The basic science to understand these functions and how they relate to the wellbeing and health or a particular pathological process needs to be developed so as to give the necessary scientific base to develop new functional food products.

Functional food: defining the concept.

Functional food cannot be a single well-defined/well characterized entity. Indeed, a wide variety of food products are, or will be in the future, characterized as functional foods, with a variety of components – both classified and not classified as nutrients – affecting a variety of body functions relevant to either a state of well-being and health and/or to the reduction of the risk of a disease.

Thus no simple universally accepted definition of functional food exists or will (ever) exist. Functional food has thus to be understood as a concept [13].

Moreover, if it is function-driven rather than product driven, the concept is likely to be more universal and not too much influenced by local characteristics or cultural traditions [4].

In the scientific as well as in more marketing-oriented literature functional food has as many definitions as the number of authors referring to it. These definitions go from simple statements, such as: 1) foods that may provide health benefits beyond basic nutrition [6] and 2) foods or food products marketed with the message of the benefit to health [12], to very elaborate definitions such as:

a) food and drink products derived from naturally occurring substances consumed as part of

the daily diet and possessing particular physiological benefits when ingested [5];

b) food derived from naturally occurring substances, which can and should be consumed as part of the daily diet and which serves to regulate or otherwise affect a particular body process when ingested [14];

c) food similar in appearance to conventional food, which is consumed as part of the usual diet and has demonstrated physiological benefit and/or reduces the risk of chronic disease beyond basic nutritional functions [3];

d) food that encompasses potentially helpful products, including any modified food or food ingredient that may provide a health benefit beyond that of the traditional nutrient it contains [15].

But whatever definition is chosen, «functional food» appears as a quite unique concept that deserves a category of its own, a category different from nutraceutical, f(ph)armafood, medifood, designer food or vitafood, and a category that does not include dietary supplements. It is also a concept that belongs to nutrition and not to pharmacology. Functional foods are and must be foods, not drugs. Moreover, their role regarding disease will, in most cases, be in «reducing the risk» rather than «preventing» it [13].

Shifting the Paradigm for Health and Wellness.

A growing number of consumers perceive the ability to control their health by improving their present health and/or hedging against aging and future disease. These consumers create a demand for food products with enhanced characteristics and associated health benefits. Using foods to provide benefits beyond preventing deficiency diseases is a logical extension of traditional nutritional interventions. Nonetheless, such an extension requires changes in not only the foods themselves, but also in their regulation and marketing-truly a paradigm shift.

Creating a scientifically valid distinction between food and medicine has never been easy. Centuries ago, Hippocrates advised: «Let food be thy medicine and medicine be thy food». Early nutrition research resulted in cures for numerous widespread efficiency – based diseases. Recent scientific advances have further blurred the line between food and medicine, as scientists identify bioactive food components that can reduce the risk of chronic diseases, improve the quality of life, and promote proper growth and development.

Traditional paradigm. Traditional fortification of foods with vitamins and minerals has been accepted by consumers and regulators, but consumers

should recognize the clear distinction between the use and purpose of foods versus drugs.

Food has traditionally been viewed as a means of providing normal growth and development. Regulatory policies were established to replace nutrients lost during processing and, in some cases, to prevent nutrient deficiencies in the population. Federal policies have generally required that other diseases be treated and managed through the use of drugs.

A new self-care paradigm [2] recognizes that foods can provide health benefits that can co-exist with traditional medical approaches to disease treatment. Science has clearly demonstrated additional dietary roles in reducing disease risk, and consumers have learned that food has a greater impact on health than previously known. At the same time, consumers recognize problems with the current healthcare system, perceiving that it is often expensive, time-consuming, and impersonal.

Functional foods fit into a continuum that ranges from health maintenance/promotion to disease treatment. On one end of the continuum care public health programs aimed at reducing disease risk in a large segment of the population through self-directed lifestyle changes. At the other end of the continuum is individualized treatment of diseases by health care professionals using drugs and other medical interventions. Although the health professional involvement is low in self-directed treatment relative to individualized treatment, an important educational component remains. New functional foods will continue to expand the continuum, providing additional options for consumers.

There is a role for all aspects of this paradigm in our health care system. Functional foods should be integral components of established public health programs to reduce the risk of specific diseases [2].

The treatment and prevention of coronary heart disease (CHD) provides an example of this paradigm shift. In the past, recommendations for treating hypercholesterolemia, one of the risk factors for CHD, included dietary and lifestyle interventions along with education. The dietary and lifestyle interventions included reducing intake of saturated fat and cholesterol, quitting smoking, increasing regular physical activity, and maintaining a healthy body weight [9, 10]. These recommendations, often in conjunction with medication, have been effective strategies for managing heart disease.

The most recent clinical guidelines for treatment of coronary heart disease include therapeutic dietary options for reducing low density lipoproteins (LDL) by consuming specific foods, such as those that contain plant stanols/sterols, increasing intake of soluble fiber, and reducing the intake of trans fatty

acids [11]. Several food components currently under study may provide additional dietary options in the prevention and treatment of CHD.

Functional food: a European consensus. The unique features of a «functional food» are [1]:

- 1) a conventional or everyday food;
- 2) consumed as part of the normal/usual diet;
- 3) composed of naturally occurring (as opposed to synthetic) components, perhaps in unnatural concentrations or present in foods that would not normally supply them;
- 4) having a positive effect on target function(s) beyond nutritive value/basic nutrition;
- 5) that may enhance well-being and health and/or reduce the risk of disease or provide health benefit so as to improve the quality of life including physical, psychological and behavioral performances;
- 6) have authorized and scientifically based claims.

It is in this general context that the European Commission's Concerted Action on Functional Food Science in Europe (FUFOSE), which actively involved a large number of the most prominent European experts in nutrition and related sciences, has been coordinated by the International Life Sciences Institute (ILSI) Europe. It developed in early 1996 to reach a European Consensus on «Scientific Concepts of Functional Foods», which was published in 1999 [4].

As already indicated above, and because functional food is a concept rather than a well-defined group of food products, that consensus document proposes 'a working definition': «A food can be regarded as functional if it is satisfactorily demonstrated to affect beneficially one or more target functions in the body, beyond adequate nutritional effects, in a way that is relevant to either improved stage of health and well-being and/or reduction of risk of disease. A functional food must remain food and it must demonstrate its effects in amounts that can normally be expected to be consumed in the diet: it is not a pill or a capsule, but part of the normal food pattern» [4].

The main aspects of that working definition are:

- 1) the food nature of functional food – not a pill, a capsule or any form of dietary supplement;
- 2) the demonstration of effects to the satisfaction of the scientific community;
- 3) the beneficial effects on body functions, beyond adequate nutritional effects, that are relevant to an improved state of health and well-being and/or reduction of risk (not prevention) of disease;
- 4) the consumption as part of a normal food pattern.

This definition encompasses all main features of functional foods identified above, and it is aimed at stimulating research and development in the field of nutrition so as to contribute adequately to the scientific knowledge that will be required to define optimum (optimized) nutrition by elaborating new dietary guidelines. But it should be emphasized that a functional food will not necessarily be functional for all members of the population, and that matching individual biochemical needs with selected food component intakes may become a key task as we progress in our understanding of the interactions between genes and diet [8].

From a practical point of view, a functional food can be:

- 1) a natural food;
- 2) a food to which a component has been added;
- 3) a food from which a component has been removed;
- 4) a food where the nature of one or more components has been modified;
- 5) a food in which the bioavailability of one or more components has been modified or
- 6) any combination of these possibilities.

Food technology and its impact on functional food development. From the point of view of food processing [4, 7], the development of functional foods will often require an increased level of complexity and monitoring of food processing because:

- 1) new raw materials including those produced by biotechnologies;
- 2) emerging thermal and non-thermal technologies;
- 3) new safety issues;
- 4) integration throughout the entire food chain, especially to ensure preservation and/or enhancement of functionality, will have to be considered carefully.

The following main areas for technological challenge have been identified:

1. The creation of new food components in traditional and novel raw materials that add or increase functionality. Examples of such challenges are genetic modification, the use of under-utilized or unconventional natural sources (e.g. algae, seaweed) and the development of bioreactors based on immobilized enzymes or live micro-organisms.

2. The optimization of functional components in raw material and in foods to ensure maximal preservation of the component(s), to modify their function, to increase their bioavailability, etc. The examples of such challenges include the development of membrane-processing techniques, the use of

controlled and modified atmospheres, the use of high hydrostatic pressure, high-intensity electric field pulse technology and ultrasound treatments.

3. The effective monitoring, throughout the entire food chain, of the amount and functionality of the component(s) in raw materials and foods. The examples of such challenges include the monitoring of microbial viability and productivity for probiotic functions, the development of sensitive markers to record changes in speciation and the interactions with food components during processing, especially fermentation.

Encouraging the Development of Functional Foods. As research provides clear evidence of relationships between dietary components and health benefits, the challenge has just appeared. Scientific, regulatory, and business frameworks must be in place to evaluate the data for efficacy and safety, to ensure effective regulatory oversight, to communicate the findings to consumers, and to provide incentives that encourage research and development of these novel food products.

We recommend some modifications to the existing efficacy and safety evaluation process to ensure a sound scientific underpinning for each proposed functional food, while providing clear information to consumers. Corresponding improvements in the regulatory oversight of new functional components also are proposed. These changes must be implemented now to protect consumer confidence in the safety of the food supply and to encourage the food industry to invest in the development of new functional foods. Science is moving rapidly; the industry and government must also move rapidly to ensure that the results are translated into benefits for the consumer. The functional foods currently available represent only a fraction of the potential opportunities for consumers to manage health through diet.

Traditional definitions and arbitrary distinctions between food and medicine should not prevent consumer access to knowledge about the benefits of incorporating functional foods into their diets. Likewise, the framework for providing a strong regulatory oversight should not present unnecessary barriers to the development and marketing of functional foods. Where existing terminology and regulatory frameworks are inadequate to address the full scope of benefits and opportunities for functional foods, the terminology and the frameworks must be modified.

Developing a new functional food is an expensive process. Food companies have traditionally funded research for new food product

formulations but for functional foods, the stakes are higher – for both food companies and consumers.

Government investment in basic and applied research will promote the development of functional foods, but additional incentives are needed to reward private companies that pioneer new health claims. The research required for a functional food to meet scientific standards for efficacy and safety is a substantial investment, but currently the return on that investment is not exclusive to the company that conducted the research and developed the initial regulatory petition. As soon as the health claim is adequately documented, competing companies can use the claim. Incentives, such as a period of exclusivity or tax incentives, would encourage food companies to pursue functional food development by ensuring a profitable return on successful products.

Conclusions. Progress in food regulation, which is the means to guarantee the validity of the claims as well as the safety of the food, will have to be made. On the road to optimized nutrition that will be one of the major challenges of nutrition in the twenty-first century, functional foods have their own role to play. But the development of claims for already existing food products, as well as the development of new products and their own claims, should remain first a scientific challenge and not only a marketing challenge. This is the condition for success to the benefit of both human health and the food industry.

The positive effects of a functional food can be either maintaining a state of well-being and health or reducing the risk of pathologic consequences. Among the most promising targets for functional food science are gastrointestinal functions, redox and antioxidant systems, and metabolism of macronutrients. The ongoing research into functional foods will allow the establishment of health claims that can be translated into messages for consumers that will refer to either enhanced function or reduction of disease risk. Only a rigorous scientific approach that produces highly significant results will guarantee the success of this new discipline of nutrition. This presents a challenge for the scientific community, health authorities, and the food industry.

References

1. Bellisle, F., Diplock, A. T., Hornstra, G., Koletzko, B., Roberfroid, M., Salminen, S. & Saris WHM (editors). *Functional food science in Europe* // British Journal of Nutrition 80, Suppl. 1, 1998. Pp. 1-19.
2. Clydesdale, F. M. *Science, education and technology: New frontiers for health* // Crit. Rev. Food Sci. Nutr. 38. 1998. Pp.397-419.
3. DC: National Academy Press. Health Canada, Policy Options Analysis: Nutraceuticals /Functional Foods. Ottawa, Ont., Canada: Health Canada, Health Protection Branch, Therapeutic Products Programme and Food Directorate, 1997.
4. Diplock, A. T., Aggett, P. J., Ashwell, M., Bornet, F., Fern, E. B. & Roberfroid, M.B. *Scientific concepts of functional foods in Europe: consensus document* // British Journal of Nutrition 81, Suppl. 1, 1999. Pp. 1-27.
5. Hillian, M. *Functional foods: current and future market developments* // Food Technology International Europe, 1995. Pp. 25-31.
6. IFIC Foundation: *Functional foods: opening the door to better health*. Food Insight November/December, 1995.
7. Knorr, D. *Functional food science in Europe* // Trends in Food Science and Technology 9, 1998. Pp. 295-340.
8. Kok, F. J. *Functional foods: relevance of genetic susceptibility* // Proceedings of Forum on functional Food, 1999. Pp. 217-229.
9. NCEP. 1988. *High blood cholesterol in adults: Report of the expert panel on detection, evaluation, and treatment*. NIH Pub. No. 88-2925. National Heart, Lung, and Blood Institute, Bethesda, MD.
10. NCEP. 1993. *Second report of the expert panel on detection, evaluation, and treatment of high blood cholesterol in adults*. NIH Pub. No. 93-3095. National Heart, Lung, and Blood Institute, Bethesda, MD.
11. NCEP. 2001. *Third report of the expert panel on detection, evaluation, and treatment of high blood cholesterol in adults (Adult Treatment Panel III)*. NIH Pub. No.01-3670. National Heart, Lung, and Blood Institute, Bethesda, MD.
12. Riemersma, R. A. *A fat little earner*. Lancet 347, 1996. Pp. 775-776.
13. Roberfroid, M. B. *Defining functional foods* // Functional Foods, Concept to Product, 2000. Pp. 9-28.
14. Smith, B. L., Marcotte, M. & Harman, G.: *A Comparative Analysis of the Regulatory Framework Affecting Functional Food Development and Commercialization in Canada, Japan, the European Union and the United States of America*, 1996.
15. Thomas and R Earl (editors): *Food and Nutrition Board, Institute of Medicine, National Academy of Sciences, Opportunities in the Nutrition and Food Sciences [PR]*. Washington, 1994.

УДК 641.51:637.48:66.022.36:547.458

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-38-43

Пивоваров П. П.¹
Кондратюк Н. В.²
Степанова Т. М.³

**ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ТЕХНОЛОГИИ
НИЗКОКАЛОРИЙНЫХ ЖЕЛЕ НА ОСНОВЕ ПОЛИСАХАРИДОВ**

- 1) профессор, доктор технических наук, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли, ул. Клочковская, 333, г. Харьков, 61051, Украина. *E-mail: pcub@ukr.net*
2) доцент, кандидат технических наук, Днепропетровский национальный университет имени Олеса Гончара, пр. Гагарина, 72, г. Днепропетровск, 49050, Украина. *E-mail: kondratjuk_nata@mail.ru*
3) старший преподаватель, Сумской национальный аграрный университет, ул. Г. Кондратьева, 160, г. Сумы, 40021, Украина. *E-mail: stepan_01@i.ua; e-mail: eshkina97@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме недостаточного потребления населением пищевых волокон. Установлено, что системы: «агар – пектин высокоэтерифицированный» (1:1) и «пектин низкоэтерифицированный – порошок яичной скорлупы» (1:10) соответственно, имеют гораздо более высокие показатели органолептической оценки и сниженную калорийность, чем гели на основе желатина (3%). Отмечено, что структурно-механические характеристики систем на основе рассмотренных полисахаридов, аналогичны желатиновым гелям. Определен диапазон pH (3,2...3,3), в котором рассматриваемые композиции имеют стабильные реологические характеристики в ходе хранения (12...24 часа). Согласно полученным результатам была разработана технология низкокалорийных желе плодово-ягодных на основе полисахаридов и предложен способ повышения их пищевой ценности за счет использования жидких концентрированных плодово-ягодных соков.

На основании анализа органолептических и структурно-механических свойств желе установлено, что в случае использования полисахаридных смесей количество концентрата сока можно уменьшить на 30% без ухудшения органолептических свойств готового продукта, что позволяет судить об экономической эффективности разработки.

Ключевые слова: пищевые волокна; пектин; агар; кислотность; гелеобразование; низкокалорийные желе.

UDK 641.51:637.48:66.022.36:547.458

Pivovarov E. P.¹
Kondratjuk N. V.²
Stepanova T. M.³

**FEATURES OF LOW-CALORIE JELLY TECHNOLOGY
DEVELOPMENT BASED ON POLYSACCHARIDES**

- 1) Professor, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, 333, St. Klochkivska, Kharkiv, 61051 Ukraine. *E-mail: pcub@ukr.net*
2) Associate Professor, PhD in Technical Sciences, Dnepropetrovsk National University named after Oles Honchar, 72, av. Gagarina, Dnepropetrovsk, 49050, Ukraine. *E-mail: kondratjuk_nata@mail.ru*
3) Senior Lecturer, Sumy National Agrarian University, 160, st.Gerasima Kondratiyeva, Sumy, 40021, Ukraine. *E-mail: stepan_01@i.ua*

Abstract. The article is devoted to an important problem – the lack of consumption of dietary fiber. It was found that the systems «agar – high esterified pectin» (1:1) and «low esterified pectin – egg shell powder» (1:10) respectively have a much higher sensory evaluation indicators and reduced calorific value than gelatin-based gels (3%). It was observed that the structural and mechanical characteristics of the polysaccharides systems are similar to gelatin gels. The authors determined the range of pH (3,2...3,3) in which the compositions possess stable rheological characteristics during storage (12 ... 24 hours).

Based on these results, there was developed a technology of low-calorie fruit polysaccharide-based jellies and proposed a method to increase their nutritional value through the use of liquid concentrated fruit juices.

Based on analysis of the sensory and structural and mechanical properties of the jelly, it was found that the use of polysaccharide mixtures of juice concentrate can be reduced by 30% without degradation of the sensory properties of the finished product, which demonstrates the economic efficiency of the development.

Keywords: food fiber; pectin; agar; acidity; gelation; low-calorie jelly.

Введение. На сегодняшний день достаточно актуальной является проблема питания человека. Обогащение пищевых рационов компонентами, повышающими пищевую и биологическую ценность употребляемых блюд и кулинарных изделий, выводит на передний план разработки технологий продуктов оздоровительного питания. В первую очередь, речь идёт о дополнительном внесении витаминов и минеральных веществ, белковых изолятов и др. Однако не следует забывать и о таких полезных природных составляющих, как пищевые волокна, органические кислоты и ряд других веществ, улучшающих пищеварение, процессы метаболизма и усвоения, а также иммунный статус человека. Следует отметить, что из представленного перечня, наибольшую нехватку население испытывает в пищевых волокнах, суточная норма потребления которых составляет 25-30 г [1]. Однако фактическое потребление данного компонента питания на сегодняшний день в среднем составляет 10-13 г [2]. Учитывая значительный дефицит пищевых волокон в рационе человека, достаточно актуальным является вопрос о расширении ассортимента продуктов, обогащенных полисахаридами, как основными представителями класса пищевых волокон.

Одним из наиболее важных в плане регуляции работы желудочно-кишечного тракта считается пектин, основное действие которого в организме направлено на выведение тяжёлых металлов и радионуклидов. Также пектины служат хорошим субстратом для полезной микрофлоры кишечника, продуктами метаболизма которых являются иммуноглобулины, витамины, антибиотики, и, особенно, органические кислоты, поддерживающие низкий уровень рН в среде кишечника, что угнетающе действует на ряд патогенных и условно патогенных микроорганизмов [3].

На сегодняшний день польза пектина имеет клинические подтверждения. Так, согласно информации Института микробиологии и вирусологии им. Д. К. Заболотного НАН Украины, установлена способность пектиновых веществ связывать ионы Zn^{2+} , Co^{2+} , Pb^{2+} ($pH \ll 7$), Nb^{3+} , Ce^{3+} , Al^{3+} ($pH < 7$) в прочные комплексы и

выводить их из организма человека, тем самым проявляя детоксицирующие свойства [4].

Широкий спектр свойств пектина позволяет использовать его в качестве структурообразователя, загустителя и стабилизатора пищевых систем [5].

В наибольшей степени все вышеперечисленные свойства пектин реализует в составе жележных, пастильно-сбивных кондитерских изделий, а также сладких железированных блюд, которые обладают большим спросом у населения. Следует отметить, что железные продукты, изготовленные по классическим технологиям, предусматривают использование желатина и достаточно большое количество сахара, улучшающего не столько вкус изделий, сколько их основные реологические и физико-химические характеристики – прочность, упругость и влагоудерживающую способность. Поэтому данная группа продуктов считается достаточно калорийной, что, к большому сожалению, исключает ее из перечня пищевых композиций для диетического питания.

Одним из путей решения данной проблемы стала разработка технологии сладких железированных блюд с заменой желатина на смесь гелеобразователей полисахаридной природы. В частности, была предложена технология «Желе низкокалорийного» на основе смеси пектина и агара. Данная замена желатина способствовала снижению калорийности и повышению пищевой ценности готовых изделий. При этом экономическая составляющая процесса оставалась неизменной. Кроме того, в ходе отработки промышленной технологии было отмечено, что за счет нейтральных органолептических показателей гелей на основе полисахаридной смеси и их высокой влагоудерживающей способности, количество сахара можно снизить от 10 до 15% [6].

В работах [7, 8] были описаны свойства систем, полученных в ходе реакции ионотропного гелеобразования при участии низкоэтерифицированного (НЭ) пектина и ионов кальция, полученных в ходе растворения порошка яичной скорлупы (ПЯС) в растворе лимонной кислоты до полного выделения CO_2 . Результаты исследования показали технологическую

возможность и экономическую целесообразность осуществления вышеописанной замены и были положены в основу новой разработки.

Немаловажным стало изучение условий гелеобразования и факторов, влияющих на прочность полученных гелей на основе полисахаридов.

Цель работы – изучение влияния показателей кислотности на структурно-механические свойства систем: «ВЭ пектин – агар», «НЭ пектин – ПЯС», а также разработка технологии желе со сниженной калорийностью и повышенной пищевой ценностью на основе представленных полисахаридных систем.

Материалы и методы исследования. ВЭ цитрусовый пектин «CF 131 B» (производитель: «Danisco», Чешская Республика), НЭ цитрусово-яблочный пектин «NECJ-A1» (производитель: «PEKTOWIN», Польша), агар пищевой (производитель: «Industrias Roko, S.A.», Испания), желатин пищевой П-11 (производитель: ОДО Лисичанский желатиновый завод, Украина), порошок яичной скорлупы, соки концентрированные осветленные (производитель Agrana Juice, Украина).

Определение прочности полученных гелей осуществляли по стандартной методике на приборе Валента [9]. Показатели кислотности модельных гелей определяли потенциометрическим методом [10]. Органолептическое оценивание образцов

осуществляли балльным методом органолептической оценки.

Результаты исследования и их обсуждение. Были рассмотрены следующие модельные системы: «ВЭ пектин – агар» и «НЭ пектин – ПЯС». Предварительный этап исследования заключался в том, чтобы получить образцы гелей данных полисахаридных систем такой прочности, которая была бы максимально приближена к прочности геля на основе 3%-го раствора желатина, который широко используется для приготовления сладких блюд – желе. Также в образцах были оценены прозрачность, мягкость, упругость.

Достоверно известно [5], что гели на основе полисахаридов проявляют свои прочностные свойства в достаточно широком диапазоне рН. Однако ранее нами было отмечено, что при рН ниже 2,8 влагоудерживающая способность вышеописанных полисахаридов значительно ослабевает. Кроме того, следует учесть, что показатель кислотности пищевых систем на основе плодов, ягод, цитрусовых, не превышает значения 3,5. Поэтому, наиболее целесообразным стало изучение влияния кислотности в диапазоне рН 2,8...3,4 ($\pm 0,1$) на структурно-механические свойства полученных гелей (рис. 1).

Как видно из рис. 1, при снижении показателя рН утрачиваются прочностные характеристики, особенно это касается образцов на основе полисахаридов. При $\text{pH} \leq 2,8$ все образцы утрачивают прочность.

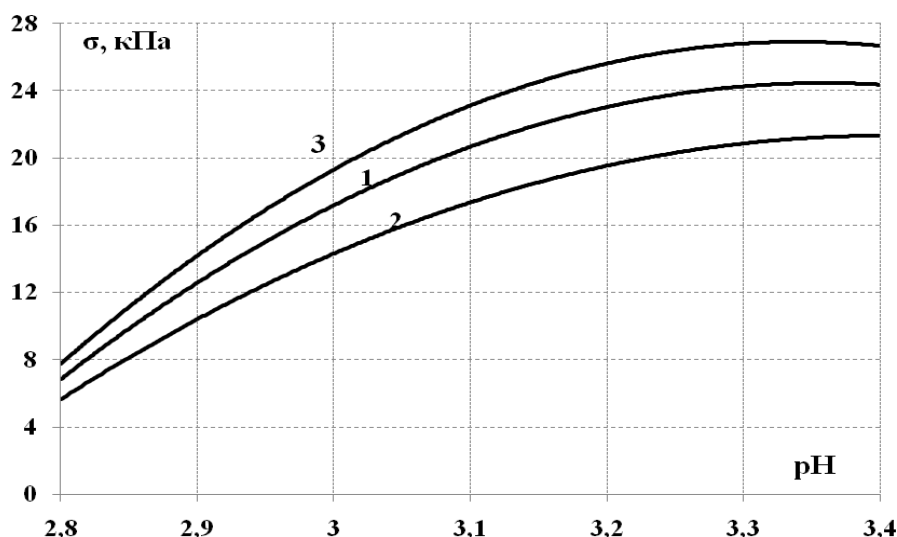


Рис. 1 – Зависимость прочности геля (σ) от величины рН в модельных системах:

1 – 3 %-й раствор желатина (контроль); 2 – «ВЭ пектин – агар»; 3 – «НЭ пектин – ПЯС»

Fig. 1 – The dependence of the gel strength (σ) and the pH value in the model systems: 1 – 3 % solution of gelatin (control); 2 – «high esterified pectin – agar»; 3 – «low esterified pectin – egg shell powder»

На основании созданных модельных систем были разработаны рецептуры желе, пищевая

ценность и органолептическая привлекательность которых была повышена за счет добавления

жидких концентратов соков. На рис. 1 наглядно отражен диапазон показателей pH, при которых прочностные характеристики модельных систем на основе полисахаридов имеют незначительные отклонения от контроля и, кроме того, сохраняют органолептическую привлекательность, что немаловажно для разработки технологии десертной продукции. Следовательно, на потребительском рынке можно прогнозировать высокую конкурентоспособность готовой продукции с содержанием полисахаридных систем, поскольку, помимо высоких органолептических показателей и пищевой ценности, она имеет ещё и сниженную калорийность (Δ 15...25%) из-за того, что рассмотренные полисахариды не принимают участия в выработке энергии для организма.

В исследовательской части работы для создания витаминного модуля в модельные системы гелей были добавлены жидкие концентрированные осветленные соки – вишневый, лимонный, апельсиновый. Однако на начальном этапе испытаний было установлено, что рекомендации по количественному внесению рецептурных компонентов не достаточно адаптированы для полисахаридных систем. Это, в большей мере, связано с тем, что модельные полисахаридные гели не имеют привкуса и запаха, присущих системам на основе желатина. Кроме того, гели на основе полисахаридов бесцветные и более прозрачные, нежели контрольные образцы, что, в свою очередь, требует меньшего внесения окрашенных и ароматизированных составляющих в состав рецептуры желе. Поэтому в рекомендации по использованию концентрированных жидких

соков были внесены соответствующие корректировки, касающиеся использования в составе продукции на основе полисахаридов.

Согласно технологической инструкции, сок концентрированный жидкий перед использованием в составе продукции на основе желатина должен быть разведен водой, прошедшей водоподготовку, в соотношении 1:5...6 [11].

Из рис. 1 видно, что область допустимых значений pH, при которых устанавливаются стабильные и органолептически допустимые реологические характеристики и физико-химические показатели модельных систем, лежит в области значений от 3,0 до 3,4. Это следует учесть при разведении концентрированных жидких соков.

Руководствуясь вышеприведенной информацией, а также учитывая результаты первичной органолептической оценки модельных систем, было установлено, что в случае участия полисахаридов можно применить разведение 1:30...50.

На следующем этапе исследования была изучена прочность полисахаридных гелей на основе концентрированных соков, разведенных в следующих соотношениях: 1:30; 1:35; 1:40; 1:45; 1:50. Результаты показали, что образцы с разведениями 1:45 и 1:50, несмотря на хорошую прочность геля и допустимые значения кислотности (pH 3,4), имеют слабое окрашивание, вкус и запах, поэтому они были исключены из списка образцов, отобранных для дальнейших испытаний. Полученные данные сведены в таблицу 1.

Таблица 1

Характеристика модельных систем полисахаридных гелей на основе концентрированных соков

Table 1

Characteristics of model systems of polysaccharide gels based on concentrated juice

№ образца	Состав	Соотношение сок : вода	Прочность (σ), кПа	В У С	Органолептическая оценка*					Суммарный показатель
					Консистенция	Цвет	Запах	Вкус	Внешний вид	
			0,2	0,2	0,1	0,15	0,1	0,15	0,1	
1	ВЭ	1:30	4,9	5	4,9	4,8	4,9	4,8	4,7	4,87
2	пектин – агар	1:35	4,5	4,9	4,9	4,2	4,5	4,8	4,6	4,63
3		1:40	4,4	4,9	4,6	3,4	4,3	4,2	3,5	4,24
4	НЭ	1:30	4,9	5	4,8	4,9	4,8	4,9	4,9	4,90
5	пектин – ПЯС	1:35	4,8	5	4,9	4,4	4,3	4,9	4,1	4,69
6		1:40	4,6	4,8	4,8	3,6	3,9	4,4	3,7	4,32

* среднее значение показаний пяти дегустаторов.

Как видно из табл.1, наивысшую оценку получили два образца:

1) «Высокоэтерифицированный пектин : агар» (1:1) при соотношении сок : вода – 1: 30;

2) «Низкоэтерифицированный пектин : порошок яичной скорлупы» (10:1) при соотношении сок : вода – 1: 30.

Согласно данным табл. 1, все образцы, проходившие испытания, получили высокие оценки участников дегустации и были рекомендованы к испытаниям в условиях производства. При этом, согласно нормативной документации существующих аналогов данного вида продукции – желе плодово-ягодных – срок хранения составляет 90...120 дней. Микробиологическая чистота в ходе срока хранения обеспечивается путем внесения консервантов: калия сорбата и/или натрия бензоата. Поэтому во все шесть образцов был внесен консервант калия сорбат в количестве 0,1 г/ 100 г. Следует отметить, что в ходе хранения в образцах, получивших наивысшую оценку на 6-7 неделе хранения было отмечено явление синерезиса. Образцы с разведением 1:35 и 1:40 имели лучшую способность к удержанию влаги и сохраняли структурно-механические свойства до конца 12 недели.

Заключение. Таким образом, по результатам органолептического оценивания образцов, наиболее привлекательными оказались модельные системы на основе соотношения сок : вода – 1 :30 при составе «ВЭ пектин : агар» (1:1), при общем содержании полисахаридов в системе 0,5%, и «НЭ пектин : ПЯШ» (10 : 1), при общем содержании – 1,1%. Именно такие образцы были рекомендованы для индустрии общественного питания, где срок хранения не должен превышать 12 часов.

Оставшиеся образцы, обладающие стабильностью структуры по истечении рекомендуемых сроков хранения (12 недель) при наличии консерванта калия сорбата в количестве 0,1 г/ 100 г были рекомендованы для промышленного производства.

Разработанные системы и описанные в статье условия их продолжительной стабильности стали основой технологии низкокалорийных желе плодово-ягодных на основе концентратов соков. За счет замены желатина на предложенные системы на основе полисахаридов, калорийность сокращается на 15...25%. Кроме того, такая замена позволит рекомендовать разработанную продукцию для детского питания.

В ходе лабораторных и промышленных испытаний желированной продукции на основе смесей полисахаридов было отмечено, что за счет улучшенных органолептических показателей модельных гелей (прозрачности и нейтральности вкуса и запаха), количество концентрированного сока можно значительно снизить (в 5-8 раз) по сравнению с технологией желе на основе желатина.

В итоге следует сказать о том, что стратегия использования концентратов соков не только позволит избежать сезонности сырьевых компонентов и необходимости создания условий для их хранения, но и заметно позволит сократить технологический процесс изготовления продукции, имеющей хорошие органолептические показатели и высокую пищевую ценность [12].

Список литературы

1. Спиричев, В. Б., Шатнюк, Л. Н., Позняковский, В. М. Обогащение пищевых продуктов витаминами и минеральными веществами. Наука и технология. Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2004. 548 с.
2. Банковская, Н. В. Значение пищевых волокон для профилактики неинфекционных заболеваний. URL: <http://www.niipitan.com.ua/files/1287407682.pdf> (Дата обращения: 10.08.2016).
3. Gibson, G. R., Rastall, R. A. *Prebiotics: Development & Application*. London: John Wiley & Sons, Ltd, 2006. P. 266.
4. Качалай, Д. П. Методические указания по использованию в лечебно-профилактических целях пектинов и пектиносодержащих продуктов : №5049-89; К.: НИИ микробиол и вирусол АН УССР.1990. 24 с
5. Visser, J., Voragen, A. G. *Pectins and pectinases*. New York: Elsevier, 1996. P. 1011.
6. Перспективы использования агаро-пектиновой смеси в технологии желе / П. П. Пивоваров, Е. П. Пивоваров, Н. В. Кондратюк, Т. М. Степанова // Новое в технике и технологии пищевых производств. 2013. С. 142-148.
7. *Modelling of low calorie pectin-based product composition* / N. Kondratjuk, T. Stepanova, P. Pivovarov, Ye. Pivovarov // *Ukrainian Food Journal*. 2015. Т. 4, № 1. С. 22-36.
8. Вплив сахарози на структурно-механічні властивості системи на основі «напівфабрикату драглеутворюючого для желеїних виробів» / Н. В. Кондратюк, Т. М. Степанова, Є. П. Пивоваров // *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. 2015. № 3/10 (75). С. 49-54.
9. Водоросли морские, травы морские и продукты их переработки. Методы анализа: ГОСТ 26185. [Введ. 01.01.85]. М. : СТАНДАРТИНФОРМ, 2010. – 36 с.
10. Продукты переработки плодов и овощей. Методы определения титруемой кислотности: ГОСТ 25555.0-82. [Введ. 27.12.82]. М. : СТАНДАРТИНФОРМ, 2010. 4 с.
11. Соки плодовые и ягодные концентрированные. Технические условия: ГОСТ 18192-72. [Введ. 26.10.72]. М. : Издательство Стандартов, 1972. 12 с.
12. Bhandari, B. *Handbook of Food Powders. Processes and Properties*. New York: Woodhead Publishing Limited, 2013. P. 682.

References

1. Spirichev, V. B., Shatniuk, L. N., Pozniakovskiy, V. M. *Food Fortification with Vitamins and Minerals. Science and Technology*. Novosibirsk: Sib. Univ. Izdatelstvo, 2004. 548 p.
2. Bankovskaya, N. V. *The Importance of Dietary Fiber for Prevention of Noncommunicable Diseases*. URL: <http://www.niipitan.com.ua/files/1287407682.pdf> (Date of access: August 10, 2016).
3. Gibson, G. R., Rastall, R. A. *Prebiotics: Development & Application*. London: John Wiley & Sons, Ltd, 2006. P. 266.
4. Kachalai, D. P. *Guidelines for the Use of Pectins and Pectin Products in Medical Prophylaxis*. Kiev: The Institute of Microbiology and Virology, AN USSR, 1990. 24 p.
5. Visser, J., Voragen, A. G. *Pectins and pectinases*. New York: Elsevier, 1996. P. 1011.
6. Pivovarov, P., Pivovarov, Y., Kondratyuk, N., Stepanova, T. *Prospects of the Agar and Pectin Mixture Used in the Jelly Production Technology*. New technique and technology of food production. (2013): Pp. 142-148.
7. Kondratyuk, N., Stepanova, T., Pivovarov, P., Pivovarov, Y. *Modelling of Low Calorie Pectin-based Product Composition*. Ukrainian Food Journal. Vol. 4, (2015): Pp. 22-36.
8. Kondratyuk, N., Stepanova, T., Pivovarov, Y. *The Influence of Sucrose on Structural and Mechanical Properties of Systems Based on «Jelly Forming Semi-finished Products for Jelly Products»*. Eastern-European journal of enterprise technologies. Vol. 3, Iss. 10 (75) (2015): Pp. 49-54.
9. State Standard 26185-84. Seaweeds, Sea Grass and Derived Products. Methods of analysis] Moscow, Standartinform Publ., 2010. 36 p.
10. State Standard 25555.0-82. Processed Fruit and Vegetables. Methods for Determination of Titratable Acidity. Moscow, Standartinform Publ., 2010. 4 p.
11. State Standard 18192-72. Juices, Fruit and Berry Concentrates. Specifications. Moscow, Izdatelstvo Standartov, 1972. 12 p.
12. Bhandari, B. *Handbook of Food Powders. Processes and Properties*. New York: Woodhead Publishing Limited, 2013. P. 682.

Рецензент:

Якуба А.Р., профессор, доктор технических наук, Сумской национальный аграрный университет

**ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
TRANSDISCIPLINARY RESEARCH IN SERVICE ACTIVITIES**

УДК 332.74

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-3-3-44-50

Селютина Л. Г.

**ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СФЕРЕ
СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕКОНСТРУКЦИИ ЖИЛИЩНОГО ФОНДА
РОССИИ**

профессор, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, ул. Садовая, 21, г. Санкт-Петербург, 191023, Россия. *E-mail: ya.slarisa@ya.ru*

Аннотация. В статье исследуются актуальные вопросы развития реконструктивно-строительной деятельности по формированию рыночного предложения на рынке жилья Российской Федерации. В работе отмечена специфика взаимосвязи процессов формирования предложения, призванного удовлетворить потребительский спрос на объекты недвижимости и инвестиционного предложения, которое могло бы заинтересовать потенциальных инвесторов и конечных потребителей продукции реконструктивно-строительной сферы. Обращается внимание на необходимость расширения форм удовлетворения жилищной потребности в целях повышения доступности жилья. Подчеркивается, что рынок доступного арендного жилья обеспечит гибкую реакцию на изменения демографической структуры и структуры доходов населения. Анализируя особенности функционирования современного рынка воспроизводства жилья в Российской Федерации, автор указывает на необходимость дальнейшего развития рыночных механизмов и инструментов, обеспечивающих эффективность и надежность инвестиций в жилищное строительство и реконструкцию жилищного фонда в соответствии с потребительским и инвестиционным спросом населения.

Ключевые слова: реконструкция, жилищное строительство, инвестиционное предложение, социальная жилищная политика, рынок аренды жилья.

UDK 332.74

Selyutina L. G.

**FORMATION OF MARKET OFFERS IN THE FIELD OF
CONSTRUCTION AND RECONSTRUCTION OF HOUSING IN RUSSIA**

Professor, Doctor of Economics, Professor, Saint-Petersburg State University of Economics
21, st.Sadovaya, St. Petersburg, 191023, Russia. *E-mail: ya.slarisa@ya.ru*

Abstract. The article examines some topical issues of development of reconstructive and construction activities on the formation of market supply in the housing market of the Russian Federation. The author mentions the specific features of interrelation of the processes of offers formation designed to satisfy consumer demand for real estate and investment proposals which could be of interest to potential investors and final consumers of the reconstructive and construction sector. Attention is drawn to the need to expand the forms of satisfaction of housing needs to improve housing affordability. It is emphasized that the markets of affordable rental housing ensure a flexible reaction to the changing demographic structure and the structure of incomes of the population. Analyzing the characteristics of functioning of the modern market of housing reproduction in the Russian Federation, the author points to the need for further development of market mechanisms and tools that ensure the efficiency and reliability of investments in housing construction and the reconstruction of the housing fund in accordance with consumer and investment demand.

Keywords: reconstruction; housing construction; investment proposal; social housing policy; housing rental market

Интеграция реконструктивно-строительной деятельности в единый инвестиционно-строительный комплекс города генерирует специфический подход к идентификации рыночного предложения, особенностью которого выступает симбиоз следующих аспектов: эволюция предложения с целью удовлетворения потребительского спроса на объекты недвижимости и формирование инвестиционного предложения для позиционирования на рынке инвестиций.

Реализация всего обновленного здания с помощью его продажи одному владельцу (физическому или юридическому лицу) широко распространена в международной практике. Владелец здания или использует его под личные нужды, или организует сдачу в аренду отдельных жилых ячеек. Следует иметь в виду, что удовлетворение жилищных потребностей основной части населения большинства стран осуществляется за счет аренды жилья. В этих условиях данный способ реализации реконструированного жилья представляется вполне естественным.

В России аренда жилья как явление, практически только развивается. Основным способом удовлетворения жилищной потребности населения Российской Федерации было и остается пользование отдельной квартирой в многоквартирном доме. При этом в качестве наиболее распространенной формы предложения, представленного на рынке жилья, выступают квартиры, которые реализуются среди конечных потребителей [2].

Процесс формирования этой формы рыночного предложения в реконструктивно-строительной сфере встречает ряд ограничений. Первое связано с конструктивно-технологическими и архитектурно-планировочными особенностями жилой застройки, подлежащей капитальному ремонту и реконструкции. В зданиях этой застройки существует определенная сетка капитальных стен, которая не позволяет проектировщику использовать свою совокупность планировочных решений, которую он считает целесообразной. Кроме того, сама структура реконструируемой застройки (в частности, наличие множества дворовых флигелей) накладывает множество ограничений, связанных с необходимостью соблюдения санитарных норм, правил организации внутренних транспортно-пешеходных путей, элементов благоустройства и т.п. Эти условия накладывают отпечаток на

характеристики квартир, которые размещаются в реконструируемых жилых домах. В них, как правило, увеличена доля квартир многокомнатного состава (это продиктовано технико-экономической целесообразностью использования общей площади здания); снижена доля квартир, состоящих из двух или трех комнат, и почти отсутствуют однокомнатные квартиры.

Эти характеристики определяют и возможные направления реализации таких квартир. Они могут быть предназначены для потребления лицами, обладающими высоким уровнем потребностей и высоким платежеспособными возможностями.

В реконструированном жилом фонде велика не только цена выводимых на рынок квартир, что является следствием большого объема их общей площади, но и цена одного квадратного метра. Она формируется под воздействием многих факторов и, в первую очередь, фактора месторасположения объекта в городской среде [6]. С точки зрения этого фактора реконструируемая жилая застройка имеет очевидные преимущества, так как, как правило, располагается в наиболее престижных районах и на экономически наиболее ценных территориях.

Возможность организации в реконструируемом фонде преимущественно многокомнатных квартир необходимо учитывать при построении градостроительных моделей [7]. Известно, например, что в ряде крупных городов (Москве, Санкт-Петербурге), где наиболее велик удельный вес старого фонда, в течение многих лет существовал устойчивый дефицит на одно- и двухкомнатные квартиры. При этом число квартир, состоящих из четырех и более комнат традиционно превышало общественно-необходимый уровень.

В современных условиях требования к квартирной структуре представленного на рынке жилья существенно изменились. Изменения детерминированы несколькими процессами:

- дифференциацией потребителей по уровню платежеспособности;
- развитием потребительских предпочтений (особенно у потребителей с высоким и средним уровнем доходов);
- сокращением объема строительства социального жилья;
- появлением в последние годы разнообразного рыночного предложения, сформированного за счет нового строительства.

Однозначно оценить совокупное воздействие этих процессов не представляется возможным. Корректные оценки характера и структуры потребительских предпочтений могут быть получены только в ходе широких маркетинговых исследований.

Второе ограничение в области развития реконструктивно-строительной деятельности касается возможностей реализации жилья после проведения необходимых работ по капитальному ремонту, модернизации и реконструкции. При постановке здания на капитальный ремонт производится переселение жителей. Оно может быть временным, использующим маневренный фонд, или постоянным. При временном переселении жители реконструируемых домов имеют право на заселение в квартирах ранее ими занимаемых, после проведения всего комплекса работ. При постоянном переселении жителей им предоставляется равноценное жилье в других домах (районах) города. Существуют определенные организационно-административные механизмы, регламентирующие процесс расселения жителей реконструируемых домов. При этом лишь часть квартир в домах, прошедших капитальный ремонт и реконструкцию, выводится на рынок в качестве самостоятельного предложения. Это лимитирует возможность построения полноценных рыночных отношений в реконструктивно-строительной сфере.

В роли предложения выступают и находящиеся в жилых домах помещения, которые целесообразно использовать под нежилые нужды – помещения, находящиеся в первых этажах зданий, мансардные помещения и т.п. Они представляют собой объекты коммерческой недвижимости, которые обращаются на соответствующем рынке. При формировании объектов коммерческой недвижимости в составе объектов жилого назначения необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

- обеспечить возможность автономного доступа в жилые и нежилые ячейки;
- создать условия для согласованного инфраструктурного обеспечения таких объектов;
- обеспечить соответствие сегментной структуры потребителей объектов жилого и нежилого назначения.

Реконструктивно-строительная продукция, как недвижимость, образуется в результате осуществления длительного производственного цикла (несколько месяцев, год, несколько лет), который связан в рыночных условиях с повышенными финансовыми рисками.

Оценка привлекательности конкретных инвестиционных предложений не может быть проведена одним, даже высококвалифицированным специалистом. Она требует привлечения группы специалистов, владеющих инструментарием консалтинговых групповых технологий, и адекватного организационного обеспечения. В странах с развитой рыночной экономикой существует сеть специализированных консалтинговых фирм, которые осуществляют оценку инвестиционных проектов, в том числе и в области реконструкции жилищного фонда [14, 16]. Профессиональный состав таких фирм включает специалистов в области техники и технологии реконструктивно-строительной деятельности, экономики и финансов, проектирования и градостроительства. Сосуществование различных профессиональных качеств позволяет давать достаточно обоснованные инвестиционные оценки.

Непосредственно после разработки концептуального инвестиционного предложения необходимо приступить к формированию базы данных по потенциальным инвесторам, которых может заинтересовать то или иное предложение. Параллельно осуществляются предпроектные проработки, которые являются начальным этапом в формировании целостных характеристик – проекта реконструкции жилого здания или комплекса. Формирование базы данных по потенциальным инвесторам требует использования средств мониторинга, который предполагает организацию постоянного отслеживания и анализа ситуации с помощью фиксированных показателей [9]. Наиболее целесообразно создание комплексной системы экономического мониторинга, используемой субъектом управления реконструктивно-строительной сферы. Экономический мониторинг такого рода отражает совокупность показателей, характеризующих состояние и перспективы развития рыночной среды, и информация о потенциальных инвесторах представлена в нем не изолированно, а во взаимосвязи с другой важнейшей информацией.

Потенциальным инвестором, а также предполагаемым пользователем реконструируемых объектов направляются инвестиционно-коммерческие предложения, сформированные на основе предпроектных разработок. При этом осуществляется не формальная рассылка предложения, а активная работа с наиболее перспективным контингентом инвесторов (и возможных пользователей), имеющая целью не только учитывать пожелания

инвесторов, но и представлять доказательства эффективности проекта реконструкции. По завершении данного этапа и получении удовлетворительных результатов инвестиционные разработки следует продолжить. Инвесторы зачастую выдвигают встречные требования, которые необходимо оценить и по результатам оценки принять или отклонить, используя веские аргументы. Таким образом, осуществляется согласование требований и интересов различных сторон, участвующих в реконструктивно-строительном процессе, на основе которого формируется задание на проектирование.

Важно подчеркнуть, что процедуры согласования выходят за рамки отношений между инвесторами и субъектами управления реконструктивно-строительной деятельностью. Проект реконструкции, который выступает в качестве инвестиционного предложения, должен быть согласован с органами градостроительного регулирования, санитарного надзора, охраны природы, пожарной безопасности и т.д.

На рис. 1. представлен алгоритм процесса формирования инвестиционного предложения в реконструктивно-строительной сфере.



Рис. 1. Алгоритм процесса формирования инвестиционного предложения в реконструктивно-строительной сфере
Fig. 1. The algorithm of the process of developing an investment offer in the reconstruction and construction sphere

Формирование инвестиционного предложения должно завершаться оценкой его конечных результатов и социально-экономической эффективности.

В современных условиях перед системой управления реконструктивно-строительной деятельностью ставится еще одна актуальная задача. Она связана с необходимостью кардинальных преобразований жилой застройки, возведенной в 50-60 годах методами индустриального домостроения (пятиэтажек).

Принципиальные основы ее решения базируются на использовании рыночных механизмов, позволяющих достичь сбалансированности между предложением и спросом на объекты индустриального домостроения [4, 5]. В этой связи представляется целесообразным дать расширенную характеристику условий, которые определяют формирование рыночного предложения этого типа и направления его возможной реализации.

Немаловажная роль в формировании рыночного предложения в современной структуре жилищной сферы принадлежит развитию социального жилищного строительства. На сегодняшний день все большую актуальность для страны в целом и для регионов в частности приобретает проблема снижения уровня обеспеченности социальным жильем, устаревания имеющейся инфраструктуры и ее несоответствие сложившейся структуре населения.

Жилищное право граждан в Российской Федерации реализуется по большей части через приобретение жилья или его строительство за счет собственных средств, а социально-незащищенным слоям населения предоставляются жилые помещения в государственных или муниципальных жилых домах по договору найма по минимальной норме. Граждане, состоящие на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях, также могут принять участие в федеральных и региональных жилищных программах, нацеленных на предоставление жилья в собственность.

С приходом рыночных отношений изменилась и трактовка понятия «социальное жилье». В статье 19 Жилищного Кодекса Российской Федерации рассматривается категория жилищного фонда социального использования, как совокупности жилых помещений, включенных в государственный и муниципальный жилищный фонд, предоставляемых гражданам по договорам

социального найма. В зарубежной литературе социальное жилье является доступным арендным жильем для людей с низкими доходами, которое обеспечивается местными властями, некоммерческими организациями и жилищными товариществами [12, 17].

В России, благодаря развитому государственному сектору, социальным жильем считается льготное жилье государственного или муниципального жилищного фонда. По мнению автора, социальное жилье – это комфортное жилье стандартного качества, безвозмездно или за достойную плату передаваемое нуждающимся гражданам внаем на основании правил распределения по минимальной норме, которая учитывает потребности семей [8].

Из данного определения вытекает понятие социального жилищного строительства, под которым следует понимать строительство жилых домов, а также необходимой социальной инфраструктуры стандартного качества, находящихся в собственности государства, некоммерческих или частных организаций, предоставляемых нуждающимся гражданам внаем.

Таким образом, можно сформулировать следующие ключевые характеристики социального жилья:

- это арендное жилье, которое передается нуждающимся гражданам во временное пользование в виду их невозможности улучшить свои жилищные условия посредством приобретения жилья;
- это жилье, предоставляемое по законодательно закрепленной минимальной норме;
- это комфортное жилье, отвечающее требованиям современного человека;
- это жилье, которое может быть обеспечено не только государственными органами власти, но и жилищными товариществами и некоммерческими организациями.

Ограниченность финансов, направляемых на решение жилищного вопроса граждан, необходимость четкого распределения бюджетных средств и новые экономические условия, тенденции и закономерности требуют формулировки иных принципов и методов инвестирования в программы социального жилищного строительства.

Без грамотного управления инвестициями невозможно реализовать программы

модернизации жилищной сферы, сформировать благоприятный инвестиционный климат, провести структурные реформы и ответственную жилищную политику. Только обеспечив все слои населения доступным и комфортным жильем, власть станет по-настоящему эффективной, будет возможен экономический рост в регионах и в стране [1]. Этот принцип работает и в противоположную сторону - повышение качества жизни людей также невозможно без экономического роста региона, поэтому даже при разработке программ строительства социального жилья не стоит забывать и о его экономической эффективности.

В 1921 году в работе Ф.Х. Найта «Риск, неопределенность и прибыль» проводился первый качественный анализ теоретико-вероятностных математических методов влияния рисков событий на исход проекта [13]. Актуальной для формирования инвестиционного портфеля является портфельная теория Гарри Марковица, которая позволяет выбрать инвестиционные проекты с позиций риска и доходности. По мнению некоторых российских ученых [15] понятия инвестиционного портфеля и инвестиционной программы очень близки. При этом ученые обращают внимание на то, что инвестиционный портфель является некоторой совокупностью проектов, которые рассматривает инвестор, а затем принимает решение о реализации некоторых из них, а сама рекомендованная совокупность и называется инвестиционной программой, для которой также считают обоснованным использовать модель оптимального портфеля и для выбора инвестиционных проектов [3].

Приведенные способы активно применяются при формировании коммерческих инвестиционных программ в различных модификациях, также широко опубликованы и различные нестандартные решения распределения активов [10, 11]. Однако при всей прозрачности и перспективности классической инвестиционной теории, ее невозможно применить для социальных проектов и программ. Инвестиционные программы социального жилищного строительства не разрабатываются на основании доходности вложенных активов, поэтому необходима разработка альтернативных способов их оптимизации.

Традиционно оценка инвестиций связана со сравнением затрат и результатов. Без сомнения, существующие методологические разработки дают основу и для оценки инвестиционных

проектов социального жилищного строительства, но экономические его результаты не так очевидны и важны, как общественные.

Таким образом, основными направлениями государственной политики в развитии реконструктивно-строительной сферы являются меры по стимулированию инвестиционного предложения на рынке недвижимости. В целом, реализация инвестиционных программ социального жилищного строительства – это сложный многоэтапный процесс, одним из ключевых этапов которого является выбор наиболее эффективных проектов в рамках инвестиционной программы. Особенно наглядно эта необходимость прослеживается в Санкт-Петербурге, где проблема недостатка социального жилья стоит особенно остро. Для поддержки инвестиционного предложения необходимо создать привлекательные условия для застройщиков жилья, обеспечив, в том числе, доступное кредитование строительной отрасли.

Список литературы

1. Бузырев, В. В., Селютина, Л. Г. Жилищная проблема и пути ее решения в современных условиях. СПб.: СПбГЭУ, 2013. 335 с.
2. Булгакова, К. О. Необходимые условия для развития рынка доступного арендного жилья в Санкт-Петербурге // KANT. 2014. № 3. С. 79-81.
3. Лившиц, В. Н., Виленский, П. Л., Смоляк, С. А. Оценка эффективности строительных проектов: теория и практика. М.: Дело, 2002.
4. Магай, А. А. Жилищное строительство России на современном этапе // Жилищное строительство. 2012. № 4. С. 9-12.
5. Николаев, С. В. Возрождение крупнопанельного домостроения в России // Жилищное строительство. 2012. № 4. С. 2-8.
6. Песоцкая, Е. В., Селютина, Л. Г. Управление жилищным строительством и реконструкцией жилой застройки. Монография. СПб.: ВВМ, 2006. 272 с.
7. Платонов, А. М. К вопросу о доступности жилья для различных типов домашних хозяйств региона // Строительный комплекс: экономика, управление и инвестиции: сб. науч. тр. Вып. 7. Челябинск: ЮУрГУ, 2007.
8. Селютина, Л. Г., Булгакова, К. О. Развитие некоммерческого жилищного фонда как способ формирования доступного и комфортного жилья в Санкт-Петербурге // Теория и практика общественного развития. 2014. № 1. С. 374-376.
9. Слинков, А. М. Раскрытие информационно-аналитического содержания мониторинга в системе управления организацией на основе методологического и управленческого подходов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2016. № 1. С. 43-49.

10. Green, Richard K. and Malpezzi, Stephen. *A Primer on U.S. Housing Market and Housing Policy*. Washington: The Urban Institute Press, 2003.

11. Haffner, M., Hoekstra, J., Oxley, M., van der Heiden, H. *Bridging the gap between social and market rented housing in six European countries* // Housing and Urban Policy Studies. 33. 2009. Pp. 95-104.

12. Housing Policy as a Strategy for Change. Oslo, 2009.

13. Knight, F. H. *Risk, Uncertain and Profit*. Houghton Mifflin, Boston and New York, 1921. 408 p.

14. Mansur, E., Quigley, J., Raphael, S., Smolensky, E. *Examining policies to reduce homelessness using a general equilibrium model of the housing market* // Journal of Urban Economics. 52. 2002. Pp. 135-140.

15. Markowitz H.M. *Mean-Variance Analysis in Portfolio Choice and Capital*. New York: Jolin Wiley Publ., 1987.

16. O'Sullivan, Tony and Gibb, Kenneth. *Housing Economics & Public Policy*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.

17. Van Der Heijden, H.M., Haffner, M.E., Hoekstra, J.S. *Bridging the Gap Between Social and Market Rented Housing in Six European Countries*. Delft: Delft University Press Publ., 2006.

References

1. Buzyrev, V. V., Selyutina, L. G. *The Housing Problem and its Solution in Modern Conditions* / V. V. Buzyrev, L. G. Selutina. SPb.: SPbGEU, 2013. 335 p.

2. Bulgakova, K. O. *Necessary Conditions for Market Development of Affordable Rent Housing in St. Petersburg* / K. O. Bulgakova // KANT. 2014. №3. Pp. 79-81.

3. Livshits, V. N., Vilenskiy, P. L., Smolyak, S. A. *Efficiency Evaluation of Construction Projects: Theory and Practice* / V. N. Livshits, P. L. Vilenskiy, S. A. Smolyak. M.: Delo, 2002.

4. Magay, A. A. *Housing Construction in Russia at the Present Stage* / A. A. Magay // Housing Construction. 2012. № 4. Pp. 9-12.

5. Nikolaev, S. V. *Revival of Large-panel Housing Construction in Russia* / S. V. Nikolaev // Housing Construction. 2012. № 4. Pp. 2-8.

6. Pesotskaya, E. V., Selyutina, L. G. *Management of Housing Construction and Reconstruction of the Housing Estate. Monograph* / E. V. Pesotskaya, L. G. Selyutina. SPb.: VVM, 2006. 272 p.

7. Platonov, A. M. *On the Question of Availability of Housing to Various Types of Households of the Region* / A. M. Platonov // Construction Complex: Economy, Management and Investments: collection of scientific works. Chelyabinsk: JuUrGU, 2007. №3

8. Selyutina, L. G., Bulgakova, O. K. *Development of a Non-commercial Housing Stock as a Method of Forming Affordable and Comfortable Housing in St. Petersburg* / L. G. Selyutina, O. K. Bulgakova // The Theory and Practice of Social Development. 2014. №1. Pp.374-376.

9. Slinkov, A. M. *Revealing Information and Analytical Content of Monitoring in the Management System of the Organization on the Basis of Methodological and Managerial Approaches* / A. M. Slinkov // The Public and Municipal Authority. Scientific Notes of SKAGS. 2016. №1. Pp.43-49.

10. Green, Richard K. and Malpezzi, Stephen. *A Primer on U.S. Housing Market and Housing Policy*. Washington: The Urban Institute Press, 2003.

11. Haffner, M., Hoekstra, J., Oxley, M., van der Heiden, H. *Bridging the gap between social and market rented housing in six European countries* // Housing and Urban Policy Studies. 33. 2009. Pp. 95-104.

12. Housing Policy as a Strategy for Change. Oslo, 2009.

13. Knight F. H. *Risk, Uncertain and Profit*. Houghton Mifflin, Boston and New York, 1921. 408 p.

14. Mansur, E., Quigley, J., Raphael, S., Smolensky, E. *Examining policies to reduce homelessness using a general equilibrium model of the housing market* // Journal of Urban Economics. 52. 2002. Pp. 135-140.

15. Markowitz H.M. *Mean-Variance Analysis in Portfolio Choice and Capital*. New York: Jolin Wiley Publ., 1987.

16. O'Sullivan, Tony and Gibb, Kenneth. *Housing Economics & Public Policy*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.

17. Van Der Heijden, H.M., Haffner, M.E., Hoekstra, J.S. *Bridging the Gap Between Social and Market Rented Housing in Six European Countries*. Delft: Delft University Press Publ., 2006.

УДК 658:562

DOI: 10.18413/2408-9346-2016-2-3-57-63

Юденко М. Н.¹
Васильева О. М.²

**КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБЪЕКТОВ ЖИЛИЩНОГО
СТРОИТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ**

1) профессор, доктор экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, пр. Московский, 9, г. Санкт-Петербург 190031, Россия. *E-mail: mnuspb@mail.ru*
2) аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет ул. Садовая, 21, г. Санкт-Петербург 191023, Россия. *E-mail: olga861@hotmail.com*

Аннотация. Осуществлена комплексная оценка качества объектов строительства на примере государственного бюджетного учреждения «Центр экспертно-технического сопровождения» Санкт-Петербурга с целью определения сильных и слабых сторон деятельности учреждения в области оценки качества, а так же определения направления совершенствования оказания негосударственных услуг в данной сфере. Разработан алгоритм оценки качества проектной документации на объекты строительства. Осуществлен анализ структуры заключений, выдаваемых Учреждением по объектам строительства. Сформулировано описание основных критериев оценки экспертом некоторых разделов проектной документации. По результатам анализа деятельности специалистов, осуществляющих строительный контроль, определены критерии оценки качественного возведения объекта. В статье предлагаются пять этапов обследования зданий с выделением цели каждого этапа, что особенно важно не только на стадии ввода объекта жилищного строительства в эксплуатацию, но и на стадии его эксплуатации.

В статье сделан вывод, что оценка качества на каждой обособленной стадии жизненного цикла объектов жилищного строительства представляет собой определенный алгоритм действий, набор критериев оценки, порядок подготовки заключений, что, безусловно, скажется на конечной безопасности строительного объекта для человека и окружающей среды в процессе его строительства и эксплуатации.

Ключевые слова: оценка качества; объект жилищного строительства; критерии оценки; процессный подход; негосударственная экспертиза.

UDK 658:562

Yudenko M. N.¹
Vasilyeva O. M.²

**COMPLEX ASSESSMENT OF HOUSING CONSTRUCTIONS OBJECTS
BY GOVERNMENT INSTITUTIONS**

1) Professor, Doctor of Economic Sciences, Professor, Emperor Alexander I Saint-Petersburg State Transport University 9, av. Moscovsky, St.-Petersburg, 190031, Russia. *E-mail: mnuspb@mail.ru*
2) Postgraduate Student, Saint-Petersburg State University of Economics, 21, St. Sadovaya, St.-Petersburg, 191023, Russia. *E-mail: olga861@hotmail.com*

Abstract. A complex assessment of housing construction was made using the example of the Center for Expert and Technical Support State-financed Institution. The purpose of the assessment was to determine advantages and disadvantages of the Institution concerning construction quality, and to identify the ways of improving the provision of non-state services in this area. The algorithm of project documentation assessment in construction was worked out. The analysis of the Institution's reports about housing projects was realized. The description of main criteria for project documentation assessment was formulated. According to the analysis of activity of the experts engaged in building control, criteria for assessing the quality of construction objects were specified. The article proposes a description of five stages of inspection of buildings, containing the purpose of each stage, which is particularly important not only at the stage of construction, but also at the stage of its operation.

The article contains a conclusion that construction quality assessment during each separate stage of the life cycle of housing projects is a specific sequence of actions; it is a set of evaluation criteria, a special procedure of reports preparation. And certainly these things affect the safety of the construction object for humans and the environment during its construction and operation.

Key words: quality assessment; housing construction object; criteria for assessment; the process approach; non-state expertise

В последние годы в России происходит рост темпов строительства. В 2014 году по виду деятельности «Строительство» объем выполненных работ составил 5981,7 млрд. рублей, что составляет 95,5% (в сопоставимых ценах) к уровню соответствующего периода предыдущего года. В 2014 году введено в действие 293,7 тыс. зданий (258,1 тыс. зданий в 2013 году), их общий строительный объем составил 569,8 млн. куб. метров (526,7 млн. куб. метров в 2013 году), общая площадь – 131,8 млн. кв. метров (117,8 млн. кв. метров в 2013 году). 93,5% из числа введенных в действие зданий в 2014 году составляют здания жилого назначения [2].

Несмотря на активное строительство, современное качество строительства жилья остается серьезной проблемой. Жилищное строительство нуждается в профессиональном контроле качества. Речь идет об экспертизе качества жилищного строительства независимыми организациями.

Цель данной статьи – показать результативность негосударственной экспертизы при проведении комплексной оценки качества объектов жилищного строительства.

Правительство страны предпринимает определенные действия по минимизации государственного регулирования и административного давления на строительный бизнес, обеспечению застройщикам права выбора организации, осуществляющей экспертизу строительных объектов, при условии соблюдения технических регламентов и норм, поскольку это непосредственным образом связано с безопасностью жизни и деятельности граждан. Использование негосударственной экспертизы – одно из конкретных действий по ускорению инвестиционного цикла в строительстве. Институт негосударственной экспертизы выступает сегодня в качестве равного игрока на строительном рынке, предоставляющего застройщику качественные и конкурентоспособные услуги, отвечающие требованиям законодательства [5].

Государственное бюджетное Учреждение «Центр экспертно-технического сопровождения» Санкт-Петербурга (далее – Учреждение) выполняет деятельность по оценке качества объектов жилищного строительства. Учреждение осуществляет негосударственную экспертизу проектов, государственная экспертиза для которых не требуется или же выдает экспертные

оценки относительно качества отдельных разделов проектной документации объектов, подпадающих под государственную экспертизу.

На наш взгляд, эффективности и результативности негосударственной экспертизы качества проектов будет способствовать процессный подход. В национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 9001-2015 обращается внимание на преимущества процессного подхода в деятельности организаций, и речь идет о применении процессного подхода, включающего цикл «Планируй – Делай – Проверь – Действуй» (PDCA). Реализация данного цикла способствует эффективному обеспечению рабочих процессов необходимыми ресурсами, позволяет обеспечивать управляемость процессов, выявлять и использовать возможности для их улучшения, что способствует общему росту результативности и более эффективному достижению целей организации. Процессный подход дает возможность организации управлять процессами системы с учетом существующих между ними взаимосвязей и взаимозависимости, что способствует улучшению общих результатов деятельности организации [3].

Следует отметить, что деятельность Учреждения в области качества не в полной мере осуществляется на процессном подходе. Как правило, реализация процессного подхода на практике начинается с того, что необходимо определить процесс достижения желаемого результата, обозначить «вход» и «выход» процесса. На сегодняшний день в Учреждении не применяются технологии моделирования бизнес-процессов. В качестве «входа» выступают обращения заказчиков с просьбой оказать услуги, в качестве «выхода» – получение прибыли от коммерческой деятельности. Желаемый результат – это, как правило, денежная сумма поступлений от оказания платных услуг, предусмотренная планом финансово-хозяйственной деятельности. При этом наблюдается такая ситуация, что иногда для обеспечения «выхода» – прибыли, не имеется достаточных ресурсов, чтобы обеспечить «вход», а именно не происходит дополнительного привлечения заказчиков, работа ведется только по фактическим обращениям. Отсутствует рекламная деятельность Учреждения и другие методы повышения спроса на услуги [7, 9].

Как положительный момент деятельности Учреждения следует отметить реализацию

принципа сохранения баланса производителя, потребителя и организации, выполняющей экспертизу (надзорных органов). На наш взгляд, на сегодняшний день реализации этого принципа в Учреждении уделяется достаточное внимание. Несмотря на то, что Учреждение субсидируется государством, в современных нестабильных условиях важно обеспечить и собственный запас ресурсов путем оказания платных услуг. При этом в процессе ценообразования сотрудники Учреждения стремятся учитывать также и финансовые возможности участников строительства. Благодаря этому происходит поиск компромиссного решения: Учреждение способно качественно оказать услуги и при этом обеспечить достаточный уровень прибыльности, а заказчики могут рассчитывать на незавышенные цены, что так же является стимулом для повторного обращения в Учреждение.

Анализ алгоритма проведения негосударственной экспертизы (рис.1) показывает, что деятельность Учреждения начинается с проверки укомплектованности и достаточности материалов заказчиков.

После проверки полноты исходных данных, результатов инженерных изысканий, обоснованности проектных решений Учреждение выдает Заключение негосударственной экспертизы.

Важным этапом негосударственной экспертизы проектной документации выступает анализ Заключений негосударственной экспертизы, выданных Учреждением, и описание основных критериев экспертной оценки по разделам проектной документации.

Осуществим анализ структуры заключений, выдаваемых Учреждением на объекты строительства.

1. Общие положения. В данном разделе описываются:

- основание для проведения экспертизы;
- сведения об объекте и предмете негосударственной экспертизы;
- идентификационные сведения по объекту капитального строительства;
- сведения о лицах, осуществивших проектирование, заказчике, застройщике.

2. Описание рассмотренной документации (материалов). Здесь приводятся:

- информация о задании застройщика или заказчика на выполнение инженерных изысканий (если таковые выполнялись на основании договора), а также прочие сведения, определяющие основания и исходные данные по подготовке результатов инженерных изысканий;

- информация о задании застройщика или заказчика на разработку проектной документации (если таковая разрабатывалась на основании договора), а также иные сведения, определяющие основания и исходные данные для проектирования;

- информация о выполненных видах инженерных изысканий;

- информация об объеме, составе и методах осуществления инженерных изысканий;

- инженерно-геологические, топографические, гидрологические, экологические, климатические и метеорологические условия территории, на которой предполагается осуществление строительства, реконструкции объекта капитального строительства;

- перечень рассмотренных разделов проектной документации;

- описание основных решений по каждому из рассмотренных разделов;

- сведения, содержащиеся в сметной документации и смете на строительство;

- другие сведения по рассмотренным материалам инженерных изысканий, разделам проектной документации, смете на строительство.

3. Выводы по результатам рассмотрения. Данный раздел включает:

- выводы о соответствии или несоответствии рассмотренных результатов инженерных изысканий;

- выводы о соответствии или несоответствии рассмотренных разделов проектной документации;

- выводы о соответствии или несоответствии принятых в смете на строительство и входящей в ее состав сметной документации количественных, стоимостных и ресурсных показателей сметным нормативам, а также конструктивным, техническим, технологическим, объемно-планировочным и иным решениям, методам организации строительства, отраженным в проектной документации;

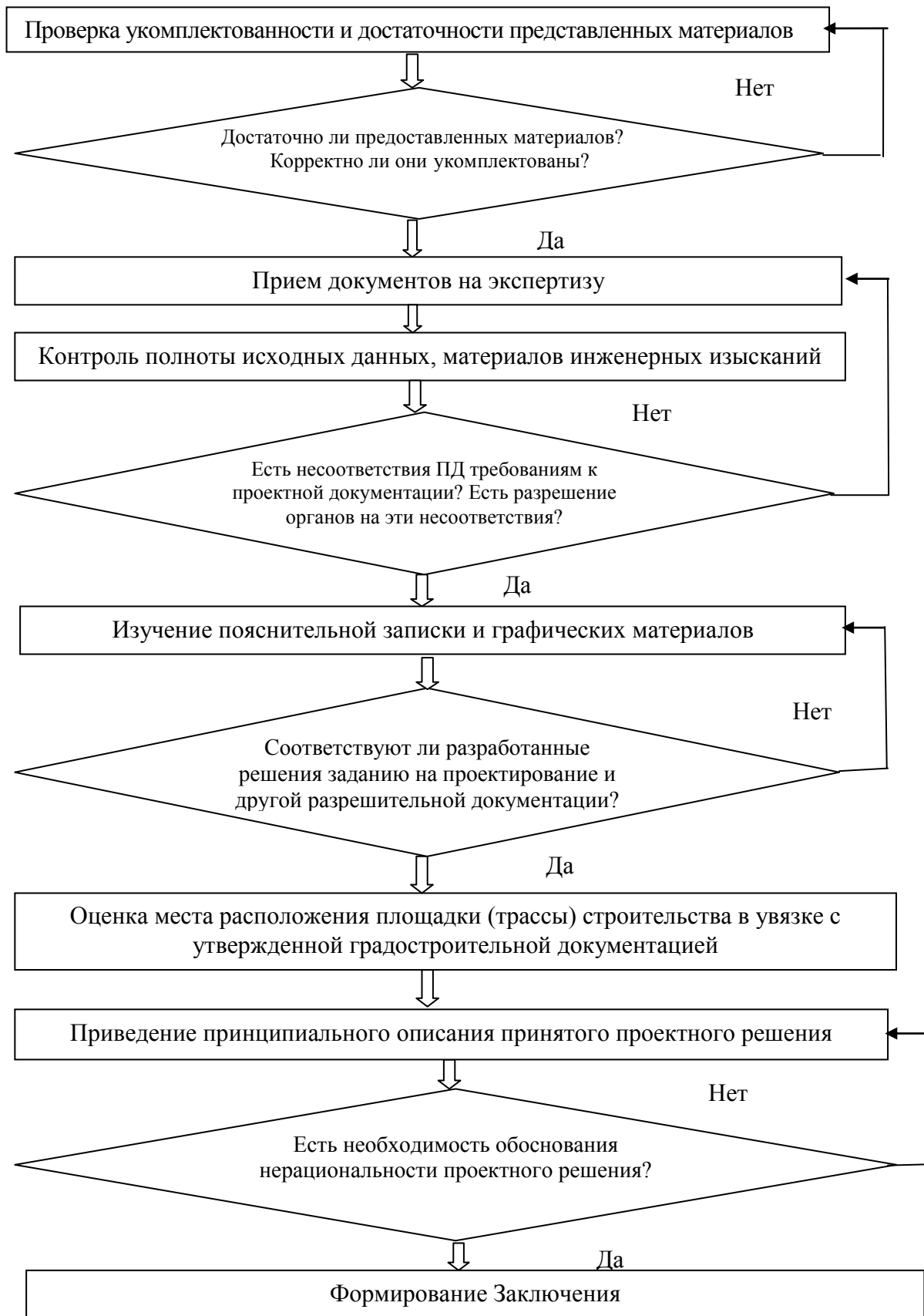


Рис. 1. Алгоритм проведения негосударственной экспертизы проектной документации

Fig. 1. The algorithm of expertise of project documentation

– общие выводы о соответствии или несоответствии объекта негосударственной экспертизы требованиям, установленным при оценке соответствия:

– рекомендации организации, проводившей негосударственную экспертизу (при наличии).

В 2008 году вступило в силу Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2008 года № 87 «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию» [8]. Как следует из названия, данный документ определяет состав проектной

документации и перечень основных разделов документации. Соответственно, оценке качества подлежит каждый раздел, и механизм оценки каждого раздела имеет свою специфику [6].

Осуществив анализ структуры Заключений негосударственной экспертизы, выдаваемых Учреждением, сформулируем описание основных критериев оценки экспертом некоторых разделов проектной документации (табл. 1).

Таблица 1

Критерии оценки основных разделов проектной документации при проведении негосударственной экспертизы

Table 1

Criteria for assessment of the main parts of project documentation during non-state expertise

Раздел Заключения	Критерии оценки (примеры)
Предмет негосударственной экспертизы	В данном разделе указывается, на соответствие каким нормативным документам проводится экспертиза (например, национальным стандартам, техническим регламентам и т. п.). Таким образом, критерий оценки качества – соответствие характеристик проекта требованиям нормативных документов.
Раздел «Архитектурные решения»	Обеспечение наружных стен требуемой теплозащитой. Соответствие объемно-пространственных решений градостроительному плану земельного участка. Соответствие размеров здания или помещения санитарным и противопожарным требованиям.
Раздел «Конструктивные решения»	Соответствие подразделов Постановлению №87. Предусмотрена ли антикоррозийная защита конструкций. Выполнен ли проект огнезащиты металлоконструкций.
Раздел «Отопление и вентиляция»	Какова система отопления, соответствует ли она нормам. Какие системы вентиляции предусмотрены, соответствуют ли они нормам. Принята ли система кондиционирования, если да – то с помощью какого оборудования.

После получения разрешения на строительство начинается этап возведения конструкций объекта. На данном этапе с целью контроля качества производства строительно-монтажных работ (СМР) осуществляется строительный контроль.

На следующем этапе исследования осуществим анализ деятельности специалистов, осуществляющих строительный контроль и формирование критериев оценки качества выполнения СМР. Строительный контроль осуществляется визуально, ответственным специалистом. По результатам анализа деятельности специалистов, осуществляющих строительный контроль, обозначим критерии оценки качественного возведения объекта:

– соответствие требованиям проекта и заключению экспертизы Службы по выполнению подготовительных работ на строительной площадке и прилегающих к ней объектах;

– соответствие организации строительной площадки требованиям стандартов,

– соответствие выполняемых СМР, используемых конструкций, материалов, изделий и оборудования проектным решениям, требованиям СНиП нормативных документов;

– соблюдение технологической последовательности выполнения СМР;

– наличие документов, подтверждающих качество используемых на строительство изделий, материалов и конструкций;

– контроль исполнения строительно-монтажными организациями предписаний и указаний авторского надзора и органов государственного строительного контроля;

– проверка и подтверждение объемов выполненных и предъявленных к оплате СМР в соответствии с проектной документацией.

Следует заметить, что механизм осуществления строительного контроля, разработанный еще в советский период и не претерпевший серьезных изменений, достаточно эффективен. Однако присутствуют некоторые недостатки, затрудняющие работу специалистов на объектах. Например, не регламентировано, в какой журнал специалист по строительному контролю должен заносить замечания – журнал общих работ или специальных работ. Аналогичная ситуация сложилась с регистрацией актов скрытых работ – не регламентировано, в каком журнале должны отражаться эти сведения. Указанные недостатки не влияют непосредственно на оценку качества строительных работ, однако затрудняют работу специалистов [10].

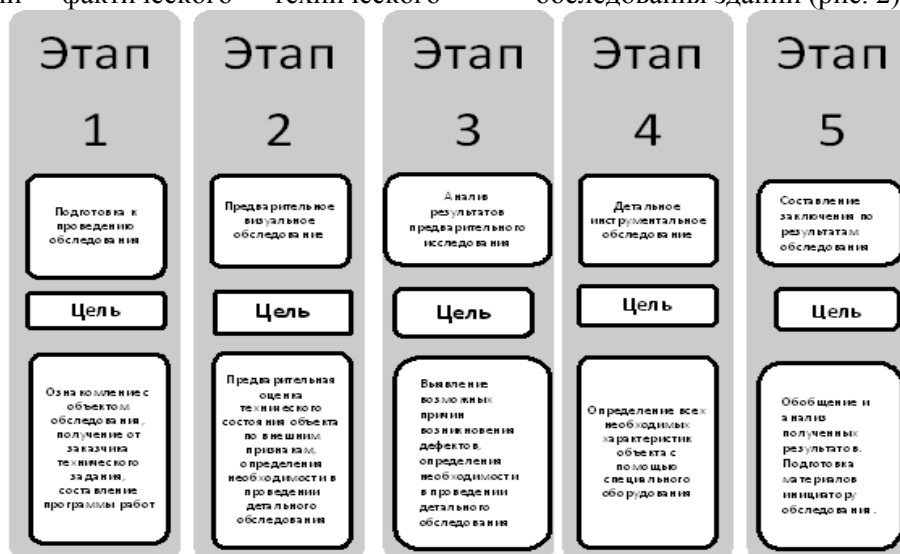
Следующее направление деятельности Учреждения – комплексное обследование технического состояния зданий, может осуществляться как непосредственно перед вводом в эксплуатацию, так и во время эксплуатации. Цель такого обследования состоит в определении фактического технического

состояния здания и его элементов, определении фактических показателей качества конструкций (прочности, сопротивления теплопередаче и др.) с учетом изменений, происходящих во времени, для установления объема и состава работ по капитальному ремонту или реконструкции.

Объектами исследования являются различные элементы и конструкции зданий: балконы, лестницы, эркеры, подкрановые фермы и балки; элементы жесткости; связевые конструкции, сопряжения конструкций между собой, стыки и узлы, способы соединения конструкций и размеры площадок опирания.

Оценку технического состояния несущих конструкций, зданий (сооружений), включая грунтовое основание, проводят на основании результатов обследования и поверочных расчетов. По результатам оценки их подразделяют на находящиеся: в нормативном техническом состоянии; в работоспособном состоянии; в ограниченно работоспособном состоянии; в аварийном состоянии.

В работе выделены этапы проведения обследования зданий (рис. 2).



*Рис.2. Этапы проведения обследования зданий
Fig. 2. Stages of the survey of buildings*

В заключение отметим, что вопрос обеспечения качества был актуальным на протяжении всей истории существования строительства. Особенностью процесса строительства является взаимозависимость результатов работ, выполняемых на различных стадиях жизненного цикла строительных объектов: инженерных изысканий, проектирования, строительства, эксплуатации и утилизации. Несоблюдение требований на любом

из этапов строительного процесса приводит к потере безопасности строительного объекта для людей и окружающей среды в процессе его строительства и эксплуатации [1]. Оценка качества объекта жилищного строительства – это комплексный процесс, осуществляющийся на различных стадиях. На каждой обособленной стадии оценка качества представляет собой определенный алгоритм действий, набор критериев оценки, порядок подготовки выводов.

Анализ показал, что государственные учреждения осуществляют надзор и контроль качества объектов строительства исключительно с технической точки зрения, с целью обеспечить безопасность жизни и здоровья граждан. Производится оценка соответствия параметров качества зданий нормативным документам и установленным требованиям. Эти документы содержат требования, которым минимально должен соответствовать объект строительства, чтобы застройщик получил разрешение на ввод в эксплуатацию [4].

Экономическая же оценка качества объекта строительства производится исключительно инвестором/заказчиком строительства и не входит в компетенцию государственных органов, в случае если проект коммерческий. Помимо экономической составляющей, государственными органами так же не оценивается ряд некоторых критериев. Например, таких как архитектурная выразительность объекта, доступность общественного транспорта, обеспеченность социально-бытовой инфраструктурой и др. Работа над определением этих показателей качества возлагается на инициатора коммерческого проекта. Грамотное их определение позволит извлечь максимальную прибыль.

Список литературы

1. Баринова, Л. «Качество в строительстве» – площадка для дискуссий // *Качество в строительстве* // № 1, 2015 с. 4.
2. Бюллетень «Основные показатели инвестиционной и строительной деятельности в Российской Федерации». 2014. М. : Федеральная служба государственной статистики, 2014.
3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. Приказ Росстандарта от 28.09.2015 № 1391-ст.
4. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 года № 190-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
5. Зозуля, В. Негосударственная экспертиза – равный игрок на рынке // *Качество в строительстве* № 1, 2015 С. 87-89.

6. Опарин, С. Г. Архитектурно-строительное проектирование: учеб пособие для экономистов / С. Г. Опарин. СПб. : ФГБОУ ВПО ПГУПС, 2015. 190 с.

7. Процессный подход в управлении качеством : учебное пособие / Л. Е. Скрипко. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 105 с.

8. Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2008 года № 87 «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию».

9. Управление качеством в строительстве: учебное пособие/ В. В.Бузырев, М. Н. Юденко. СПб. : ГИОРД, 2009. 224 с.

10. Yudenko, M. N., Vasileva, O. M. *Ensure the quality of construction in Russia* / Science, Technology and Higher Education / Materials of the II international research and practice conference. Vol. I April 17th, 2013 Westwood, Canada.

References

1. Barinova, L. «*Quality in Construction*» – a Platform for Discussions / *Quality in Construction* // №1, 2015. P.4.
2. Bulletin «The Main Indicators of Investing and Construction Activities in the Russian Federation». М. : Federal State Statistics Service, 2014.
3. GOST R ISO 9001-2015 Quality Management System. Requirements. The Order of Rosstandart of 9.28.2015 №1391-st.
4. The Town-planning Code of the Russian Federation of 29.12.2004 № 190-FZ (an edition of 7.3.2016).
5. Zozulya, V. *Non-state Expertize – an Equal Player in the Market*/ *Quality in Construction*. 2015. №1. Pp.87-89.
6. Oparin, S. G. *Architectural and Construction Design: a textbook for economists* / S. G. Oparin. – SPb. : FGBEI HPE PGUPS. 2015. 190 p.
7. Skripko, L. E. *The Process Approach in Quality Management: a study guide* / L. E. Skripko. SPb.: Publishing House SpbGIEF. 2011. 105 p.
8. The Decree of the Government of the Russian Federation of 2.16.2008 № 87 «On the Structure of Sections of Project Documentation and Requirements to their Contents».
9. Buzyrev, V. V. *Quality Management in Construction: a study guide* / V. V. Buzyrev, M. N. Yudenko. SPb. : GIORД. 2009. P.224.
10. Yudenko, M. N., Vasileva, O. M. *Ensure the quality of construction in Russia* / Science, Technology and Higher Education / Materials of the II international research and practice conference. Vol. I April 17th, 2013 Westwood, Canada.