

## РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Обзор  
Review

УДК 642.5

DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-2-0-1

Елисеева Е. Н.<sup>1</sup>  
Цурупа Е. Б.<sup>2</sup>  
Путилин Д. Ю.<sup>3</sup>  
Слинкова О. К.<sup>4</sup>

Состояние и перспективы развития индустрии гостеприимства  
города Белгорода

- <sup>1</sup> Управление потребительского рынка департамента экономического развития администрации города Белгорода, ул. Николая Чумичова, 31-а  
г. Белгород 308000, Россия  
e-mail: [uprb@yandex.ru](mailto:uprb@yandex.ru)
- <sup>2</sup> Управление потребительского рынка департамента экономического развития администрации города Белгорода, ул. Николая Чумичова, 31-а  
г. Белгород 308000, Россия  
e-mail: [uprb@yandex.ru](mailto:uprb@yandex.ru)
- <sup>3</sup> Индивидуальный предприниматель, ул. Площадь Победы, 1,  
г. Калининград 236022, Россия  
e-mail: [dmitrijrutilin@yandex.ru](mailto:dmitrijrutilin@yandex.ru)
- <sup>4</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, 85, г. Белгород 308015, Россия  
e-mail: [slinkova@bsu.edu.ru](mailto:slinkova@bsu.edu.ru)

*Статья поступила 3 мая 2019 г.; принята 26 мая 2019 г.; опубликована  
30 июня 2019 г.*

**Аннотация.** Индустрия гостеприимства является сферой экономики, в значительной степени, определяющей привлекательность любой территории и для гостей, и для жителей. Развитая индустрия гостеприимства в сочетании с наличием туристских ресурсов является одним из факторов благосостояния страны, региона, города. Город Белгород обладает разнообразными туристскими ресурсами, однако реальные туристские потоки свидетельствуют о недостаточном использовании туристского потенциала города. Это определяет актуальность исследования состояния и динамики развития индустрии гостеприимства города Белгорода. В статье на основе официальных статистических данных дана оценка двух наиболее важных секторов индустрии гостеприимства: предприятий общественного питания и гостиничного бизнеса. Выявлены наиболее значимые тенденции развития предприятий общественного питания и гостиничного бизнеса города Белгорода. Установлены проблемы, ограничивающие их эффективное развитие. Определены основные направления развития отрасли общественного питания и гостиничного бизнеса в городе Белгороде. Реализа-

ция предложенных мер позволит повысить качество и безопасность услуг предприятий общественного питания и гостиничного бизнеса, культуру потребления, создать достойные условия труда работникам индустрии гостеприимства города Белгорода.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства; город Белгород; предприятия общественного питания; предприятия гостиничного бизнеса; туризм.

Для цитирования: Елисеева Е. Н., Цурупа Е. Б., Путилин Д. Ю., Слинкова О. К. Состояние и перспективы развития индустрии гостеприимства города Белгорода // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 2, 2019, С. 3-13, DOI: 10.18413/2408-9346-2019-5-2-0-1

## UDC 642.5

Elena N. Eliseeva<sup>1</sup>  
Elena B. Tsurupa<sup>2</sup>  
Dmitriy Y. Putilin<sup>3</sup>  
Olga K. Slinkova<sup>4</sup>

### State and prospects of development of the hospitality industry in the city of Belgorod

<sup>1</sup> Consumer Market Office, Department of Economic Development, Belgorod City Administration, 31-a Nikolay Chumichov St., Belgorod 308000, Russia  
e-mail: [uprb@yandex.ru](mailto:uprb@yandex.ru)

<sup>2</sup> Consumer Market Office, Department of Economic Development, Belgorod City Administration, 31-a, Nikolay Chumichov St., Belgorod 308000, Russia  
e-mail: [uprb@yandex.ru](mailto:uprb@yandex.ru)

<sup>3</sup> Individual entrepreneur, 1 Pobedy Sq., Kaliningrad 236022, Russia  
e-mail: [dmitrijrutilin@yandex.ru](mailto:dmitrijrutilin@yandex.ru)

<sup>4</sup> Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia  
E-mail: [slinkova@bsu.edu.ru](mailto:slinkova@bsu.edu.ru)

**Abstract.** The hospitality industry is the sector of the economy, largely determining the attractiveness of any territory for both guests and residents. A developed hospitality industry, combined with the availability of tourist resources, is one of the factors in the welfare of a country, region or city. Belgorod city has a variety of tourist resources, but real tourist flows indicate insufficient use of the tourist potential of the city. This determines the relevance of the study of the state and dynamics of the development of the hospitality industry in the city of Belgorod. Based on official statistical data, the article assesses the two most important sectors of the hospitality industry: catering and hospitality businesses. The authors reveal the most significant trends in the development of catering and hotel business in the city of Belgorod and determine the problems that limit their effective development. The article provides the main directions of development of the catering and hotel business in the city of Belgorod. The implementation of the proposed measures will allow improving the quality and safety of catering and hotel business services, the culture of consumption, and creating decent working conditions for the employees of the hospitality industry in the city of Belgorod.

**Keywords:** hospitality industry; Belgorod city; catering; hotel business; tourism.

**For citation:** Eliseeva E. N., Tsurupa E. B., Putilin D. Y., Slinkova O. K. (2019). State and prospects of development of the hospitality industry in the city of Belgorod.

*Research Result. Business and Service Technologies*, 5(2), 3-13 DOI:  
10.18413/2408-9346-2019-5-2-0-1

**Введение.** Деятельность предприятий и предпринимателей по оказанию услуг – это весьма серьезный компонент, влияющий на многие социально-экономические параметры и определяющий уровень качества жизни. Особое место в сфере услуг принадлежит индустрии гостеприимства, уровень которой сегодня во всем мире рассматривается как важнейший критерий цивилизационного развития. Индустрия гостеприимства включает в себя различные сервисные предприятия, оказывающие социально-культурные услуги как гостям, так и жителям соответствующей территории. Ключевую роль в индустрии гостеприимства играют предприятия общественного питания, гостиничного и туристского бизнеса. Белгород, являющийся областным центром центрального черноземного экономического района, занимает высокие позиции в рейтинге российских городов по многим показателям, отражающим уровень и качество жизни населения. Город обладает достаточно высоким туристским потенциалом, который, впрочем, сегодня не используется в полной мере. Это определяет актуальность поставленной в настоящей статье **цели** – комплексный анализ состояния и динамики развития индустрии гостеприимства г. Белгорода и выявление перспективных направлений ее развития.

**Материалы и методы исследования.** Для проведения комплексного анализа использовались официальные статистические материалы города Белгорода, отражающие уровень и динамику развития предприятий общественного питания, гостиничных предприятий и туристского бизнеса.

**Результаты исследования и их обсуждение.** В настоящее время одним из стратегических направлений являются инвестиции в человека – сохранение и укрепление здоровья населения. Поэтому современные знания в области науки и питания призваны служить, в первую очередь, це-

лям профилактики и сохранения здоровья нации.

Тема питания и его влияния на здоровье человека постоянно находится в русле государственных интересов (Зарубина, 2014). Научную основу концепции государственной политики в области здорового питания населения России составляет теория сбалансированности рационов по основным важнейшим компонентам для людей разных возрастных групп, уровней физической и умственной нагрузки. Это должно быть полноценное правильное питание с высокой экономической эффективностью, грамотной технической и прочей оснащенностью, осознанное и поддержанное всем обществом.

Культура рационального питания, как и навыки здорового образа жизни, формировались на Руси веками. Здоровье и самодостаточность нации продолжает поддерживать национальная русская кухня (Вишневецкая, Семченко, 2018:33). В этой связи необходимо популяризировать, хранить и развивать наши православные традиции. Кроме того, национальная русская кухня – неотъемлемая составная часть туристического продукта.

На развитие сферы общественного питания влияет ряд социально-экономических факторов, в том числе (Насретдинов, 201; Зюляева, Шавандина 2012; Кутаева, 2013; Маюрникова, Крапива, Давыденко, Самойленко, 2015):

- состояние экономики региона;
- наличие благоприятного предпринимательского и инвестиционного климата;
- численность населения и динамика его занятости;
- структура и уровень доходов населения;
- инвестиционная политика;
- правовая стабильность общества и др.

Совершенствование государственной политики в сфере общественного питания направлено на повышение эффективности удовлетворения потребительского спроса, улучшение взаимодействия органов исполнительной власти с субъектами потребительского рынка. Вследствие этого с каждым годом растет сеть предприятий общественного питания и гостиничного бизнеса, в лучшую сторону меняется их внешний облик, рациональнее используются торговые площади, применяется современное оборудование и технологии приготовления блюд.

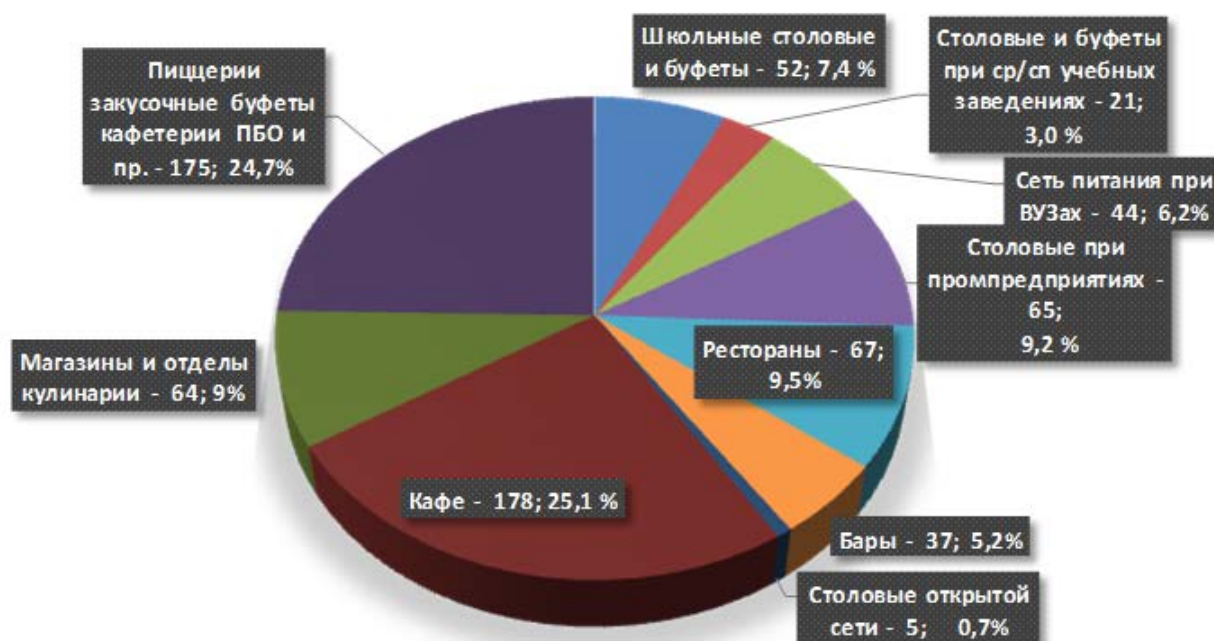
Динамику отрасли характеризуют три главных показателя: развитие сети, рост объема товарооборота и степень обеспеченности населения города услугами. Предприятия общественного питания и гостиничного бизнеса, работающие в рыночной среде, являются поставщиком доходов для бюджета, одновременно выполняя очень важные социальные функции.

Старорусская кухня Белгородской губернии включала в себя кухню Белго-

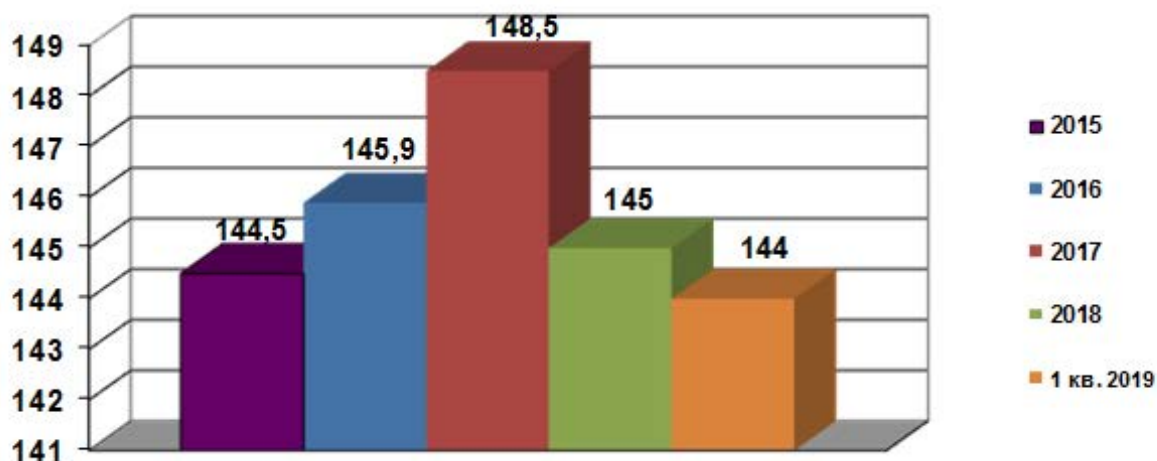
родской, Харьковской и Курской областей, которые ранее входили в состав Белгородской губернии. Сегодня в Белгороде нужно продолжать развитие сети кафе и ресторанов русской кухни, где наша кулинария должна быть представлена в историческом социальном разрезе: кухня купеческая, дворянская, а во время постов – церковная (монастырская).

По состоянию на 01.04.2019 г. на территории города Белгорода осуществляют деятельность 708 предприятий общественного питания на 38808 посадочных мест с численностью работников 7348 человек, в том числе в открытой сети 526 (74,3%) предприятий на 22501 посадочное место, трудоустроено 5889 человек (Торговля и сфера услуг, 2019). На рис. 1 представлена структура сети предприятий общественного питания г. Белгорода.

Динамика обеспеченности жителей г. Белгорода посадочными местами на предприятиях общественного питания представлена на рис. 2.



**Рис. 1. Структура предприятий общественного питания г. Белгорода**  
**Fig. 1. The structure of public catering enterprises in Belgorod**



**Рис. 2. Обеспеченность жителей города посадочными местами на предприятиях общественного питания г. Белгорода**  
**Fig. 2. Provision of city residents with seats in catering facilities in the city of Belgorod**

Анализ представленных на рисунке 2 данных свидетельствует об устойчивом росте анализируемого показателя с 2015 по 2017 гг. и некотором снижении его в последующем. Обеспеченность населения посадочными местами в открытой сети предприятий общественного питания города на 01.04.2019 г. составляет 144%.

Оборот общественного питания по городу Белгороду (в действующих ценах) за 2018 год составляет 3603200,0 тыс. руб. При этом наблюдается тенденция роста специализированных предприятий по выработке продукции собственного производства с использованием сырья местных производителей: кулинарных, кондитерских, хлебобулочных изделий – сеть ресторанов быстрого обслуживания «Оранжевый остров» ИП Лебеденко В.Д., пекарня и булочная «Булка счастья», ООО «Вкусная Империя» и др. Ассортимент выпускаемой продукции пользуется спросом у горожан и гостей города.

В последние годы все более популярным как среди горожан, так и у иностранных туристов становится гастрономический туризм. Для удовлетворения спроса данной категории туристов г. Белгород предлагает своим гостям рестораны

в рекреационных зонах («Sosnovka Loft», «Белогорье», «Лес & Лис», «Веретено», «Салют», «Пикник-парк»), обслуживание в специализированных стилизованных предприятиях общественного питания (ресторан «Зима», ресторан «Башня», кафе «Алиса в Стране чудес», «Бонифаций», «Орион», «Сахара не надо») и др.

В кафе и ресторанах, а частично и в закусочных, предприятиях быстрого питания города представлены разные национальные кухни: русская, итальянская, китайская, европейская (итальянская и немецкая), японская, восточная (турецкая, азербайджанская, грузинская, узбекская, армянская и другие), украинская, мексиканская и ирландская.

Для туристов, привыкших к мировым брендам предприятий быстрого питания, существуют сетевые фрайчазинговые компании «Макдоналдс», «Сабвей», «KFC» и другие.

Важным элементом развития отрасли продолжает оставаться активное участие предприятий отрасли в выставочно-ярмарочной деятельности, в конкурсах профессионального мастерства, фестивалях.

Так, из 823 участников конкурса «Торговля России» в 2019 году, организованного Минпромторгом России, победителями стали наши Белгородские предприятия по двум номинациям: «Лучший нестационарный торговый объект» – Павильон «Оранжевый остров» ИП Житников Д.П. и «Лучший объект фаст-фуда» – бургерная «Артель» ИП Бондарь Н.А.

Хозяйствующие субъекты успешно участвуют в выездных торговых обслуживаниях общероссийских и городских мероприятий, что позволяет им пополнять бюджет и обмениваться положительным опытом работы. За активное участие многих предприятий в городской жизни, в благотворительных акциях, их руководители и специалисты регулярно награждаются и поощряются администрацией города и области.

Все мероприятия проводятся в целях создания условий для более полного удовлетворения спроса жителей города в качественных услугах и продукции общественного питания, повышения профессионального мастерства поваров и обмена опытом работы, сохранения и организации новых рабочих мест, обучения поваров новым, прогрессивным методам, отвечающим современным технологиям кулинарного производства, сохранения исторических местных традиций, содействия развитию кулинарного производства в городе Белгороде. При этом происходит формирование позитивного общественного мнения и высокой оценки продукции предприятий общественного питания города и области как одного из факторов улучшения благосостояния и качества жизни белгородцев.

Следует отметить, что все предприятия общественного питания и гостиничного бизнеса, вводимые в эксплуатацию на территории города Белгорода, открываются за счёт частных инвестиций хозяйствующих субъектов. На предприятиях потребительского рынка города сохраняется стабильная ситуация. Малый и средний бизнес сферы потребительского рынка

представляет собой эффективно развивающийся сектор экономики, который способствует созданию новых рабочих мест, пополнению доходов консолидированного бюджета города.

Вместе с тем, сфере общественного питания г. Белгорода присущи и некоторые проблемы, характерные для отрасли в целом. К основным из них можно отнести следующие (Путилин, 2019):

- слабая гастрономическая культура населения. Россияне много путешествуют и хотят видеть в ресторанах своего города блюда из тех стран, где они были. Но это категорически не правильно. У себя дома нужно ценить свой продукт и звать «в гости» на свой продукт, так это делают итальянцы, испанцы, французы и т.д. Рестораторы в столицах нашей страны понимают это, и уже максимально стараются преподнести свой продукт, хотя не уходят полностью от «коммерческой еды». Благодаря этому такие рестораны входят уже в лучшие ресторанные рейтинги мира. В регионах необходимо делать то же самое. Нужно развивать культуру потребления своего продукта, в своем регионе. И научиться любить свои продукты и гордиться ими;

- недостаточная грамотность в данной сфере. Зачастую заведения общественного питания открывают люди, которые не имели в этой сфере даже минимального опыта. Просто есть деньги, надо открыть себе ресторан. Сфера, на самом деле, очень тяжелая и требует серьезных знаний. А те, кто могут заниматься грамотно данным бизнесом, не имеют достаточного капитала;

- медленное развитие малого фермерства. Многие либо не понимают, как выйти на рынок, либо им мешают крупные ритейлы. При этом рестораторы и шефы в регионах не понимают, что лучше работать с местным производителем, который «заботится о каждом кустике», и учиться готовить местный продукт, а не везти искусственные тигровые креветки и т.д.

Довольно активно на территории города Белгорода развивается и гостиничный

бизнес. На настоящий момент здесь действует 60 объектов коллективного размещения (далее – КСР), различающихся по типу, ценовой политике и местоположению (26 гостиниц, 15 отелей, 10 хостелов, 4 базы отдыха, 4 детских лагеря, 1 детский санаторий). Номерной фонд составляет 1781 номер с общим количеством койкомест – 4002. Показатель обеспеченности гостиничными местами в Белгороде составляет 10 мест на 1000 жителей, что выше среднего показателя по России. Загрузка белгородских гостиниц в I квартале 2019 года составила 20%, всего в КСР было размещено 26,6 тыс. человек. Общий туристско-экскурсионный поток составил 101,9 тыс. человек.

В рамках повышения качества обслуживания с предприятиями гостиничной индустрии города проводится работа по вопросу прохождения процедуры классификации. На сегодняшний день добровольную процедуру оценки прошли 7 КСР («Аврора» – 5\*, «Континенталь» – 4\*, «Вояж» – 4\*, «Роял» – 4\*, «Амакс Конгресс-отель» – 3\*, «Владимирская» – 3\*, «Патриот» – без \*).

В настоящее время в г. Белгороде осуществляют свою деятельность 113 туристических фирм, из них 25 внесены в Единый федеральный реестр туроператоров, 22 туристические фирмы реализуют туры по 35 экскурсионным маршрутам в Белгороде и Белгородской области.

На территории города действуют более 20 культурно-досуговых и рекреационных объектов, привлекательных для туристов: 7 музеев, 2 театра, 4 кинотеатра, Выставочный зал, Филармония, Зоопарк, Динопарк, Пикник-парк, «Мастерславль», 3 крупных торгово-развлекательных комплекса, а также происходят общие инфраструктурные изменения городской среды – благоустройство и реконструкция набережной р. Везелка, Соборной площади, парковых зон, создание новой культурной площадки «Белгородский Арбат», что способствуют повышению туристской при-

влекательности города и увеличению туристского и экскурсионного потока.

В г. Белгороде активно развивается событийный туризм (Белецкая, 2014). В I квартале 2019 года продолжена работа по продвижению положительного имиджа Белгорода как города привлекательного для туристов, в том числе организованы и проведены следующие событийные мероприятия: III Фестиваль «Ярмарка на Соборной», II «Фестиваль Вареников», «Масленица-2019», которые посетили 43,7 тыс. человек. Кроме этого, состоялись такие фестивали, как: «Фестиваль уличной еды», «Русская Каша», «БелМелФест», «Небосвод Белогорья», «Фестиваль туризма», «Белгородское подворье», «Дары Осени». Данные мероприятия с каждым годом пользуются все большей популярностью и привлекают туристов из близлежащих регионов, а также получают высокую оценку специалистов в сфере событийного туризма. Мероприятия включены в Национальный событийный календарь, ежегодно участвуют в профессиональных конкурсах и премиях, являются обладателями звания «Национальное событие».

Возрастающий интерес к городу среди путешественников подтверждается многочисленными рейтингами ведущих туристских порталов России (*Travel.ru*, *TypCmat*), в которых Белгород стабильно входит в десятку лучших, наряду с такими городами, как: Ярославль, Нижний Новгород и др. Так, в период новогодних каникул 2018 года город вошел в топ 10 самых популярных направлений для отдыха по рейтингу, составленному Федеральной пассажирской компанией, наряду с Москвой и Санкт-Петербургом.

Кулинарный фестиваль «Русская Каша» вошел в топ-5 лучших гастрономических фестивалей страны (Лучшие гастрономические фестивали, 2018), в октябре 2018 года был удостоен престижной Национальной премии «Гостеприимство» за вклад в развитие сферы гостеприимства в России.

По данным Национального рейтинга событийного туризма Белгородская область вошла в «золотую десятку», в том числе благодаря топовым событийным мероприятиям, проходящим в Белгороде (Торговля и сфера услуг, 2019).

В результате планомерной работы по развитию и продвижению туристической инфраструктуры и положительного имиджа города, привлекательного для туристов, до 2015 года наблюдалось активное увеличение туристского потока с 83,5 тыс. чел. до 186,1 тыс. чел. в год, в среднем ежегодный прирост туристов составлял около 20% в год. Однако в 2015 году произошел спад роста туристического потока в связи с нестабильной внешнеполитической обстановкой, прирост составил всего 5 %.

Для стабилизации ситуации был разработан комплекс мер по продвижению положительного туристского имиджа города Белгорода, включающий:

- участие в профильных выставках, конференциях и конкурсах (Интурмаркет 2016, 2017, национальная премия «Russian Event Awards 2016»);

- проведение рекламно-информационных туров для туроператоров России (3 тура по городу и области с участием Ассоциации туроператоров России, региональных и федеральных СМИ);

- проведение событийных мероприятий, установка рекордов, упоминание в федеральных СМИ (Аргументы и факты, Life news, НТВ);

- издание рекламно-информационной продукции (путеводитель по городу, 5 авторских экскурсий, фотоальбом о Белгороде, рецепты 56 видов каши в рамках фестиваля).

В 2018 году была продолжена работа по реализации комплекса мер по продвижению положительного имиджа Белгорода как города, привлекательного для туристов:

- участие в профильных выставках, конференциях, фестивалях, конкурсах (Интурмаркет, г. Москва; «Пир на Волге», г. Ярославль; ПирЭкспо, г. Москва);

- размещение публикаций в профессиональных журналах и интернет-ресурсах (интернет-сборник #ПораПутешествоватьПоРоссии-2018, портал Национальный календарь событий [EventsInRussia.com](http://EventsInRussia.com));

- создание рекламно-информационных материалов (Фотоальбом «Белгород с высоты птичьего полета», Книга «75 рецептов Кулинарного фестиваля «Русская Каша»);

- проведение рекламно-информационных туров (Ассоциация туроператоров России, региональные и федеральные СМИ, известные блогеры);

- организация событийных мероприятий (Фестиваль вареников, Фестиваль уличной еды, Кулинарный фестиваль «Русская Каша», 7-й городской Фестиваль туризма, Фестиваль «Дары осени. Белгородское подворье» и другие).

Отделом по развитию туризма совместно с «Туристической фирмой Ильиной» разработан и апробирован в рамках рекламно-информационных туров туристический маршрут «Заповедные уголки Белогорья», который в мае 2018 года прошел аттестацию Комитета по импортозамещению и рекомендован ведущим туроператорам России. Туристический маршрут предполагает 3-дневное пребывание в городе Белгороде с посещением достопримечательностей Белгородской области (Чернянка, Новый Оскол, Борисовка, Грайворон, Прохоровка).

В результате вышеперечисленной деятельности в сфере развития туризма, а также благодаря развитию туристской инфраструктуры (новые коллективные средства размещения, новые туристические объекты, улучшение городской среды) наблюдаются положительные тенденции, по прогнозам к 2021 году планируется преодоление планки в 500 тыс. туристов в год.

**Заключение.** Таким образом, основными направлениями развития отрасли общественного питания и гостиничного бизнеса в городе Белгороде можно считать:



- расширение услуг в сфере общественного питания и гостиничного бизнеса, достижение международных стандартов в обслуживании населения города, обеспечение прав граждан на безопасность и высокое качество услуг;

- формирование оптимального размещения сети предприятий, обеспечивающих территориальную доступность услуг общественного питания в цивилизованных формах его организации;

- обеспечение социальной направленности отрасли путем сохранения и развития предприятий для разных групп потребителей, обеспечение доступности сферы общественного питания для людей с ограниченными возможностями;

- создание благоприятных условий для обеспечения экономической эффективности и финансовой стабильности предприятий отрасли, участие в развитии системы подготовки кадров на территории города;

- открытие новых типов предприятий сферы обслуживания, таких как кондитерские, пекарни, отделы и магазины-кулинарии, кафе, буфеты, бургерные;

- совершенствование и развитие сети предприятий для семейного и детского отдыха;

- популяризация православных традиций путем сохранения и развития национальной русской кухни – неотъемлемой составной части туристического продукта. Возрождение, развитие и сохранение местной и русской кухонь;

- сохранение сети предприятий социального питания при промышленных предприятиях, учебных заведениях, учреждениях здравоохранения, сети детских и семейных предприятий путем финансовой поддержки из городского и областного бюджета (компенсация льгот по аренде, льготное налогообложение и др.);

- расширение современных видов услуг общественного питания, предоставляемых населению: комплексные обеды с доставкой по умеренным ценам, организация шведских столов, кейтеринг и т.д.;

- организация и участие в мероприятиях по повышению профессионального уровня работников отрасли и качества оказываемых услуг, развитие прогрессивных форм обслуживания (содействие при участии предприятий города в смотрах и конкурсах профессионального мастерства, фестивалях, ярмарках, выставках, семинарах, в обслуживании праздничных мероприятий, выставок-продаж, участие специалистов отрасли в объединениях и ассоциациях, как в Белгороде, так и в других регионах России);

- использование на предприятиях общественного питания продукции, произведенной на территории Белгородской области;

- развитие и укрепление региональных, межрегиональных и межгосударственных связей потребительского рынка города;

- развитие гастрономических региональных фестивалей, содействие популяризации профессий индустрии гостеприимства.

Реализация вышеперечисленных направлений развития отрасли общественного питания и гостиничного бизнеса на территории города Белгорода позволит повысить качество и безопасность услуг, культуру потребления, создать достойные условия труда работникам отрасли.

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

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interests to declare.

#### Список литературы

Белецкая Е.А. Событийный туризм как инструмент повышения туристской привлекательности Белгородской области // Вестник ТГУ. 2014. №12 (140). С. 278-283.

Вишневская Е.В., Семченко И.В. Развитие индустрии общественного питания региона (на примере Белгородской области) // Сетевой научный журнал «Науч-

ный результат. Технологии бизнеса и сервиса». 2018. Т. 4. № 3. С. 31-45.

Дмитрий Путилин. Любите своих гостей. URL: <https://www.cookconcern.com/ru/povar/dmitrii-putilin> (дата обращения: 29.03.2019).

Зарубина Н. Н. Трансформации практик питания в современной России: детерминанты // Вестник МГИМО. 2014. №6 (39). С. 199-207.

Зюляева Е. А., Шавандина И. В. Качество услуг общественного питания // Вестник НГИЭИ. 2012. №5. С. 30-38.

Кутаева Т. Н., Кутаева Е. А. Общественное питание в системе потребительских услуг // Вестник НГИЭИ. 2013. №3 (22). С. 114-125.

Лучшие гастрономические фестивали России. Август 2018 – Турстат. URL: <http://turstat.com/gastrofestrussiaaugust2018> (дата обращения: 20.03.2019).

Маюрникова Л. А., Крапива Т. В., Давыденко Н. И., Самойленко К. В. Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях // Техника и технология пищевых производств. 2015. №1 (36). С. 141-147.

Насретдинов И. Т. Современное состояние и тенденции развития рынка общественного питания в России // Ученые записки КГАВМ им. Н.Э. Баумана. 2015. №2. С. 162-166.

Торговля и сфера услуг. URL: [WWW.beladm.ru](http://WWW.beladm.ru) (дата обращения: 16.03.2019).

### References

Beletskaya, E.A. (2014), "Event tourism as a tool to increase the tourist attractiveness of the Belgorod region", *TSU Bulletin*, № 12 (140), pp.278-283.

Vishnevskaya, E.V., Semchenko, I.V. (2018), "The development of the catering industry in the region (on the example of the Belgorod region)", *Network scientific journal Research Result. Technology of business and service*, Vol. 4, No. 3, pp. 31-45.

Dmitry Putilin, (2029), "Love your guests" [Online], available at: <https://www.cookconcern.com/ru/povar/dmitrii-putilin> (Accessed 29 March 2019).

Zarubina, N. N. (2014), "Transformations of nutrition practices in modern Russia: determinants", *MGIMO Bulletin*, 6 (39), pp. 199-207.

Zyulyaeva, E. A., Shavandina, I. V. (2012), "The quality of public catering services", *Vestnik NGIEI*, 5. pp. 30-38.

Kutaeva, T. N., Kutaeva, E. A. (2013), "Public catering in the system of consumer services", *Vestnik NGIEI*, 3 (22), pp. 114-125.

The best gastronomic festivals of Russia. August 2018 – Turstat, [Online], available at: <http://turstat.com/gastrofestrussiaaugust2018> (Accessed 20 March 2019).

Mayurnikova, L. A., Krapiva, T. V., Davydenko, N. I., Samoilenko, K. V. (2015), "Analysis and prospects for the development of the catering market in the regional context", *Technique and technology of food production*, 1 (36), pp. 141-147.

Nasretdinov, I. T. (2015), "The current state and development trends of the public catering market in Russia", *Uchenye zapiski KGAVM im. N.E. Bauman*, pp. 162-166.

Trade and services [Online], available at: [WWW.beladm.ru](http://WWW.beladm.ru) (Accessed 16 March 2019).

### ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

**Елисеева Елена Николаевна**, начальник отдела по развитию сервиса управления потребительского рынка департамента экономического развития администрации города Белгорода

**Цурупа Елена Борисовна**, начальник отдела по развитию туризма управления потребительского рынка департамента экономического развития администрации города Белгорода

**Путилин Дмитрий Юрьевич**, шеф-повар, бренд шеф-повар гастрономического фестиваля «Русская Каша», г. Белгород, эксперт международного обучающего форума

для шеф-поваров и поваров «Завтрак Шефа» (PIR EXPO), г. Москва

**Слинкова Ольга Константиновна**, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса института управления

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Elena N. Eliseeva**, Head of the Service Development Office, Consumer Market Office, Department of Economic Development, Belgorod City Administration

**Elena B. Tsurupa**, Head of the Tourism Development Office, Consumer Market Office, Department of Economic Development, Belgorod City Administration

**Dmitriy Yu. Putilin**, Chef, Brand Chef of the Gastronomic Festival “Russian Kasha”, Belgorod, Expert of the International Educational Forum for Chefs and Cooks “Breakfast of the Chef” (PIR EXPO), Moscow

**Olga K. Slinkova**, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Tourism and Socio-Cultural Service, Institute of Management