

## ФАКТОРЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО И ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Н. И. Мячикова*, канд. техн. наук, доц. (НИУ «БелГУ», г. Белгород)  
*О. В. Биньковская*, канд. биол. наук, доц. (НИУ «БелГУ», г. Белгород)

*К основным факторам, определяющим развитие научного и делового туризма в Белгородской области, можно отнести: наличие уникальных природных и научно-технических систем, представляющих интерес для научных экспедиций; научный потенциал региона; наличие уникальных промышленных объектов, представляющих интерес, как для отечественных, так и для иностранных специалистов; уровень развития туристской инфраструктуры региона.*

*Ключевые слова: деловой туризм, научный туризм, научно-экспедиционный туризм, заповедник «Лес на Ворскле», экскурсионные маршруты.*

В настоящее время в России туризм пока не признан самостоятельной отраслью экономики и не является важнейшим источником формирования доходной части бюджетов всех уровней. В то же время Россия обладает значительным туристским потенциалом (по оценкам экспертов, более 55% территории), который не получил адекватного использования. При этом одним из условий развития туризма как отрасли является продвижение всей совокупности туристских продуктов, характерных для каждой, отдельно взятой территории. Российские регионы, в том числе и Белгородская область, располагают сегодня перспективными возможностями для организации современного рынка туристических услуг, обладают туристической самобытностью и привлекательностью, как для россиян, так и для иностранных граждан.

Основу научно-экспедиционного туризма составляет система особо охраняемых природных территорий региона. На территории Белгородской области расположен государственный природный заповедник «Белогорье», общая площадь которого – 2131 га. Заповедник включает в себя пять участков, расположенных на территории Борисовского, Губкинского и Новооскольского районов области: «Лес на Ворскле», «Острасьевы Яры», «Ямская степь», «Лесные горы», «Стенки изгорья».

Наиболее известный участок заповедника «Лес на Ворскле» образован в 1922 году на территории бывшей «Заказной рощи» графов Шереметьевых. Его основу составляют участки уникального 250-300-летнего дуба. Здесь встречается около 550 видов цветковых и папоротникообразных, 25 видов мхов, около 900 видов грибов, 61 вид лишайников. Из насекомых идентифицировано около 1,1 тыс. видов. Встречаются, лоси, косули кабаны.

Заповедник «Острасьевы Яры» включает около 20 га луговой степи и участок характерного для лесостепей байрачного леса. Здесь произрастает до 400 видов растительности – почти треть флоры области.

«Ямская степь» была открыт профессором МГУ В.В. Алехиным в 1921 году. На участке насчитывается 20 видов растений и животных, которые занесены в Красную книгу России.

Заповедник «Стенки Изгорья» характеризуется неповторимым сочетанием природных комплексов: нагорная дубрава с сохранившимися по гребням меловыми соснами, ковыльные степи и меловые обнажения.

Большую ценность представляет также природный парк «Хотмыжский» общей площадью 10662 га. Оригинальные ландшафты правобережной части Ворсклы отличаются островным распространением широколиственных лесов, в том числе редкой сохранностью спелых среднерусских дубрав возрастом до 100 лет среди открытых степных пространств. Флора парка насчитывает 566 видов, 14 из которых занесены в Красную книгу.

Всего в области насчитывается один заповедник федерального значения (2 131 га), а также 64 заказника, 20 памятников природы, 2 природных парка, один дендрологический парк и ботанический сад регионального значения площадью 17 924 га. В целом особо охраняемые природные территории Белгородской области занимают площадь 51 074 га, что составляет около 2% от общей площади Белгородчины.

Деловой туризм – сравнительно новый продукт, который предлагается на российском и зарубежных рынках туристских продуктов и требует всестороннего исследования и определения роли государства в его продвижении.

В настоящее время поездки с деловыми целями составляют примерно одну четвертую всего международного туризма в мире. Отмечается также, что туристская деятельность с целью поездки – деловая, в частности проведение конгрессов, относится к числу наиболее динамично развивающихся и наиболее выгодных видов путешествий. Ежегодные темпы роста этого вида туризма в мире составляют 8%. Он дает вдвое больше дохода принимающей стороне, чем туризм с целью поездки – отдых. По экспертным оценкам, сегмент туристического рынка под названием «конгрессная деятельность», фактически характеризующий развитие бизнес-туризма в России, составляет всего 5%, в то время как в Европе он занимает более 50% рынка [1].

Важнейшую роль в развитии делового туризма играет инфраструктура гостеприимства. В 2013 году в области работала 91 гостиница, 8 санаториев, 3 санатория-профилактория, 24 дома отдыха, 45 баз отдыха.

Гостиничный бизнес активно развивается в ряде российских городов, в том числе в Белгородской области. Это вызвано ростом экономических, культурных и деловых связей областного региона.

Этот рынок становится все более зрелым, предлагая игрокам новые инвестиционные возможности и разнообразие конкурентоспособного продукта премиум, среднего и выше среднего класса, экономкласса.

Несмотря на рост рынка, отелей все еще не хватает, особенно в период деловой активности – с ноября по май (исключая новогодние праздники).

Наблюдается несоответствие существующей гостиничной инфраструктуры высокому потенциалу Белгородской области. Недостаточно

развитая инфраструктура сдерживает поток туристов в регион. Особенно остро ощущается нехватка гостиниц экономкласса, ориентированных на командированных, школьников, на небогатые категории населения. В Белгородской области необходимо строить больше отелей экономкласса.

Маркетинговые исследования показывают, что 63% гостей региона интересуется ценовая категория до 1,5 тыс. руб. Люди приезжают по делам, им необходимы дешевые номера. Спрос на них очень велик: чтобы поселиться в дешевых, но качественных гостиницах требуется бронировать номер за две недели.

Развитие рынка должно идти в среднем и выше среднего сегменте. Именно этот сегмент пока и развивается. Большинство городских отелей работают на уровне от трех звезд, хотя далеко не все прошли процедуру добровольного категорирования.

Основные потребители гостиничных услуг – бизнес-туристы, доля которых – 70% от общего объема въездного туризма. Их можно условно поделить на две категории. Первая – дипломаты, руководители и менеджеры иностранных компаний, вторая – люди из регионов России и стран СНГ, посещающие промышленные предприятия, банки, коммерческие и иные структуры Белгородской области.

В связи с явным преобладанием бизнес-туристов большинство отелей должно ориентироваться на дополнительные услуги: конференц-залы, комнаты для переговоров, компьютер, факс, услуги переводчиков, заказ билетов, встреча и проводы в аэропорту, оздоровительные центры, прачечная, химчистка и т. д. Именно дополнительные услуги способствуют повышению доходности гостиничного бизнеса.

Сервис такого рода предлагают многие гостиницы сегментов среднего и выше среднего, в том числе мини-отели вместимостью до 50 номеров, их в последние годы становится все больше. В «камерном» отеле легче обеспечить безопасность клиента, что очень важно на фоне общей криминальной обстановки в городе, и индивидуальный подход к каждому гостю. В этом формате работают «БелОтель», «Белогорье» и др.

Конкуренция с сетевыми игроками невозможна без улучшения качества обслуживания и расширения спектра услуг. Вряд ли удастся привлечь иностранного потребителя, не предоставив ему то, что он привык воспринимать как норму: комфортное размещение, качественное питание, залы для заседаний с эргономичной мебелью, климат-контролем, дневным освещением и беспроводным Интернетом, а также транспортное, экскурсионное и другое обслуживание. Именно на этом намерены сконцентрироваться местные туроператоры. В ближайшие год-два ожидается обострение конкуренции.

Мы считаем, что в борьбе за привлечение клиента гостиницы будут соперничать через формирование лучшего соотношения цена/качество, а также нацеливаясь на конкретные рыночные сегменты. В регион приезжают люди разного статуса – от руководителей крупных фирм до работников бюджетной сферы, и каждому требуется свой уровень комфорта.

Успех отеля зависит от соотношения цена/качество, которое он создает для своих целевых сегментов. Обострившаяся конкуренция заставляет отельеров пересматривать цены в сторону уменьшения. В ближайшие годы существующие на рынке отели с целью сокращения затрат станут модернизировать помещения, переоснащать номера, создавать автономные цепи электро-, тепло- и водоснабжения».

Областной рынок гостиничных услуг еще далек от перенасыщения и продолжает формироваться. По мнению экспертов, его развитию должны сопутствовать такие факторы, как создание развитой городской инфраструктуры, предприятий общепита, рост розничной торговли и банковских учреждений, разработка туристических маршрутов, появление инвестиционно привлекательного климата в Белгороде и области.

В недалекой перспективе (эксперты называют срок от трех до пяти лет) в столице региона будет достаточное количество отелей, рассчитанных на разные категории потребителей и предлагающих номера для проживания по относительно доступной цене. Цены сохранятся на сегодняшнем уровне, но с учетом инфляции через несколько лет это уже не будет считаться огромной суммой.

Выход на рынок международных и отечественных профессиональных гостиничных операторов, открытие новых гостиничных комплексов и реконструкция существующих, а также привлечение к управлению ими профессиональных менеджеров с рыночной ориентацией и появление на рынке здоровой конкуренции – это первые шаги в развитии гостиничного хозяйства Белгородской области, которые должны привести к становлению качественного сервиса и высокой культуры обслуживания наряду с адекватным уровнем цен.

#### **Литература**

1. Бронская, Ю. К. Бизнес-туризм как фактор развития туристического рынка России : автореф. дис. ... канд. эконом. наук / Ю. К. Бронская. – Москва : ОПМТ РАГС, 2007. – 18 с.

### **РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ПОВЫШЕНИИ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ И ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)**

*Ю. А. Наконечная*, магистрант, (НИУ «БелГУ», г. Белгород)

*Данная статья посвящена изучению событийного туризма в Белгородской и Харьковской областях. В настоящее время событийный туризм – это не только перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка, но и эффективный инструмент для продвижения территории. В статье определена роль событийного туризма в повышении туристской привлекательности территории (на примере Белгородской и Харьковской областей)*

*Ключевые слова: туризм, туристская привлекательность, событийный туризм.*