

DOI: 10.12731/2218-7405-2014-12-16

УДК 338.484

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Кущева Н.Б., Бедяева Т.В.

В статье освещены основные аспекты гастрономического туризма как современной разновидности туризма. Целью данной статьи является освещение основных концепций гастрономического туризма как возможности развития территорий и их активного участия в формировании инновационной туристской привлекательности. Осуществлена теоретическая дифференциация гастрономических туристов по целям поездки. Также рассмотрены вопросы сегментации данного вида туризма с точки зрения отношения к еде как основного мотива путешествия. Выделены основные черты туризма, характерные в случае его гастрономической направленности. Предпринята попытка рассмотрения гастрономического туризма как перспективного вида развития регионов России. Для анализа использован европейский и мировой опыт. Проанализированы факторы, тормозящие развитию гастрономического туризма в России. Рассмотрен гастрономический опыт путешествия. Освещены некоторые взгляды исследователей на перспективы развития гастрономического туризма. Данная статья может быть интересна для исследователей туризма, а также магистрантов и аспирантов.

Ключевые слова: *гастрономический туризм; гастрономический турист; индекс готовности.*

GASTRONOMIC TOURISM AS A PERSPECTIVE TYPE OF REGIONAL DEVELOPMENT IN RUSSIA

Kushcheva N.B., Bediaeva T.V.

This article investigates gastronomical tourism as form of modern type of tourism. The goal of this article is to highlight main concepts of gastronomic tourism as a possibility for regional development and its active participation in formation of innovative tourism attractive-

ness. Questions about segments of this type of tourism related to food as a main and triggering motive for tourism travel are also discussed. Main characteristics of tourism, which are specific for this type of tourism direction. This is an attempt to uncover ideas to develop this type of tourism for regional development in Russia. European and world practice are used. Factors, which are hampering of gastronomic tourism in Russia, are analyzed. Gastronomic tourism experience has been analyzed. Some trends of gastronomic tourism development has been analyzed. this article could be interesting for researchers and master and post-graduate students.

Keywords: *gastronomic tourism; gastronomic tourist; readiness index.*

Посещение других стран с целью ознакомления или наслаждения кухней или кулинарной культурой является прекрасной идеей для тех, кто хочет получить новые впечатления от отдыха. Гастрономический туризм называют путешествиями со вкусом, ведь кулинарные удовольствия иной раз лучше всего помогают понять культуру того или иного народа. Именно пища является важным средством проникновения в другую культуру и позволяет почувствовать это «другое» не только на интеллектуальном, но и на чувственном уровне. Местная пища является основным атрибутом места дестинации, добавляя ощущений к общему туристического впечатления [10]. Это делает пищу неотъемлемой частью туристского производства и потребления, увеличивая ее роль в успешном развитии целой туристической индустрии. Питание является одним из элементов, включенных в новую концепцию культурного наследия и культурного туризма, что обусловлено растущей тенденцией к желанию благополучия в жизни, подлинности чувств, охраны окружающей среды и стремления к получению именно качественного опыта во время путешествий [7].

Термин кулинарный туризм был введен в обращение в 1998 году доцентом кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонгом. В 2003 году Эриком Вульфом была основана Международная ассоциация гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), президентом которой он является на данный момент [2].

В 2012 году термин кулинарный туризм был заменен на термин гастрономический туризм из-за того, что исследование, которое провела Международная ассоциация гастрономического туризма, показало, что большинство американцев, среди которых проводилось исследование, считали, что кулинарный туризм для элиты. Поэтому решено было заменить его на более доступный для большинства жителей термин, объединяющий продовольственные магазины, уличных торговцев, пабы для местных жителей, винные заводы, единственные в своем роде рестораны в одно понятие.

Покупателям гастрономических туров нужно заранее определиться с концепцией поездки. Можно просто поехать в страну, славящуюся вековыми кулинарными традициями, и ознакомиться с ее достопримечательностями – как съедобными, так и всеми остальными. А можно посетить яркие и запоминающиеся гастрономические фестивали, которые периодически проводятся в самых разных уголках планеты. Например, сентябрь – время Устричного фестиваля в Ирландии и Октоберфеста в Мюнхене, а в ноябре заядлые гастротуристы отправляются во Францию на Божоле Нуво – праздник молодого вина или на фестиваль белых трюфелей в Сан-Миниато.

По версии World Food Travel Association [11] в настоящее время можно выделить 12 категорий гастротуризма:

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.

Туроператоры все чаще отмечают, что люди выбирают места для отдыха не по числу пляжей или памятников истории, а оценивая гастрономическую привлекательность страны. Но, к сожалению, гастрономический туризм в России пока понятие редкое. Отсутствие продуманных маршрутов и плохое развитие инфраструктуры не делают хорошей рекламы этому виду путешествий. Мало кто из иностранцев и россиян будет платить достаточно большие деньги, чтобы пересечь бескрайние просторы нашей Родины с целью попробовать то или иное блюдо. Причем важно не просто съездить попробовать кулинарное изделие, а приобщиться к искусству приготовления пищи.

К факторам, тормозящим развитие гастрономического туризма в России, можно отнести:

- отсутствие опыта у местных туристских операторов в организации гастрономических туров;

- дороговизна гастрономических туров;
- недостаточно высокое качество обслуживания посетителей на предприятиях туризма и гостеприимства.

В России элементы гастротуров туроператоры редко включают в основные программы, а собственно гастрономическая концепция поездки – большая редкость. Нет на данный момент и четкой системы гастрономических туров. Эксперты считают, что уже в обозримом будущем в России появятся свои уникальные гастрономические маршруты, и приоритеты будут отдаваться «зеленому» гастротуризму.

К факторам благоприятствующим развитию гастрономического туризма (помимо наличия ресурсов) можно отнести: возможность создания новых рабочих мест и вовлечения местных жителей в рабочий процесс; наличие разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого культурно-исторического наследия; наличие образовательных учреждений высшего профессионального образования и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства; организация крупных международных и региональных деловых, культурных, развлекательных мероприятий и спортивных соревнований [2].

В настоящее время в нашей стране существует несколько гастрономических маршрутов, которые турфирмы предлагают гурманам и любителям интересных путешествий. Экскурсии предлагаются в разных регионах России: например, Астраханской области и на Алтае. Знакомство с особенностями русской кухни происходит во время посещения лучших ресторанов. Также во многих регионах предлагаются программы вида «Обед в русской избе». Мероприятия организуются в соответствии со всеми традициями, присущими обычаям народа, живущего в данной местности. Хорошим примером также служит поворот к продвижению Золотого кольца как гастрономической дестинации [4]. Вот какие программы предлагаются Ярославским Конвенш-Бюро:

- Мышь. Май. Огурец – дегустации традиционных русских крепких напитков.
- За солеными огурцами – местные рецепты огурцов.
- Вкусный тур – дегустации кваса, медовухи, сливянки, взваров, варенья; печем пироги и лепим пельмени.
- Яблочный Спас – яблочное меню во время тура.

Особенно стоит обратить внимание на такое достоинство гастрономического тура, как экологическая чистота используемых продуктов. Также популярность у туристов-гурманов вызы-

вают туры на винодельческие заводы в Краснодарском крае, где широко выращивается виноград различных сортов. Важным вопросом является развитие сопутствующей инфраструктуры – транспорта и гостиниц. Ведь до места назначения, как минимум, нужно добраться и, после вкусного приема пищи, разместиться в удобном месте проживания. В настоящее время ведется подготовка и развитие центров гастрономического туризма в Пскове, Переславле-Залесском, Плесе.

Специфические черты гастрономического туризма:

- условия для развития гастрономического туризма имеют абсолютно все регионы Российской Федерации;
- гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха;
- кулинарный туризм в той или иной степени является составляющим элементом всех туров, но в отличие от других видов туризма знакомство с национальной кухней становится главным мотивом, целью и элементом гастрономического путешествия;
- продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров – является неотъемлемой частью любого гастрономического тура [1].

Несмотря на вышесказанное, интерес к гастрономическому туризму в России требует подкрепления событиями. Это могут быть разнообразные гастрономические фестивали (на примере широко известных фестивалей в Германии и Чехии) и экскурсии на предприятия. Однако пока что российские производители не торопятся пускать экскурсии к себе на производство. Одной из главных причин этого является низкий уровень развития сельского хозяйства в стране. Получается, что потенциальный интерес у туристов есть, однако предложений, определенно, недостаточно. В рамках целевой Федеральной программы к 2018 году Россия должна стать лидером в туристской индустрии [8]. В ходе этой программы планируется значительно увеличить количество россиян на родных курортах, а также привлечь иностранных туристов. Предстоит решение множества вопросов: развитие дорог, линий электропередач, гостиниц и ресторанов. Основной задачей, которую предстоит решить государству и частному сектору совместно, является развитие российского туристического рынка в целом и гастрономических туров в частности.

Появляются первые попытки систематизировать типы гастрономических туристов по отношению к гастрономии, как главному аттрактору в туристской поездке. Гастрономический турист, по определению Сайны С. Шеной, – это человек, который часто питается; приобретает локальную еду и напитки местного производства, предпочтения которого преобладают к за-

ведениям высшего класса и почти никогда не выбирает заведения общественного питания, которые действуют по системе франчайзинга [10]. Например, предлагается разделить туристов, путешествующих с гастрономической целью, на 5 типов, причем только первые два можно отнести к целевой аудитории данного вида туризма [9]:

- гастротуристы: эксперты, гастрономические критики;
- фудис: энтузиасты, заинтересованные в качественной еде, местных производителях, сезонных продуктах;
- заинтересованные покупатели: воспринимают еду как дополнение к удовольствиям во время отпуска. Пробуют местную еду без особого энтузиазма;
- невовлеченные: не считают еду важной составляющей во время проведения отпуска. К местной еде относятся без негатива;
- «вялые потребители»: не проявляют интереса к новой еде во время путешествий.

Гастрономический туризм показал себя достаточно доходной статьей государственной экономики, и не случайно за его развитие взялись даже те страны, о гастрономической культуре которых обывателю раньше ничего не было известно. Однако, не смотря на существующую ситуацию в России, все больше и больше бизнесменов понимают перспективность этого направления.

Данные по экономическому воздействию на регионы, продвигающие гастрономические туры, достаточно трудно найти. Лишь немногие туристские компании или правительства когда-либо проводили подобные исследования. Однако надо заметить, что все путешественники едят и пьют. Можно сделать простой вывод, что не менее 25% от расходов туристов может быть связано с едой и напитками во время путешествия [11]. Этот процент будет, конечно, выше при путешествии с гастрономической целью.

Ассоциация Туризма Америки в 2012 году провела исследование, в котором более 60% респондентов высказали готовность поехать в гастрономическое путешествие в ближайшие 12 месяцев. Это исследование также показало, что гастрономический турист тратит вдвое больше, чем «обычный». Они готовы платить за возможность попробовать аутентичные блюда, приготовленные из местных продуктов местными поварами. Главные группы гастрономических туристов в ближайшее время будут формировать:

- семьи с двойным доходом без детей (DINKS: Double Income No Kids);
- семьи (или одиночки) без детей (SINKS: Single Income No Kids);
- молодые люди 25-35 лет без детей;

- люди среднего возраста, 45-55 лет, хорошо образованные с высоким доходом, чьи дети покинули родительский дом (т.н. «семьи опустошенного гнезда»);
- представители поколения бэби-бум рождения 1950-х годов;
- разведенные, стремящиеся к созданию пары и рассматривающие поход в ресторан с этой точки зрения.

Международная Туристская Кулинарная Ассоциация в 2010 году предложила рассчитывать «индекс готовности» к принятию гастрономических туристов [3]. В соответствии с этим индексом наиболее готова к принятию гастрономических туристов Шотландия (79 баллов из 100), Канада (67 из 100), причем основной упор здесь сделан на сельскохозяйственный сектор. Самый низший уровень готовности и, в свою очередь, наибольший потенциал для развития, показала Южная Африка (28 из 100). К сожалению, по Российской Федерации данных нет.

Гастрономические туристы очень активны и в других активитетах поездки – они чаще, чем обычные туристы, посещают исторические места, ходят в театры, посещают музыкальные фестивали, парки и сады, играют в гольф, активно пользуются СПА услугами.

Для развития гастрономического потенциала регионов возможно использование европейского и мирового опыта по части формирования гастрономической корзины лучшей продукции региона. Собственно, данной сети пока в России не существует, она есть во Франции, где в последние годы все более престижным считается жизнь на селе. А французская гастрономия меж тем признана частью мирового наследия ЮНЕСКО, и нам действительно есть чему поучиться у этой страны по части питания и позиционирования себя на этом рынке. Тем более что на российском туристском рынке немногие регионы реально могут похвалиться гастрономическими изысками. Можно выделить следующие возможные пути развития гастрономического туризма в мире, которые можно с успехом применить и для России:

1. Развитие кулинарных туристских ресурсов, характерных для данного региона.
2. Развитие направлений с возможностью получения многочисленных туристских впечатлений, включая гастрономический.
3. Сотрудничество между частными производителями туристских и гастрономических услуг.
4. Применение эффективной маркетинговой стратегии дестинаций, в которую входят и гастрономические предложения, повышение информированности общества о данном виде туризма.
5. Повышение самосознания населения за счет продвижения местной пищевой культуры.

В условиях все большей конкуренции в сфере туризма и его маркетинга, каждый регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы дифференцировать себя от других. Сама по себе местная кухня уже является той платформой, которая содержит необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструментария для привлечения клиентов, продвижения городов, регионов или даже целых стран.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Норма, 2008. 450 с.
2. Гатауллина С.Ю., Томашек М.Н. Анализ перспектив развития гастрономического туризма в Приморском крае. – Дальневосточный федеральный университет. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2013. 141 с.
3. Государственный отчет о гастрономическом туризме-2010 и Индекс готовности (США) URL: <http://www.great-taste.net/tidbits-kudos/tidbits/new-2010-state-of-the-culinary-tourism-industry-report-readiness-index-now-available-to-trade-2/> (дата обращения 14.12.2014).
4. Лобанова О. Ярославское конвенш-бюро, 2013 «Гастрономический туризм: рецепт успешного маркетинга территории. Новый взгляд на Золотое кольцо России через призму гастрономического туризма» URL: <http://www.tourismexpo.ru/luxury/files/2014/gourmet/Olga-Lobanova-Iaroslavskoe-konvenshn-biuro.pdf> (дата обращения 12.12.2014).
5. Кляп М.П. Шандор Ф.Ф. Современные разновидности туризма: Научн. пособие. – М.: 2011. 334 с.
6. Никитина Л. Особенности маркетинга и продвижения винно-гастрономического туризма. 2014. URL: <http://www.tourismexpo.ru/luxury/files/2014/gourmet/Liudmila-Nikitina-Jamie-Magazine-v-Rossii.pdf> (дата обращения 01.12.2014).
7. Сирая Э.А. Концептуализация гастрономического туризма как инновационной туристической модели в период глобализации. Материалы научной конференции «Туризм, его современное состояние и перспективы развития», 2013. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer33/324.pdf> (дата обращения 12.12.2014).
8. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 (ред. от 18.02.2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации

(2011-2018 годы)» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159508/ (дата обращения 09.12.2014).

9. Шандор Ф.Ф. Геотуризм – новая идея в туризме. Материалы 3-й межд. научно-практической. конф. «Туристический и гостинично-ресторанный бизнес в Украине: проблемы развития и регулирования» 22-23 Март. 2012, Черкассы, Украина: в 2-х томах / М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, Черкас. держ. технол. ун -т. Т. 1. – М., 2012. 500 с.
10. 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.
11. What Is Food Tourism? [Электронный ресурс]: World Food Travel Association, 2010 URL: <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (дата обращения 01.12.2014).

References

1. Alexandrova A.Y. Mezhdunarodnyy turizm: uchebnik dlya vuzov / Alexandrova A.Y. [International tourism: textbook for higher institutions]. – М.: Norma, 2008. 450 p.
2. Gataullina S.Y., Tomashek M.N. Analiz perspective razvitiya gastronomicheskogo turizma d Primorskoy krae [Analysis of gastronomic tourism in Primorskyi kray]. Far Eastern Federal University. – Vladovistok: Publishing house of the Far Eastern Federal University, 2013. 141 p.
3. Gosudarstvennyi otchet o gastronomicheskom turizme-2010 I Indeks gotovnosti (USA) [State of the culinary tourism industry report readiness index (USA)] URL: <http://www.great-taste.net/tidbits-kudos/tidbits/new-2010-state-of-the-culinary-tourism-industry-report-readiness-index-now-available-to-trade-2/> (referred 14.12.2014).
4. Lobanova O. Yaroslavskoye konvenshn byuro, 2013 «Gastronomicheskyy turizm: retsept uspehnogo marketinga territorii. Novyi vzglyad na Zolotoe Koltso Rossii cherez prizmu gastronomicheskogo turizma» [Gastronomic tourism: new look at the Golden Ring of Russia through prism of gastronomic tourism] URL: <http://www.tourismexpo.ru/luxury/files/2014/gourmet/Olga-Lobanova-Iaroslavskoe-konvenshn-biuro.pdf> (referred 12.12.2014).
5. Klyap M.P., Shandor F.F. Sovremennye raznovidnosti turizma: naychnoe posobiye [Modern types of tourism: scientific publication]. – М.: 2011. 334 p.
6. Nikitina L. Osobennosti marketinga I prodvizheniya vinno-gastronomicheskogo turizma [Peculiarities of marketing and promotion of vine-gastronomic tourism]. URL: <http://www.tourismexpo.ru/luxury/files/2014/gourmet/Liudmila-Nikitina-Jamie-Magazine-v-Rossii.pdf> (referred 01.12.2014).

7. Siraya E.A. Kontseptuelizatsiya gastronomicheskogo turizma kak innovatsionnoy turisticheckoy modeli v period globalizatsii. Materialy nauchnoy konferentsii «Turizm: ego sovremennoye sostoyanie i perspektivy razvitiya», 2013. [Conceptualization of gastronomic tourism as an innovative model during the period of globalization. Materials of scientific conference «Tourism: its modern situation and perspectives of development»] URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer33/324.pdf> (referred 12.12.2014).
8. Postanovleniye Pravitelstva RF 02.08.2011 № 644 (red.18.02.2014) «O federalnoy tselevoy programme «Razvitiye vnutrennego b vezdnogo turizma v Rossiyskoy Federatsii (2011-2018 gg.)» [Resolution of the Government of RF 02.08.2011 N 644 (red. 18.02.2014) «About federal target program «Development of inbound and incoming tourism in the Russian Federation (2011-2018 gg.)»] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159508/ (referred 09.12.2014).
9. Shandor F.F. Geoturizm – novaya ideya v turizme. Materialy 3 naychno-prakticheskoy konferentsii «Turisticheskyy I gostinichno-restorannyi biznes v Ukraine: problem razvitiya I regulirovaniya» [Geotourism – a new idea /in tourism. Materials of the scientific conference «Tourism and hotel-restaurant business in Ukraine: development problems and regulations»] 22-23.03.2012, Cherkassy, Ukraine: in 2 volumes / Ministry of education and science, youth and sport of Ukraine, Cherkas.state.rtechnol.univer. Vol. 1. – M., 2012. 500 p.
10. 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.
11. What Is Food Tourism? World Food Travel Association, 2010 URL: <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (referred 01.12.2014).

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Кушева Наталия Борисовна, доцент кафедры организации и управления санаторно-курортной деятельностью, кандидат технических наук

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет

ул. Садовая, д. 21, г. Санкт-Петербург, 191023, Россия

e-mail: nkushcheva@yandex.ru

SPIN-код в SCIENCE INDEX: 7556-8431

Бедяева Татьяна Владимировна, доцент кафедры организации и управления санаторно-курортной деятельностью, кандидат педагогических наук

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
ул. Садовая, д. 21, г. Санкт-Петербург, 191023, Россия
bediaeva@mail.ru
SPIN-код в SCIENCE INDEX: 3797-8513

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kushcheva Natalia Borisovna, docent of the department of SPA and Resort Management, Ph.D.
in Technical Science

Saint Petersburg State University of Economics
21, Sadovaya str., Saint Petersburg, 191023, Russia
e-mail: nkushcheva@yandex.ru

Bediaeva Tatiana Vladimirovna, docent of the department of SPA and Resort Management,
Ph.D. in Pedagogical Science

Saint Petersburg State University of Economics
21, Sadovaya str., Saint Petersburg, 191023, Russia
e-mail: bediaeva@mail.ru
SPIN-код в SCIENCE INDEX: 3797-8513

Рецензент:

Морозова М.А., д.э.н., проф., зав. кафедрой социально-культурной деятельности, туризма
и гостеприимства, Декан факультета медиакоммуникаций и туризма Санкт-Петербургского Го-
сударственного Института Кино и Телевидения