

Лебедева Светлана Алексеевна

магистрант

Институт отраслевого менеджмента

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства

и государственной службы при Президенте РФ»

г. Москва

ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Аннотация:** в статье отмечено, что гастрономический туризм представляет собой достаточно молодое и только развивающееся направление туристской отрасли. Однако спрос на данный вид туризма достаточно велик не только в западных странах, но и в России. Чтобы удовлетворить стремительно растущий спрос, необходимо продуманное конкурентоспособное предложение. Ресурсы Российской Федерации позволяют не только создать интересное предложение для граждан страны, но и для иностранцев, сделав Россию одним из лидеров в данном сегменте на мировой арене.*

***Ключевые слова:** туризм, кулинарный туризм, гастрономический туризм, потребление продуктов питания в туризме, туристский продукт, туристская дестинация, Всемирная ассоциация гастрономического туризма.*

Питание или гастрономия, в широком смысле, как неотъемлемая составляющая туристского продукта породило множество исследований, касающихся места питания в туристской индустрии. На сегодняшний день выделяют четыре широких подхода [2] к определению места кулинарии в туризме.

Первый подход рассматривает гастрономию как часть туристского продукта или неотъемлемую часть туристской дестинации. В конкретном случае питание выступает не более чем необходимостью для удовлетворения физиологических потребностей человека, включенной в том или ином виде в предлагаемый туристский продукт. Второй подход рассматривает данную концепцию с точки зрения потребления. Останавливаясь на данной концепции, основные вопросы

связаны с тем, какой именно тип кухни предпочитает турист, пребывая в конкретной стране, имеет ли местная кухня какое-либо символическое значение для путешествующего или только функциональное, а также какие факторы влияют на потребление туристов. Следующий подход оценивает, какое место сам турист отводит институту питания в своем путешествии, а также что именно влияет на уровень его удовлетворенности этим видом услуг. Последний подход сосредоточен на еде, напитках и различных гастрономических событиях, происходящих на данный момент в дестинации, как цели всего путешествия. Еда в конкретном случае является не физиологической потребностью, а сутью и смыслом поездки.

Именно из последнего подхода «вытекает» определение «гастрономический туризм». Гастрономический туризм – это поездка с целью ознакомления с кухней дестинации, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, посещения гастрономических фестивалей и выставок, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний и навыков в области кулинарии [1]. Однако термин «гастрономический туризм» появился не сразу, изначально существовал термин «кулинарный туризм». Его в 1998 году ввела доцент кафедры народной культуры государственного университета Боулинг Грин в США (Bowling Green, USA) Люси Лонгом. Только в 2012 году термин «кулинарный туризм» был заменен на термин «гастрономический туризм», так как исследование, проведенное Международной ассоциацией гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association, ICTA), основанной в 2003 году Эриком Вульфом, показало, что большинство англоговорящих респондентов полагали, что кулинарный туризм – это туризм для определенной элитарной группы [5].

Примечание. Сегодня данная организация носит название Всемирная ассоциация гастрономического туризма (World Food Travel Association).

Из представленного выше определения видно, что гастрономический туризм тесно соприкасается с другими видами туризма по мотивационно-целевому принципу [4]: культурно-познавательным, лечебно-оздоровительным, событийным, этнографическим и агротуризмом (рисунок 1).

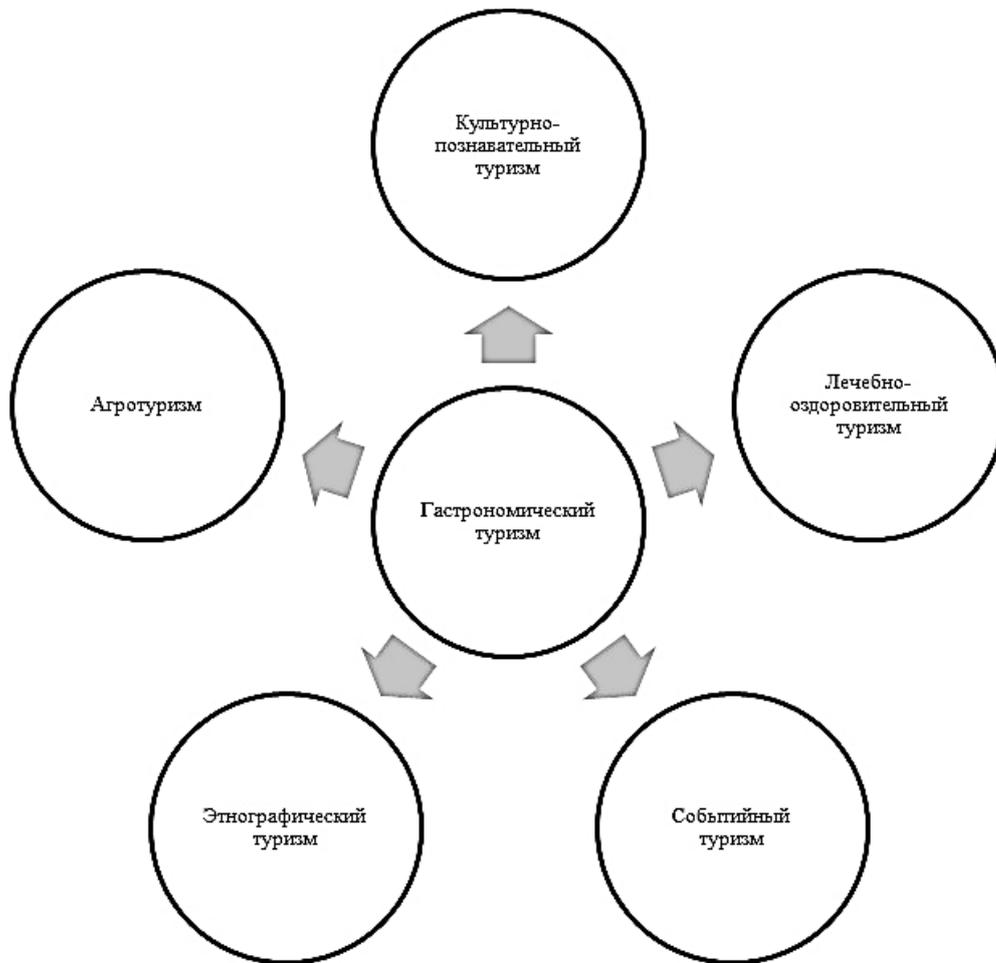


Рис. 1. *Связь гастрономического туризма с другими видами туризма*

Источник. Составлено автором на основании [4].

Что касается Российской Федерации, то здесь масса возможностей для реализации данного направления. Гастро-познавательный туризм можно организовать через посещение различных предприятий по производству продуктов питания. На сегодняшний день на территории России насчитывается более 3000 заводов и фабрик, из которых более 500 связаны с производством продуктов питания: кондитерские (132), консервные (37), ликеро-водочные (42), молочные (73), мукомольные (30), мясоперерабатывающие (22), пивоваренные (66), сахарные (34) предприятия и птицефабрики (92) [7].

Объединить гастрономический и лечебно-оздоровительный виды туризма можно в российских санаториях, предлагающими не только современные лечебные методики, грязи и обычно прекрасные пейзажи, но и минеральные и сероводородные воды, а также специальное меню для очистки организма.

Гастрономический туризм через событийный туризм реализовать проще всего. Гастрономические фестивали, которые, согласно отчету ЮНВТО, интересуют 79% опрошенных гостротуристов [3], самый верный способ. Один из самых известных международных гастрономических фестивалей в Российской Федерации – Omnivore Moscow, традиционно проходящий в апреле в столице. Однако есть еще и местные гастрономические мероприятия [1], которые почти неизвестны за пределами конкретного региона: Праздник корюшки в Санкт-Петербурге, фестиваль «Царская уха» в Томске, «Огуречный фестиваль» в Суздале, День минусинского помидора в одноименном городе, фестивали «Российский арбуз» и «Синьор-помидор» в Астрахани, яблочный фестиваль «Антоновские яблоки» в Коломне, Фестиваль Малины в Рязанской области и другие. Эти небольшие праздники и фестивали при должной рекламе и организации могли бы стать отличным катализатором развития гастро-событийного туризма на территории нашей страны.

Гостротуризм в рамках этнографического туризма может стать одним из ключевых направлений развития туристкой отрасли в России, так как, согласно Всероссийской переписи населения 2010 года, на территории государства проживало порядка 194 различных национальностей и народностей [6], каждая из которых является обладательницей собственной уникальной кухни.

Занимаемая страной площадь (17.125.191 км², включая присоединённые в 2014 году Республику Крым и город федерального значения Севастополь), протяжённость береговой линии (37.653 км), доля поверхностных вод (12,4% территории страны), а также лесные земли государства (8.707.055 км², 50,84% территории) предполагают развитие и продвижение агротуризма на всей территории России.

Таким образом, существует обширный спектр возможностей для развития и продвижения гастрономического туризма в Российской Федерации, который, в свою очередь, будет способствовать увеличению занятости в смежных с туризмом областях, развитию внутреннего и въездного туризма.

Список литературы

1. Драчева Е.Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы / Е.Л. Драчева, Т.Т. Христов // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – №3 (4).
2. Athena H.N. Mak, M. Lumbers and A. Eves, 2012. Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, – 39 (1). – P. 171–196.
3. Global Report on Food Tourism. Affiliate Members Reports: Volume four. – Madrid: UNWTO, 2012.
4. Thesaurus on Tourism and Leisure Activities. – Madrid: WTO, 2001.
5. Официальный сайт Всемирной ассоциации гастрономического туризма // World Food Travel Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldfoodtravel.org/> (дата обращения: 07.12.2017).
6. Официальный сайт Всероссийской переписи населения 2010 // Национальный состав населения. Национальный состав и владение языками, гражданство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-01.pdf (дата обращения: 07.12.2017).
7. Современная энциклопедия промышленности России // WikiProm. Заводы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikiprom.ru/navigator.html> (дата обращения: 07.12.2017).