

Мошников Сергей Александрович

Магистрант

Направление: Государственное и муниципальное управление

Магистерская программа: Государственная и муниципальная служба

Гастрономический туризм: перспектива для российских регионов

Аннотация. В статье определены направления изучения гастрономического туризма, как перспективного направлений развития экономики регионов и стран на мировом пространстве. Предлагается рассматривать гастрономический туризм как основу формирования туристских маршрутов, охватывающих различный опыт и впечатления, объединяя с ним привычные

Ключевые слова: гастрономия, продукты, производство, маршрут, направление, культура, традиции, критерии, мотивация, потребности.

Туризм – это необходимая для жизни деятельность человека, которая дает новые впечатления, помогает снизить напряжение от рутинных ежедневных рабочих задач и сделать жизнь более качественной и счастливой. Если в прошлом массовый туризм был основным способом его проявления, то сегодня туризм практикуется небольшими группами, которые стремятся получить новые впечатления, приобщиться к новым событиям и социальным группам. Развитие туризма в наши дни парадоксально, оно порождает одновременные процессы глобализации и повышения ценности местных ресурсов. Туристические направления обязаны поддерживать конкурентоспособность в условиях растущей конкуренции и ведут постоянную борьбу за сохранение своей доли на рынке.

Туристическая деятельность оказывает реальное влияние на экономическое и социальное развитие государства и общества, поскольку она вносит вклад в ВВП страны и региона и играет важную роль на рынке труда. Сектор туризма тесно связан с другими секторами экономики, и они взаимно поддерживают деятельность друг друга. Он играет важную роль в плане занятости, поскольку способствует снижению

безработицы и, таким образом, привлекает излишки рабочей силы из других секторов. С годами экономическая и социальная роль туризма возрастает, более того, необходимые глобальные ограничения на передвижения побудили организации и страны искать новые способы удовлетворить потребность людей в путешествиях. Одновременно с этим растут запросы людей на качество и разнообразие предлагаемого туризма, поскольку в наши дни туристы стали более опытными, у них достаточно средств для путешествий, у них больше свободного времени, многие не готовы проводить в одном месте весь отпуск, а хотят разделить его и посетить несколько мест. Самым главным признаком туризма является ожидание новых впечатлений. Поэтому туристские организации и местные сообщества ищут новые формы и виды путешествий, сопровождающих услуг и товаров.

Мир становится более открытым, однако туристы стремятся к впечатлениям, основанным на самобытности и местной культуре. В последнее время кухня стала незаменимым элементом для знакомства с культурой и образом жизни той или иной территории. Кухня воплощает в себе все традиционные ценности, связанные с новыми тенденциями в туризме: уважение к культуре и традициям, здоровый образ жизни, аутентичность, экологичность и связанные с этим чувства. Кроме того, гастрономия — это возможность возродить и диверсифицировать туризм, способствовать местному экономическому развитию, вовлекая различные профессиональные сектора (производителей /поставщиков, шеф-поваров, рынки и т.д.) и принося новые возможности в сырьевые отрасли. Эта первостепенная роль гастрономии в выборе места назначения и потреблении туристов привела к увеличению спроса на гастрономические предложения, основанные на высококачественных местных продуктах, и укреплению отдельного рынка гастрономического туризма.

Таким образом, одним из видов туризма, который дает разнообразный и интересный опыт является гастрономический туризм. Понятие гастрономического туризма применимо к туристам и посетителям, которые планируют поездку полностью или частично для того, чтобы попробовать местные продукты или принять

участие в мероприятиях, связанных с гастрономией. Данный вид туризма много лет привлекает гостей и путешественников, однако его потенциал далек от исчерпания.

Успех гастрономического туризма основан на его способности к инновациям, диверсификации предложений, открытию новых рынков и привлечении новых клиентов. Даже если кухня не является главной мотивацией для выбора места назначения, она является вторым или третьим вариантом с точки зрения критериев выбора места.

Гастрономия является важным направлением современных исследований, однако до сих пор тема гастрономического туризма в качестве основного предмета исследования ставила «винный» или энотуризм. При этом ценители вина, как правило гастрономическим туризмом интересуются далеко не всегда – люди, любящие винные достопримечательности и мероприятия, связанные с вином, слабо вовлекаются в другие гастрономические мероприятия.

В более широком смысле гастрономический туризм — это растущее явление, поскольку, согласно отчету Всемирной туристской организации, более трети туристических расходов приходится на продукты питания. По данным Федерального агентства по туризму РФ 22% россиян заявили, что основной причиной для поездки в отпуск является культурный опыт, который включает в себя кулинарное искусство [2].

Перспективность гастрономического туризма обусловлена тем, что треть бюджета поездки тратится на потребление продуктов питания. Из-за этого местная кухня является важным фактором с точки зрения качества отдыха.

В качестве исчерпывающего определения гастрономического туризма можно предложить следующее: гастрономический туризм - это путешествие по регионам, богатым гастрономическими ресурсами, с целью получения рекреационного опыта или с развлекательными целями, которые включают в себя: посещение основных или второстепенных производителей гастрономических продуктов, гастрономические фестивали, ярмарки, мероприятия, кулинарные демонстрации, дегустации продуктов питания или любые другие мероприятия, связанные с едой [3]. Гастрономический туризм является путешествием, полным впечатлений, тесно связанным с образом

жизни, который включает в себя эксперименты, изучение различных культур, накопление знаний и извлечения уроков о качествах или атрибутах, связанных с кулинарным туризмом, и кулинарных деликатесах, произведенных в посещаемых регионах. Опыт гастрономического туризма считается таковым, если все, что перечисленное выше, является основной причиной или мотивацией для посещения туристами определенного места назначения.

Для определения и изучения туристической гастрономии можно выделить три подхода:

- гастрономия – это изысканная кухня, это наследие, созданное поколениями поваров, и результат тонких технологических процессов. Гастрономия изучает физические характеристики продуктов (например, их качество) и стремится лучше понять процессы, которые происходят при употреблении пищи. При этом еда является источником вдохновения и удовольствия;

- гастрономический туризм — это нишевое направление путешествий, которое стремится достичь идеального баланса между полезным и приятным, между ежедневными потребностями в еде и кулинарными впечатлениями, которые могут положительно повлиять на туристов. Потребление приготовленной еды или местных продуктов является неотъемлемой частью туристического опыта;

- гастрономический туризм включает в себя не только прием пищи, но и посещение мест, соблюдение различных традиций и обычаев при употреблении блюд местной кухни [1].

Поэтому гастрономический туризм может включать в себя различные виды активностей: изучение технологий разведения, выращивания, сбора и транспортировки продуктов; изучение технологий приготовления и сохранения продуктов; приобщение к подаче блюд и соблюдению различных традиций; дегустация и т.д.

Гастрономический туризм сможет быть настоящей системой, состоящей из комплексного тематического туристического предложения, при этом на маршруте туристы могут найти информацию о других достопримечательностях, природных, культурно-исторических, религиозных.

Гастрономические маршруты могут стать системой, представляющей собой полное тематическое туристическое предложение, определяемое одним или несколькими маршрутами из определенной географической области с рядом продуктов растительного или животного происхождения или туристических объектов, таких как фермы, фабрики и рестораны, которые перечислены в туристических путеводителях и вращаются вокруг определенной географической области, конкретного блюда, продукта или разновидности пищи, как правило, отличающегося качества, а также мероприятий или гастрономической активности (отметим, что хотя на самом деле кухня не имеет границ, кухни регионов могут пересекаться, при этом каждая местность может иметь свою специфику в приготовлении и подаче блюд). Гастрономический маршрут также информирует о других объектах и достопримечательностях, тем самым способствуя экономическому развитию всего региона.

Таким образом, перспектива гастрономического туризма в возможности объединения различных видов туристических достопримечательностей и предложения их в удобном пакете, чтобы туристы дольше оставались в конкретном районе, в отличие от мест, где был представлен только один тип достопримечательностей. Гастрономические маршруты будут успешными, если им удастся активизировать гастрономическое наследие и превратить его в гастрономический туризм как точку притяжения туристов.

Литература

1. Горошко Н.В., Пацала С.В. Гастрономический бренд как инструмент развития регионального гастрономического туризма // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2022. № 4. – С. 377-400
2. Ольшанская М.В. Современные инструменты развития общественных пространств и их роль в развитии туризма // Beneficium. 2024. № 2 (51). – С. 28-335.
3. Пряжникова О.Н. Гастрономический туризм: мотивация и типы туристов (обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология: Реферативный журнал. 2023. № 4. – С. 145-151.