

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Гастрономические фестивали как инструмент повышения  
туристской привлекательности региона ПФО**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 421 группы  
направления 43.03.02 Туризм

Института истории и международных отношений  
Афанасьевой Светланы

Научный руководитель  
доцент, к.э.н.

\_\_\_\_\_

Е.С. Милинчук

Зав. кафедрой  
профессор, д.э.н.

\_\_\_\_\_

Т.В. Черевичко

Саратов 2019

## **Введение**

В настоящее время туризм в России набирает всё новые обороты, появляется всё больше объектов, напрямую относящихся к туризму, разрабатываются новые маршруты. Еда занимает ведущее место в жизни человека, ведь питание является как одной из основных потребностей организма, так и неотъемлемой частью туризма. Со временем обычный приём пищи превратился в нечто большее, чем часть туристического маршрута, он стал основной целью гастрономических маршрутов. В России такой вид туризма на данном этапе является одним из самых быстрорастущих на внутреннем рынке туристических услуг.

Еда для гастрономического туриста в последнюю очередь категория физиологии, а в первую – категория культуры. Контекст традиционной кухни – история и религия, экономика и политика, обычаи, легенды и прочие факторы, формирующие уникальную идентичность страны или региона.

Актуальность бакалаврской работы заключается в постоянном интересе туристов к традиционной кухне различных регионов и стран. Приезжая раз за разом в одну и ту же страну, турист желает подчерпнуть для себя что-то новое и обычные культурно-познавательные туры становятся менее интересными, на их место постепенно встает гастрономический туризм, привлекающий своей оригинальностью и национальным колоритом.

Целью бакалаврской работы является исследование теоретических и практических аспектов организации гастрономических фестивалей и их роли в повышении аттрактивности туристских территорий.

Для осуществления поставленной цели в исследовании решаются следующие задачи:

1. на основе анализа литературных источников сформулировать базовые понятия и определения гастрономического туризма;
2. изучить специфику организации и проведения гастрономических фестивалей;

3. проанализировать рынок гастрономического туризма в России;
4. ознакомиться с опытом проведения гастрономических фестивалей в регионе ПФО;
5. проанализировать особенности гастрономических фестивалей как инструмента брендинга туристской территории;
6. разработать путеводитель по гастрономическим фестивалям Приволжского Федерального округа для продвижения объектов туристского интереса.

В процессе исследования автор обращался к работам как зарубежных, так и отечественных исследователей, а именно Long, L. M., Кляпа М.П., Шандора Ф.Ф., Lagusev, Yu. M., Balynin, K. A. В данных работах раскрываются ключевые понятия гастрономического туризма, его цели, задачи и специфика, а также выделяются различные категории гостротуризма.

Ввиду широкого использования сети интернет для обучения, данная работа так же включает в себя информацию с таких интернет - ресурсов, как: интернет-портал «Прод-экспо, новостной сайт «Интерфакс туризм», официальный сайт Выставочной компании Евроэкспо, официальный сайт Турстата.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух теоретических глав и одной практической главы, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе даются определения базовым понятиям и терминам, положенным в основу данной работы, рассматривается специфика организации и проведения гастрономических фестивалей, а так же проводится анализ рынка гастрономического туризма в России. Во второй главе рассматривается опыт проведения гастрономических фестивалей в регионе ПФО, а так же особенности гастрономических фестивалей как инструмента брендинга туристской территории. В третьей – практической главе приведен процесс разработки путеводителя по гастрономическим фестивалям региона ПФО.

## Основное содержание бакалаврской работы

Термин кулинарный туризм был введен в обращение в 1998 году доцентом кафедры народной культуры в государственном университете Bowling Green (Боулинг Грин, США) Люси Лонгом.

*Гастрономический туризм* - это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюдо или продукт.

*Цель гастрономических туров* - насладиться особенностями кухни той или иной страны. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество блюд. Важно насладиться местной рецептурой, веками вбивавшую в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи.

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

1. *Кулинарные школы и мастер-классы*, в этом случае тур проходит в образовательной форме, туристы обучаются приготовлению и подаче блюд различных национальностей («Гастрономический уик-энд в Астрахани», включающий в себя мастер-класс с шеф-поваром по приготовлению блюд астраханской ловецкой кухни, «Для любителей: кулинарная школа El txoko Gourmet» в Испании);

2. *Кулинарные развлечения*, они включают в себя посещение неких кулинарных шоу, где готовят еду необычными способами, «бои едой» и прочее (международный «Кубок Шеф-повара 2015» в Милане);

3. *Кулинарные направления*, представляющие собой путешествия с целью познания и заимствования новых тенденций в кулинарии и приготовлении пищи (проживание с французской семьей в Париже, познание их традиций в приготовлении повседневных блюд);

4. *Кулинарные события (фестивали, праздники)* – это туризм, включающий в себя посещение мероприятий, проходящих в праздничной

форме с угощениями и развлекательной программой (Фестивали морских гребешков в Нормандии, Межрегиональный фестиваль напитков «Алтайфест»);

5. *Кулинарные медиа* представляют собой встречу, фестиваль или конгресс кулинарных СМИ (журналисты, ведущие, критики и т.д.) с целью поделиться опытом и обменяться идеями высокой кухни. (Международный фестиваль кулинарных медиа *Gourmet Voice* в городе Канны – Франция);

6. *Кулинарные заготовки* – категория гастрономического туризма, включающая в себя сбор фруктов, овощей, их подготовку к приготовлению (маринование, сушка), а так же освеживание тушек животных и прочее. («Гастрономический тур: в гости к фермеру.» Деревня Крутово РФ);

7. *Гастрономические магазины* – это тур, включающий в себя покупку различных продуктов питания, а так же готовых блюд.(Тур по городам Украины, включающий посещение: Дома деликатесов «*Delight*» в Киеве, Гастрономического бутика «*Gourmet*» в Донецке, Деликатес-маркета «*Fauchon*» в Одессе);

8. *Гастрономические туры от операторов и агентств* – это организованные туры, включающие в себя посещение одного или нескольких гастрономических мероприятий, а так дополнительные услуги.(«Гастрономический тур выходного дня в Лефкадию» от туроператора *Travel hunter*);

9. *Гастрономические заведения* - категория гастрономического туризма, включающая в себя посещение различных гастрономических заведений (рестораны, пабы и т.д.), с целью познания местных традиций и кухни («Гастрономический тур по ресторанам Даляня!» - Китай);

10. *Фермерские рынки* эта категория представляет собой посещение рынков, с целью покупок экологически чистых продуктов, выращенных на фермах, бахчах, в садах и т.д. (тур, включающий в себя посещение фермерских и деревенских небольших рынков в Мадриде);

11. *Гастрономические клубы* – это организованные туры, для заранее сформированных групп, с одинаковыми гастрономическими интересами и

целями. (Тур для любителей рыбных деликатесов: «Черное золото России» - с экскурсией на осетровую ферму и дегустацией черной икры и копченой осетрины.)

12. *Производство пищевых продуктов* – эта категория включает в себя посещение различных цехов, заводов и других помещений, приспособленных для производства, обработки и хранения продуктов питания.(тур «Попробуй Тулу на вкус!», с посещением фабрики пряника и молочного комбината.)

К отличительным особенностям гастрономического туризма мы можем отнести не только его объекты, но и следующие факторы:

1) условия для развития кулинарного туризма имеют абсолютно все страны, и это уникальная отличительная черта данного вида туризма;

2) гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха, для любого времени года можно подобрать подходящий тур;

3) гастрономический 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 основным элементом гастрономического путешествия;

4) продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров является неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

В 2012 г. Всемирная туристская организация подготовила «Международный доклад по гастрономическому туризму», представляющий широкий анализ современной ситуации в области гастрономического туризма. Согласно результатам масштабного опроса, 79% респондентов поставили на первое место гастрономические события как наиболее важные для развития территории гастрономические туристские продукты. За ними по убыванию значимости следуют гастрономические маршруты, кулинарные классы мастер-классы и семинары (62%), ярмарки и выставки, представляющие местную продукцию и кухню (59%), и, наконец, походы и туры на рынки и продуктовые предприятия.

*Гастрономический фестиваль* - массовое празднество, показ (смотр) достижений в кулинарном искусстве, может быть посвящен блюдам, напиткам, овощам, фруктам, ягодам, а так же отдельным элементам пищи.

Следует рассмотреть, чем именно привлекают гастрономические фестивали свою аудиторию. Обычно фестивали не состоят из 1 площадки, а содержат несколько площадок, входящих в одну большую фестивальную зону. Это могут быть такие площадки как:

- ✓ Мастер – классы по приготовлению и подаче блюд;
  - ✓ Дегустационная площадка (место, где можно попробовать на вкус блюда, подходящие по тематике фестиваля и не только.)
  - ✓ Кафе, подворья, бары, не большие рестораны (обычно посещение таких площадок на фестивалях не входит в стоимость посещения фестиваля в целом);
  - ✓ Концерты, дискотеки;
  - ✓ Библиотечные киоски (по продаже печатных изданий, книг, журналов с различными рецептами, способами сервировки стола и т.д.);
  - ✓ Конкурсные площадки (здесь проводятся различные конкурсы, например, по поеданию перца чили и т.д.);
  - ✓ Киоски с напитками, едой, сувенирами;
  - ✓ Развлекательные киоски с мини – играми (тир, мини-баскетбол и т.д.);
  - ✓ Детская площадка или батутный центр;
- Информационные стойки (как с обслуживающим персоналом, так и самостоятельные стойки с печатной информацией и картами)

Экономическая потребность регионов в разнообразных формах коммуникации между производителями и потребителями символических ценностей приводят к возрождению и модернизации традиционных форм гастрономических событий, например, ярмарок. Подобные события запоминаются своей праздничной атмосферой, зачастую на них происходят красочные выступления местных фольклорных коллективов, что может быть интересно для туристов в плане знакомства с многогранностью местной культуры.

Появляется много новых форм гастрономических событий: повсеместно распространены фестивали национальной кухни, дни, посвященные конкретным продуктам (День огурца в Суздале, Праздник щуки в Галиче и др.), возрождаются традиционные праздники в честь сбора урожая (День арбуза в Астрахани), языческие (праздник «Воронья каша» в Башкирии).

Существование гастрономического фестиваля в регионе говорит о сильном гастрономическом бренде и попытках его продвижения на рынок туристских услуг. Существование в регионе популярного фестиваля еды позволяет не только местным жителям знать о существовании популярного локального продукта, но и способствует развитию местного бизнеса, локальных сельскохозяйственных производств, укреплению связей с местными властями, а также является прекрасной площадкой для развития творческого потенциала местных жителей и продвижения продукта, блюда на туристский рынок. Кроме этого гастрономические фестивали повышают экономическую и туристическую привлекательность региона.

В условиях возрастания конкуренции в туристской сфере каждый регион находится в непрерывном поиске оригинального и уникального продукта, отличающего определённую территорию от других. Локальное, аутентичное, специфическое в гастрономии выступает в качестве одного из ресурсов, способных привлечь путешественников.

Наиболее известные брендами гастрономического туризма в Российской Федерации представлены в таблице 1.

Таблица 1. Гастрономические бренды регионов России.

Название бренда	Регион
1. Тульский пряник	Тульская область
2. Алтайский мед	Алтайский край
3. Адыгейский сыр	Республика Адыгея
4. Вологодское масло	Вологодская область
5. Астраханский арбуз	Астраханская область
6. Винный дом «Абрау – Дюссо»	Краснодарский край

7.Тамбовская картошка	Тамбовская область
8.Пожарские котлеты	Тверская область
9.Костромской сыр	Костромская область
10.Липецкая минеральная вода	Липецкая область
11.Донская уха	Ростовская область
12.Билевская пастила	Тульская область
13.Строганина	Республика Саха (Якутия)
14.Донские раки	Ростовская область
15.Айран	Республика Хакасия
16.Клубника	Саратовская область
17.Медовуха	Владимирская область
18.Коломенская пастила	Московская область
19.Кумыс	Республика Башкортостан
20.Шашлык из баранины	Республика Дагестан

Исходя из данных таблицы стоит обратить внимание на то, что в рамках данного исследования представляют ценность именно те гастрономические фестивали, в основе которых лежат уже выявленные гастрономические бренды. К примеру, в Тульской области существование сильного гастрономического бренда «тульский пряник» подкрепляется проведением ежегодного «Фестиваля тульского пряника», а в честь сформированного не так давно, но уже популярного в России и за рубежом бренда «Белёвская пастила» проводится гастрономический фестиваль под названием «Яблочное чудо».

Так же автор рассматривает опыт проведения гастрономических фестивалей в регионе Приволжского федерального округа. Одной из областей, входящих в ПФО Российской Федерации является Саратовская область, где проводятся фестивали клубники, меда, ухи, хлеба и многие другие. Кировская область славится своим интересным фестивалем «Истобенский огурец», являющимся символом села Истобено и проводящийся здесь ежегодно. Удмуртия радуется жителей республики и гостей фестивалем знакомым по всей стране и за ее границами – «День пельменя». Татарстан в свою очередь

принимает гостей фестивалем «Вкусная Казань», который был включен в российский календарь туристских событий на 2017 год. Мордовия подготовила вкусные праздники для любителей гастрономии. Один из них «пятнистый гастрономический фест», проходящий в Мордовском заповеднике.

В практической части бакалаврской работы была предложена разработка путеводителя по гастрономическим фестивалям ПФО. Путеводитель разработан для туристов и местных жителей, интересующихся гастрономическими фестивалями. Целью создания данного путеводителя является обеспечение информационными материалами о проходящих гастрономических фестивалях на территории региона ПФО. А так же для привлечения внимания к данному виду фестивалей.

Путеводитель представлен в виде книги, состоящей из 14 страниц: обложка, вступительная часть, основная часть – информация о фестивалях и заключение – контактная информация организаторов мероприятия.

Обложка путеводителя представляет собой текстовую информацию, содержащую название путеводителя и графическую, которая показана в виде карты региона ПФО.

Первая страница содержит краткое вступительное слово, в котором повествуется о значении пищи в нашей жизни, о том, что она стала неизменным спутником туризма, а так же говорится о разнообразии гастрономических фестивалей в данное время. Информация украшена изображением вида стола сверху, с множеством блюд различных кухонь.

В данном путеводителе представлены фотографии, взятые с официальных страниц гастрономических фестивалей в сети интернет. Конечно же, фото не могут передать незабываемой атмосферы и прекрасных вкусов блюд данных фестивалей, но они являются своеобразной «визитной карточкой» фестивалей в путеводителе, отражающей краски и красоту данных мероприятий.

Основная часть путеводителя – информация о фестивалях, находится со второй по двенадцатую страницу. Каждая страница содержит фестиваль отдельной области или республики. Сверху страницы находится название

гастрономического фестиваля, немного ниже идет фото, отражающее события фестиваля в рамке и небольшой логотип фестиваля справа от основного изображения. Далее идет основная информация, состоящая из трех пунктов: место проведения фестиваля, время и краткая информация о фестивале.

Заключительная часть путеводителя – контактная информация организаторов каждого из гастрономических фестивалей. Также упоминается автор путеводителя, его номер телефона и адрес электронной почты.

Таким образом, путеводители в индустрии туризма являются одним из наиболее значимых источников информации. Создание данного путеводителя поможет не только обеспечить потенциальных туристов необходимой информацией, о проходящих гастрономических фестивалях на территории региона ПФО, но и привлечь внимание к данному виду туризма. Также поспособствует решению значимой проблемы в туризме – недостатке информации о туристических мероприятиях.

## **Заключение**

Гастрономический туризм является не только отличным способом попробовать большое количество национальных блюд, но и узнать о посещаемой стране много нового, изучить её изнутри.

На настоящее время гастрономический туризм в мире действительно хорошо продвигается и привлекает большое количество последователей, а что касается России, по – прежнему этот вид туризма находится на стадии поиска тех самых последователей, зарождения традиций проведения гастрономических событий.

Российская Федерация пока не так богата предложениями на рынке гастрономического туризма, как например основоположница этого вида туризма – Италия, но всё же прогресс не стоит на месте и с каждым годом рождается всё больше новых гастрономических туров, посвященных различным сферам гастрономии, начиная всеми известным овощем - огурцом и заканчивая наваристой ухой.

Одной из главных и наиболее привлекательных составляющих гастрономического туризма являются фестивали. Организация данных мероприятий довольно сложный и трудоемкий процесс, требующий больших вложений. Но именно эти мероприятия способны включать в себя большое количество различных площадок, посвященных разным тематикам гастрономии и тем самым охватывая больший сегмент потенциальных посетителей.

Кроме того, фестивали становятся эффективным инструментом брендинга туристских территорий. Многие области, республики и отдельные города стали известны благодаря гастрономическим брендам, например Тульская область и ее медовый пряник, Астраханская область и день ее сочных арбузов, а также Чеченская Республика с вкуснейшим фестивалем «Шашлык-Машлык». Дестинация становится узнаваема, привлекает своей изюминкой – прославленной гастрономической составляющей, возрастает роль гастрономического туризма в регионе в целом.

На территории Приволжского федерального округа на данный момент проводится не малое количество фестивалей данного типа. Отмечается, что интерес к культуре народов Поволжья растет с каждым годом и местные жители, гости соседних регионов, а также иностранные туристы хотят всё больше посещать данные мероприятия, познавать новые форматы проведения мастер – классов поваров различных кухонь.

Практической частью данной бакалаврской работы стало создание путеводителя по гастрономическим фестивалям региона ПФО. Благодаря созданию данного путеводителя потенциальные посетители гастрономических фестивалей смогут с легкостью ориентироваться по датам и месту проведения фестивалей, а также смогут ознакомиться с краткой информацией о предстоящих гастрономических событиях.

Пройдет определенное количество времени и гастрономический туризм займет положенную ему строку в списке самых востребованных видах туризма России. Возможно, это произойдет сравнительно не скоро, но ориентация на будущее гастрономических мероприятий позволяет уже сейчас быть в этом уверенными.