

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ БРЕНДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ
ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы
направления 43.03.02 - «Туризм»
Института истории и международных отношений
Тархановой Софии Дмитриевны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е. С. Милинчук

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой,

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2024

Введение

В последние годы в России широкое развитие получил гастрономический туризм. Этот вид туризма неразрывно связан с понятием гастрономического бренда, поскольку развитие какой-либо туристской дестинации происходит под влиянием разных аттрактивных факторов, и в случае с гастрономическим туризмом этим фактором выступают гастрономические бренды. Создание уникального и сильного территориального гастрономического бренда позволяет выявить сильные конкурентные позиции региона, улучшить его имидж, создать необходимую среду для формирования и развития сувенирной индустрии, активного позиционирования и продвижения территории как на внутреннем, так и на международном туристском рынке. Это особенно важно для таких больших стран, как Российская Федерация, представляющих собой многогранную палитру регионов со своей кухней, местными продуктами и традициями питания.

Гастрономические бренды играют важную роль в формировании образа России как туристического направления. Они отражают уникальные особенности национальной кухни и культуры, а также способствуют привлечению туристов. Гастрономические бренды не только привлекают туристов, но и способствуют развитию экономики регионов. Они стимулируют производство местных продуктов, создают рабочие места и повышают узнаваемость территории. Кроме того, гастрономические бренды могут стать основой для разработки новых туристических маршрутов и программ.

С целью позиционирования и продвижения дестинации как локации гастрономического туризма можно использовать множество инструментов, таких как гастро-фестивали, мастер-классы, дегустации и пр. Ключевым условием существования и успешного применения этих инструментов продвижения гастрономического туризма является присутствие и продвижение гастрономических символов в этом регионе.

Республика Дагестан - одно из самых популярных туристических направлений Кавказа. Здесь переплетаются самобытные традиции, яркая национальная кухня и разнообразные пейзажи. Россиян уже покорили некоторые блюда дагестанской кухни. В связи с этим продвижение гастрономических символов Дагестана является актуальной задачей для популяризации гастрономического туризма. Его развитие может обеспечить экономический рост, сохранение культурного наследия, повышение привлекательности региона и создания положительного имиджа.

При написании бакалаврской работы использовались труды различных исследователей, таких как Драчева Е.Л., Христова Т.Т., Гордина В. Э., Трабская Ю. Г., Жерукова А., Адилова З. А., Асманова О. А., Лжабраилова Г. Г., Гамидова М. Г., Исмаиловой Ф. Н. и др.

Целью бакалаврской работы является исследование роли гастрономических брендов в повышении привлекательности туристской территории, а также изучение региональной специфики традиционного питания и выявление перспективных для использования в туризме гастрономических брендов Республики Дагестан.

Для достижения цели необходимо выполнить ряд задач:

1. изучить понятие и особенности гастрономического бренда региона;
2. определить роль гастрономических брендов в продвижении туристских регионов России;
3. изучить традиционную культуру питания народов Республики Дагестан;
4. выявить наиболее популярные местные продукты питания специфику национальной кухни Дагестан;
5. исследовать гастрономические символы Дагестана;
6. разработать гастрономический путеводитель по Республике Дагестан для повышения ее туристской привлекательности, продвижения

гастрономических брендов и привлечения внимания потенциальных туристов.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты гастрономического брендинга как технологии продвижения туристской дестинации. Вторая глава посвящена особенностям национальной кухни и гастрономическим символам Дагестана. В третьей главе представлен проект гастрономического онлайн-путеводителя для продвижения гастрономических брендов и гастрономического образа Республики Дагестан.

Основное содержание бакалаврской работы

Конкуренция среди туристических направлений стремительно растет: каждый регион привлекает внимание, демонстрируя свои наиболее благоприятные характеристики. В условиях культурной ассимиляции, унификации образа жизни и экономической глобализации территориальным образованиям - будь то города федерального значения или населенные пункты в пределах любого субъекта страны – актуальной задачей является приобретение положительного имиджа.

Гастрономия и кухня - это элементы нематериальной культуры, в которых сохраняются традиционные особенности, связанные с представлениями народа о своей национальной уникальности. Сохранение традиций в питании народа отражают его историю, обычаи и предпочтения. Этнографическое разнообразие в еде сохраняется на протяжении длительного времени, что делает его более стабильным, чем другие аспекты бытовой культуры, такие как одежда и жилище.

Гастрономический бренд является важной частью общего бренда туристской дестинации. Более того он играет важную роль при принятии туристом решения о выборе направления путешествия. Гастрономический бренд - это основа формирования идентичности, собственного «лица» туристской территории. Гастрономический бренд - это продукт, напиток или блюдо, встречающиеся только в конкретном регионе или обладающие особой аутентичностью, в том числе основанной на мифах, легендах или поверьях.

Гастрономический бренд может быть использован для продвижения и популяризации особенностей региональной кухни, привлекая туристов и гурманов со всего мира. Кроме того, развитие гастрономического бренда способствует сохранению культурного наследия и традиций, а также поддерживает местное производство и сельское хозяйство.

Исследователи заметили, что существует множество глубоких связей между едой и туризмом. Питание, основанное на культурном и историческом наследии, позволяет получить уникальный опыт. Туристам необходимо быть

знакомыми с культурой и традициями региона, а бренды для гурманов, основанные на культурном и историческом наследии, очень привлекательны для туристов. Еда - это не только форма нематериального культурного наследия, которая важна для поддержания туризма, но и становится одним из главных факторов привлечения туристов. Кроме того, это способствует поддержанию и возрождению местной культуры.

В структуре гастрономического бренда можно выделить следующие элементы: местная кухня; событийные гастрономические мероприятия; предприятия общественного питания, которые могут познакомить туристов с аутентичной кухней региона; фермерские и лесные хозяйства, а также предприятия пищевой промышленности

С усилением конкуренции в сфере туризма регионы постоянно находятся в поиске оригинальных и уникальных продуктов, отличающих один регион от другого. В гастрономии локальное, аутентичное, специфическое служит одним из ресурсов, которые могут привлечь путешественников. Гастрономическая составляющая туристских продуктов предполагает сотворчество, высокую степень вовлеченности, вовлеченности в процесс (ритуалы приема пищи, иногда приготовление пищи).

Отождествление кухни страны — это процесс, при котором национальная кухня становится символом и неотъемлемой частью культуры и идентичности страны. Это происходит через ассоциации с определёнными продуктами, блюдами, способами приготовления пищи и даже с образом жизни людей. Отождествление национальной кухни может происходить на разных уровнях: на уровне продуктов (испанский хамон, французские багеты); на уровне блюд (итальянская паста, японские суши); на уровне способов приготовления (использование открытого огня в мексиканской кухне, приготовление на пару в китайской кухне).

Таким образом, гастрономические бренды играют огромную роль в развитии туризма в регионах, имея способность привлекать большое количество туристов и превращаться в главную туристическую

достопримечательность. Важно отметить, что гастрономические впечатления являются одним из главных мотивов для путешествий. Туристы хотят попробовать новые блюда, узнать о местных продуктах и насладиться атмосферой ресторанов с национальной кухней.

Влияние гастрономического бренда на туристическую привлекательность территории оценивается по ряду позиций:

- традиционное упоминание продукта в народных сказках, песнях, частушках и т.п.;
- продукт является ядром, центром организации событий;
- высокая степень кастомизации бренда, продукт является местным сувениром, увозимым туристами;
- продукт включен в традиционные рецепты данного региона, блюда с использованием данного продукта имеются в ресторанах и кафе территории;
- потребление продукта во время посещения туристской дестинации носит символический, знаковый характер.

В России уже сложились сильные гастрономические бренды, такие как тульский пряник, вологодское масло, адыгейский сыр, пожарские котлеты, белевская пастила, донские раки, камчатский краб и ряд других.

Республика Дагестан является самой южной частью России. Культура и традиции народов Дагестана очень своеобразны - они формировались на протяжении многих лет и передавались из поколения в поколение. У каждого из этих народов есть свои особенности и отличия, которые придают им самобытность.

Описывая культуру питания Республики Дагестана, нужно сказать, что она имеет много черт свойственных азербайджанской и отчасти грузинской кухне, но гораздо в большей степени она связана с кухней степных, скотоводческих народов, с казахской и татаро-узбекской, обычаи которой были занесены на Северный Кавказ еще в древности ногайцами, кумыками, кипчаками и туркменами, а позднее — турецкими завоевателями.

Культура питания Дагестана крайне разнообразна, потому что состоит из нескольких региональных кухонь, в которых сходные блюда носят разные национальные названия, а одинаковые по названию блюда и изделия готовят из разных продуктов. Но принципы и кулинарное направление у всех этих кухонь — общие.

Дагестанская кухня имеет общие черты с татаро-узбекской кухней: общие принципы приготовления хлеба (пресных лепешек, чурека), одинаковый подход к обработке мяса, употребление баранины, наличие супов типа шурпы (шурва, чурпа), большое значение, отводимое мясостежным блюдам, сходные кисломолочные продукты (катык, айран, творожные сыры). В то же время такие блюда и изделия, как дюшбере, курзе, буглама, шашлыки (кобобы), рассольные сыры, употребление пряностей и катыка в качестве компонента пищевых изделий и все кондитерские изделия — халвы, шербеты, пахлавывы, — сходны с закавказскими кухнями, особенно с азербайджанской.

Самыми характерными блюдами среди жителей Дагестана являются различные виды пресных лепешек (с маслом, сметаной), разнообразные хинкалы (хан-калы), т.е. широкая лапша или куски пресного теста из пшеничной, кукурузной или гороховой муки, отваренные вместе с бараниной (мясом) в разных сочетаниях и с разными приправами, затем чуду (чюду), т.е. пирог из пресного теста, полувывпекаемый, полужаренный на сковороде, с тонкой тестяной оболочкой и толстым слоем начинки из мяса, творога, тыквы, зелени (лука). Наконец, в качестве основной пищи, напитка и приправы широко применяется молоко типа катыка айран, жуурт и т. д.

Нельзя также упустить влияние самой распространённой религии на территории Дагестана — ислама. В соответствии с этим, в национальной кухне республики отсутствуют блюда из свинины.

На основе информации из открытых источников мы составили список самых популярных дагестанских блюд, которые уже являются гастрономическими символами республики и прочно закрепились в сознании

множества людей ассоциацией с Дагестаном: хинкал, даргинские чуду с мясом и картофелем, урбенч с арахисом, курзе, каурма и другие.

В Дагестане есть множество необычных национальных блюд, которые являются достоянием и гордостью дагестанского народа. Некоторые из них стали гастрономическими символами Дагестана – они стали напрямую ассоциироваться с республикой. Стоит отметить, что рассматривая гастрономические символы в разрезе гастрономического туризма, их можно назвать главными причинами туристского интереса, обладающими большим потенциалом. Например, одним из самых известных гастрономических символов является дагестанский коньяк, известный еще со времен СССР.

В рамках нашего исследования представляет интерес вопрос потенциала развития гастрономических символов республики. Так, в 2021 г. Республика Дагестан вынесла на гастрономический конкурс «Вкусы России» следующие продукты: дагестанский абрикосовый нектар, дагестанский чай, дагестанский урбеч и дагестанское вино.

Для популяризации дагестанской кухни и формирования гастрономических символов республики в практической части бакалаврской работы был представлен проект создания гастрономического онлайн-путеводителя. Он создан на онлайн-платформе Tilda.

Гастрономический путеводитель - это информационное издание для туристов, содержащее в себе сведения о региональной и национальной кухнях, отдельных блюдах, характерных для данной местности, гастрономических турах, лучших предприятиях питания и других местах гастрономического интереса.

Целью проекта по созданию гастрономического путеводителя является создание путеводителя в онлайн-формате с актуальной, обновляемой информацией относительно национальных продуктов, блюд и гастрономических предложений Дагестана. Для выполнения поставленной цели мы поставили перед собой ряд задач: проанализировать ключевые национальные продукты, блюда и гастрономические локации республики

Дагестан; сформулировать ценность этих артефактов; объединить собранную информацию с подобранными иллюстрациями в гастрономическом путеводителе.

В основе концепции гастрономического путеводителя по республике Дагестан рекомендуется заложить несколько составляющих: полезность предоставляемой информации, лаконичность, легкость изготовления и распространения, простоту в использовании. Важными пунктами при создании путеводителя являются понятная структура, возможность уточнения мелких деталей, реальные фотографии, а также контакты локаций, включающие в себя адрес, часы работы и средний чек.

Путеводитель включает в себя подборку продуктов и блюд, предприятий общественного питания и гастрономических экскурсий. Например, в разделе «Продукт» представлены урбеч, мясные деликатесы Дагестана, овечий дагестанский сыр, ореховая трава и пр.; в разделе «Блюда» - чуду, дагестанский хинкал, абрикосовая каша, курзе и т.д.; в разделе «Дегустации» - нескучный сад Салмановых, Главрыба, Кизлярский коньячный завод, Вина Исы Мусаева.

Путеводитель должен быть оформлен в формате лендинговой страницы с текстом, изображениями, оформленных в нейтральном стиле.

Вариантами продвижения данного онлайн-путеводителя является его публикация на официальных сайтах туроператоров, турагентств, туристических информационных центров и министерства по туризму, а также взаимодействие с тревел-блогерами и прочими лидерами мнений в сфере туризма.

На данном этапе планируется только онлайн-формат путеводителя, однако в будущем, с привлечением инвестиций и увеличением бюджета есть возможность печатного варианта.

Из проделанного нами анализа практик продвижения гастрономических брендов можно сделать вывод, что ключевым условием трансформации гастрономических брендов в туристские гастрономические бренды является

постоянная работа по продвижению бренда на рынке, включающая в себя множество инструментов: от организации тематических мероприятий, до формирования гастрономических информационных артефактов, например онлайн-путеводителей.

Нами было выявлено, что в продвижении гастрономического туризма в Республике Дагестан слабо используются гастрономические онлайн-путеводители, несмотря на достаточное количество гастрономических туров в регионе. Разработанный онлайн-путеводитель сформирует гастрономический бренд Дагестана путем его продвижения на рынке, что повлечет за собой повышение интереса потенциальных туристов и последующие туристические поездки в регион.

Путеводитель не только несет в себе познавательную функцию, но и является неотъемлемой частью продвижения гастрономического имиджа края. Он помогает создать уникальный и привлекательный образ места, который будет ассоциироваться с определёнными вкусами, ароматами и впечатлениями. Это может стать мощным инструментом для привлечения туристов и стимулирования экономического развития региона.

Основными преимуществами гастрономического путеводителя являются: повышение узнаваемости региона, формирование интереса к национальной кухне, увеличение туристического потока, увеличение продолжительности пребывания туристов, стимулирование повторных посещений благодаря гастрономическим впечатлениям, формирование гастрономических брендов республики.

Заключение

Сегодня можно говорить о новой экономике - экономике впечатлений, к которой гастрономический туризм имеет непосредственное отношение.

В современном обществе гастрономические предпочтения меняются, и гастрономический туризм становится всё более популярным. Этот вид туризма способствует социально-экономическому развитию регионов, созданию дополнительных рабочих мест, сохранению или открытию производств отдельных продуктов, а также их реализации. Гастрономический туризм помогает брендингу регионов и привлечению туристских потоков.

Брендинг дестинаций является способом коммуникации с потребителями и основывается на уникальной идентичности дестинации и её отличии от других мест туристского притяжения. Брендинг позволяет туристу выбирать наиболее привлекательные направления путешествий. Одной из основ формирования бренда дестинации является гастрономия.

Национальная кухня — это реальная аттракция дестинации, которая может быть использована для формирования гастрономического бренда. Однако в России внимание к применению подобных аттракций ещё недостаточно выражено. Тем не менее, начинают формироваться новые подходы к использованию национальной кухни в качестве инструмента для привлечения туристов.

Дагестан – уникальный и самобытный российский регион. Наибольшее развитие туризм в Дагестане получил во время пандемии коронавируса. Туристов в Дагестане привлекают климат, природные условия, история и культура, которые открывают возможности для развития таких видов туризма как культурно-познавательный, экологический, пляжный, лечебно-оздоровительный, экстремальный и пр. Кроме того, туристов привлекает традиционное радушие и гостеприимство горцев, и конечно национальная кухня, что является важным дополнением дагестанского туристского продукта.

В практической части бакалаврской работы нами предложен проект по созданию гастрономического онлайн-путеводителя, целью которого является продвижение гастрономических брендов республики Дагестан. Гастропутеводитель — это уникальный инструмент, который помогает путешественникам погрузиться в культуру и традиции региона через призму местной кухни. Разработанный гастропутеводитель предоставит потенциальному туристу исчерпывающую информацию о гастрономических особенностях региона, поможет путешественникам выбрать лучшие места для посещения, а также познакомит с местными традициями и культурой. Основная концепция разработанного гастрономического путеводителя заключается в продвижении гастрономического потенциала Дагестана с целью привлечения к нему внимания потенциальных туристов и развития гастрономического туризма в регионе.

В целом можно отметить, что в Дагестане гастрономический туризм может стать одним из востребованных направлений развития. Интерес для туристов может представлять дегустация местной кухни, а сложившиеся гастрономические бренды могут стать важным фактором аттрактивности данной туристской дестинации.