



Электронное научное издание  
«Ученые заметки ТОГУ»  
2017, Том 8, № 3, С. 25 – 30

Свидетельство  
Эл № ФС 77-39676 от 05.05.2010  
[http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/  
ejournal@pnu.edu.ru](http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/ejournal@pnu.edu.ru)

УДК 338

© 2017 г. Я. А. Громова,

Е. Г. Теличева, канд. социол. наук

(Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск)

## ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ

В статье представлены результаты анкетирования, характеризующие заинтересованность жителей ДВ и рестораторов г. Хабаровска в гастрономическом фестивале с международным участием.

**Ключевые слова:** национальная кухня, национальная гастрономия, фестиваль, ресторан, кухня, менеджмент, туризм, потребитель, исследование.

Y. A. Gromova, E. G. Telicheva

## THE DEMAND FOR GASTRONOMIC TOURISM IN THE KHABAROVSK TERRITORY

The article presents the results of the questionnaire, characterizing the interest of residents of Far East and restaurateurs of Khabarovsk in a gastronomic festival with international participation.

**Keywords:** national cuisine, national cuisine, festival, restaurant, kitchen, management, tourism, consumer, research

Национальная кухня представляет собой специфический продукт культуры Нового времени, тесно связанный как с определенными социально - политическими трансформациями, так и с изменениями в структурах мировосприятия. С одной стороны, национальная кухня сохраняет черты национального способа трансляции, а с другой отзывается на требования новой культурной эпохи.

Всемирная туристская организация разместила результаты опроса среди действующих членов своей организации (156 стран). По результатам данного опроса 88,2% респондентов считают гастрономию стратегическим элементом в определении бренда и имиджа региона и лишь 11,8% респондентов считают ее маловажным аспектом. 67,6% респондентов считают, что в их стране сформирован уникальный гастрономический бренд, 32,3% верят, что их страна обладает значительным потенциалом для развития данного направления[1]

Аксиомой государственной туристской политики в сфере туризма является содействие росту внутреннего и въездного туризма. За последнее десятилетие Россия прочно вышла на международный туристский рынок, что в условиях глобальной конкуренции обуславливает необходимость повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. Согласно Концепции долгосрочного социально - экономического развития РФ на период до 2020 года: «одним из главных направлений перехода к инновационному социально – ориентированному типу экономического развития страны, является создание условий для улучшения качества жизни граждан, в том числе, за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества доступности и конкурентоспособности туристских услуг.

Изучая текущую ситуацию в гастрономии, с учетом проблематики, рассматривается степень важности национальной кухни с точки зрения выборов продуктов питания, кулинарных методов приготовления пищи, которые могут быть использованы при формировании туристского продукта страны и региона, в частности. Реализация исследовательских задач была достигнута на основе изучения теоретического материала, первичных, вторичных результатов исследования, относительно привлекательности гастрономического туризма. Методология исследования основана на работах отечественных ученых в сфере гастрономического туризма и базируется на системном подходе.

В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики, выступает в числе важнейших факторов социально-культурного развития, способствующих повышению уровня и качества жизни населения. Одним из наименее исследованных направлений туристической деятельности, которое отвечает современным запросам рынка, является гастрономия, в настоящее время повышается внимание общества к гастрономической тематике, а также, спрос потребителей на аутентичные блюда.

Как о новой тенденции в путешествиях о кулинарном туризме стали говорить, начиная с 2001 года. Эрик Вульф, основатель и президент Международной ассоциации кулинарного туризма дал определение гастрономическому туризму - это поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками, как на другом конце Земли, так и на соседней улице.

Сегодня можно говорить о новой экономике - экономике впечатлений, к которой гастрономические фестивали имеют непосредственное отношение. В современном обществе меняются предпочтения, и гастрономические фестивали стремительно набирают популярность. Это способствует социально-экономическому развитию регионов, помогает брендингу регионов, привлечению туристских потоков.

Гастрономия является частью культурной самобытности каждой страны. Научный вклад исследования по этому вопросу отражен в актуализации национальной кух-

ни, разработке программы международного фестиваля в рамках которого рестораторы и гости фестиваля смогут получить навыки приготовления национальных блюд. Интегрированный характер работы позволил определить научную проблему, имеющую прикладной характер. Фестиваль может стать визитной картой и масштабным событийным мероприятием.

Исследование среди жителей Дальнего Востока (623 опрошенных) показало, что большинство респондентов заинтересовались программой фестиваля и проявили желание участвовать в нём - 73%, 12% - дали отказ, 15% - затруднились ответить (рис. 1).

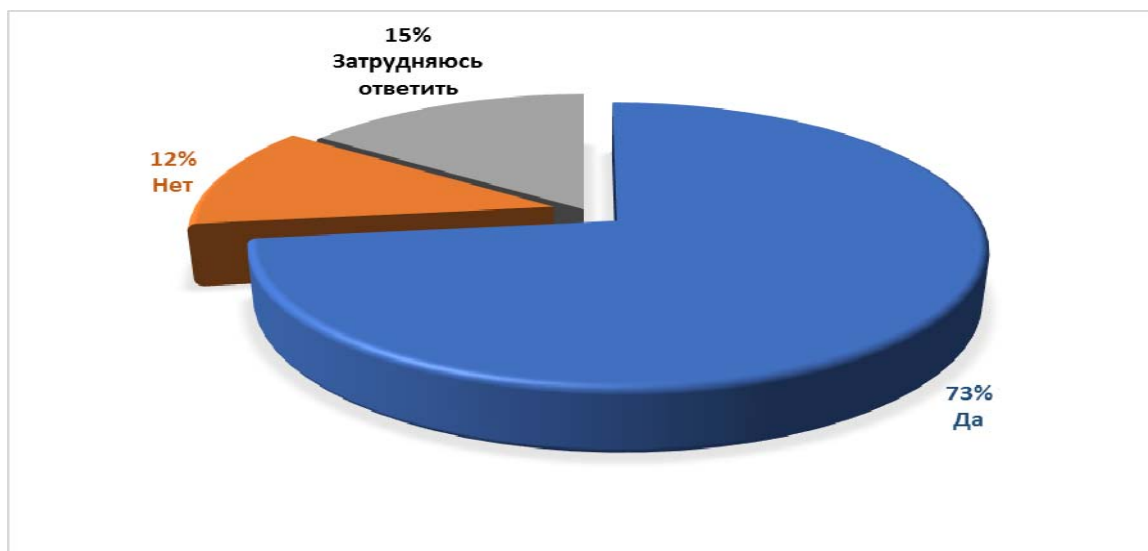


Рис. 1. Желание респондентов

78% респондентов предпочли мастер-класс по приготовлению блюд русской кухни, 73% корейской кухни, 71% - итальянской и мексиканской, китайской – 65 %, японской – 63%, грузинской – 60%, израильской – 56%, армянской – 43%, испанской – 40%, тайской – 32%, французской – 27% (Рис. 2).

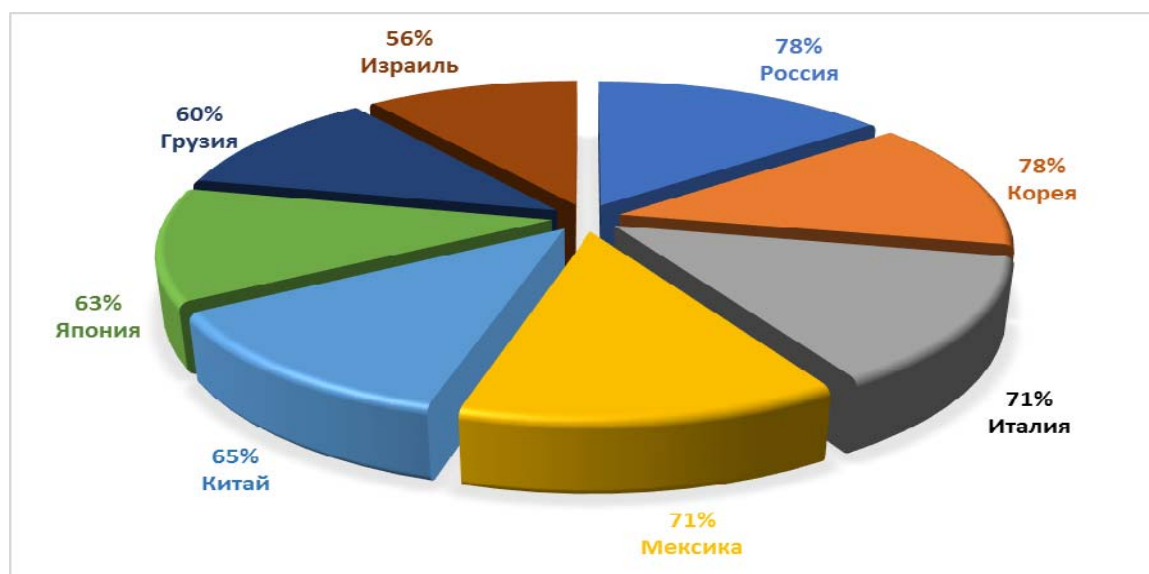


Рис. 2. Предпочтения респондентов, относительно участия в мастер-классах

Целевой установкой респонденты считают - научиться готовить блюда разных стран – 65%, 32% - дегустация блюд разных стран, 3% - получить опыт от шеф-поваров

(Рис. 3).

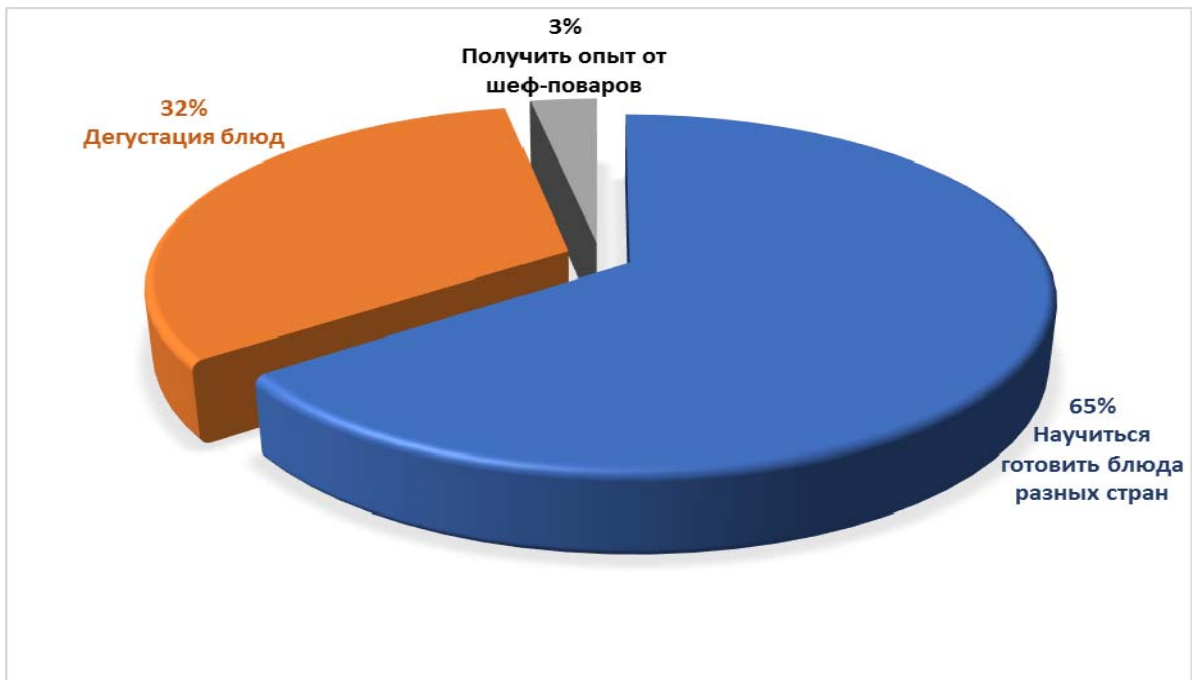


Рис. 3. Цель посещения фестиваля

Анкетирование среди рестораторов города Хабаровска (32 ресторана) показало, что в фестивале пожелали принять участие 27 ресторанов города Хабаровска, 5 ресторанов – дали отказ (рис. 4).



Рис. 4. Количество ресторанов, пожелавших принять участие в фестивале

Провести мастер-классы на базе своих предприятий в рамках фестиваля согласились 23 ресторана, 7 – дали отрицательный ответ (Рис. 5).

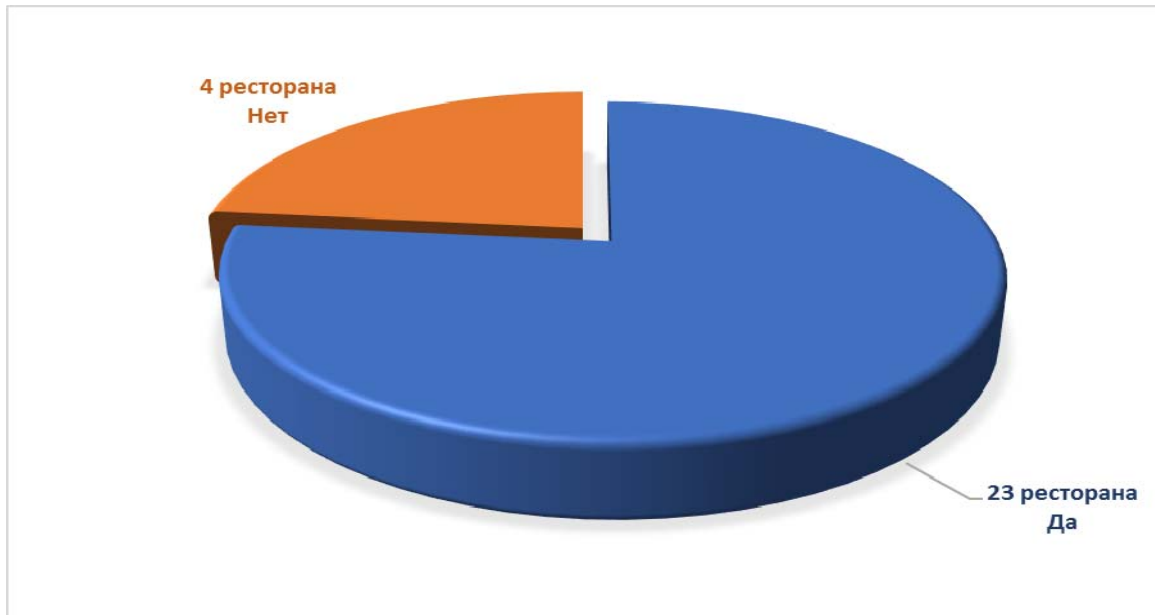


Рис. 5. Желание рестораторов о проведении мастер-классов на базе своего ресторана

20 ресторанов считают, что участие в фестивале будет способствовать позиционированию на рынке, 3 – затруднились ответить (Рис. 6).

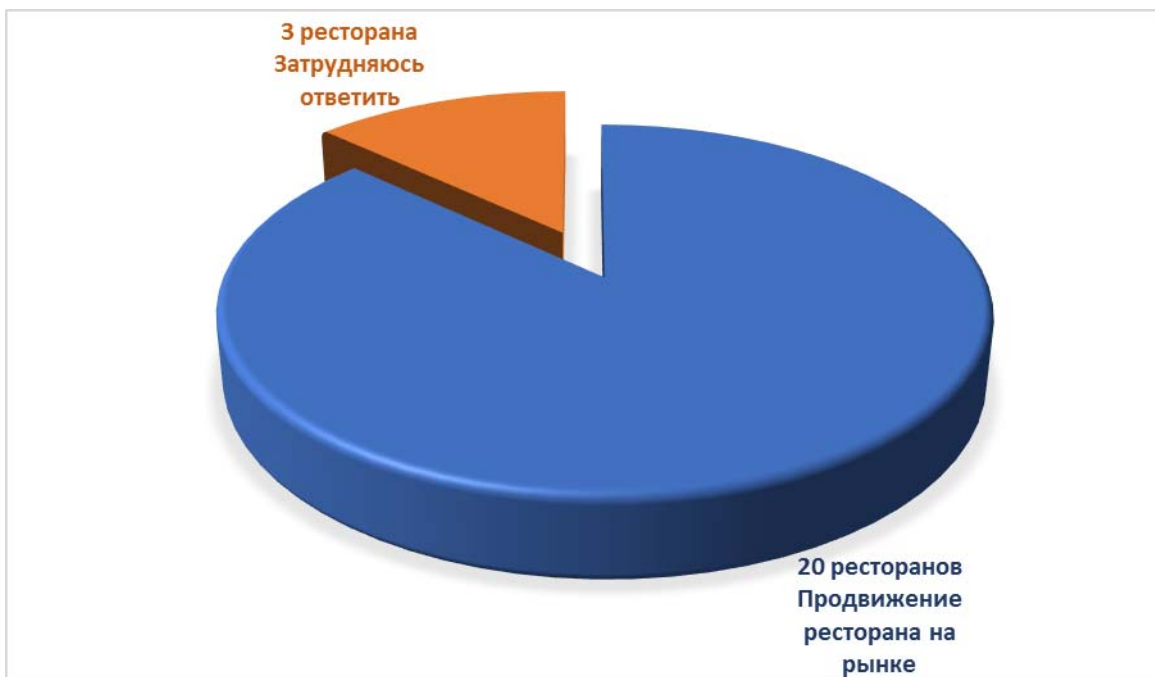


Рис. 6. Цель участия ресторанов в фестивале

Результаты исследования позволяют заключить, что проведение гастрономического фестиваля будет востребовано среди рестораторов города Хабаровска и жителей Дальнего Востока. Мероприятия событийной направленности способствуют развитию туристской дестинации, привлечению туристов, формированию и продвижению бренда территории, а также увеличению потока туристов в регион.

Национальная гастрономия может рассматриваться в контексте индустрии туризма, в качестве важного фактора внутренней экономики, рентабельности и формирования регионального бренда.

## Список литературы

- [1] Драчева Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс]: научная статья / Е. Л. Драчева, Т. Т. Христов. – Российский регионы: взгляд в будущее, 2015. – Режим доступа: <http://future.russ.ru>
- [2] Концепция долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.
- [3] Гастрономический компонент в индустрии туризма – Е. М. Зеленская. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-komponent-v-industrii-turizma>.
- [4] Национальная кухня как элемент национальной культуры России: динамика исторических изменений в XIX-XX вв – М. В. Капкан. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnaya-kuhnya-kak-element-natsionalnoy-kultury-rossii-dinamika-istoricheskikh-izmeneniy-v-xix-xx-vv>.

*E-mail:*

*Теличева Е.Г. – [telicheva\\_e@mail](mailto:telicheva_e@mail)*