

УДК 379.85:332.14:338.46

М.В. Ивашкин,**д-р экон. наук, профессор кафедры маркетинга и коммерции
ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»****(г. Хабаровск)****П.М. Моисеева,****старший менеджер коммерческого отдела ООО «Двор ДВ»****(г. Хабаровск)**

ГАСТРОТУРИЗМ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ
В СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматривается место гастротуризма как важного фактора, положительно влияющего на устойчивое развитие сервисной экономики Хабаровского края. Анализируется инфраструктура гастротуризма в крупнейших городах Хабаровского края, а также формулируются основные направления его развития в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: *Хабаровский край, туризм, гастрономический туризм, сервисная экономика.*

The article considers the place of food tourism as an important factor positively influencing the sustainable development of service economy in Khabarovsk Krai. The infrastructure of food tourism in the largest cities of Khabarovsk Krai is analyzed and the main directions of its development in the near future are formulated.

Keywords: *Khabarovsk Krai, tourism, food tourism, service economy.*

В сервисной экономике производство и потребление материальных товаров все более заменяется производством и потреблением различных видов услуг. В этой связи гастрономический туризм (являющийся одной из разновидностей рекреационных услуг) на сегодняшний день является важным и динамично развивающимся элементом туристской индустрии в мире.

По мере насыщения рынка туристских услуг различными предложениями (в том числе и весьма экзотическими) со стороны многочисленных организаций-субъектов данной отрасли, появления

новых уникальных туристских маршрутов и нестандартных туристских продуктов, соответственно изменяются и усложняются запросы и предпочтения их потребителей – туристов.

В последнее время как в публицистической, так и в научной литературе все чаще встречается термин «экономика впечатлений». Это объясняется тем, что стандартный (базовый) набор услуг уже не удовлетворяет постоянно возрастающие и усложняющиеся потребности клиента, стремящегося максимально разнообразить свой отдых новыми

впечатлениями и положительными эмоциями. В подобной ситуации существенно обостряется конкурентная борьба за потребителя туристских услуг, а гастрономический аспект путешествий становится важным конкурентным преимуществом для самых разных туристских организаций. Каждый регион, принимающий (или предполагающий в будущем принимать) туристов, стремится позиционировать себя как уникальную туристскую дестинацию, подчеркнуть свои культурные особенности и самобытность.

Для решения этой сложнейшей задачи принимающая сторона стремится задействовать весь комплекс природных, исторических, культурных, экономических и иных инструментов, в том числе и особенности национальной кухни.

Как следствие, из второстепенного (обслуживающего) элемента турпродукта обеспечение питанием туристов постепенно превращается в самостоятельное направление, способное сформировать оригинальное и долгосрочное конкурентное преимущество даже для весьма посредственной с точки зрения традиционного набора туристских услуг туристической дестинации.

Это объясняется тем, что гастрономия в данном случае играет крайне важную роль, поскольку не просто обеспечивает туриста необходимым качественным и калорийным питанием в процессе посещения местных достопримечательностей, а сама по себе является одним из источников самых ярких и запоминающихся впечатлений

для гостей, тем самым напрямую влияя на формирование положительного имиджа всей туристической дестинации.

Существует множество разновидностей гастрономического туризма. Специалисты, изучающие данный феномен туристического продукта, выделяют продовольственный, дегустационный, кулинарный и другие виды гастротуризма, каждый из которых обладает собственным оригинальным набором важных и специфических особенностей. С точки зрения конечного потребителя, гастрономический туризм в общих чертах можно определить как «стремление к уникальному и запоминающемуся опыту еды и напитков, тесно связанному с конкретным местом посещения» [3].

Стратегической целью большинства гастрономических туров является знакомство с местной культурой приготовления пищи, традициями и обычаями местного населения через особенности кухни данного региона или страны. В рамках такого тура потребителю предлагают развернутый перечень услуг, раскрывающий в конечном счете те или иные особенности национальной (аборигенной) кухни. По версии Международной ассоциации гастрономического туризма, на сегодняшний день данное направление включает двенадцать базовых позиций [1]:

- кулинарные школы и мастер-классы;
- кулинарные развлечения;
- кулинарные направления;
- кулинарные события;
- кулинарные медиа;
- кулинарные заготовки (в том числе осуществляемые с участием самих туристов);

- гастрономические магазины;
- гастрономические туры, предлагаемые местными туристическими агентствами;
- гастрономические (в том числе дегустационные) заведения;
- фермерские рынки, торгующие экологически чистой продукцией местного производства;
- гастрономические клубы;
- производство специфических пищевых продуктов (с использованием или без использования экзотических ингредиентов).

Конкретный перечень и акценты в предложении тех или иных гастрономических услуг зависят от специфики региона (наличия специфических видов продуктов питания, специфических методов приготовления блюд, специфических видов оборудования и т.д.) и стратегических целевых установок в развитии данной туристической дестинации (формирование первичного спроса, поддержание существующего уровня развития, освоение новых видов деятельности, привлечение новых сегментов потребителей и т.д.).

В этой связи особенностью Хабаровского края как туристской дестинации является не только наличие большого числа уникальных памятников природы, но и его разнообразный этнический состав, что объективно является важным ресурсом при разработке собственной стратегии развития гастрономического туризма.

В состав населения Хабаровского края входит множество коренных малочисленных народов Дальнего Востока России: нанайцы, негидальцы, нивхи, орочи, удэгейцы, ульчи, эвены [2].

В национальных селах Хабаровского края туристы уже сегодня имеют возможность не просто попробовать традиционные блюда коренных малочисленных народов, но и больше узнать про их быт и традиции. Например, в поселке Красный Яр проживающие удэгейцы познакомят со своими обычаями и проведут кулинарные мастер-классы по приготовлению национальных деликатесов.

К сожалению, знакомство с уникальными особенностями национальной культуры малочисленных народов российского Дальнего Востока во многом ограничивается удаленностью и труднодоступностью мест их традиционного проживания. Несколько нивелировать данную проблему можно за счет открытия ресторанов национальной кухни в крупных городах.

Человеку свойственно ритуализировать повседневные действия, из которых складывается его жизнь, наделять символическим значением вещи, в принципе, способные оставаться чисто утилитарными. Такой переход от утилитарного к символическому взаимодействию с миром мы склонны считать критерием возникновения культуры. Еда, очевидно, является одной из базовых составляющих человеческой жизни, поэтому связанные с ней практики, особенно выходящие за рамки приватного пространства, требуют детального изучения [6].

Современная инфраструктура системы общественного питания представляет собой сложный многоуровневый комплекс, состоящий из предприятий общественного питания, отличающихся между собой специализацией, комплексом предоставляемых услуг, ассортиментом выпускаемой (реализуемой) продукции и многим другим. Именно сложная иерархия и

единство деятельности предприятий питания позволяет объединить их в так называемую систему (отрасль) общественного питания [5]. В свою очередь, эффективное функционирование отрасли общественного питания как важнейшего элемента инфраструктуры гастротуризма невозможно без наличия в ее составе широкого спектра предприятий общественного питания различных размеров, уровня цен, ассортимента и

форматов с ярко выраженной этнической составляющей.

В целях наиболее объективной оценки текущего состояния, а также потенциала гастрономического туризма в Хабаровском крае нами был проведен сбор фактических данных о предприятиях общественного питания в двух крупнейших городах Хабаровского края – Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре (рисунки 1 и 2).

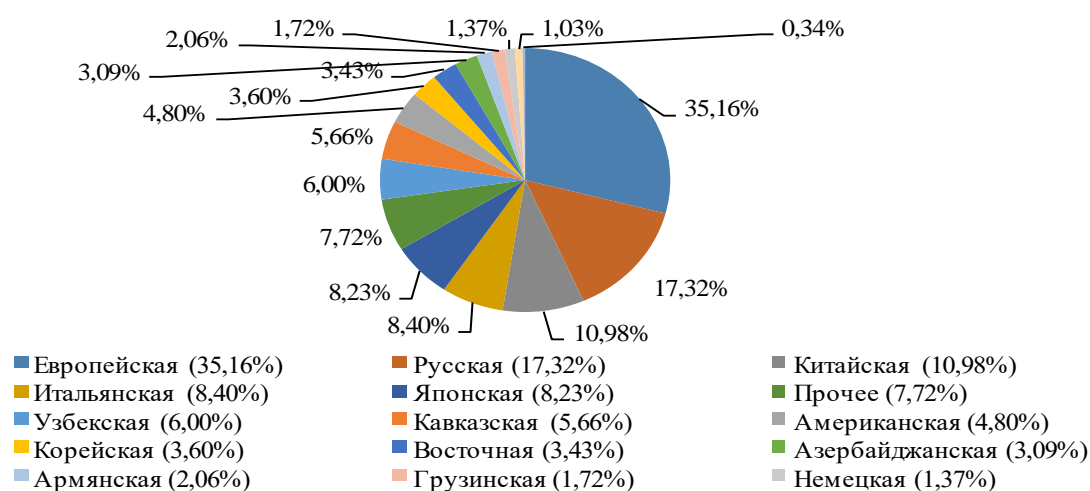


Рисунок 1 – Структура предприятий общественного питания г. Хабаровска по видам национальной кухни

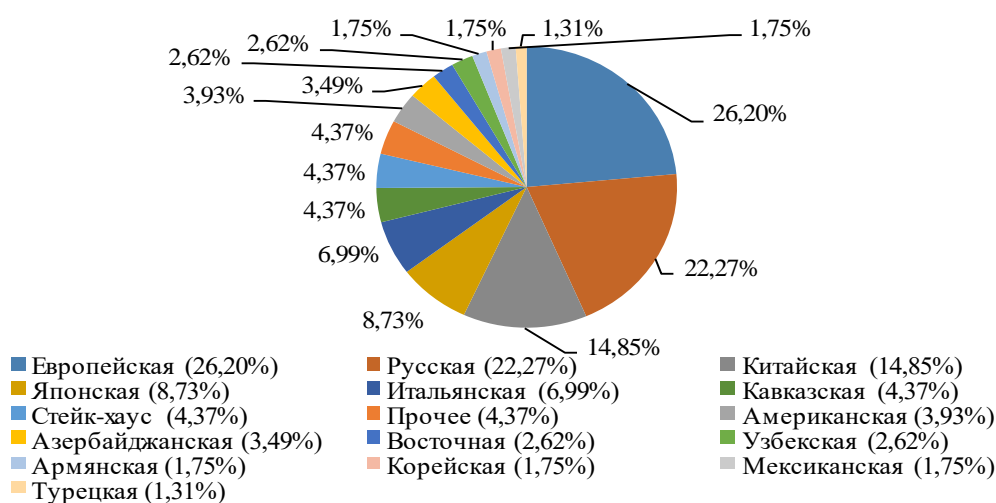


Рисунок 2 – Структура предприятий общественного питания г. Комсомольска-на-Амуре по видам национальной кухни

На основании приведенных выше данных можно сделать некоторые общие выводы о современном состоянии сферы общественного питания в городе Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре. Так, наибольшее распространение получили рестораны, предоставляющие блюда европейской, русской и китайской кухни (каких-либо серьезных различий между Хабаровском и Комсомольском-на-Амуре здесь нами не выявлено, что говорит об общекраевой тенденции). Среди прочих следует отметить итальянскую кухню ресторанов и кафе в общей структуре предприятий общественного питания. Таким образом, представленная в ресторанах Хабаровского края национальная кухня очень разнообразна, что является несомненным конкурентным преимуществом региона на рынке

туристских услуг. Ориентация заведений общественного питания не только на российского клиента, но и иностранного, способствует формированию имиджа дальневосточного региона как туристской дестинации, привлекательной для потенциальных клиентов из-за рубежа.

Как положительную тенденцию следует отметить, что на сегодняшний день все большей популярностью пользуются различные мероприятия, посвященные пропаганде местной гастрономии и национальной культуры коренных малочисленных народов Дальнего Востока. Как в крупных городах, так и в небольших поселках проводятся различные гастрономические фестивали, кулинарные выставки, национальные праздники и прочие мероприятия в рамках гастрономического и событийного туризма (см. таблицу).

Таблица – Важнейшие гастрономические события Хабаровского края

Населенный пункт	Мероприятие
Хабаровск	Международный гастрономический форум
Советская Гавань	Фестиваль-конкурс «Серебряная корюшка»
Хабаровск	Выставка «Дальпищепром»
Хабаровск	Гастрономический фестиваль «Битва барбекю»
Хабаровск	Выставка-ярмарка «Наш выбор 27»

Из таблицы можно сделать общий вывод о том, что из всех проведенных выше гостротуристических мероприятий Хабаровского края наиболее значимые события проводились в городе Хабаровске, тогда как в остальных районах Хабаровского края мероприятиям такого типа уделялось крайне недостаточное внимание.

Вместе с тем следует отметить, что при условии грамотного стратегического

планирования и эффективного оперативного управления на сегодняшний день имеет место весьма значительный гастрономический потенциал для развития туризма как в административных центрах региона, так и в менее крупных населенных пунктах, включая места компактного проживания коренных малочисленных народов Дальнего Востока России. Для практической реализации данного

потенциала гастротуризма в Хабаровском крае нам представляется целесообразным сосредоточить внимание на следующих магистральных направлениях:

- организация специальных гастрономических и винных туров местными турагентствами;

- обязательное включение в программу туров посещение туристами местных ресторанов с региональной и/или национальной кухней;

- организация экскурсий на объекты промышленной инфраструктуры гастротуризма (например, фабрики, кондитерские, цеха, сыроварни и пр.);

- организованное посещение туристами местных фермерских хозяйств и сельскохозяйственных рынков с экологически чистой продукцией;

- посещение специальных гастрономических магазинов, ярмарок, выставок с обязательной дегустацией местных продуктов, а также с демонстрацией технологии приготовления аутентичных блюд национальной кухни;

- организация гастрономических фестивалей, праздников, конкурсов и иных аналогичных мероприятий;

- продвижение местной гастрономии через региональные средства массовой информации (кулинарные шоу, передачи, сайты и пр.).

Комплексная реализация каждого из перечисленных выше направлений требует отдельного подхода и существенных материальных вложений и предполагает участие как федеральных и муниципальных органов, так и представителей малого и среднего бизнеса.

Список использованных источников

1 World Food Travel Association [Электронный ресурс] // www.worldfoodtravel.org/cpages/home (дата обращения 8.12.2017).

2 Гастрономический туризм погрузит иностранцев в культуру и традиции Дальнего Востока [Электронный ресурс] // primamedia.ru/news/626231/ (дата обращения 20.02.2018).

3 Национальная ассоциация гастрономического туризма [Электронный ресурс] // агтр.рф (дата обращения 4.12.2017).

4 Писаревский Е. Л. Основы туризма : учебник / Е. Л. Писаревский [и др.]. М. : Федер. агентство по туризму, 2014. 384 с.

5 Ивашкин М. В. Услуги общественного питания на Дальнем Востоке России : монография / М. В. Ивашкин, И. В. Оттева. Хабаровск : ТОГУ, 2019.

6 Иванова А. П. Городские пространства : еда : монография / А. П. Иванова, А. В. Малахов. Хабаровск : ТОГУ, 2017.