РАЗДЕЛ XVI. ГЕОГРАФИЯ

Воробьева М. С., Нехаева Н.Е.

Понятие и особенности гастрономического туризма

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева
(Россия, Саранск)*

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-40

idsp: 000001:lj-30-11-2017-40

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические вопросы гастрономического туризма и гастрономических туров. Раскрываются ресурсы, объекты, специфические особенности гастрономического туризма. В статье дается классификация гастрономических фестивалей.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарный туризм, ресурсы, гастрономические туры, фестиваль, еда, кухня.

Annotation

The article considers theoretical questions of gastronomic tours as a fairly new direction of tourism. Reveals the resources, objects, specific characteristics of gastronomic tourism. The article gives a classification of gastronomic festivals.

Keywords: gastronomic tourism, culinary tourism, resources, gastronomic tours, festival, food, kitchen.

Гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, различными кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюдо или продукт[1].

На сегодняшний день это достаточно популярный видмеждународного туризма, который является одним из возможных направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и устойчивого развития отдельных территорий.

В научной литературе можно встретить понятие «кулинарный туризм». Оно было впервые введено в оборот Луси Лонгом, профессором университета Огайо в 1998 г. Сформулировав концепцию познания местной культуры туристами через пищу и вино, Лонг, считал, что важно насладиться местной рецептурой и познакомиться с культурой приготовления пищи, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей.

Гастрономический тур как услуга – это нечто большее, чем просто путешествие, т. к. он является хорошо продуманным комплексом мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, а также отдельных ингредиентов, которые не встречаются больше нигде в мире и имеют особый вкус.

Национальная кухня разных народов привлекательна тем, что в каждой есть что-то особенное и уникальное. Она сформировалась под влиянием различных факторов – исторических событий, природных и культурных особенностей и пр. В связи с этим можно выделить несколько основных ресурсов, на основе которых развивается гастрономический туризм, это:

- исторические, в том числе различные легенды, сказания, мифы необычные обстоятельства появления тех или иных продуктов, животных и т.д.[4];
- природные, среди которых, например, уникальные природные условия, которые способствовали производству продуктов или их определенных сортов;
- культурные, к которым можно отнести традиции и обычаи, связанные с приготовлением различных блюд, народное творчество и т. д.[4,5,6,8];
- производственные, к которым можно отнести производство продуктов питания местными производителями;
- социальные - это уровень культуры потребления населением определенных продуктов, качество ресторанной кухни и пр.

Для того, чтобы организовать гастрономическое мероприятие в конкретном регионе, необходимо уметь правильно выбрать наиболее подходящие ресурсы, которые смогут заинтересовать и привлечь, прежде всего, туристов и гостей в то или иное место. Важно учитывать еще и то, что современного туриста не удивит только блюдами или необычной историей появления каких-то продуктов или напитков, ему необходим праздник, шоу. Поэтому, организаторы стараются максимально использовать имеющиеся в регионе ресурсы, продумать развлекательную программу и оформление мероприятия. Особой ценностью будут обладать уникальные ресурсы, которые имеются только в данном регионе или стране.

Объектами гастрономического туризма являются:

- страны, кухня которых имеет свои специфические особенности;
- отдельные регионы, известные продуктами, производимыми в этой местности. Например, такие регионы Франции как Бордо, Эльзас, Бургундия, Шампань, известны своими уникальными винами и сырами;
- рестораны, выделяющиеся качеством и эксклюзивностью кухни и оригинальным меню. Например, обладатели трех звезд ресторанного гида «Мишлен»: «Ла Пергола» в Риме, Италия, «ФэтДак» в городе Брей, Великобритания, «Коджу» в городе Токио, Япония;
- предприятия, известные своей кулинарной продукцией. Например, самая большая в мире фабрика по производству шоколада «Альпрозе» в Швейцарии и знаменитые монастырские пивоварни «Андекс» и «Эттал», расположенные в Верхней Баварии, Германия;
- учреждения, предоставляющие образовательные услуги по направлениям кулинарии и гастрономии. Например, Французская академия кулинарного искусства «LaCordonBleu», Высшая школа итальянской кухни (ItalianCuisineHighSchool) и др.;
- кулинарные мероприятия: фестивали, ярмарки, праздники, дегустации, мастер-классы, выставки, конференции. Например, рождественские ярмарки, открывающиеся в ноябре в таких городах как Кельн, Дрезден, Будапешт, Нюрнберг. Для представителей гостиничного, ресторанного и туристского бизнеса ежегодно проводятся различные конференции и салоны: Международная кулинарная конференция, организуемая Международной ассоциацией кулинарного туризма, Международный кулинарный салон «Мир Ресторана и отеля».

Специфические особенности гастрономического туризма заключаются в том, что:

- осуществляется дегустация и обучение приготовлению тех блюд, которые нигде в мире больше не встречаются;
- происходит приобщение к культуре потребления;

- низкая популярность гастрономических туров у женщин(они реже выбирают такие туры из-за боязни прибавить в весе);
- индивидуальная непереносимость тех или иных пищевых компонентов.

В силу своей специфики гастрономические туры не рассчитаны на массовость. Тем не менее, продвижение гастрономического туризма на рынке может способствовать тому, что у таких предложений появится и небольшой, но устойчивый спрос.

К отличительным чертам гастрономического туризма следует отнести следующее:

- многие страны имеют условия для развития данного вида туризма;
- гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха, для любого времени года клиент может подобрать подходящий тур;
- в той или иной степени данный вид туризма является составляющим элементом всех туров. Но в отличие от других видов туризма знакомство с национальной кухней и тех блюд, которые нигде в мире больше не встречаются, становится главным мотивом, целью и элементом гастрономического путешествия;
- продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров – является неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

Специфика данного вида туризма определяет некоторые правила, которые необходимо соблюдать:

- аккуратность при выборе тура. Гастрономические туры – хорошо продуманные мероприятия. Зачастую туристы самостоятельно изучают местные кулинарные традиции, посетив рестораны и кафе. За качество блюд в уличном кафе не отвечает никто, кроме хозяина заведения. В свою очередь туристические фирмы, продающие гастрономические туры, не станут сотрудничать с ресторанами или любыми другими заведениями, в которых предлагаются сомнительные продукты и напитки. Поэтому проблемы со здоровьем могут возникнуть чаще всего из-за собственных ошибок в выборе;
- правильная оценка возможностей своего организма. Кулинарные путешествия изобилуют множеством блюд и напитков, туристам хочется испробовать все предлагаемые кушанья;
- нельзя злоупотреблять алкоголем, т. к. цель дегустации вин в том, чтобы оценить вкусовую гамму, а не перепробовать как можно больше сортов алкогольных напитков;
- соблюдение правил личной гигиены. Элементарные правила гигиены – мыть руки до и после еды, мыть овощи и фрукты и другие – особо актуальны для гастрономического туризма.

Таким образом, приезжая в любую страну туристу следует помнить, что экзотические блюда, небольшие перекусы на экскурсиях, фрукты с уличных лотков могут доставить множество неприятностей, и избежать их в силах самого туриста.

По опыту многих, кто хоть раз побывал в гастрономических турах, национальная кухня никого не оставляет равнодушным. В связи с этим многие начинают самостоятельное освоение всех тонкостей приготовления понравившихся блюд. А учитывая, что география кулинарных изысков неограничена, популярность таких туров будет только расти.

Одной из наиболее популярных форм гастрономических событий являются гастрономические фестивали. Одна из задач фестивалей – привлечь как можно большее

число людей к их участию, что является основой для получения впечатлений, отличных от каждодневных.

Учитывая многообразие, проводимых в настоящее время гастрономических фестивалей, их можно классифицировать по различным критериям.

По продолжительности проведения выделяют следующие типы фестивалей:

- кратковременные (1-2 дня, например, кулинарный праздник Испании: LaTomatina);
- непродолжительные (3-7 дней, например, кулинарный праздник Ирландии: Голуэйский устричный фестиваль (4 дня));
- продолжительные (7-12 дней, например, кулинарный праздник ЮАР: фестиваль вишни (7 дней));
- длительные (более 12 дней, например, кулинарный праздник Испании: фестиваль морепродуктов (12 дней)).

Средняя продолжительность фестивалей составляет пять дней.

По географии охвата событий можно выделить три группы фестивалей:

- локальные/региональные (например, кулинарный праздник Германии: Веймарский луковый рынок);
- общенациональные (например, кулинарный праздник России: фестиваль «О, да!Еда!»);
- международные (например, Международный фестиваль еды и гастрономических путешествий «Еда.Кругосветка»).

Можно выделить типы гастрономических фестивалей по особенностям посвящения:

- фестивали, посвящённые продукту (продуктам) (Ночь редиса, Мексика; фестиваль чеснока, Гилрой, США; фестиваль дуриана, Чантхабури, Тайланд; праздник арбуза, Чинчилла, Австралия, праздник огурца в Суздале);
- фестивали, посвящённые напитку (напиткам) (Октоберфест в Мюнхене, Германия; осенний фестиваль виски в Спайсиде, Великобритания; Московский международный фестиваль пива, Россия; французский винный фестиваль-праздник БожолеНуво, регион Рона-Альпы, Франция);
- фестивали, посвящённые региональной/национальной кухне (Фестиваль фламандской кухни, Гент, Бельгия (фламандская кухня); Гастрономика, Сан-Себастьян, Испания (баскская кухня); фестиваль морских гребешков в Нормандии, Франция (нормандская кухня));
- фестивали международной кухни/без определённой кухни (Международный гурмэ-фестиваль, Великий Новгород, Россия; фестиваль мировой еды и путешествий «Вокруг света», Москва, Россия; Международный гурмэ-фестиваль, ПуэртоВалларта, Мексика);
- фестивали, посвящённые ресторанам («О, да!Еда!», Россия; TasteofMoscow, Москва, Россия; Московский гастрономический фестиваль, Россия; фестиваль еды и вина, Атланта, США).

В условиях все большей конкуренции в сфере туризма, многие регионы находятся в поиске уникальных гастрономических возможностей, с помощью которых можно было бы заявить о себе. В целом местная кухня уже является основой, содержащей необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструмента для привлечения клиентов, продвижения городов, регионов или даже целых стран [7].

Развитие гастрономического туризма может быть достаточно перспективным направлением для регионов России, не обладающих значительными туристскими ресурсами, но, при этом, имеющие уникальные этнические особенности, в основе которых может быть знакомство с национальной кухней [3]. В этом случае турист будет ее рассматривать как способ лучше познакомиться с обычаями, традициями и культурой народа. Таким образом, гастрономический туризм может стать «точкой роста» для развития туризма во многих национальных регионах России.

1. Буценко Е. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 56–60.
2. Гуркина Е. Н., Нехаева Н. Е. Перспективы развития этнического туризма в Приволжском федеральном округе // Огарев- Online. 2014. № 18 (32). С. 3.
3. Жулина М. А., Емельянова Н. А., Кусерова и др. Перспективные направления развития туризма в Республике Мордовия // Природно-социально-производственные системы регионов компактного проживания финно-угорских народов: сборник. – Саранск, 2012. – С. 55–63.
4. Нехаева Н. Е. Культурно-исторические объекты Мордовии: возможности их использования в туризме // Финно-угорское пространство в туристском измерении: материалы I межд. научно-практической конференции. – Саранск, 2011. – С. 266–271.
5. Нехаева Н. Е., Прасалова Н. Ю. Перспективы развития познавательного туризма в Республике Мордовия // Перспективы развития науки и образования сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2014. С. 98–101.
6. Нехаева Н. Е., Прасалова Н. Ю., Власова А. В. Развитие культурно-познавательного туризма в Республике Мордовия // Природно-социально-производственные системы: связь науки и практики: сборник научных трудов. Саранск, 2016. – С. 12.
7. Нехаева Н. Е., Терехова Ю. С. Понятие гастрономического туризма и его роль в брендинге территорий // Огарев-Online, 2016. № 1 (66), С. 8.
8. Нехаева Н. Е. Роль национальных праздников и обрядов в развитии туризма Республики Мордовия // Туризм и региональное развитие. Сборник статей. Сер. "Туризм и региональное развитие" Смоленский гуманитарный университет. Смоленск, 2015. С. 128–132.
9. Территориальная организация туризма в Республике Мордовия: монография / Н. А. Емельянова, М. А. Жулина, А. С. Карасев, Н. Е. Нехаева и др.; под общ. ред. доц. М. А. Жулиной. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 272 с.

Земцова А.А., Нехаева Н.Е.

Роль волонтеров в туризме

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева
(Россия, Саранск)*

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-41

idsp: 000001:lj-30-11-2017-41

Аннотация

В статье рассматривается значение туристских волонтеров, освещаются специальные организации, осуществляющие их подготовку, приводятся мировой и российский опыты работы туристских волонтеров.

Ключевые слова: волонтер, волонтерство, туризм, проекты, туристский волонтер.

Annotation

The article considers the significance of tourist volunteers, highlights the special organizations that carry out their training, presents the world and Russian experience of the work of tourist volunteers.

Keywords: volunteer, volunteerism, tourism, projects, tourist volunteer.