

Бахметова Л.Р.

студент

4 курс, Институт экономики и управления

Российский государственный

педагогический университет им. А.И. Герцена

Россия, г. Санкт-Петербург

Анисимов Т.Ю., кандидат исторических наук, доцент

доцент кафедры социального управления

Российский государственный

педагогический университет им. А.И. Герцена

Россия, г. Санкт-Петербург

ОСНОВНЫЕ БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация: в статье рассматривается развитие гастрономического туризма в целом в России и взятого отдельного города Санкт-Петербург. Выделены основные проблемы развития гастрономического туризма в Санкт-Петербурге, которые не позволяют развиваться гастрономическому туризму в полном объеме.

Ключевые слова: гастрономический туризм, проблемы, барьеры, развитие, Санкт-Петербург, Россия, решение, перспективы, факторы, комитет по развитию туризма.

Bakhmetova L.R.,

student

4th course of the Institute of Economics and Management

Herzen State Pedagogical University of Russia

Russia, Saint-Petersburg

Anisimov, T. Yu., candidate of historical Sciences,

associate professor of Department of social management,

Herzen State Pedagogical University of Russia

Russia, Saint-Petersburg

MAIN BARRIERS OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN SAINT-PETERSBURG

Abstract: the article considers the development of gastronomic tourism in general in Russia and the taken city of St. Petersburg. The main problems of the development of gastronomic tourism in St. Petersburg, which do not allow the development of gastronomic tourism in full.

Keywords: gastronomic tourism, problems, barriers, development, St. Petersburg, Russia, decision, prospects, factors, tourism development committee

За последние несколько лет гастрономический туризм в России занимает особое место среди популярных и приоритетных видов туризма, несмотря на то, что это сравнительно новое направление в этой сфере. Важно отметить, что Россия является межнациональным государством, которое хранит в себе культуру и традиции народов, проживающих в разных регионах России. И, конечно, национальная кухня может красочно и ярко показать, и представить туристу необыкновенность и индивидуальность каждого уголка страны. На современном этапе, Россия уже имеет продуманные гастрономические маршруты по отдельным продуктам или блюдам местной кухни, разнообразные экскурсии на производства продовольственных товаров, ознакомительные дегустации и многие другие мероприятия, которые дают возможность туристам познакомиться с культурой страны, региона или города с помощью вкусовых ощущений.

Исследуя данное направление туризма, можно выделить несколько факторов, которые непосредственно влияют на развитие гастрономического туризма в России:

1. *Этнический состав населения.* Этническое разнообразие народов в России велико, поэтому быт, нравы и обычаи различны между собой. Это дает возможность для изучения гастрономических особенностей и тонкостей каждой этнической группы;
2. *Природное и культурное наследие.* Гастрономический туризм может сочетаться с другими видами туризма. Например, такие виды туризма как: экскурсионно-познавательный, деловой, событийный и другие. И это частое явление, потому что питание туристов – это основной элемент разработки практически каждого тура;
3. *Уровень социально-экономического развития.* В рейтинге экономического и социального развития Россия занимает 13-ое место среди развивающихся стран. Такой показатель связан с безработицей среди молодежи и ограниченный доступ малого бизнеса к финансированию;
4. *Количество мест размещения и мест общественного питания.* В 2017 году в индустрии общественного питания и гостиничного сервиса отмечается прирост. Появляются новые гостиничные предприятия и увеличивается количество мест общественного питания «эконом-класса», которые востребованы среди как местного населения, так и у туристов [2];
5. *Экономическое состояние сельского хозяйства.* Важным направлением гастрономических туров является их комбинирование с сельскими и экотурами, поэтому развитие сельского хозяйства играет немаловажную роль в этом направлении. На сегодняшний день сельское хозяйство является быстрорастущим сектором в экономике России.

Можно выделить один из городов России, который под влиянием вышеперечисленных факторов имеет хорошие перспективы на развитие гастрономического туризма – это Санкт-Петербург. Этот город настолько разнообразен в своей культуре, в этническом составе и представлении о

кухне в целом, что за последнее время только набирает популярность в области гастрономического туризма. В Санкт-Петербурге располагается большое количество различных заведений общественного питания и проводится множество мероприятий, связанных с кулинарией. Разнообразие петербургских кафе, ресторанов и баров значительно выросло за последние два года, вместе с их количеством увеличилось и их качество. Явно прослеживается тенденция к продвижению русской кухни, включая в меню сезонные продукты отечественных производителей. Однако, есть и другая сторона медали [1].

Санкт-Петербург действительно является культурной и исторической столицей страны, которая отвечает общемировым требованиям и стандартам. Но существует ряд барьеров, которые все-таки затрудняют эффективное развитие гастрономического туризма в Санкт-Петербурге.

Основные причины:

1. *Низкая покупательная способность населения России.* Если рассматривать российских туристов, то важно отметить, что в реальном выражении зарплата среднестатистического работника России равна 31 183 руб., что примерно на 6 % меньше аналогичного показателя за предшествующий год. Это означает, что не каждый российский турист сможет позволить себе приобрести гастрономический тур в Санкт-Петербург, так как турист будет рассчитывать свои средства на более комбинированные туры в этом городе;
2. *Неразвитость вкусов и небольшое количество гурманов.* Эта причина объясняется тем, что многие рестораны больше ориентируются на интерьер и атрибуты ресторана, так же на качество и высокой платёжеспособности клиента, а не на качество и приготовлении блюд. Поэтому многие потребители готовы больше заплатить за имидж ресторана, чем за вкусную еду;
3. *Недостаток рекламы по данному виду туризма.* Важно отметить, что Петербург известен больше как город истории и культуры, нежели своими

гастрономическими особенностями. Хотя, питание в Петербурге очень разнообразно и имеет свой оттенок вкусовых ощущений. Но не смотря на этот факт, туристы предпочитают путешествовать по разработанным маршрутам, у которых хорошая реклама и положительные отзывы. А у Петербургских гастрономических туров так таковой рекламы нет, потому что турфирмы мало уделяют внимание этому вопросу, в виду небольшого спроса на такие туры;

4. Из вышеперечисленной причины можно выявить еще одну причину - это *низкая информативность туристов о возможности гастрономических туров в Санкт-Петербурге*. Это означает, что не каждый турист готов приобретать малоизвестные туры, направленные на местную кухню Петербурга, турист предпочтёт популярные зарубежные гастрономические туры.

5. *Недостаточная разработанность гастрономических туров*. Действительно, такой недостаток существует, в частности, потому что в некоторых гастрономических турах включена только стоимость самой экскурсии, а сама дегустация оплачивается отдельно, дополнительно. Или создание неудобств при посещениях общественных заведений, например, очереди или нехватка мест. Это может связано с недоговорённостью с местами общественного питания или не заключение отдельных контрактов.

Чтобы эти барьеры были сняты или, по крайней мере, сглажены, необходимо разрабатывать отдельные мероприятия и программы для улучшения конкретной ситуации [3]. В целом развитием гастрономического туризма и решением важных задач занимается комитет по развитию туризма в Санкт-Петербурге. Эта организация ищет новые форматы для привлечения туристов и позиционирует Санкт-Петербург как гастрономическую дестинацию. На данный момент, комитет по туризму уже третий раз проводит гастрономический фестиваль «Ресторанная кухня». За два года фестиваль стал значимым гастрономическим событием осени, который

привлекает большое количество туристов, горожан и участников (рестораторов). Этот фестиваль подчеркивает разнообразие ресторанов и кафе Петербурга различными видами кухни и выделяет из них самые лучшие по результату премии «Топ -100 лучших ресторанов Петербурга». Оргкомитет мероприятия тщательно рассматривает заявки от рестораторов, ориентируясь больше на качество и вкусовые ощущения предлагаемых блюд. В рамках фестиваля организуются различные завтраки и ужины, презентуются новые гастрономические проекты.

По мнению экспертов, этот фестиваль решает несколько проблем в развитии гастрономического туризма. Во-первых, повышается интерес со стороны горожан и туристов, что делает Санкт-Петербург интересным и популярным в гастрономическом направлении туризма. То есть появляется реклама, помогающая в продвижении города как гастрономической дестинации. Так же туроператоры могут включить в разработку уникальных гастрономических туров те заведения и проекты, которые были представлены и зарекомендованы на фестивале. Таким образом уже могут решены несколько проблем. Из этого следует, что органы самоуправления уделяют достаточное внимание к проблемам гастрономического туризма и принимают активное участие в их решении.

В заключении, можно сделать вывод, что Санкт-Петербург имеет перспективное будущее в области гастрономического туризма, если его правильно направить. Разрабатывая туры или экскурсии, нужно более подробно изучать те места общественного питания, которые включены в тур, чтобы исключить недовольство туристов. Необходимо, чтобы эти туры или выбранные места имели хороший рейтинг как у местного населения, так и у туристов. На уровне местных органов создаются мероприятия по развитию гастрономического туризма и выявлению лучших мест общественного питания. И такой подход более эффективен для продвижения гастрономического направления в туристическом бизнесе.

Использованные источники:

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. – <http://future russ.ru/wp-content/uploads/2015/08/Христов-Драчева-.pdf> – Режим доступа: 30.10.2017
2. Лукьяненко Е.В., Анисимов Т.Ю. Франчайзинг как фактор привлекательности туристского бренда // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2016. - С. 202-204.
3. Четверикова В.В., Анисимов Т.Ю. Формирование гастрономического бренда Санкт-Петербурга // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2016. С. 409-411.