

Современные тенденции и перспективы развития гастрономического туризма в Ставропольском крае

Новикова Анастасия Сергеевна

Студент (магистр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра средств массовой информации, Ставрополь, Россия

E-mail: anastasiyasuhovaya@mail.ru

Гастрономический туризм - это относительно новое направление в сфере туристической индустрии на Ставрополье, но весьма перспективное и динамично развивающееся. Гастрономический туризм Ставропольского края комбинирует в себе несколько видов туризма: это сельский, ориентирован на экологически чистую продукцию, символизирующую данную местность и городской, включающий посещение фабрики или цеха, производящих продукты питания, с дегустацией их продукции [1].

Цель гастрономического туризма на Ставрополье - это повышение идентичности региона с помощью потребления традиционных продуктов питания и поддержка местных производителей.

Для Ставропольского края характерно четыре особенности гастрономического туризма:

- Сезонность;
- Акцент на кавказскую ментальность;
- Обращение к историческим корням;
- Сопровождение гастрономического тура культурно-массовыми мероприятиями.

Отметим, что все черты условные, и в каждом определенном случае могут видоизменяться.

Проведя исследование, были выявлены основные гастрономические бренды этого региона: арбузы, дыни, хлеб, молочная продукция, приправы, сыровяленая продукция. Мы выделяем ряд инструментов, которые помогают сделать данные продукты популярными не только среди жителей, но и туристов:

1) Специальные мероприятия:

- Одним из самых интересных гастрономических мероприятий является «Фестиваль шашлычников». Он, как правило, проводится осенью и его цель - не только рассказать о кухне, но также и танцах, традициях, культуре народов Северного Кавказа.

- Фестиваль кавказской кухни под открытым небом «Горячий очаг». Участники проекта «Горский очаг» собирали известные и почти забытые рецепты со всего Северного Кавказа, пробуя приготовить блюда, делаясь своим опытом на мастер-классах.

- Фестиваль «Хлеба и сала». Местные производители хлебной и мясной продукции провели выставку своих изделий, а также организовали мастер-классы.

- Традиционная для Ставропольского края сельскохозяйственная выставка «День урожая», являющаяся своеобразным финалом мероприятий по ежегодной уборке урожая. На выставке были представлены образцы сельскохозяйственной техники, машин и оборудования, технологии, средства защиты растений, посадочный материал, а также племенные животные и птицы.

- Кавказский гастрономический фестиваль. Цель: представить все богатство блюд кавказской кухни: хычины, шашлык, хачапури. Профессиональные повара проводили мастер-классы по приготовлению самых популярных кавказских блюд.

Что же касается масштаба анализируемых фестивалей, то большинство из них - локального или регионального уровня. Большая часть рассмотренных отечественных фестивалей являются культурно-развлекательными. Наконец, по продуктовой тематике можно выделить гастрономические фестивали, посвященные продуктам (45 %) и кухням мира (30%), напиткам (5%) и ресторанной группе (10%), а также местной или национальной кухне (10%).

2) Популяризация гастрономических брендов через СМИ с привлечением лидеров мнений и экспертов. Для позитивного медийного продвижения региона в федеральных и региональных СМИ, необходимо использовать всю палитру коммуникативного пространства, характеризующуюся следующими организациями: коммуникативной, символической, визуальной, событийной, мифологической. Значимыми для продвижения гастрономического туризма ставропольского края в данном контексте являются коммуникативная, символическая и визуальная организации. Так, гастрономические мероприятия ставропольского края на 100% освещаются местными СМИ.

3) Организация пресс-туров по гастрономическим местам Ставропольского края, включающих в себя дегустацию и мастер-классы. Пример - ОАО «Молочный комбинат Ставропольский». Один из крупнейших производителей молочных продуктов на юге России и крупнейшим на Ставрополье. Предприятие образовано в 1928 году. На комбинате функционирует собственная пекарня. Жители, а также гости Ставропольского края могут познакомиться с продукцией комбината не только в магазине, но и на экскурсии по заводу.

Продукция «Хлеб Хмельницкого» - это известная ставропольская пекарня. Основное отличие которой - возможность каждого продукта стать отдельным блюдом искусного повара. Туристы могут ознакомиться с продукцией на пекарне, попробовать ее, а также узнать об истории создания хлебозавода.

4) Участие в гастрономических ярмарках и фестивалях России и мира.

В Санкт-Петербурге, Великом Новгороде, Москве, Екатеринбурге, Красноярске ежегодно проходит фестиваль «О, да! Еда!». Здесь популярные фуд-блогеры, известные журналисты, опытные рестораторы и лучшие шеф-повара делятся своим опытом с жителями городов, расширяя гастрономические горизонты гостей. Ставропольский край также представил свою продукцию на данном фестивале.

Данные фестивали также являются системно образующими для целого комплекса услуг и товаров, сопутствующих основной гастрономической программе. Поэтому для самих участников фестивалей отпадает необходимость дополнительных маркетинговых затрат. Также вполне очевидна активизация контактов с потребителями в форме их участия в различных фестивальных мероприятиях, обеспечивающих более глубокое знакомство с потребительскими преимуществами предлагаемых продуктов и блюд. На этой основе у потребителей вырабатывается желание снова приобрести опробованные товары, но уже после фестиваля. Таким образом, формируется потребительская лояльность. [2].

Литература:

Буценко Е. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. №. 33. С. 56-60.

Кляп М.П. Шандор, Ф.Ф. Современные разновидности туризма // Научн. пособие. М., 2011. С. 327-334.