

Т. А. Волкова

Кубанский государственный университет

УДК 911.3:332.122(1-22):338:48(470.620)

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ И ЭНОГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В статье рассматриваются особенности развития гастрономического и эногастрономического туризма. Энотуризм на современном этапе развития зачастую является неотделимой частью гастрономического туризма. Гастрономический туризм набирает все большую популярность в России, хотя он и является относительно новым видом туризма для нашей страны. На сегодняшний день можно констатировать неравномерность развития гастрономического туризма на территории Российской Федерации. Краснодарский край, Республика Крым, Ставропольский край, Ростовская область являются главными регионами по производству вина и как следствие основными центрами гастрономического и энотуризма страны. Приводится анализ деятельности одних из самых успешных предприятий, реализующих услуги энотуризма на территории Краснодарского края. Характеризуя эногастрономический туризм на территории региона, автор изучает месторасположение самых популярных предприятий винного туризма в крае: Русский винный дом «Абрау-Дюрсо», агропромышленная фирма «Фанагория», «Винная деревня» в г. Анапа, малые предприятия «Южная винная компания», Владимирская усадьба, винное подворье старого грека, винодельня «Вилла Виктория» и др. Предприятия винодельческой отрасли объединяются в программы гастрономического туризма «Винные дороги Кубани». Сегодня можно говорить о том, что гастрономические и эногастрономические путешествия постепенно превращаются из туров выходного дня и дополнительных экскурсионно-рекреационных услуг в более длительные самостоятельные целевые путешествия.

Ключевые слова: туризм, гастрономический туризм, энотуризм, эногастрономический туризм, рекреация, Краснодарский край.

T. A. Volkova

Kuban State University

GASTRONOMIC AND ENOGASTRONOMIC TOURISM: FEATURES AND REGIONAL DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR REGION

The article discusses the features of the development of gastronomic and wine and gastronomic tourism. Enotourism at the present stage of development is often an integral part of gastronomic tourism. Gastronomic tourism is gaining more and more popularity in Russia, although it is a relatively new type of tourism for our country. Today, one can state the uneven development of gastronomic tourism in the territory of the Russian Federation. Krasnodar region, Republic of Crimea, Stavropol region, Rostov region are the main regions for the production of wine and, as a result, the main centers of gastronomic and wine tourism in the country. An analysis of the activities of some of the most successful enterprises that provide enotourism services on the territory of the Krasnodar Territory is given. Today we can say that gastronomic and wine and gastronomic trips are gradually turning from weekend tours and additional excursion and recreational services into longer independent targeted trips.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, enotourism, gastronomic tourism, recreation, Krasnodar territory.

Гастрономический туризм представляет собой посещение территории с целью познания специфики национальных блюд и кулинарных традиций той или иной местности. В отличие от других видов туризма, именно гастрономический туризм направлен на изучение местной кухни той или иной территории. Несомненно, гастрономический туризм может входить в состав любого другого вида туризма как минимум по причине того, что во время путешествия человек нуждается в еде.

Одним из важнейших этапов в развитии коммерческого гастрономического туризма по праву можно считать появление 1998 г. термина «кулинарный туризм». С момента появления этого учёные всего мира проводили различные исследования кулинарного и винного туризма, которые в дальнейшем получили более привычные названия, гастрономический и энотуризм соответственно. Огромный вклад в развитие гастрономического туризма внес Эрик Вольф. В 2001 г. Эрик Вольф, президент Международной ассоциации кулинарного туризма, написал первую статью, посвящённую кулинарному туризму, которая в будущем легла в основу книги об организации кулинарного туризма. После открытия Международной ассоциации кулинарного туризма организация начала предлагать всем её участникам большое количество разнообразных преимуществ, от обучения и развития вплоть до быстрого продвижения по карьерной лестнице. Далее, в 2006 г. Эрик Вольф стал основателем института кулинарного туризма, основным видом деятельности которого было целенаправленный надзор за основными образовательными программами ассоциации. Затем, дальнейшее развитие гастрономического туризма привело к формированию в туристских агентствах специализирующихся на продаже гастрономических туров.

По своей сути потребность в еде обуславливается рядом биологических потребностей, удовлетворение которых необходимо в первую очередь для стабильного функционирования организма человека. Однако, для гурманов и ценителей прекрасного дела обстоят с вопросом потребления пищи весьма иначе, для них важно не только вкусовое качество, но ещё и визуальное, так, красивое оформление блюда доставляет истинное удовлетворение. Так, наслаждение вкусной кухней является первопричиной создания слова «гастроном».

Энотуризм на современном этапе развития зачастую является неотделимой частью гастрономического туризма. Более того, гастрономический туризм условно можно разделить на собственно гастрономический туризм, гастрономический туризм с элементами

дегустации напитков (эногастрономический туризм) и туризм, целью которого является дегустация напитков — энотуризм., пивной туризм и т.п. При этом необходимо помнить, что энотуризм — разновидность туризма, целью которого является знакомство с винными традициями определенного региона. Специализированные энотуры могут включать в себя посещение виноградников, виноделен, ресторанов, винных фестивалей и иных мероприятий и т.д. [3]. В широком смысле энотуризм или винный туризм — вид туризма, который предполагает посещение различных заведений и предприятий, которые в той или иной степени связаны винной тематикой (заводы по производству вин и винной продукции, различных винодельческих предприятий, экскурсий по виноградникам, посещение разного рода винных мероприятий, фестивалей и т.д.). Целью этого вида туризма является дегустация, употребление вина и покупка вина напрямую у производителя. Стоимость гастрономических туров зависит от большого количества факторов, таких как: направленности гастрономического тура, длительности его осуществления, времени года, в которое было принято решение организовать подобный тур и т.п.

К особому виду гастрономического туризма можно отнести гастрономический монотуризм, основной целью которого является туризм, направленный на посещение определенного концептуального места или дегустацию одного вида продукции. К самым популярным монотурам можно отнести:

- винные гастрономические монотуры;
- пивные гастрономические монотуры;
- сырные гастрономические монотуры;
- кофейные гастрономические монотуры.

Гастрономические туры как услуги рассматриваются как нечто большее, нежели обычное путешествие, в этих турах у туриста происходит ознакомление с местной кухней, ингредиенты для приготовления блюд которых тщательно отбираются. Говоря о гастрономическом туризме как об услуге, следует отметить основные объекты гастрономического туризма, которыми являются:

- страны, набравшие популярность среди самых гастрономически благоприятных уголков мира, к ряду таких стран можно отнести Францию, Австрию, Италию, Китай, Израиль и т.д.;

- регионы различных стран, которые прославились изготовлением и производством того или иного вида продукции, например, Краснодарский край, прославившийся производством вин и винной продукции;

- «ресторанные города», получившие своё название благодаря тому, что на территории

города расположено большое множество различных заведений общественного питания, в которых представлено большое разнообразие всевозможных кухонь мира. К такому роду городов можно отнести Гонконг, Париж, Лондон и т.д. Помимо разнообразия блюд, которые можно отведать в таких городах, следует обратить внимание и на качество приготовленных блюд, по которому определяется критическая масса людей, готовых платить за приготовленные блюда;

- заведения общественного питания, которые отличаются от обычных заведений качественной и эксклюзивной кухней;

- заведения, которые ранее прославились производством собственной гастрономической продукцией;

- компании, основной деятельностью которых является предоставление гастрономических образовательных услуг;

- различные гастрономические мероприятия наподобие ярмарок, фестивалей, конференций и т.д.

Целевой аудиторией подобного гастрономического туризма являются в основном туристы-гурманы, для которых приём пищи — это не просто удовлетворение биологических потребностей, но ещё и получение колоссального удовольствия от процесса употребления пищи. Следующий вид туристов — это туристы, через употребление национальной кухни, которые преследуют цель приобщения к основной традиционной культуре страны. Далее идут туристы, желающие получить профессиональное обучение непосредственно от жителей той или иной страны, и последний вид туристов — это туристические агентства, основной целью которых является изучение кухни для создания новых туров или же включение того или иного места в существующий тур.

Гастрономический туризм набирает все большую популярность в России, хоть он и является относительно новым видом туризма для нашей страны. В настоящее время Россия является одной из самых многонациональных стран мира. Каждый народ, проживающий на территории Российской Федерации уникален, и имеет свою культуру и традиции, что обуславливает большое разнообразие национальных кухонь. Кухня у народов является неотделимой частью культурной жизни. Историю, обычаи и быт различных народов этнографы начинают с изучения именно их кухни и вкусовых предпочтений, так как именно эти аспекты могут поведать очень многое из основной жизни этноса.

В большом российском этническом разнообразии кухонь следует выделить в первую очередь именно русскую кухню, которая давно

прославилась во всем мире. Влияние русской национальной кухни было оказано как международную ресторанный деятельность, так и на отдельные кухни других народов мира. На рубеже XIX–XX вв. русская национальная кухня достигла пика своей популярности за счёт большого многообразия продуктов и блюд. По своей значимости она зачастую стала приравняться к блюдам французской кухни.

Одним из мест, привлекающих иностранных туристов с точки зрения гастрономии является Суздаль, древнейший город России, где туристы могут познакомиться с шедеврами русской культуры. Важнейшей частью экскурсионной программы тут является именно гастрономическая часть, которая включает в себя дегустацию различных блюд русской кухни.

Новые направления в гастрономическом туризме были отражены в проекте «Гастрономическая карта России» — это первая в России система добровольной сертификации в сфере гастрономического туризма. В данном проекте одним из главных критериев оценки объекта туризма и сферы гостеприимства, заявленного как предприятие питания, специализирующееся на российской региональной кухне: наличие постоянно действующего меню региональной кухни, использование в приготовлении региональных продуктов и российских кулинарных техник [2]. Проект находится в стадии развития и регулярно пополняется информацией о новых предприятиях. Благодаря проекту происходит не только объединение заведений, специализирующихся на региональной кухне, но и активное развитие межотраслевых проектов развития отечественного туризма. С того времени, как в 2018 г. был дан старт программы и вплоть до 2021 г. были проведены разнообразные мероприятия при поддержке свыше 25 регионов участников. Среди мероприятий можно выделить более 20 гастрономических фестивалей национальной кухни. Один из таких фестивалей получил название «Кухни народов мира», своим названием, в День народного единства это мероприятие привлекло большое количество туристов. Крупные издательства России, входящие в состав предприятий «Гастрономической карты России», предоставили к печати свыше 10 кулинарных книг и энциклопедий. Деятельность данного проекта направлена на системное продвижение и внедрение в сферу гостеприимства местной национальной или же региональной кухонь, продуктов, которые имеют наивысший экспортный потенциал [2]. Помимо этого, проект направлен на потребление продуктов и блюд российского производства. Основной целью проекта является донесение народа того,

что национальная российская Кухня является неразрывной с российской культурой в целом. Данный проект призван привлечь как можно больше внимания к предпринимательским достижениям отечественных предприятий и обязательным аспектом российского туризма должна стать национальная кухня.

На данном этапе развития, гастрономический туризм, если смотреть на уровне территории России в целом, достаточно редкое явление, связано в основном это с тем, что гастрономические маршруты находятся в стадии развития. При этом в отдельных регионах ситуация отличается — гастрономический туризм активно развивается. Таким образом можно констатировать неравномерность развития гастрономического туризма на территории Российской Федерации на фоне общей неравномерности развития туризма на территории страны (т.е. даже если рассматривать исключительно регионы с высоким уровнем развития туристской отрасли, картина в различных субъектах будет неоднозначна). Это во многом связано с тем, что зачастую гастрономический туризм выполняет поддерживающую функцию в комплексе туристского предложения отдельных регионов. Таким образом можно говорить о том, что гастрономический туризм развивается на территории регионов, где туристская отрасль уже развита или находится в стадии развития. Для решения данной проблемы необходимо в первую очередь развитие и улучшение туристской инфраструктуры в стране. Связано это с тем, что не многие экскурсанты готовы заплатить деньги за неорганизованный туристский маршрут, который не будет передавать всей атмосферы попробованного блюда [4]. Основные тенденции в России в настоящее время отдаются именно винному и гастрономическому туризму из-за возросшей популярности на изысканный образ жизни. На процесс развития винного туризма оказывает значительное влияние углубление в историческую культуру и традиционное развитие винодельческих регионов как России, так и всего мира в целом. Краснодарский край, Республика Крым, Ставропольский край, Ростовская область являются главными регионами по производству вина и как следствие основными центрами гастрономического и этнотуризма страны. При этом именно этнотуризм зачастую выходит на первый план [6].

Эногастрономический туризм — это достаточно молодая, но при этом популярная разновидность гастрономического туризма для Краснодарского края. Основной целью этого специального вида туризма является ознакомление туриста с сочетанием различных сортов вин и национальной кухни. Также

к основной цели можно отнести и получение знаний о правильном гармоничном сочетании различных вин и продуктов. Данное направление в крае выходит на уровень самостоятельного туризма. Самостоятельность туризма определяется тем, что практически все турагентства предлагают туристам в своих пакетах услуг и экскурсии на по винодельням Краснодарского края. Также внимание к эногастрономическому виду туризма привлекает и большое количество видеороликов в сети интернет, после просмотра которых у туриста появляется желание лично посетить и увидишь все своими глазами. На этих видеороликах показывается и раскапывается об основных этапах производства вина и винных напитков.

Для развития эногастрономического туризма в Краснодарском крае территории края обладают всеми необходимыми туристскими ресурсами:

- природные ресурсы — сюда можно отнести плодородность почвы, которой хватает для выращивания винограда, климат, средняя продолжительность летних дней, рельеф, разнообразная флора и фауна, различные природные объекты, которые привлекают внимание туристов и экскурсантов и т.д. [1, 5];

- культурно-исторические ресурсы — включают в себя различные выставки, винные музеи и погреба и т.д.;

- социально-экономические ресурсы — под этим видом туристских ресурсов понимается территориальное расположение эногастрономического туризма, экономическое положения региона, где он осуществляется, развитие транспортной инфраструктуры и возможности безопасно осуществить эногастрономический туризм.

Помимо перечисленных туристских факторов, влияющих на развитие эногастрономического туризма в Краснодарском крае есть и другие, не менее важные факторы. Одними из таких факторов является местная национальная гастрономическая кухня, наличие в крае средств размещения в близи центров эногастрономического показа, месторасположение виноделен и различных мест, где можно продегустировать вино и винные напитки, и одним из главных факторов является стоимость подобного эногастрономического тура.

Характеризуя эногастрономический туризм на территории региона, необходимо в совокупности рассмотреть и месторасположение самых популярных предприятий винного туристского показа края, среди которых можно выделить:

1. Курортный поселок Абрау-Дюрсо — это один из самых популярных центров эногастрономического туризма. В поселке Абрау-Дюрсо расположены старинные погреба Русского

винного дома «Абрау-Дюрсо». Предприятие является не только центром эногастрономического туризма Краснодарского края, но и всей России. Угодье находится на берегу знаменитого о. Абрау. Ежегодное количество туристов, посещающих «Абрау-Дюрсо» с целью эногастрономического туризма превышает 100 тыс. чел. В 2019 г. Это число превысило 170 тыс. чел. При посещении «Абрау-Дюрсо» туристы попадают в тоннели, которые были построены в конце XIX в. Голицыным, во времена, когда это имение принадлежало царской семье. Здесь туристы становятся непосредственными свидетелями процесса изготовления игристых вин, знакомятся с профессиональной терминологией и учатся различать различные способы производства, а самое главное, это приобретение навыков профессиональных дегустаторов вина. На большой площади «Абрау-Дюрсо» проложены различные туристические маршруты, расположенные в различных направлениях вдоль о. Абрау, Чёрного моря, горного хребта и непосредственно вдоль самих виноградников. Прогулка может быть пешей, а может быть с использованием различных видов транспорта. Ко всему прочему «Абрау-Дюрсо» устраивает различные эно- и гастрономические мастер-классы в своей собственной гастрономической школе. Туристам предлагаются различные варианты средств размещения, что позволяет охватить достаточно широкую аудиторию. Центру туризма «Абрау-Дюрсо» который осуществляет помощь в выборе, повышает легкость бронирования, поддерживает оперативную связь с винодельнями и т.д. удалось объединить самые знаменитые винные бренды Краснодарского края и проложить эногастрономический маршрут «Винные дороги Кубани». Этот маршрут был создан с целью донесения большего количества информации о винодельнях края до туристов.

2. Агропромышленная фирма «Фанагория». «Фанагория» — это одно из крупнейших предприятий с полным циклом производства вина и винных напитков на территории Краснодарского края. Производство включает в себя все, от посадки саженцев винограда, до сбора урожая и последующей его переработки. Общая площадь виноградников около 3,5 тыс. га., а само производство находится в Темрюкском р-не, Краснодарского края. В винодельческом имении «Фанагория» расположен собственный центр эногастрономического туризма, включающий винный ресторан «Gabernet», основная деятельность которого направлена на сочетание местной кухни и различных сортов вин собственного производства. На территории «Фанагории» проводятся различные виды эногастрономических экскурсий:

- «Авторская Фанагория». Эта экскурсия включает в себя экскурсию на территории самой винодельни, далее происходит посещение винного подвала, после этого проводится дегустация 7 видов вин. Средняя продолжительность экскурсии составляет около 2 ч.

- «100 оттенков Фанагории». Эта экскурсия практически ничем не отличается от предыдущей, за исключением посещения производства дубовых бочек. В качестве образцов для дегустации выступает семь премиальных образцов продукции. Длительность экскурсии составляет 2 ч. 30 мин.

- «Индивидуальная экскурсия». Эта экскурсия включает в себя помимо перечисленных выше позиций ещё и посещение смотровой площадки на виноградники. Тут продолжительность экскурсии зависит от пожеланий экскурсанта. Исходя из желания экскурсанта может быть проведена тематическая дегустация.

У винного бренда «Фанагория» есть две школы, в которых проводится обучение для всех желающих обучиться всем тонкостям употребления вина и винных продуктов. Школы вина находятся в 2-х городах — г. Краснодар и г. Санкт-Петербург. На занятиях происходит изучение отечественной и европейской истории виноделия, изучаются технологии производства вина, изучаются различные сорта и виды вин, в конце каждого занятия происходит дегустация вин согласно пройденным регионам.

3. «Винная деревня». «Винная деревня» — это винодельческий кооператив, расположенный г. Анапе, основной его деятельностью является производство вина и винной продукции. На территории деревни находится дегустационный зал и ресторан для любителей эногастрономического туризма, общая вместимость составляет 40–45 чел. По винной деревне также проводятся экскурсии, по прогнозам экспертов, через несколько лет деревня может стать одним из самых популярных мест для энотуризма.

Перечисленные винодельческие предприятия являются наиболее крупными и популярными компаниями для эногастрономического туризма Краснодарского края. Помимо крупных предприятий, выделяют и более маленькие предприятия эногастрономического показа: винодельческое хозяйство «Южная винная компания», Владимирская усадьба, винное подворье старого грека, винодельня «Вилла Виктория» и т.д.

Современное состояние городского эногастрономического туризма в г. Краснодар обуславливается наличием в городе нескольких винных баров и кафе: «Holy Place», «Детектив, где вы?», «Mr. Drunke» и бар-ресторан

«Абрау-Дюрсо». Данные заведения абсолютно различны по своей стилистике и концепции деятельности, однако всех их объединяет этногастрономическая цель. В этих заведениях клиенту будут предоставлены лучшие сочетания местной кухни и терруарных вин.

Винодельческие предприятия края активно занимаются самостоятельным продвижением услуг этнотуризма: практически все предлагают экскурсионные продукты на своих сайтах и в соцсетях, многие предлагают не только экскурсии, но и размещение на территории в своих средствах размещения. Таким образом, туристы могут организовать свое этногастрономическое путешествие самостоятельно. Кроме того винодельни Краснодарского края принимают участие в таких проектах как Гастрономическая карта России, Карта путешествий для автотуристов map.autogoda.ru, Винная карта Кубани. За последние 5 лет развитие винного туризма в Краснодарском крае перешло от начальной стадии в стадию активного роста. На сегодняшний день этнотуризм и гастроэтнотуризм занимает все более прочные позиции в структуре туристской отрасли Краснодарского края. Предприятия постепенно выходят за пределы локации виноградников и непосредственного производства: развивают направление городского этнотуризма. Например, группа компаний Абрау-Дюрсо имеет предприятия общественного питания в Краснодаре, Сочи, Геленджике, Приморско-Ахтарске. Городские рестораны, специализирующиеся на винных традициях, активно предлагают гастро и винные экскурсии, тематические вечера и т.п.

Развитие этнотуризма, как самостоятельного вида, так и в структуре гастрономического, сельского, городского туризма сегодня становится все более актуальным процессом в структуре туристско-рекреационной системы России. Активизация этих процессов произошла относительно недавно, хотя традиции дегустации различных кухонь и напитков в принципе свойственны для внутреннего туризма Российской Федерации, в силу географических и этнографических особенностей территории нашей страны. Сегодня можно говорить о том, что гастрономические и этногастрономические путешествия постепенно превращаются из туров выходного дня и дополнительных экскурсионно-рекреационных услуг в более длительные самостоятельные целевые путешествия. Целевая аудитория указанных видов туризма становится более обширной, доступность таких туров повышается, спрос растет. Таким образом, можно предполагать усиление гастрономической составляющей во внутрирегиональных туристско-рекреационных предложениях.

Волкова Татьяна Александровна,

к.г.н., доцент, доцент кафедры международного туризма и менеджмента КубГУ, Кубанский государственный университет, mist-next4@inbox.ru

Библиографический список

1. Волкова Т.А., Мищенко А.А. Влияние внутреннего туризма на проблемы и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2011. № 1. С. 101–104.
2. Гастрономическая карта России // URL: <https://www.gastromaprussia.ru/> (дата обращения: 04.11.21).
3. Жиленко В.Ю., Глумова Я.Г., Магоян О.М., Сайдалиева З.М., Пашко Е.А., Пашко Д.А. Перспективы развития этнотуризма в России на основе редких домашних вин (на примере барбарисового вина) / Actualscience. 2017. Т. 3. № 3. С. 28–29.
4. Карабаева А.З., Лукьянченко А.Д. Развитие гастрономического туризма в России и в Астраханской области // Астраханский вестник экологического образования. 2014. №1 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii-i-v-astrahanskoy-oblasti> (дата обращения: 04.11.2021).
5. Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Куделя Е.В., Салеева Т.В. Исследование удовлетворенности туристов организацией отдыха на курортах Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2014. № 1. С. 81–86.
6. Романова И.А., Анисимова В.В., Ходыкина М.Ф. Этногастротуризм как точка роста сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае / Актуальные аспекты развития сельского (аграрного) туризма в России. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции г. Краснодар, 17–19 мая 2019 г. — 2019. — С. 100–104.
7. S., J., Ferreira, L.P., Dieguez, T., S., J.C., Silva, F.J.G. Role of the Industry 4.0 in the Wine Production and Enotourism Sectors. 2021. Smart Innovation, Systems and Technologies. 208, p. 171–180.
8. Winfree, J., McIntosh, C., Nadreau, T. An economic model of wineries and enotourism / 2018. Wine Economics and Policy. 7(2), p. 88–93.