

Рубрика: Туризм

УДК 336.48-6:641/642

КУЛИНАРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ И ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС (на примере Sea Food Festival, Владивосток)

В.Г. Ден

бакалавр 2 курса, международного института туризма и гостеприимства

Г.А. Гомилевская

исполняющий обязанности директора международного института
туризма и гостеприимства

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

Кулинарный фестиваль может стать эффективным инструментом для привлечения туристов и мотивом для продолжительного посещения региона. Проведение фестивалей помогает повысить имидж региона и популярность местных продуктов.

Ключевые слова: туризм, фестиваль, кулинарный фестиваль, гастрономический фестиваль

CULINARY FESTIVAL AS A PROFESSIONAL AND TOURISTIC RESOURCE (SEA FOOD FESTIVAL, VLADIVOSTOK AS AN ILLUSTRATION)

V.G. Den

bachelor 2nd year, the International Institute of Tourism and Hospitality

G.A. Gomilevskaya

Director of Institute of Tourism and Hospitality

*Vladivostok State University of Economics and Service
Russia, Vladivostok*

Culinary festival can become an effective option to attract tourists and at the same time it is a motive for long visit. The festival helps to increase the region's image and popularity of the local products.

Keywords: tourism, festival, culinary festival, gastronomic festival

На сегодняшний день фестивали являются одним из самых популярных видов мероприятий, обладающий большим социальным и экономическим потенциалом. Фестиваль – это мероприятие, которое отличается активным участием зрителей, а также привлекает большое количество профессионалов. Среди широкого спектра фестивалей именно кулинарный фестиваль является мероприятием туристской направленности, благоприятствующий повышению популярности туристской дестинации. Кулинарные фестивали способствуют притоку туристов, увеличению продолжительности пребывания, а также повышению значимости национальных блюд и региональных продуктов.

Цель работы заключается в исследовании использования формата фестиваля как метода продвижения кулинарного туризма и инструмента повышения обслуживания в сфере общественного питания.

В ходе работы были выделены следующие задачи:

- уточнить понятие кулинарного фестиваля;
- исследовать видовое разнообразие кулинарных фестивалей;
- систематизировать технологию и организацию кулинарных фестивалей;
- разработать концепцию проведения Sea Food Festival в рамках организации морского форума.

Исследование понятия «фестиваль» показало, что определений фестиваля существует несколько. Согласно толковому словарю русского языка Ожегова «фестиваль – это широкая общественная праздничная встреча, сопровождающаяся просмотром достижений каких-нибудь видов искусства. Музыкальный, театральный, кинематографический фестиваль» [1].

Большой энциклопедический словарь предлагает следующее определение: «фестиваль (франц. festival – от лат. festivus – праздничный), массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства. Фестивали бывают национальные и международные.» [2].

«Фестиваль – массовое празднество, включающее показ достижений в области музыки, театра, кино, эстрады. Первоначально возникли музыкальные фестивали.» – такое определение было найдено в большой советской энциклопедии [3].

Самое точное определение фестиваля предложено в словаре по общественным наукам Glossary.ru: «Фестиваль – музыкальный, театральный или другой смотр лучших достижений искусства. Обычно фестиваль является соревнованием, участники которого выделяются специальными жюри в результате предварительных отборочных просмотров» [4]. На наш взгляд, все вышеперечисленные понятия рассматриваются как особая художественная форма, демонстрирующая культурные достижения.

На основе этих определений, можно сформулировать значение понятия «кулинарный фестиваль» или «гастрономический фестиваль», поскольку данные понятия могут быть использованы в равном значении [5].

По нашему мнению, кулинарный фестиваль – это массовое мероприятие, которое включает в себя демонстрацию, смотр, продажу и дегустацию основной составляющей фестиваля – кулинарных блюд и напитков, а также выступает профессиональной площадкой для коммуникации потребителей, производителей и специалистов общественного питания, в программу может быть включено проведение мастер-классов, кулинарных шоу, конкурсов и шествий, в целом сопровождающееся атмосферой праздника и веселья.

Исследование разнообразия форм кулинарных фестивалей в зависимости от различных признаков показало, что их можно классифицировать следующим образом (рис. 1).

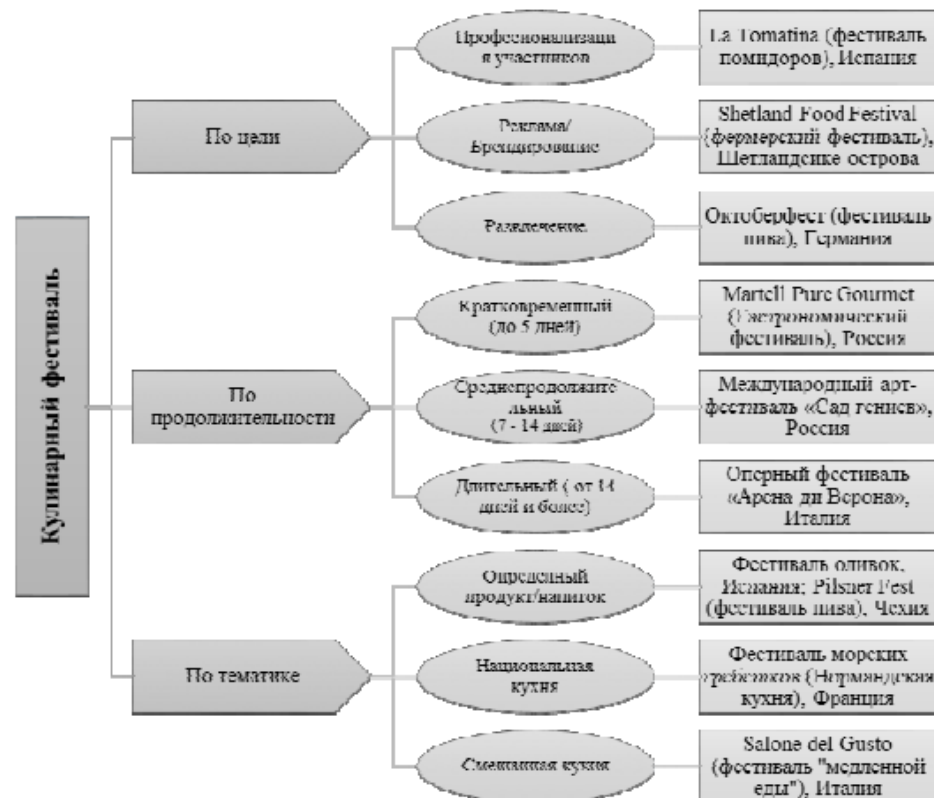


Рис. 1. Классификация кулинарных фестивалей

Разработано автором по [6, 7, 8, 9]. Все фестивали были проанализированы по следующим критериям: продолжительность, место проведения, дата, краткое описание, цель и тематика. Предложенная нами схема включает в себя три основных критерия деления фестивалей: по цели, продолжительности и тематике. На наш взгляд такая классификация в полной мере отображает разнообразие гастрономических фестивалей.

Организация фестиваля – это сложный и многоэтапный процесс. Выбор площадки, подготовка технического оснащения, сопровождение участников (волонтеры), качественная реклама мероприятия, четкий план мероприятия, более того организатор должен позаботиться о безопасности гостей и участников фестиваля. На основании совокупности методических и практических материалов по организации фестивалей нами была разработана принципиальная схема организации (рис. 2).



Рис. 2. Схема организации кулинарного фестиваля

Разработано автором по [10, 11].

Организация кулинарного фестиваля имеет свою специфику. Помимо учета всех основных этапов, нужно также предоставить специальное оборудование для проведения мастер классов, кулинарных шоу, сырьевые материалы для готовки, поиск профессионалов, холодильное оборудование и план того, в каком виде будет проходить дегустация приготовленный блюд.

После возникновения идеи проведения фестиваля, необходимо остановиться на определенной тематике, а также понять, с какой целью, как будет организовано мероприятие и какие результаты ожидаются. От выбранных на начальных этапах тематике, целей и задачах, будет строится концепция всего фестиваля.

Основными задачами кулинарного фестиваля являются:

1. Максимальное привлечение к участию населения региона
2. Увеличение притока туристов в регион
3. Обеспечение самореализации, рекламного продвижения профессионалов
4. Обеспечение кулинарной осведомленности населения
5. Брендинг региона за счет продвижения кулинарного продукта

Выбор места играет важную роль в организации фестиваля. Следует учитывать климатические особенности, будет нецелесообразным проводить морской фестиваль, в регионах, располагающихся вдали от моря. Погодные условия также являются ключевым фактором для

выбора площадки. Необходимо обеспечить место для участников – презентаторов товаров/услуг, а также площадки для развлечений и отдыха, предоставить сцену (если в программу входит концертная программа с ее использованием). Место проведения мероприятия должно быть в хорошей транспортной доступности.

Согласование с органами регионального и местного управления – условие, без которого организация фестиваля становится невозможной. Организация массовых мероприятий должна обеспечивать безопасность участников и в случае чрезвычайных ситуаций должна быть предоставлена соответствующая помощь (скорая помощь, МЧС, полиция).

Процесс организации предусматривает множество важных деталей. Следует определить четкий регламент: дата открытия, закрытия, расписание основных мероприятий, развлекательной программы.

Немаловажным является этап составления списка участников. Исходя из тематики фестиваля необходимо определить, кто может в нем участвовать: корпоративные организации, физические лица, творческие коллективы.

Следующим этапом является обеспечение материально-технической базой (техническое оснащение, свет, мебель, павильоны, стенды, реквизит) о наличии и условиях транспортировки которых необходимо задумываться заранее.

Определение бюджета включает в себя несколько этапов: составление сметы, в которой указаны все затраты на организации и привлечение финансов. Источниками финансирования могут стать: организаторы, регистрационные взносы участников, спонсорская помощь.

Обеспечение рекламы: интернет (социальные сети (создание официальных страниц, профилей, сайтов, размещение рекламы), телевидение и периодические издания (реклама, анонсирование мероприятия); рекламные кампании.

Кулинарный фестиваль является профессиональной площадкой для развития гастрономического туризма, что способствует повышению имиджа территории. Безусловно, Владивосток, имея важное геополитическое положение обладая и уникальными туристскими ресурсами имеет высокий потенциал развития морского туризма [12].

Так, морские акватории Японского моря богаты флорой и фауной, что дает реальные возможности Владивостоку стать центром развития кулинарного туризма. Морепродукты, добываемые из глубин Японского моря вокруг города Владивостока являются визитной карточкой всего Приморского края.

В связи с актуальностью развития морского туризма нами предложено проведение кулинарного морского фестиваля в рамках II Международного форума «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение».

В соответствии с концепцией фестиваля нами предложено название «Sea Food Festival». Фестиваль задуман как масштабное гастрономическое событие, которое познакомит туристов с элементами Дальневосточной кухни и предоставит профессионалам в сфере общественного питания проявить свои кулинарные способности.

За основу берется морская тематика и на площадке планируется представить:

- Фудкорты
- Детские развлекательные программы
- Дегустационные павильоны
- Мастер-классы
- Тематический концерт

Цель фестиваля – формирование представления о Владивостоке как туристском регионе, направленном на развитие кулинарной составляющей тур продукта, привлечение внимания к гастрономическим особенностям Приморского края.

Основными задачами «Sea Food Festival» являются:

- привлечение туристов в город Владивосток;
- улучшение имиджа региона как туристской дестинации;
- увеличение ценности местных продуктов;
- повышение осведомленности местного населения о наличии потенциала развития кулинарного туризма во Владивостоке.

Вариантами мест для проведения фестиваля будут являться: выставочный зал спорт – комплекса «Чемпион», Морской вокзал Владивостока, здание водонапорной башни на Набережной Цесаревича.

Дата проведения: октябрь 2016

В соответствии с разработанной программой фестиваля, нами предложена следующая схема (рис. 3).

Фудкорт	Детская площадка	Концертная программа
<ul style="list-style-type: none">• Мастер – класс по приготовлению морепродуктов• Мастер класс по рыбной ловле и ловле кальмаров• Дегустация вина и морепродуктов• Рыбная ярмарка (Sea Food Market)• Голосование посетителей	<ul style="list-style-type: none">• Детская рыбалка• Анимационное сопровождение• Детский ярмарка морских игрушек (Toy Sea Food Market)• Демонстрационный видеоряд об обитателях акваторий Японского моря для детей	<ul style="list-style-type: none">• Тематические концерт• Церемония награждения

Рис. 3 Программа Sea Food Festival, Владивосток

Преимуществом данного мероприятия является тот факт, что охват целевой аудитории не будет ограничиваться только людьми, имеющими отношение к гостинично-ресторанному бизнесу, возрастной ценз 0+, вход на фестиваль свободный.

Каждый посетитель сможет продегустировать блюда, получившиеся по итогам мастер-классов и проголосовать за понравившегося участника с помощью флаеров, которые будут выдаваться на входе. Голосование даст возможность отследить, какой из участников фестиваля понравился выставке более всего. В свою очередь победитель сможет получить награду «Признание горожан» – это может быть символический диплом, сертификат, кубок или медаль.

Организатором фестиваля является администрация Приморского края, Владивосток.

Соорганизаторы: Российский союз туроператоров (РСТ), Дальневосточная ассоциация рестораторов и отельеров (ДАРИО), туристский информационный центр Приморского края (ТИЦ ПК), Международный институт туризма и гостеприимства (МИТГ) ВГУЭС.

1. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд., М., 1997. – 944 с.

2. Большой энциклопедический словарь: [А – Я] / гл. ред. А.М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая рос. энцикл.; СПб.: Норинт, 1997. – 1408 с.

3. Большая Советская энциклопедия. т. 13: Гроза-Демос. – 2-е изд. – М.: Государственное научное издательство «Большая советская энциклопедия», 1952. – 665 с.

4. Служба тематических толковых словарей, «Словарь по общественным наукам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.glossary.ru/>

5. Ден, В.Г. Гастрономический туризм/ материалы междунар.науч-практ.конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (28–29 апреля): в 5 т. Т. 3 / В.Г. Ден, Г.А. Гомилевская; под общ. ред. О.Ю. Ворожбит; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – Т. 3 – 438 с.

6. World Food Travel Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://worldfoodtravel.org/>

7. World Travel Tourism [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://your-tourism.ru/turistam-na-zametku/76-luchshie-kulinarnye-festivali.html>

8. Фестивали во всего света [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ehhuu.ru/culinary-festivals>

9. Интернет-портал Food Festivals Europe [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.foodfestivalseurope.com>

10. Познавательный журнал «Школа жизни» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://shkolazhizni.ru/culture/articles/62859/>

11. Гойхман, О.Я. Организация и проведение мероприятий / О.Я. Гойхман. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 119 с.

12. Гомилевская, Г.А. Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России» / Г.А. Гомилевская, Ю.В. Дмитриенко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 142–153.

13. Организация и методика художественно – массовой работы: учеб. пособие / Д.М. Генкин, А.А. Конович, Б.Н. Петров. – М.: Просвещение, 1987. 192с.

Рубрика: Отдых за городом на открытом воздухе, в сельских местностях

УДК 379.845

АНИМАЦИОННАЯ ПРОГРАММА «РУСАЛОЧЬЯ НЕДЕЛЯ», КАК ФАКТОР ПРОДВИЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «БИКИН»

В.В. Дмитриева

бакалавр 4 курса направления «Туризм», кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

В.С. Бурилова

научный руководитель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

Постановлением правительства РФ от 3 ноября 2015 года был открыт национальный парк «Бикин», что послужило фактором формирования бренда территории. Согласно данным концепции развития туристской деятельности, есть необходимость разработки анимационных программ. В статье рассматривается описание территории проведения программы, характеристика мероприятия «Русалочья Неделя» – как фактора создания брендинга и популяризации национального парка «Бикин».

***Ключевые слова и словосочетания:** национальный парк «Бикин», туристские ресурсы, брендинг, инфраструктура, продвижение территории, анимационная программа «Русалочья неделя»*

ANIMATION PROGRAM «RUSALOCH'YA NEDELYA» AS A FACTOR PROMOTION OF NATIONAL PARK «BIKIN»

Resolution of the Russian Government on 3th November, 2015 was opened the national park «Bikin», made it possible for formation of branding its territory. Therefore based on data from the concept of development of tourist activity, there is a necessity of working animation program. In the article is considered description of program's territory, event's characteristic «Rusaloch'ya nedelya» as creating factor of branding and popularization of national park «Bikin».

***Keywords:** National Park «Bikin», tourists resources, branding, infrastructure, promotion of the territory, animation program «Rusaloch'ya nedelya»*

Национальный парк «Бикин» – часть территории Пожарского района, располагается в западной части на макросклоне Сихотэ-Алиньского лесного участка, общая площадь которого составляет около 1,1 гектаров. Этот природный парк является площадкой для создания и развития новых туристских маршрутов с опорой на особенности работы природоохранных территорий. Главная задача национального парка «Бикин» – это активное использование туристских ресурсов и продвижение территории парка (природных, исторических, культурных объектов показа и т.д.) посредством создания новых анимационных программ, фестивалей и т.д. [1].

В настоящий момент текущая ситуация в туристской отрасли национальных парков обстоит таким образом, что доход от ее деятельности не приносит значимых доходов. Это и ряд