

МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФЕСТИВАЛЕЙ

© 2018

Гомилевская Галина Александровна, кандидат экономических наук,
директор Международного института туризма и гостеприимства
Ден Валерия Гихоевна, бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: denlero4ka96@mail.ru)*

Аннотация. Гастрономический туризм как инновационное направление туристской деятельности с точки зрения ресурсной базы и преимущественно этногеографической специализации имеет широкие возможности для развития практически в любом регионе страны. В целом специфика формирования и развития гастрономического туризма связана с природными, этническими, географическими и культурными ресурсами, а также с событийными формами организации туризма. Событийные мероприятия гастрономической направленности, в том числе фестивали, содействуют развитию туризма в регионе в целом и увеличению туристского потока. С точки зрения потребительской мотивации кулинарный фестиваль входит в структуру туристского продукта в качестве основного и дополнительного атрибута. С точки зрения социально-экономической эффективности развития туристской дестинации кулинарный фестиваль во многом повышает туристскую привлекательность региона, оказывает влияние на имидж региона и популярность местных продуктов. *Цель/задачи.* На основе международного и российского опыта исследовать организационные аспекты гастрономического фестиваля. Определить особенности организации гастрономического фестиваля; выделить модели организации кулинарного фестиваля; систематизировать методы и приемы организации фестиваля. *Методология.* В статье с использованием методов системного анализа, синтеза и дедукции, проведен исторический анализ, на основе экспертной оценки обоснована специфика гастрономического фестиваля, представлен авторский подход к оценке моделей организации фестивалей. *Результаты.* Практическим результатом в статье является выделение моделей организации гастрономического фестиваля и разработка организационной схемы.

Ключевые слова: гастрономический туризм, событийные формы гастрономического туризма, кулинарный фестиваль, факторы развития, модели организации кулинарных фестивалей, технологическая схема.

ORGANIZATIONAL MODELS OF GASRTONOMIC FESTIVALS

© 2018

Gomilevskaya Galina Aleksandrovna, candidate of economical science,
director of International Institute of Tourism and Hospitality
Den Valeriya Gikhoevna, bachelor

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya 41, e-mail: denlero4ka96@mail.ru)*

Abstract. Gastronomic tourism as an innovative type of tourism with resource base and mainly ethnographic specialization has great opportunities for development in almost any region of the country. In general, the specifics of the formation and development of gastronomic tourism is associated with natural, ethnic, geographical and cultural resources, as well as with event-based forms of tourism. Culinary events, including festivals, contribute to the development of tourism in the region and increase the tourist flow. From the point of view of consumer motivation, a culinary festival is included in the structure of the tourist product as the main and additional attribute. From the point of view of social and economic development of the tourist destination, the culinary festival greatly enhances the attractiveness of the region, influences the image of the region and the popularity of local products. Purpose / objectives. Based on international and Russian experience the purpose is to explore the organizational aspects of the gastronomic festival, to identify the features of organizing a gastronomic festival, to highlight the models of culinary festival organization and to systematize the methods and techniques of organizing the festival. Methodology. Using the methods of system analysis, synthesis and deduction, we did a historical analysis as well. Based on the expert assessment, we substantiated the specifics of the gastronomic festival and presented the author's approach to the evaluation of festival organization models. Results. The practical result in the article is the selection of gastronomic festival organizing models and the development of an organizational scheme.

Keywords: gastronomic tourism, event forms of gastronomic tourism, culinary festival, development factors, culinary festivals organizing models, technological scheme.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Сегодня гастрономический туризм рассматривается как одно из перспективных и динамично развивающихся направлений туризма. Помимо позиционирования гастрономического туризма на использовании специфического ресурсного потенциала региона, важной составляющей, поддерживающей популярность данного сегмента туризма, являются событийные мероприятия кулинарной направленности.

Проблемы гастрономического туризма исследовали авторы (К.А. Бальнин [1], О.В. Отто, А. Г. Редькин [2], Н.Е. Нехаева, Ю.С. Терехова [3], В.О. Сычева, К.С. Шпенькова [4], Е.М. Зеленская [5] и др.), в научных трудах которых отражены общие тенденции формирования гастрономического туризма в мире и регионах России, проведена классификация гастрономического туризма как событийного явления, выявлена взаимосвязь гастрономического туризма с историко-культурными и географическими компонентами туристской деятельности.

В контексте развития гастрономического туризма большую роль играют событийные мероприятия, фоку-

сирующие в пространстве и времени объекты гастрономического туризма, объединяющие материально-вещественные (блюда, продукты и т.д.) и информационные компоненты, использующие при взаимодействии с целевой аудиторией развлекательные и интерактивные методы.

Значительные кулинарные события влияют на рост числа туристских прибытий в регион, количество дней пребывания в определенном месте и продолжительность туристского сезона, улучшение имиджа дестинации, привлечение средств в местную экономику, повышение уровня занятости населения и ценности местных продуктов. По оценке Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Рифаи в последние годы значительно возрос спрос на туризм, «основывающийся на впечатлениях» [6; 7].

В исследованиях Е.М. Михайловой [8], Е.О. Святой, А.С. Тимофеевой и С.Р. Шеина [9], М.И. Сергеевой [10] и других авторов отмечается роль гастрономических фестивалей в продвижении регионов, развитии туризма в России, представлен анализ ресурсного потенциала фестивалей по различной гастрономической тематике.

При этом в работах недостаточное внимание уделено организационным и технологическим аспектам социокультурной и туристской деятельности при разработке гастрономических программ и организации кулинарных фестивалей.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых основывается автор; выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.

По мнению большинства исследователей, фестиваль туризм выделяется в отдельный вид туризма, который характеризуется посещением туристов национальных и международных фестивалей и конкурсов, зрелищно-костюмированных празднеств, спортивных соревнований [8; 10; 11], при этом авторы в большей степени определяют его как художественную форму с демонстрацией культурных достижений, когда кулинарный аспект практически не рассматривается [12].

На наш взгляд, гастрономический фестиваль, как массовое событие, включает комплекс мероприятий кулинарной направленности (демонстрацию, смотр, продажу и дегустацию кулинарных блюд и напитков) и выступает в качестве профессиональной площадки для коммуникации потребителей, производителей и специалистов общественного питания с использованием конкурсных, презентационных и развлекательных мероприятий [12].

При проведении классификации гастрономических фестивалей на основании научно-практических подходов используются различные критерии, согласно которым фестивали подразделяются на следующие виды:

1) по масштабу действия: международный, национальный, региональный;

2) по международному статусу: внутренний и международный (въездной, выездной);

3) по количеству участников: групповой, индивидуальный, семейный;

4) по возрасту участников: детский, подростковый, молодежный, взрослый, для пожилых возрастов; смешанный и др.;

5) по характеру организации: регламентированный – характеризуется высоким уровнем обслуживания и определенной последовательностью посещения туристских объектов; нерегламентированный – может быть организованным или неорганизованным;

6) по длительности путешествия: длительный – более 3-х дней, кратковременный – менее 3 дней [13; 14].

На наш взгляд, используемые в гастрономическом туризме классификации во многих аспектах повторяют классическую систематизацию других видов туризма, что обусловлено их взаимосвязью, когда посещение фестивалей становится основной частью развлекательных, познавательных, рекреационных поездок туристов [15].

В большинстве исследований подчеркивается, что фестиваль туризм способен решить проблему сезонности, привлечь туристов в периоды спада, способствует росту занятости населения, расширяет ресурсный потенциал региона, что впоследствии оказывает положительное влияние на экономическое и социальное развитие региона.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

На основании комплексного исследования широкого разнообразия форм кулинарных фестивалей [14; 16; 20], изучения мирового и отечественного опыта авторами предложены четыре базовых модели организации кулинарных фестивалей:

- историческая модель, основанная на сохранении истории, соблюдении традиций и обычаев, как правило, имеет глубокие исторические или религиозные корни (к примеру: Широкая Масленица в России, фестиваль Thorblot Feast в Исландии, День Благодарения в Америке, исламский праздник Курбан-байрам);

- этнографическая модель, связанная с национальностями

ми кухнями (итальянской, испанской, корейской и т. д.) и этническими кухнями (нивхской, эскимосской, айнской и т. д.). В данной модели фестивали, как правило, выступают в качестве профессиональной площадки для самореализации представителей ресторанного бизнеса, которые получают возможность обмена опытом и демонстрации своих способностей. В программу, как правило, включены конкурсы, мастер-классы и дегустация свежеприготовленных национальных блюд (к примеру: Дни Удэгейской кухни на Дальнем Востоке России, Национальный день вина Молдовы, Фестиваль пиццы в Италии, областной праздник коренных народов Севера России);

- географическая модель, связанная с продвижением региональных сельскохозяйственных культур. Отличается тем, что продукты, представленные на фестивале, выращены и собраны на территории региона. Фестиваль сопровождается различными мероприятиями: ярмаркой, показом-смотром выращенных продуктов, конкурсом, дегустацией (к примеру: Фестиваль помидоров La Tomatina в Испании, Фестиваль манго в Индии, Праздник клубники в Германии);

- продовольственная/продуктовая модель, при которой участники фестиваля представляют определенные продукты и напитки вне зависимости от места производства (к примеру: Фестивали «Золотая осень», Межрегиональный фестиваль напитков «Алтайфест» и Фестиваль «День рождения русской водки» в России, Фестиваль «Окtoberfest» в Германии).

В историческом аспекте начало проведения гастрономических фестивалей в Европе восходит к раннему средневековью. Безусловно, наиболее зрелищными событиями мирового уровня считаются карнавалы, исторически приуроченные к началу католического Великого поста. В современных карнавалах практически везде включены гастрономические мероприятия, которые подчеркивают особенность того или иного карнавала (Кельнский, Венецианский, Римский, Бразильский) и кульминируют в целом карнавальном движении. К более позднему европейским фестивалям относят «Окtoberfest» в городе Мюнхен (Германия), основанный в 1810 году, который развивает современную модель фестиваля, включающую конкурсную и рекламную составляющие с активным привлечением различных производителей пива.

В контексте исследования гастрономических фестивалей, следует отметить, что в широком смысле этимология слова «карнавал» означает «прощай мясо». Примечательно, что русская Масленица в древности называлась «мясопуст». Очевидно, что эти события имеют одни корни. Широкая Масленица, как значимое народное мероприятие, складывающееся на протяжении долгого времени, представляет собой сложный процесс с большим количеством ритуальных элементов: поминальные обряды, связанные с поминовением усопших родителей и родственников; обычаи, связанные с молодоженами; масленичные развлечения и проводы весны. Основой масленичной недели является фестивальное движение гастрономической направленности с использованием традиционных для России продуктов: муки разных сортов (для блинов, пряженцев и пирогов, пряников, конфет), соленой рыбы, орехов, молочных продуктов (молока, сливок, сметаны, коровьего масла) [17; 18].

В понимании исторических предпосылок развития современных гастрономических фестивалей, помимо Масленицы, следует учесть многообразные русские народные праздники и праздники других народов России, которые также уходят корнями в глубокую древность. В течение года в России отмечаются десятки национальных, религиозных и этнографических праздников, которые опираются, в том числе, на кулинарные традиции и обычаи, среди которых можно выделить: День осеннего равноденствия, Яблочный спас, Сагаалган (Новый год в Улан-Удэ), Чыл Пазы (Новый год в Хакасии), Сабантуй («праздник плуга») [19].

В кулинарных фестивалях аккумулируются гастро-

номические пристрастия жителей того или иного региона. Как правило, независимо от места проведения, Масленица традиционно сопровождается конкурсами и концертной программой, ярмарочными рядами с декоративно-прикладными изделиями местных ремесленников, играми и развлечениями (кулачные бои, бег в мешках), сожжением чучела и дегустацией главного атрибута – блинов. При этом в отдельных регионах России выделяются гастрономические особенности, систематизированные в таблице 1 [20].

Таблица 1 – Гастрономические особенности празднования Масленицы в различных регионах России

Регион	Характеристика
1 Ярославская область	«Прабабушкины» секреты рецептов блинов с дегустацией
	Ярмарка «Угличские угощения» с местными органическими молочными продуктами (парное молоко, блины, сырники, сбитень)
2 Суздальский район	Масленичная олимпиада, главная дисциплина которой «блиноборье»
3 Красноярский край	Фестиваль блинов с различными начинками из выращенных местных фруктов, сыров и рыбы
	Дегустация русских блюд (деруны, пряженцы, драчена, стерляжья уха, рыбные пироги)
4 Владимирская область	«День Блинного дерева»
5 Приморский край	Соревнование «блинопеков», том числе с начинкой из красной икры, красной рыбы
	Мастер-классы по росписи имбирных пряников
	Угощение блинами с травяным чаем, сбитнем, кашей из тыквы
6 Новгородская область	«Масленичный базар» (торговые ряды с сувенирами и угощениями от новгородских ремесленников)
	«Хмельная бочка» (напитки по старинным русским рецептам, угощения)
7 Тульская область	Мастер-класс по выпеканию блинов на пеньке
	Конкурс «Тульский скоровар»
	Угощение блинами и травяным чаем из жаровых тульских самоваров
8 Томская область	Сладкий мастер-класс от «Пряничной мастерской»

Согласно данным таблицы главными кулинарными особенностями в регионах являются: в Приморском крае - блины с красной икрой, в Ярославской области – блины с парным молоком и сырами, в Тульской области – использование для приготовления чая тульских самоваров, в Красноярском крае – традиционные блюда сибирской кухни и т. д.

Для более глубокого изучения потенциального спроса на гастрономические фестивали в регионах России нами было проведено исследование на основе социологического опроса, в результате которого составлен рейтинг привлекательных гастрономических регионов смотреть на рисунке 1).

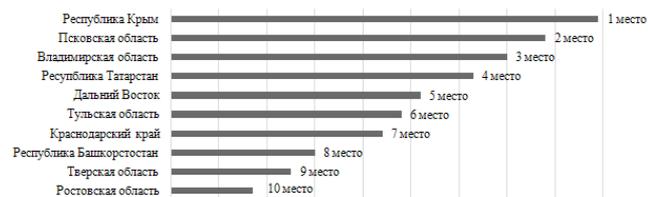


Рисунок 1 – Рейтинг гастрономической привлекательности регионов

Согласно данным рейтинга в качестве потенциальных гастрономических центров наиболее часто встречается упоминание регионов Республика Крым, Владимирская и Псковская области. Следующими в рейтинге являются Республика Татарстан, Дальний Восток, Тульская область и Краснодарский край. Также в Топ-10 входят Республика Башкортостан, Тверская и Ростовская области, однако эти регионы занимают последние позиции в рейтинге, что, на наш взгляд, объясняется недостаточной осведомленностью жителей страны об их ресурсном потенциале и недостаточном продвижении гастрономических региональных брендов.

Следует отметить, что практически все фестивали имеют не только гастрономическую направленность, но и в разной степени связаны с культурными, экологическими, спортивными и развлекательными мероприятиями, что вызывает дополнительный интерес к событию (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Спектр мероприятий гастрономического фестиваля

Согласно схеме кулинарный фестиваль может включать: музыкальные и танцевальные концерты и шоу, театральные и цирковые спектакли, мастер-классы, лекции и семинары поваров и кулинарных экспертов, гастрономические симпозиумы и конференции, гастрономические соревнования и состязания, спортивные игры, выставки, ярмарки, показы мод, конкурсы красоты, карнавалы и фейерверки, мини-туры и экскурсии.

Фестиваль как престижное явление социально-культурной жизни является важным в процессе формирования имиджа региона и развития экономики, что требует использования системного подхода к его организации. С учетом специфики гастрономических мероприятий нами предложена схема организации кулинарного фестиваля, смотреть рисунок 3, которая устанавливает системообразующие принципы управления мероприятием на основе проектного управления.

Проектное управление кулинарным фестивалем предполагает различные формы социального партнерства, основанного на сотрудничестве и взаимном учете интересов участников проекта. Как правило, организация фестиваля основана на принципах государственно-частного партнерства с использованием правовой формы инвестиционного товарищества (ИТ) [21]. При этом заключается договор, предметом которого является объединение инвесторов для финансирования проекта без образования юридического лица. В результате договорных отношений социальное партнерство дает возможность повысить эффективность использования ресурсов, создать баланс интересов участников с позиции социализации рыночной экономики. Социальное партнерство также требует решения вопросов согласования с органами регионального и местного управления, в том числе – обеспечения безопасности участников фестиваля и своевременных действий со стороны Скорой помощи, МЧС, полиции.

На этапе разработки концепции выделяется тематика мероприятия, цели и задачи. Этот этап становится стартовым вектором, который определяет направления работы команды организаторов. Следует отметить, что эффективность фестиваля зависит, в первую очередь, от его уникальности и времени проведения. Исследования показывают, что ряд кулинарных фестивалей имеют схожие тематики и зачастую проводятся одновременно, что снижает их эффективность и привлекательность.

Процесс планирования кулинарного фестиваля включает исследование рынка, анализ потребителей, характеристику продукции и услуг, план продвижения

и составление четкого регламента с детальной программой. Опыт организации фестивалей свидетельствует о предъявлении высоких требований к маркетингу, в том числе - созданию тематического сайта, ведению аккаунтов в социальных сетях и т. д. Пример организации фестиваля «Изобилие» в Самаре показывает, что, несмотря на качественный маркетинг фестиваля, непродуманная программа и некорректная оценка рисков могут привести к закрытию фестиваля и негативному отношению участников к организаторам.

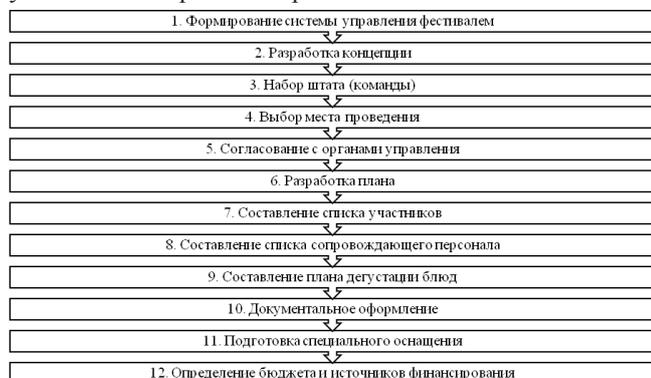


Рисунок 3 – Схема организации кулинарного фестиваля

Следующий этап подготовки фестиваля – составление списка участников – определяется в соответствии с выбранной тематикой. К примеру, нецелесообразно приглашать на мясной фестиваль представителей ресторанного бизнеса, ориентированных на вегетарианство, сыроедение и веганство.

Этап составления плана дегустации может рассматриваться как возможность инвестирования в имидж предприятия производителем и его продукции. При этом требуется тщательный расчет объема необходимого сырья и готового продукта для дегустации. Так, неправильно рассчитанное количество гостей и непродуманный план дегустации привели к провалу фестиваля «Нью-Йоркская пицца» (New York City Pizza Festival) в Бруклине в сентябре 2017 года, на котором уже вначале закончилась дегустация ввиду отсутствия продукта, а дополнительных развлекательных мероприятий предусмотрено не было.

Следующий этап – обеспечение материально-технической базой (техническое оснащение, свет, мебель, павильоны, стенды, реквизит); холодильным оборудованием; оборудованием для хранения и проведения мастер-классов; посудой и вспомогательной техникой. Данный этап является одним из наиболее важных и требует предварительной подготовки.

Определение бюджета включает: составление сметы и поиск источников финансирования, в качестве которых, как правило, выступают организаторы, регистрационные взносы участников, спонсорская помощь. Данный этап является заключительным в системе проектного управления фестиваля и тесным образом связан с выбором организационно-правовой формы, определяющей систему взаимоотношений организаторов фестиваля.

Таким образом, системный подход к организации гастрономического фестиваля предполагает широкий спектр действий, и недостаточный уровень подготовки хотя бы одного этапа может привести к негативным последствиям, снижению эффективности и даже провалу фестиваля.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. В результате исследования на основе комплексного анализа мирового и отечественного опыта развития гастрономического туризма выявлено, что гастрономический фестиваль представляет многопрофильное явление, способное оказать

влияние на развитие туризма в регионе, формирование положительного имиджа туристской дестинации.

В процессе исследования выделены основные модели гастрономических фестивалей: историческая модель, этнографическая модель, географическая модель, продовольственная/продуктовая модель. В историко-этнографическом аспекте фестивали имеют глубокие корни, основанные на традициях с использованием инновационных методов представления событийных мероприятий и продвижения фестиваля. На основе предложенных моделей могут быть сформированы различные событийные формы гастрономического туризма: концерты, спектакли, мастер-классы, семинары, конференции, соревнования, выставки, ярмарки, фейерверки, экскурсии и др.

В организационном аспекте фестиваль выступает как комплексный продукт, требующий выполнения технологии поэтапного планирования, начиная с выбора тематической концепции, определения целевой аудитории, согласованных действий организаторов и координаторов, подбора персонала, подготовки специального оснащения, дегустации блюд. Проектное управление фестиваля предполагает создание социального и государственно-частного партнерства

В итоге, при комплексном подходе к организации, гастрономический фестиваль может выступать в качестве профессионального и туристского ресурса, позволяющего повысить привлекательность региона за счет продвижения местных продуктов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Балынин К.А. Аспекты диверсификации гастрономического туризма // Сервис в России и за рубежом. 2017. С. 97–108.
2. Отто О.В., Редькин А.Г. Современное состояние развития гастрономического туризма в Алтайском крае // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2015. С. 99–103.
3. Нехаева Н.Е., Терехова Ю.С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире. 2015. С. 82–87.
4. Сычева В.О., Шпенькова К.С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2014. С.126–130.
5. Зеленская Е.М. Гастрономический компонент в индустрии туризма // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. 2015. С. 110–117.
6. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis, Brock Cambourne. Food Tourism around the World Development, management and markets. Edited by: Publisher's Note: Transferred to Taylor & Francis, 2011.
7. Вкус Шелкового пути: Международная конференция по гастрономии, культуре и туризму / World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://silkroad.unwto.org>
8. Михайлова Е.М. Гастрономические фестивали как средство продвижения региона // Традиционная культура в современном мире. 2015. С. 200–208.
9. Святая Е.О., Тимофеева А.С., Шеина С.Р. Событийный туризм как перспективный вид развития регионального рынка туристских услуг // Событийный туризм - основа реализации туристского потенциала территорий: актуальные задачи, проблемы и перспективы развития. 2016. С. 186–194.
10. Сергеева М.И. Ресурсы для развития гастрономического туризма в Тверской области // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства. 2017. С. 148–158.
11. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб: Герда, 2004. – 320 с.
12. Ден В. Г., Гомилевская Г. А. Кулинарный фестиваль как профессиональный и туристский ресурс (на примере Sea Food Festival, Владивосток) // Междунар.

науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (28–29 апреля): в 5 т. Т. 3 / под ред. О. Ю. Ворожбит; Владивосток.: ВГУЭС, 2016. 480 с.

13. Воронина А.Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. 2011. Т. 24 (63). № 1. С. 161–172.

14. Официальный сайт международной ассоциации кулинарного туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.worldfoodtravel.org/>

15. Кланч Д. Будущее фестивальной формулы // Экология культуры. 2002. № 3/28. С. 74–84.

16. Сайт о фестивалях и карнавалах мира [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.carnifest.com>

17. Козлов А. В. Праздники и знаменательные даты православного и народного календаря. СПб.: Культ-информ-пресс, 1993. 224 с.

18. Юдина Н. А. Энциклопедия русских обычаев. М.: Вече, 2000. 512 с.

19. Энциклопедия обрядов и обычаев / составители: Л. И. Брудная, З. М. Гуревич, О. Л. Дмитриева. СПб.: Респекс, 1996. 560 с.

20. Национальный календарь событий «EventsInRussia» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/tag/масленица?page=3>

21. Криничная Ю.О. Инвестиционное товарищество как эффективная форма социального партнерства для проведения гастрономического фестиваля в рамках проекта «петербургская кухня» // Социальное партнерство и предпринимательство: поиск креативных решений. 2015. С. 34–42.

Статья поступила в редакцию 26.03.2018

Статья принята к публикации 25.06.2018