


Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.03.02 –Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.о. зав. кафедрой  
 Л.А. Понкратова  
«25» 06 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Перспективы развития этногастрономического туризма в России (на примере Республика Крым)

Исполнитель  
студент группы 434-об

  
\_\_\_\_\_

Е.Р.Тютяева

Руководитель  
доцент, к.ю.н

  
\_\_\_\_\_

Е.Н.Шахов

Нормоконтроль  
инженер

  
\_\_\_\_\_

О.В. Шпак

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. зав.кафедрой \_\_\_\_\_  
Л.А. Понкратова  
« 07 » 09 2017 г.

**ЗАДАНИЕ**

К бакалаврской работе (проекту) студента

Штотесвой Екатерины Романовны

1. Тема бакалаврской работы

(проекта) Перспективы развития этноэтнографического туризма  
в России, на примере Республики Крым

(утверждено приказом от 26.03.2018 № 634-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06.2018

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

учебная литература, научные статьи, статистические  
данные

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке

вопросов): Теоретические аспекты этноэтнографического туризма  
в Республике Крым  
Разработка нового туристского продукта «Этноэтнографический туризм  
в Республике Крым»

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем,  
программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

Бакалаврская работа содержит 56 с., 12 рисунков, 1 таблицу, 1 приложение  
и источники

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним  
разделов)

7. Дата выдачи задания 07.09.2017

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Шахов Евгений Александрович  
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

доцент, к.и.н.

Задание принял к исполнению (дата) 07.09.2017

Шахов (подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 56 с., 12 рисунков, 1 таблицу, 7 приложений, 31 источник.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ТУРИЗМ. ВИННЫЙ ТУРИЗМ, ЭНОГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, РЕСПУБЛИКА КРЫМ, ИССЛЕДОВАНИЯ, СПЕЦИФИКА, ТУРПОТОК, ТУР

Работа посвящена анализу проблем и перспектив развития эногастрономического туризма.

Во введении раскрыта актуальность темы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

В первой главе дана характеристика основных понятий, обозначена специфика эногастрономического туризма, как вида туризма и его развитие.

Во второй главе проведен анализ ресурсов Республики Крым.

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты гастрономического туризма	8
1.1 История развития эногастрономического туризма	8
1.2 Виды и отличительные особенности гастрономического туризма	12
1.3 Специфика функционирования эногастрономического туризма	14
2 Основные тенденции развития эногастрономического туризма	17
2.1 Современное состояние эногастрономического туризма, мировой опыт	17
2.2 Туристический потенциал для развития эногастрономического туризма в России	21
2.3 Эногастрономический туризм, как перспективное направление для экономического развития Республики Крым	25
3 Разработка нового туристского продукта «Почувствуй вкус Крыма»	37
3.1 Общие характеристики тура «Почувствуй вкус Крыма»	37
3.2 Экономическое обоснование нового туристского продукта	40
3.3 Маркетинговое продвижение нового туристского продукта	42
Заключение	45
Библиографический список	46
Приложение А SWOT-анализ перспектив развития эногастрономического туризма в Республике Крым	49
Приложение Б Анкета социологического опроса для изучения мнений населения о перспективах развития гастрономического туризма в Республике Крым	50

Приложение В Анкета социологического опроса для изучения мнений населения о перспективах развития этногастрономического туризма в Республике Крым	52
Приложение Г Маршрут тура в первый день	53
Приложение Д Маршрут тура во второй день	54
Приложение Е Маршрут тура в третий день	55
Приложение Ж Маршрут тура в четвертый день	56

## ВВЕДЕНИЕ

Как известно, одним из важных элементов индустрии туризма является питание туристов. Туристы во время тура знакомятся не только с местностью и ее достопримечательностями, но так же и с местной кухней и ее особенностях. Гастрономия является значимым ресурсом любой территории, а также источником для формирования ее идентичности.

Национальную кухню любой страны можно рассматривать как туристский ресурс территории страны. Такой ресурс в виде национальной кухни дает возможность сформировать новые турпродукты, и выявить новые возможности туристских территорий. Для большего понимания социального, культурного и экономического стиля жизни дестинации нам может помочь именно местная кухня той или иной страны. Гастрономия и туризм тесно связаны, их связь может поспособствовать увеличению количества туристов в стране, удлинению пребывания туристов на территории государства и тем самым увеличить прибыль от туризма.

Туризм, так или иначе, напрямую связан с ресторанным бизнесом. Туризм не только поддерживает местное производство, но и продвигает идею о том, что высокое качество продуктов питания и экологическая безопасность туристов во время тура находиться на первом месте.

Гастрономический туризм с каждым годом в разных уголках мира приобретает популярность. Именно иностранцы стали часто покупать гастрономические туры, для того чтобы лучше познакомиться с кухней страны.

Объектом исследования в данной исследовательской работе является эногастрономический туризм.

Предметом исследования является эногастрономический туризм в Республике Крым.

Целью дипломной работы является анализ перспектив развития эногастрономического туризма в Республике Крым.

Для реализации цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть историю гастрономического туризма;
  - дать понятие и раскрыть виды гастрономического туризма, рассмотреть проблемы и перспективы развития в России;
  - проанализировать развитие этногастрономического туризма в Республике Крым;
  - разработать новый этногастрономический тур «Почувствуй вкус Крыма».
- В работе были использованы электронные данные сети Интернет, справочники, электронные книги.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

## 1.1 История развития эногастрономического туризма

Понятие эногастрономический туризм возникло сравнительно недавно, но его истоки уходят в далекое прошлое. Все началось с возникновения такого понятия как гастрономический туризм. Гастрономический туризм возник много времени тому назад, еще когда купцы ездили в разные страны чтобы приобрести разные продукты питания: фрукты, зерна, орехи, сахар, вино и др

На сегодняшний день мировая торговля позволяет разрешить этот вопрос намного проще. Сейчас людям не нужно ехать в разные страны, чтобы приобрести определенный продукт, в любом супермаркете мы можем легко найти и купить продукты с любой страны мира. Однако многие путешественники отправляются в путешествие, чтобы попробовать национальную кухню именно на территории страны, чтобы узнать секреты приготовления разных блюд от знаменитых шеф-поваров, посетить экскурсии с элементами дегустации различных вин на месте их производства.

Само понятие «гастрономический туризм» уходит в далекое прошлое. Еще исследователи новых земель, такие как Афанасий Никитин и Марко Поло в своих путешествиях дегустировали местные блюда в разных, незнакомых им поселениях. Впечатления от дегустаций местной кухни становились одним из методов описания традиций народов. Позже это сформировалось в отдельную науку, отрасль.<sup>1</sup>

В специальной литературе можно встретить разные понятия, такие как: «эногастрономический туризм», «кулинарный туризм», «винный туризм», «дегустационный туризм» и другие. Все эти понятия являются разновидностями именно гастрономического туризма.

Официальной датой возникновения такого понятия как «кулинарный туризм» впервые был зарегистрирован в 1998 году. Этот же год является офици-

---

<sup>1</sup> Вульф, Э. Что такое гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>. – 15.03.2018.



альной датой возникновения гастрономического туризма. Тогда в 1998 году, Л. Лонг ввел термин «кулинарный туризм». Идеей, которого является, то, что люди путешествующие познают культуру страны через местную кухню.

О гастрономическом туризме как новой тенденции в путешествиях начали говорить с 2001 года. Тогда Эрик Вульф являющийся президентом Международной ассоциации кулинарного туризма, показал документ о гастрономическом туризме. В дальнейшем этот по содержанию маленький документ стал целой книгой, в которой имелись документально подтверждены факты о том, что интерес к еде и винному туризму увеличивается, и то что запросы о гастрономических турах смогли убедить местные предприятия питания и местных рестораторов удовлетворять увеличивающийся спрос. По мнению Эрика Вульфа «Гастрономический туризм – это поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками, как на другом конце Земли, так и на соседней улице. Ведь кроме путешествий по своей стране или всему миру, мы также можем стать гастрономическими туристами в своем регионе, городе или даже районе»<sup>2</sup>.

Путешествие мы можем даже совершить по своему городу, а не только лишь по своему региону, стране или даже планете. Неважно, какое мы расстояние преодолеваем, главное это то, что мы находимся в движении. Поэтому все мы путешественники, все мы питаемся в разных заведениях, а это значит что все мы гостротуристы.<sup>3</sup>

В 2003 году была создана «Международная ассоциация гастрономического туризма». А в 2006 году был открыт Международный институт кулинарного туризма, который отвечал за образовательные и учебные компоненты программ Международной ассоциации гастрономического туризма. Развитие гастрономического туризма привело к тому что были созданы турфирмы которые специализировались на международном гастрономическом туризме.

---

<sup>2</sup> Вульф, Э. Что такое гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>. – 15.03.2018.

<sup>3</sup> Там же.

Стоит отметить, что для открытия миру гастрономического туризма почву подготовили именно итальянцы. Просто напросто они не успели документально заверить свои наработки. Итальянцы первые начали, приглашать к себе туристов создавая разные кружки, цель которых была познакомиться с кухней и вкусными винами Италии.

У любой страны есть потенциал, чтобы развивать у себя гастрономический туризм, потому что в каждой стране есть своя самобытная и неповторимая кухня. Гастрономические туры это не просто путешествия. В них хорошо продуман каждый элемент, каждая экскурсия-дегустация, которая будет отражать уникальность страны.

Цель гастрономического тура заключается в том, чтобы получить знания о кухне в посещаемой стране. Причем цель не, просто попробовать что-то редкое или перепробовать все блюда. А цель именно в том чтобы именно постигнуть местную рецептуру, которая на протяжении столетий оставалась неизменной. Гастрономический туризм будет поистине интересен тем людям, которые считают себя гурманами, так как для них блюдо это больше чем просто еда.

Гастрономические туры будут интересны тем людям, чей бизнес прямо связан с приготовлением и употреблением пищи. Такими людьми являются: рестораторы, сомелье, дегустаторы и ресторанные критики. Такие люди отправляются в гастротуры, для того чтобы поднять свой уровень знаний, чтобы узнать что-то новое, узнать какую то новую технологию. Так как программа таких туров предусматривает мастер-классы от лучших шеф-поваров. Так же в гастрономические туры отправляются работники туристических фирм, для того чтобы расширить свой бизнес и начать предлагать гастрономические туры своим клиентам<sup>4</sup>.

Так же турист, который прибыл в страну в качестве обычного отдыхающего не преследующий цель знакомства с кухней в данной местности, так или иначе турист сталкивается с кухнями отелей или местных ресторанов, и кафе.

---

<sup>4</sup> Вульф, Э. Что такое гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>. – 15.03.2018.

Большой плюс в том, что если туристу понравится кухня, он обязательно поделится впечатлениями об этом со своими друзьями и родственниками.

Поэтому хорошего качества кухня, имеет большую ценность, так как это главный момент в гастрономическом туризме, а также является важной составляющей туристского продукта.

Так же составной частью любого гастрономического туризма является пивной и винный туризм. Во время таких туров, туристы знакомятся с процессом виноделия. А так же в таких турах есть возможность попробовать приготовленный продукт.

Для любого туриста в числе важнейших приоритетов во время путешествия стоит питание и напитки. А это значит, что знакомство с национальной кухней в стране, которой вы пребываете становится главным обуславливающим элементом нахождения в данной стране.

Конечно же, гастрономический туризм не заканчивается только на местной кухне. В каждой стране есть такие заведения, которые могут предоставить любое блюдо из кухни других стран. К примеру, гурманы с большим опытом, которые отлично ориентируются в ресторанах посещаемой страны, чтобы насладиться мясным блюдом и салатом посещают одно заведение, чтобы покушать морепродукты идут в другое заведение, а попробовать десерт идут в третье.

Гастрономический туризм не только знакомит туристов с местной кухней, но и может вовлечь туристов в сам процесс приготовления. Чтобы туристу было интересно, в туре предлагаются мастер классы по приготовлению местных блюд с участием шеф-повара.

Для гастрономического туризма не характерна сезонность. Такой тур можно совершать в любое время года. В соответствии с данными Международной Ассоциации кулинарного туризма, туристы, купившие гастрономический тур не отказываются от мероприятий культурного досуга. Часто туристические фирмы формируют гастрономические туры с учетом культурного и кулинарного фактора.

## 1.2 Виды и отличительные особенности гастрономического туризма

Как и любой другой вид туризма, гастрономический туризм имеет ряд отличительных особенностей и делится на разновидности.

Начнем с того, что известный ученый Мударисов Р.Г. утверждал «Гастрономический туризм – это поездка по континентам и странам для ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а также, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюда или продукты».<sup>5</sup>

Гастрономический туризм имеет ряд черт<sup>6</sup>:

- 1) одна из уникальных черт гастрономического туризма, это то, что условиями для такого вида туризма обладают практически все страны мира;
- 2) гастрономический туризм не носит характер сезонности, то есть для любого времени года можно подобрать тур;
- 3) гастрономия является элементом любого вида туризма;
- 4) неотъемлемой частью гастрономического тура является ознакомление туристов с местной кухней и тем самым это является некой помощью в продвижении местных хозяйств и их производителей;

Так же, гастрономический туризм делится на такие направления как:

- сельский туризм;
- ресторанный туризм;
- образовательный туризм;
- экологический туризм;
- событийный туризм;
- комбинированный туризм;
- эногастрономический туризм.<sup>7</sup>

Сельский туризм – это такой туризм, при котором туристы временно пребывают в сельской местности. Цель в данном виде туризма заключается в дегу-

<sup>5</sup> Мударисов, Р.Г. Гастрономический туризм по татарской национальной кухне города Казани / Р.Г. Мударисов, А.Д. Кобитев // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – № 4. – С.95.

<sup>6</sup> Урядова, А.В. Специальные виды туризма: уч. Пособие / А.В. Урядова, Д.А. Савин. – Ярославль : ЯрГУ им. П. Г. Демидова, 2013. – С. 56.

<sup>7</sup> Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М. : Норма, 2008. – 450 с.

станции местной кухни и экологически чистых продуктов, которые производятся в этом регионе, а также данный вид туризма предполагает участие в сельскохозяйственных работах. В сельских турах туристам могут предлагаться собрать ягоды в лесу, поучаствовать в сборе овощей, фруктов, грибов ну или предлагается прогулка по винодельческим тропам. Обязательное условие сельских туров это то, что средства размещения туристов, не должны находиться вблизи города, а только в сельской местности без многоэтажных зданий.

Сельские туры позволяют туристам местные продукты погрузиться в повседневную жизнь жителей.

Следующее направление это Ресторанные туры. В ресторанном туре туристы посещают наиболее известные рестораны, которые отличаются наивысшим качеством, так имеется эксклюзивная кухня, а также рестораны с национальной направленностью. Самой ресторанно-направленной страной является Франция.

Следующим подтипом гастрономического туризма, является Образовательный туризм. В образовательных турах, туристы посещают кулинарные образовательные школы, посещают мастер-классы.

Следующий подтип гастрономического туризма – экологический тур. Экологические туры включают в себя экскурсии с посещением экологически чистых хозяйств и производств. Туры с экологической направленностью наиболее развиты во Франции, Германии, Англии, Швейцарии и США.

Далее событийный тур. Во время событийного тура туристы посещают ярмарки, выставки и фестивали с какой-то определенной тематикой. Комбинированный тур – это тур, который содержит в себе несколько туристических направлений. Пример комбинированного тура в Италию: первые два дня туристы посещают итальянские рестораны, потом еще несколько дней проводят на мастер-классах по приготовлению итальянских изысков, а затем уезжают далеко вглубь Италии знакомиться с выращиванием оливок<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М. : Норма, 2008. – 450 с.

Помимо этого, есть такой подтип гастрономического тура как, эногастрономический. Слово «эногастрономия» это сочетание двух слов «эно», что значит вино и «гастрономия», обозначает комплекс правил приготовления кушаний». Эногастрономический туризм – это вид тура, в котором сочетается гастрономический тур и винный. То есть вас обучает сомелье не только научиться правильно, дегустировать вино, но и правильно сочетать его с продуктами.

Последние годы стало актуально совершать эногастрономические туры. Большими любителями таких туров являются немцы, японцы, англичане и американцы.

Специалисты чаще всего называют именно Францию для совершения эногастрономического путешествия. Только там есть отличная возможность взнакомиться с разнообразием сыров и рецептурой разных напитков, попробовать на вкус лучшие сорта вин. Ведь именно эногастрономический туризм обучает не только правильно дегустировать, но и закусывать.

Большинство заведений с гастрономическим уклоном, которые находятся в отдаленных регионах, оказывают содействие и поддерживают экономику местности. Потому что в большинстве случаев туристы приезжают в далекую от города местность по большей части не для того чтобы, полюбоваться красотой местной природы, а все таки для посещения хорошего ресторана. В связи с этим во многих регионах для привлечения туристов построили роскошные гостиницы при ресторанах.

### **1.3 Специфика функционирования эногастрономического туризма**

Эногастрономический туризм является специальным видом туризма и имеет свою специфику и отличительные черты.

Эногастрономические туры необычны и поэтому, массово не продаются. Не каждый человек захочет поехать во Францию лишь, чтобы выпить вина и закусить лягушачьими лапками. Тем не менее, это никак не мешает странам привлечь к себе туристов своими оригинальными способами. Все же, продвижение эногастрономического туризма на рынке может поспособствовать тому, что у таких предложений возникнет незначительный, но стабильный спрос, что

способствует к понижению цен, так как значимый недостаток эногастрономического туризма – это финансовая составляющая.

К положительным отличительным чертам эногастрономического туризма относится:

- обстоятельства для развития кулинарного туризма имеют абсолютно все страны;

- эногастрономический туризм не имеет сезонности, в любое время года можно совершить эногастрономическую поездку

- гастрономический туризм является составной частью всех разновидностей туров. Главное отличие от других видов туризма: знакомство с кухней определенной страны становится ключевым мотивом, целью и элементом гастрономического путешествия;

- продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров – является неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

Специфика данного направления туризма определяет некоторые правила, которые необходимо соблюдать:<sup>9</sup>

- 1) хорошо подумать, прежде чем выбрать тур. Эногастрономические туры – хорошо продуманные мероприятия. Чаще всего туристы сами любят изучить местные кулинарные традиции, посетив рестораны и кафе и винные магазины. За качество продуктов при приготовлении блюд в кафе на улице никто отвечать не будет, кроме хозяина заведения. А так же при покупке вина в магазинчике на «углу», никто вам не покажет сертификат качества. Вследствие этого турфирмы, продающие гастротуры, не будут подписывать договор о сотрудничестве с ресторанами или иными заведениями, в которых предлагаются не качественные продукты и напитки ненадлежащего качества и без сертификации. Поэтому из-за самостоятельности туристов могут возникнуть проблемы со здоровьем;

---

<sup>9</sup> Индивидуальные туры выходного дня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.weekendtour.ru/rest\\_types/](http://www.weekendtour.ru/rest_types/). – 20.03.2018.

2) переоценка возможностей своего организма. Гастропутешествия подразумевают, что будет изобилие разных блюд и напитков, туристы чаще всего пробуют все кушанья, которые предлагают;

3) не злоупотребление алкоголем. Цель дегустации разных алкогольных напитков не в том, чтобы перепробовать все, а суть заключается в оценке вкусовой гаммы;

4) следования правилам личной гигиены. Главное правило личной гигиены человека – помыть руки до и после принятия еды, мыть все употребляемые вами продукты.

Вследствие этого, турист всегда должен помнить, что экзотические блюда и напитки, а так же перекусы во время экскурсии, фрукты с уличных лотков могут доставить множество неприятностей и навредить здоровью.

Одной из особенностей гастрономического путешествия является такой недостаток, как низкая популярность гастрономических туров у женщин. Оттого что во время такого тура они боятся прибавить в весе или может возникнуть непереносимость тех или иных компонентов в продуктах.

Вывод к первой главе. В данной главе было дано определение «гастрономический туризм», рассмотрены подтипы гастрономического туризма и рассмотрена специфика функционирования данного вида туризма. Гастрономический туризм не только знакомит туристов с местной кухней, но и может вовлечь туристов в сам процесс приготовления. Так же дано понятие такого нового направления как «эногастрономический туризм». Цель такого туризма научиться правильно, подбирать к вину продукты и возможно даже блюда.

В следующей главе будет проанализировано современное состояние эногастрономического туризма в России и в мире.



## 2 ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭНОГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

### 2.1 Современное состояние эногастрономического туризма мировой опыт

На сегодняшний день в мире эногастрономические туры не покупают массово. Эногастрономический тур как правило представлен туром выходного дня. Тур выходного дня – это такие поездки, которые длятся всего пару дней. За эти несколько дней турист может сменить не только город, но и даже страну. Но следует отметить, что не каждый человек решит выехать, например, в Китай только для того, чтобы попробовать Пекинскую утку и выпить натуральный зеленый чай. Все же это не препятствует различным странам притягивать к себе своими способами.

В последнее время всё чаще наблюдается тенденция, что туристы при выборе места оценивают не только привлекательность пляжей или памятников архитектуры, но и тщательно выбирают места, где они могут покушать в посещаемой стране, также ищут какую-то экзотику. С этой точки зрения для путешественников более привлекательны такие страны как: Индия, Таиланд, Китай, Италия, Испания, Франция, Япония, Чехия и Сингапур.

В России спрос на гастрономический туризм пока низок, как и интерес к дорогостоящим эногастрономическим турам. Обычно туристы сочетают отдых с походами в изысканные рестораны для того чтобы попробовать экзотические блюда. В частности, при путешествии на черноморское побережье многие туристы отправляются в тур на один день по ресторанам Сочи, а так же в винные погреба, чтобы испробовать местные натуральные вина.

Появлению и развитию эногастрономического туризма в мире в последние годы способствовали такие факторы как:

- популярность кулинарных программ на телевидении;
- зарождение моды на ресторанный бизнес: при посещении модного заведения питания человек поддерживает имидж и статус в обществе;

- доступность, привычность и повседневность посещения ресторанов для части населения, искушенной в вопросах питания;
- беспокойство населения о проблемах экологически-чистых продуктов и качества потребляемых продуктов питания;
- увеличение затрат на питание и отдых как следствие растущих доходов населения;
- в последние годы мода на здоровый образ жизни.

Ресторанный бизнес набирает обороты, как и производство одежды или, например ювелирных изделий. Конечно, собственную практику не заменить ничем, но в странах запада заядлый гурман не совершит гастрономическое путешествие, пока не заглянет какой-нибудь путеводитель по лучшим ресторанам или не почитает рубрику ресторанных критиков журнале.

В Европе давно уже существует такая профессия как ресторанный гид, которая уже более ста лет. Ресторанные гиды помогают гурманам укоротить период экспериментов и уменьшают их расходы.

В апреле британский журнал «Restaurant Magazine» опубликовал очередной ежегодный список 50 лучших ресторанов мира. В этом списке оказались такие заведения, в которые не просто попасть. Это не значит, что в этих ресторанах высокая цена на блюда или сложно заказать столик, а сложно добраться до самого ресторана. Чаще всего самые лучшие рестораны находятся вдали от главных туристских достопримечательностей.

Аналитики туризма предполагают, что одним из самых популярных видов туризма к 2020 г. станет именно эногастрономические, которые уже сейчас активно развиваются. В эногастрономическом туре в туристскую программу включены экскурсии, которые связаны с посещением мест выращивания винограда и производства разных вин. Но эногастрономический туризм еще не достаточно широко представлен на российском туристском рынке, поэтому представляется возможностью проанализировать какие есть разработки подобных туров в Европе. Европейские страны такие как: Франция, Италия, Испания,

Германия, Португалия, Кипр, Греция и Австрия имеют большой потенциал и привлекательность для таких туров.

Во-первых, согласно ряду исследований, Европа является лидирующим регионом по числу посещения туристов: именно здесь сосредоточено большое количество культурных и исторических памятников, и кроме этого индустрия обслуживания находится на высоком уровне.

Во-вторых, так сложилось, что Европа из-за определенных условий, таких как географических, климатических, экологических, культурных и политических. В Европе производятся вина высокого качества и экспортируются в разные страны. Туристов в Европу привлекает не только их кухня, но и производимые вина, а также бесчисленные дегустации и национальные праздники, связанные со сбором винограда. Идеальным направлением для эногастрономических туров можно называть Францию. На российском рынке предлагаются «винные» туры с проживанием в замках «Бордо», «Шампани», «Бургундии», «Луарской долины».

Еще с давних времен считалось, что вино это напиток богов. Эта мысль проходит через всю мифологию Средиземноморской культуры.

Именно благодаря «божественному происхождению» этого напитка, древние лекари применяли именно вино в изготовлении лекарств. Кроме того, вино назначали выздоравливающим людям для восстановления их сил в малой дозировке. В древние времена еще Гиппократ рекомендовал употреблять вино в терапевтических целях против многих болезней. Современная наука также указывает на благотворное, укрепляющее влияние натурального вина на организм взрослого человека, если оно употребляется в разумном количестве.

В связи с темой вина следует обратить внимание еще на два региона, а именно – Австрия и Германия.

Вино-производство в Австрии возникло около 2000 лет назад. Еще при Карле Великом в окрестностях Вены закладывались образцовые шпалеры виноградников. Потом традицию достойно продолжили насельники средневековых монастырей.

В Германии вино очень трудно достается, из-за климатических особенностей этого северного края. Виноградники в Германии высаживают именно на южных склонах, там больше всего солнца: водные ресурсы отражают тепло, тем самым помогая поддерживать нужную для правильного созревания ягод температуру. Осенью, когда наступают холода, с водоемов поднимается туман, они помогают защитить лозы от ранних заморозков.

Самый большой винодельческий регион Германии – Райнхессен. Райнхессен находится в долине, образуемой холмами на севере и востоке Рейна. Больше всего в этой местности делают белые вина. К югу от этого района начинается Райнпфальц. Там целое «море виноградников», которые расстилаются вдоль до границ французского Эльзаса на 80 километров. На экскурсиях в данной местности, туристам рассказывают о том, что вина, производящиеся здесь, ценили еще римляне. Во времена римлян этот регион считался «винным погребом» великой империи. Сейчас на этом месте вырабатывают четверть всех германских вин. Вина из Бадена - самого южного района Германии – считаются винами так сказать «для себя» и поэтому только относительно недавно их стало можно встретить за пределами страны.

Особенностью Франконии являются сильные вина, разливаемые в бутылки, походящие на плоскую флягу, – они называются «боксбойтель». Они образованы еще несколько веков тому назад.

Самый северный винодельческий регион – Аар. В этом месте изготавливают красные вина, которые практически не вывозят за пределы страны.

Самый маленький винный регион – Гессенская горная дорога. Здесь вина обладают удивительным ароматом – миндаля, персика или вишни.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что Европа обладает широкими туристскими возможностями и ресурсами для организации эногастрономических туров по странам и регионам, связанным с выращиванием винограда и производством вина. В программу эногастрономических туров есть возможности включить экскурсии в историю виноделия, участие в живописном и ярком

праздновании сбора первого урожая винограда, а также разные дегустации, в конце которой есть возможность купить то вино, которое понравилось.

## **2.2 Туристический потенциал для развития эногастрономического туризма в России**

Эногастрономические туры в России пока понятие редкое. Отсутствуют продуманные маршруты и недостаточно развитая инфраструктура сказываются на спросе данного вида туризма. Незначительное количество иностранных граждан и российских жителей заплатят большую сумму, чтобы пересечь нашу Родину, чтобы попробовать местную кухню и вина. Притом, что суть заключается не чтобы попросту съездить попробовать интересное блюдо или редкое вино, а понять их истинный вкус.

Факторами, тормозящими развитие эногастрономического туризма в России, являются:<sup>10</sup>

- 1) нет опыта и нет интереса у туроператоров в организации эногастрономических туров;
- 2) недешевые эногастрономические туры;
- 3) слабый сервис

В России энотуры туроператоры редко включают в основную программу отдыха, а именно полноценный тур именно с целью эногастрономической поездки – это большая редкость. Так же на данный момент нет четкой системы таких туров. Но эксперты туризма полагают, что уже в недалеком будущем в России будут разработаны свои уникальные эногастрономические маршруты.

К факторам благоприятным для развития эногастрономического туризма можно отнести:

- хороший ресурсный потенциал;
- существуют возможности для создания новых рабочих мест и вовлечения местных жителей в процесс развития;

---

<sup>10</sup> Кляп, М.П. Современные разновидности туризма : науч. пособие / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шадор. – М.: Знание, 2011. – 334 с.

- наличие хорошего природно-рекреационного потенциала, богатство культурно-исторического наследия;

- организация больших фестивалей.

На настоящее время не так много турфирм России предлагают именно эногастрономический туризм. В основном предлагаются гастрономические туры с целью знакомства с кухней России в такие регионы как: Московская область, Тульская область, Рязанская область и др. Винный тур предлагают осуществить в Ростовской области и Краснодарском крае.

В особенности стоит обратить внимание на такое достоинство эногастрономического тура, использование экологически чистых продуктов. Ведь в таких турах проводятся дегустации вин, которые изготовлены только из натуральных продуктов.

Существенным вопросом является развитие немаловажной для туризма инфраструктуры – транспорта и гостиниц. До места проведения дегустаций, необходимо комфортно добраться, а после должно быть удобное размещение туристических групп.

У каждого вида туризма есть свои специфические черты. Специфическими чертами эногастрономического туризма являются:

1) условия для развития энотуризма имеют абсолютно все регионы Российской Федерации;

2) эногастрономические туры осуществляются круглый год;

3) неотъемлемой частью любого эногастрономического тура является продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров.

Несмотря на свои особенности, интерес к эногастрономическому туризму должен появиться у жителей нашей страны. Для этого должны быть созданы какие-то события или мероприятия, чтобы появился к этому интерес. Для этого должны быть хорошо продуманны, организованны мероприятия с гастрономической тематикой. Так например в Германии и Чехии проводятся пивные и дегустационные мероприятия. Несомненно, должны быть и экскурсии на предприятия в нашей стране. К сожалению, пока российские производители не хо-

тят приглашать туристов к себе на предприятия и уж тем более рассказывать о своих секретах производства.<sup>11</sup>

Главных причин этого является низкий уровень развития сельского хозяйства в стране. Получается, что интерес у туристов есть, но, интересных предложений недостаточно.

В рамках целевой Федеральной программы к 2018 году Россия должна стать лидером в туристской индустрии.<sup>12</sup> В этой программе планируется существенно повысить число россиян на территории Российской Федерации, и привлечь иностранных туристов. Для этого необходимо найти решения на проблемы страны. Главные проблемы на сегодняшний день это:

- плохие дороги;
- совершенствование линий электропередач;
- улучшение сервиса в гостиницах и ресторанах.

Главная задача, которая должна быть разрешена государством и частными секторами, это развитие российского туристского рынка в целом и эногастрономических туров в частности.

Появляются первые попытки систематизировать типы гастрономических туристов по отношению к эногастрономии.

Например, предлагается разбить туристов, путешествующих с гастрономической целью, на пять типов, из них только первые два типа возможно причислить к целевой аудитории данного вида туризма :

- гастротуристы: это эксперты и гастрономические критики;
- «фудис»: человек, который заинтересован только в качественной еде, интерес к местным производителям и производству;
- заинтересованные покупатели: для них вкусная и необычная еда, как дополнение к отдыху;

---

<sup>11</sup> Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Норма, 2008. – 450 с.

<sup>12</sup> Федеральные целевые программы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fcp.economy.gov.ru>. – 20.03.2018

- пассивные туристы: они не считают еду существенной составляющей во время проведения отпуска;

- «равнодушные потребители»: такие потребители обычно не хотят проявлять интерес к чему-то новому, например еде во время путешествий. Эногастрономический вид туризма показывает себя довольно доходным ресурсом для государственной экономики. По всему миру за его развитие принялись даже те страны, в которой о гастрономии ничего не было известно.

Не смотря на сегодняшнюю ситуацию в России, все больше предпринимателей видят перспективность данного направления. Не зря французская гастрономия признана частью мирового наследия ЮНЕСКО. Нам нужно научиться у Европы позиционированию туристских брендов.

Можно выделить следующие возможные пути развития эногастрономического туризма в России ( смотря на опыт зарубежных стран):<sup>13</sup>

1) развитие виноградарства и виноделия на территории Российской Федерации;

2) развитие других интересных направлений для возможности получения туристских впечатлений, включая эногастрономический;

3) сотрудничество между частными производителями туристских и гастрономических услуг;

4) применение эффективной маркетинговой стратегии, тем самым повысить интерес к новому эногастрономическому виду туризма;

5) продвижения местной пищевой культуры.

Наблюдается большая конкуренция в сфере туризма и его маркетинга. Всякий регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы отличить себя от других. Местная кухня уже является частью, в которой имеются необходимые ресурсы. Эти ресурсы могут использоваться в качестве маркетингового инструмента, для того чтобы привлечь клиентов и продвигать города, регионы.

---

<sup>13</sup> Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Норма, 2008. – 450 с.



Винный туризм в России и винные туры по России больше всего развиты на юге нашей страны, там, где развито виноделие и делают больше всего вин: в Краснодарском крае, Ростовской области, Ставрополье и в Республике Крым.<sup>14</sup>

### **2.3 Эногастрономический туризм, как перспективное направление для экономического развития Республики Крым**

Динамичным фактором экономического развития для Республики Крым является развитие туризма и формирование комплекса услуг. Правильная политика местных региональных властей, которая направлена на развитие туристической индустрии, способная решить наиболее актуальные проблемы в экономике Республики Крым такие как:

- обеспечить рост Валового Регионального Продукта
- поднять конкурентоспособность региона;
- образовать рабочие места;
- активизировать инвестиционную и инновационную активность предприятий;
- ускорить развитие смежных отраслей экономики;
- улучшить качество жизни и уровень жизни населения;
- дать хорошую рекламу для увеличения узнаваемости туристического бренда Республики Крым во внутренней и международной среде.

Для устойчивого развития и продвижения туристского продукта в Республике Крым и повышения эффективности туристского сектора, необходимо развитие эногастрономического туризма на данной территории.

Как было сказано выше, эногастрономический туризм – это туризм целью, которого является обучение правильному подбору вин к определенным блюдам, для более гармоничного сочетания. Территория Республики Крым как никогда подходит для развития эногастрономического вида туризма. Всем известно, что крымское виноделие своими корнями уходит в далекое прошлое еще во времена античности, то есть к периоду с 6 в. до н. э. по 4 в. н. э. Тем не

---

<sup>14</sup> Сельхозпортал – Все о сельском хозяйстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://сельхозпортал.рф>. – 21.03.2018.

менее, существует множество сведений того, что древние обитатели Крыма которыми были «тавры» занимались виноградарством и виноделием задолго до греков. Например, слово «тарапан» – это устройство для того чтобы давить виноград, имеет таврское происхождение, таким образом, «тавры» могли заниматься выращиванием винограда и изготовлением вина.

Во время раскопок, было обнаружено большое количество предметов для производства вина, еще созданные в период античного Херсонеса. Эллины имели особое пристрастие к вину и смогли разглядеть то, что Крым – это идеальная климатическая зона для того чтобы производить вино. И по сей день у многих экспертов такое мнение.

Культуру крымского виноделия доказывает каменная плита в честь местного виноградаря, которая была найдена в Херсонесе, на ней было написано: «Народ почтил статуей Агасикла, размноживший виноградники на равнине».

В те времена, происходили буйные исторические моменты в Крыму. Тем самым, часто нарушали мирный труд виноградарей, и это не раз угрожало гибелью виноградников. Древнее крымское виноделие развивалось не быстро, так как с течением времени происходили разные исторические события, что сильно влияло на развитие виноградарства.

В определенный период времени селения тавров пришли в упадок от нашествия гуннов, хазар и печенегов, поэтому тавры виноделием почти перестали заниматься. Но уже в 13 веке культура виноделия Крыма возобновилась под сильным генуэзским влиянием. После обоснования вблизи древней Феодосии (Кафа) в 1262 г., генуэзцы к 1280 г. овладели частью юго-восточного побережья, а через сто лет уже владели всем побережьем от Судака до Балаклавы. Судакский район становится главным винодельческим центром, ведущий торговлю с ближними местностями, а также далеко за пределами России.

Позже в своей истории крымское виноделие заново испытывает тяжелые моменты. В 15 веке случилось покорение Крыма турками и затем падение генуэзского владычества - это стало переломным моментом. Однако вначале 19 века виноделие Крыма снова восстанавливается, но уже в другом виде. Уже утрачены

традиции многовекового опыта, виноделие возрождается любителями, которые не щадили на это дело средств и не ставившие на первый план какую то выгоду.

Сейчас Крым является винодельческой зоной с огромным потенциалом. На данный момент есть немало засаженных виноградников, множество хороших вин.

Раньше была и техника изготовления вина другая. Например греки собирали спелый виноград, затем складывали его в тарапаны (виноградодавилки) и давили. Виноград давился с помощью легкого пресса и на последнем этапе давился тяжелым прессом. Однако вино, которое было давленное ногами, в те времена считалось самым дорогим и подавалось лишь знатным особам, а вино, которое давилось под тяжелым прессом, считалось самым дешевым. В настоящий момент времени технологии виноделия существенно изменились, но многочисленные виноградники по сей день раскидываются по всему Крымскому полуострову. На территории Республики Крым находится большое количество виноградников и кухни разных народов. На сегодняшний день, на территории Республики Крым действует 32 винодельческих предприятия (из них действует 26 предприятий). В связи с этим Министерством курортов и туризма Республики Крым был создан туристический маршрут «Винная дорога Крыма».<sup>15</sup> Этот проект предполагает объединить винные хозяйства полуострова, гостиницы и фермерские хозяйства в туристические маршруты по регионам Крыма. На этой карте появятся специальные направления, которые будут удобны туристам. Специальные направления включают в себя наиболее увлекательные винные и гастрономические объекты. Поэтому мы можем сделать вывод, то гастрономический туризм постепенно развивается в Республике Крым, и будет привлекателен для туристов.

---

<sup>15</sup> В Крыму разработали винный туристический маршрут [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ria.ru/tourism/20180210/1514360375.html>. – 21.03.2018.

Эногастрономический туризм может прямо или косвенно:<sup>16</sup>

- диверсифицировать экономику сельских районов региона, препятствуя тем самым стагнации;
- увеличить въездной турпоток и рост ввоза финансов в Республику Крым;
- продлить туристский сезон Республики Крым;
- содействовать рациональному применению имеющегося курортно-рекреационного потенциала;
- стимулировать развитие инфраструктуры;
- активизировать развитие малого и среднего предпринимательства;
- укрепить местную самобытность.

Далее был сделан анализ источников информации, это помогло обнаружить сильные и слабые стороны эногастрономического туризма, а также дать оценку перспектив развития нового предлагаемого туристского продукта. Ресурсный потенциал Крыма был проанализирован с помощью метода стратегического планирования – SWOT-анализа.

Использование SWOT-анализа способствует большему пониманию отношения и степени заинтересованности в развитии эногастрономического туризма как новой отрасли в Республике Крым. Результаты SWOT-анализа предоставят объективную информацию о внутренних и внешних факторах. Полученные результаты SWOT-анализа, смогут обеспечить основу для организации стратегии по развитию нового вида туризма исследуемой территории.

Анализ проводился в два этапа:

1 этап был обращен на выявление внутренних факторов, которые бы способствовали или препятствовали для развития эногастрономического туризма в Крыму;

---

<sup>16</sup> Абрамкина, Т.Н. Гастрономический туризм: национальные и региональные кулинарные традиции Байкальского региона / Т.Н. Абрамкина, Л.Ф. Матвеева // Экологический туризм: теория практика: межд. науч.-практ. конф. – Иркутск : ООО ЦентрНаучСервис, 2014. – С. 9-16.

2 этап отдан нахождению полагаемых внешних аспектов, которые прямо или косвенно могут оказывать влияние на формирование нового туристского продукта.

Использование методики SWOT-анализа позволило оценить влияние внутренних и внешних факторов на цели и интересы заинтересованных сторон.

В приложении А представлена SWOT-матрица, консолидирующая в себе, как результаты анализа корреляции между возможностями и ресурсами региона с условиями и факторами внешней среды, так и эмпирические данные опроса заинтересованных сторон.

Сформированная SWOT-матрица наглядно демонстрирует несколько слабых сторон, которые препятствуют или сдерживают активное развитие эногастрономического туризма в Республике Крым. Глядя на приложение А можно сказать, что количество слабых сторон, с одной стороны, превалирует над сильными сторонами, однако с другой стороны – возможностей намного больше количества внешних угроз.

Выявленные сильные и слабые стороны, влияющие на них внутренние причины, а также потенциальные возможности и внешние угрозы, позволяют сделать вывод о том, что ресурсный потенциал региона широк, тем самым эногастрономический туризм является перспективным направлением для Крыма, который способен стимулировать развитие экономики региона.

В целом, результаты нашего исследования демонстрируют перспективу становления эногастрономического туризма в Крыму, тем не менее, для устойчивого развития нового направления нужны институциональные изменения, направленные на укрепление и развитие потенциала региона: природно-ресурсного, инвестиционного, научно-инновационного, трудового, производственного, социально-инфраструктурного.

За последние годы поток туристов в Республику Крым вырос. По данным Министерства курортов и туризма в Республике Крым в период с 2014 года по 2017 год приток туристов вырос (рисунок 1).<sup>17</sup>

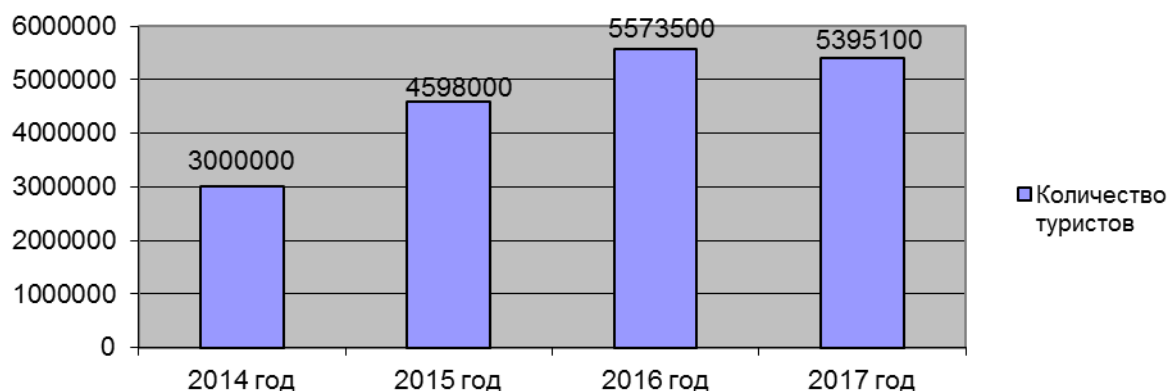


Рисунок 1 – Динамика притока туристов в Республику Крым с 2014 по 2017 год, в млн. человек<sup>18</sup>.

Количество туристов в 2015 году составило 4 миллиона 598 тысяч человек, что на 21% выше по сравнению с предыдущим. Стоит отметить, что в 2016 году количество отдыхающих увеличилось на 21,2 %, но в 2017 году приток туристов упал 3,2%. Возможная причина этого, стало открытие Турции в 2017 году для российских граждан и неоправданно высокие цены на перелет, и проживание в Крыму. Что касемо притока туристов в 2018 году за аналогичный период времени 2017 года, наблюдается рост количества туристов в период с января по май 2018 года. Количество туристов посетивших Крым в период январь-май 2018 года составило 1 миллион 148 тысяч человек.<sup>19</sup>

Больше всего туристов с начала 2018 года отдохнуло на Южном берегу Крыма – это 52,6%, на Западном побережье Крыма отдохнуло – 22,1%, на Восточном побережье Крыма – 10% и в других регионах – 15,3% (рисунок 2).<sup>20</sup>

<sup>17</sup> Статистические данные портала Министерства курортов и туризма Республик Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>. – 02.04.2018.

<sup>18</sup> Графическо представление автора по данным Министерства курортов и туризма Республик Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>. – 02.04.2018.

<sup>19</sup> Там же

<sup>20</sup> Там же

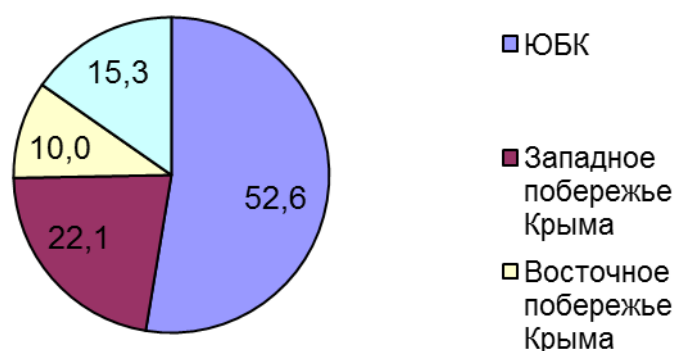


Рисунок 2 – Распределение туристов по регионам Крыма с начала 2018 года, в %.<sup>21</sup>

Рассмотрев рисунок 2, можно сказать, что большее количество туристов приехало отдыхать на Южный берег Крыма, так как именно в той местности сосредоточено большое количество курортов, здравниц.

Одним из главных удовольствий крымского отдыха является крымская кухня. Рассмотрим динамику количества предприятий общественного питания в период с 2013 по 2017 гг. (рисунок 3).

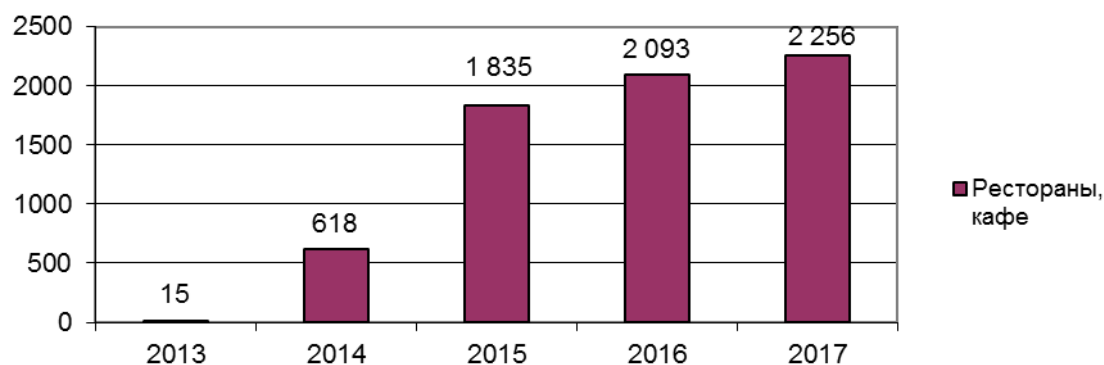


Рисунок 3 – Динамика количества предприятий питания в Республике Крым в период 2013-2017 гг., шт.<sup>22</sup>

По данным рисунка 3 наблюдается положительная динамика количества предприятий питания в регионе. В связи с этим можно сделать вывод, что чем

<sup>21</sup> Графическое представление автора по данным Министерства курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>. – 02.04.2018.

<sup>22</sup> Графическое представление автора по данным: Спарк – проверка контрагента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spark-interf2222ax.ru/>. – 05.04.2018.

больше количество ресторанов, тем больше разнообразие и ассортимент предлагаемых блюд.

В Республике Крым производятся разнообразные вина. Каждый год собирают большой урожай. Товарным производством винограда, занимаются около 67 хозяйств. В 2014 году было посажено более 200 гектаров винограда, в 2015 году этот показатель увеличился и составил почти 270 гектаров. Благодаря местной поддержке государства в 2016 году показатель увеличился почти в 2,5 раза и составил 559 гектаров, а в 2017 году было посажено 674 га (рисунок 4).

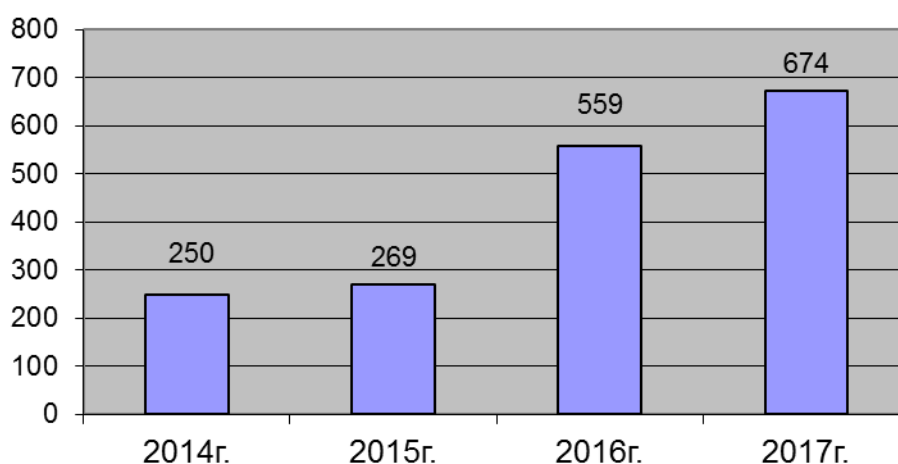


Рисунок 4 – Динамика количества засеянных территорий Республики Крым, в га.<sup>23</sup>

Из данных рисунка 4 видно, что посадка виноградников с 2014 по 2017 год увеличилась на 2,6%.

Далее был проведен анализ урожайности в период с 2014 по 2017 год (рисунок 5).

<sup>23</sup> Графическое представление автора по данным Министерства сельского хозяйства Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://msh.rk.gov.ru/ru/index/>. – 05.04.2018.



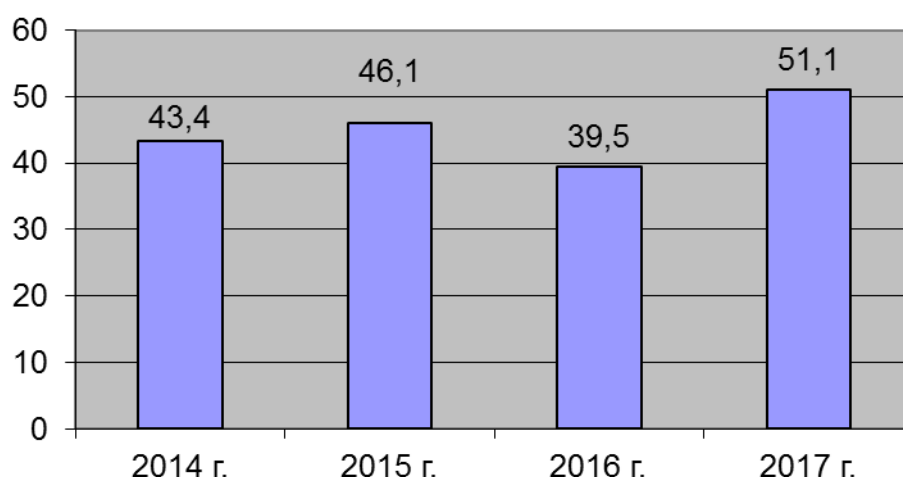


Рисунок 5 – Динамика показателей урожайности винограда в Республике Крым с 2014 по 2017 гг., в ц/га.<sup>24</sup>

Анализируя показатели рисунка 6 можно сказать, что в период с 2015 года по 2016 год урожайность снизилась, вследствие аномальных январских морозов были повреждены виноградники. Далее в период с 2016 по 2017 год урожайность выросла на 1.2%.

Определяющую роль в формировании турпродукта играют показатели потребительских предпочтений. Поэтому было проведено маркетинговое исследование целью, которого выявить есть ли интерес к эногастрономическим турам в Республику Крым. Достаточно простым способом для этого послужил такой метод как анкетирование. Анкета приведена в Приложении Б.

В опросе приняли участие 50 человек разного социального статуса и возраста, большинство которых составили женщины около 60% . В опросе участвовали люди разных возрастов: от 18 до 30 лет – 30 % респондентов, от 31 до 45 лет – 60 %, от 45 лет и старше – 10% (рисунок 6).

<sup>24</sup> Графическое представление автора по данным Министерства сельского хозяйства Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://msh.rk.gov.ru/ru/index/>. – 05.04.2018.

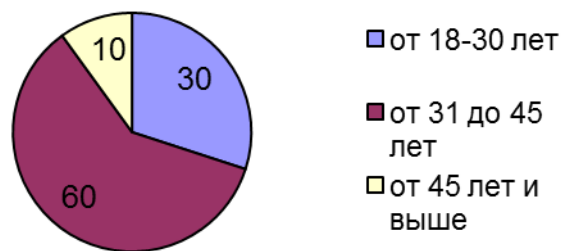


Рисунок 6 – Возраст респондентов, в %.

Большинство опрошенных были работающие люди (70 %), учащиеся составили 20 %, пенсионеры – 10 % (рисунок 7).

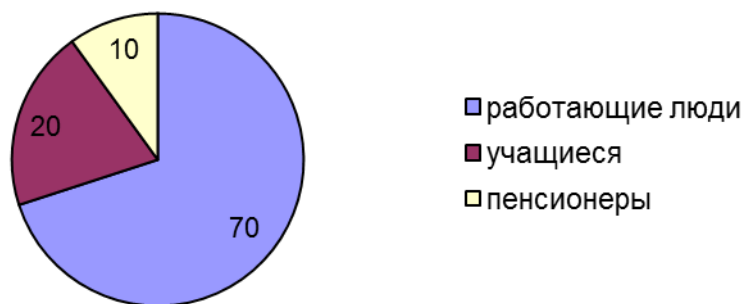


Рисунок 7 – Род деятельности опрошенных респондентов, в %.

Практически все опрошенные, а это 80% предпочитают за границей. Тем самым многие не были в Республике Крым (рисунок 8).



Рисунок 8 – Предпочтения туристов в отдыхе, в %.

Стоит отметить и тот факт, что многие не знают, что такое эногастрономический туризм. Лишь 15% опрошенных респондентов имеют представление о таком направлении (рисунок 9).

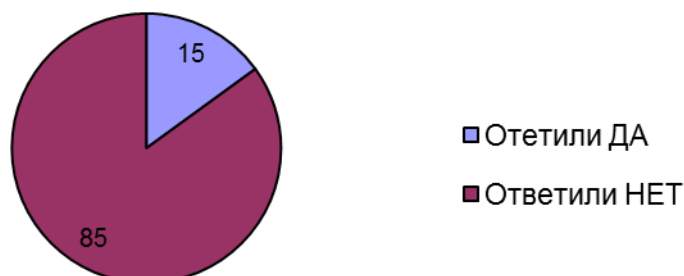


Рисунок 9 – Знания респондентов о эногастрономическом туризме, в %.

Исходя из данных рисунка 9, можно сказать, что большинство людей не знают о таком направлении как «эногастрономический туризм» и значит, не приобретут тур с такой тематикой. Можно предположить, что такой вид туризма будет интересен иностранным туристам.

Вывод ко 2 главе.

Все чаще люди при выборе места своего будущего отдыха выбирают курорт не только по многообразию достопримечательностей, но и по разнообразию кулинарных изысков. С этой точки зрения для путешественников более привлекательны такие страны как: Индия, Таиланд, Китай, Италия, Испания, Франция, Япония, Чехия и Сингапур.

В России на данный момент спрос на гастрономический туризм низок, как и интерес к дорогим эногастрономическим турам. В последнее время наблюдается появление большого количества проектов для развития гастро(энотуров).

Российские туроператоры редко включают энотуры в основную программу отдыха, а именно только эногастрономическая поездка с целью познания гастрономии на сегодняшний день большая редкость. Также сейчас нет четкой системы эногастрономических туров. Эксперты полагают, что уже в не-

далеком будущем в России возникнут свои необычные эногастрономические маршруты.

В 2018 году Министерством курортов и туризма Республики Крым будет создан проект «Винная дорога Крыма», которая станет отправной точкой к развитию гастропаузов и эногастрономического туризма. Именно это станет шагом к развитию эногастрономического туризма и притока туристов в Республику Крым. В следующей главе будет создан новый туристский продукт. Будет сделана калькуляция и будет разработано маркетинговое продвижение нового турпродукта.

### 3 РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА «ПОЧУВСТВУЙ ВКУС КРЫМА»

#### 3.1 Общие характеристики тура «Почувствуй вкус Крыма»

На основе проведенного анализа развития гастрономического туризма в Республике Крым можно сказать, что Крым обладает развитой инфраструктурой для продвижения гастротуров и винных туров. Но по результатам опроса было выявлено, что эногастрономические туры у русских туристов будет пользоваться наименьшим спросом. В связи с этим был сделан эногастрономический тур по Крыму для иностранных туристов.

Эногастрономический тур «Почувствуй вкус Крыма» рассчитан на 5 дней. Тур был разработан для людей, которые проведут свой отдых с целью изучения истории виноделия Крыма и дегустации натуральных Крымских вин. Так же туристы получают глубокие познания в правильности употребления и подбора блюд к тому или иному сорту вина.

Группа состоит из 10 человек и 1 сопровождающего, который является переводчиком. Данная группа будет размещена в 3\* отеле «Олимп». Номера оснащены кондиционерами, телевизорами с плоским экраном и холодильник. В ванной комнате предоставлены бесплатные туалетные и косметические принадлежности, а также фен. К услугам гостей есть бесплатный Wi-Fi, ресторан и бар. Отель расположен в 1 километре от центра города, что позволит быстро добраться до достопримечательностей и досуговых объектов.<sup>25</sup>

Возраст туристов не менее 18 лет, тур рассчитан на людей со средним уровнем дохода. По программе данного тура, группа имеет полное обеспечение транспортом. Автобус марки «Мерседес Спринтер», имеет 18 осадочных мест. Автобус внутри оборудован аудиосистемой, микрофоном, тонированные стекла, занавески и есть багажное отделение.

---

<sup>25</sup> Отель в центре Севастополя Олимп [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://olymp-hotel.com>. – 25.04.2018.

Программа тура предусматривает посещение следующих мест: винный завод Инкерман, «ПАО Массандра», винодельческое хозяйство «Alma Valley», и морская экскурсия. Программа тура предполагает 4дня/3 ночи (таблица 1).

Таблица 1 – Программа эногастрономического тура

1 день (см. Приложение Г)	21:00	Встреча в Международном аэропорте г.Симферополь Трансферт в г.Севастополь Заселение в 3* отель «Олимп»
	21:30	
	23:10	
2 день (см. Приложение Д)	10:00	Завтрак в отеле Свободное время Выезд на экскурсию по винным заводам в Инкерман (продолжительность экскурсии 4 часа) Возвращение в отель Свободное время.
	10:00 – 12:00	
	12:00	
	17:00	
	17:30	
3 день (см. Приложение Е)	09:00	Завтрак в отеле Сбор группы у ресепшена Обзорная экскурсия по Севастополю и морская прогулка Возвращение в отель. Обед
	10:00	
	10:20- 12:10	
	12:30	
	13:00	Сбор группы Отправление на экскурсию в «ПАО Массандра» Экскурсия и дегустация в «ПАО Массандра» Ужин в кафе «Легенда» Прибытие в отель. Свободное время
	15:00 – 16:30	
	17:40	
	20:00	
4 день (см. Приложение Е)	09:00	Завтрак в отеле Сбор группы Отправление на экскурсию в «Alma Valley» Экскурсия с дегустацией Отправление в отель Прибытие в отель. Обед. Выселение из отеля Трансферт в Симферополь Прибытие в Международный аэропорт г.Симферополь
	10:00	
	10:20	
	11:30 – 13:00	
	13:20	
	14:30	
	16:30	
	17:00	
	18:30	

Первая экскурсия будет совершена на винный завод «INKERMAN»<sup>26</sup>. Во время экскурсии вы познакомитесь с историей завода, специалисты по виноделию расскажут вам о своих секретах производства вина. И обязательным пунктом экскурсии станет дегустация разных сортов вин и вам расскажут о правильной оценке напитка. После совершения дегустации, понравившийся напи-

<sup>26</sup> INKERMAN [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://inkerman.ru>. – 25.04.2018.

ток вы сможете приобрести в фирменном магазине «INKERMAN», который находится на территории завода. Так как температура воздуха в подвалах составляет 14-16 градусов, при себе рекомендуется взять теплые вещи.

На следующий день состоится пешая обзорная экскурсия по таким историческим местам города Севастополя: площадь Нахимова, Графская пристань, памятник Затопленным кораблям, набережная и затем состоится Морская прогулка по бухте вдоль военных кораблей.

Далее туристы совершат экскурсию с дегустацией в виноградно-винодельческий завод «Массандра». «Производственно-аграрное объединение «Массандра» Управления делами Президента РФ является одним из самых известных достопримечательностей Ялты. Виноградники, протянувшиеся на 180 километров от Фороса до Судака, придают облику этой территории неповторимый колорит. Более века «Массандра» занимает особое место в виноградно-винодельческой отрасли России. Это больше, чем предприятие и торговая марка. Это сокровищница вин и национальная гордость страны!<sup>27</sup> Здесь вас познакомят с историей завода.

Экскурсия пройдет по главному заводу по историческим маршрутам основателя «Массандры» Льва Голицына и родоначальника российского виноделия и Александра Егорова. Александр Егоров многие годы был главным виноделом «Массандры» и им было создано большинство знаменитых вин. Экскурсантов познакомят с главными этапами производства вина, ознакомят с классическими технологиями, а так же покажут подвалы, где вина выдерживаются в огромных дубовых бочках. Экскурсовод так же расскажет и о коллекции вин, которая считается одной из самых крупных в мире и самой богатой по разнообразию. Всего здесь насчитывается около миллиона бутылок. Посещение «Массандры» запрещается:

- лицам которые не достигли 18 лет;
- лицам в состоянии алкогольного, наркотического опьянения

---

<sup>27</sup> Экскурсии и дегустации ФГУП "ПАО "Массандра" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://massandra.su/degustaciya.html>. – 25.04.2018.

- с домашними животными.

После экскурсии на винозавод туристы отправятся в кафе в г. Севастополь «Легенда». Это заведение находится вблизи прекрасного места на смотровой площадке бухты «Ласпи». В этом кафе пройдет дегустация средиземноморских блюд ингредиенты, которых экологически чистые. Вам продемонстрируют авторские блюда и сам шеф-повар поделится рецептом одного из блюд.

На следующий день произойдет экскурсия в винодельческое хозяйство «Alma Valley»<sup>28</sup>. Винодельческий завод «Alma Valley» находится близ населенных пунктов Вилино и Песчаное. Заводу принадлежит 250 гектаров виноградников. Этот ультрасовременный завод производит около полутора миллионов бутылок вина в год. Во время экскурсии туристы пройдут краткий курс по теории и практике дегустации, а так же пройдут обучение правильному подбору блюда к вину.

### **3.2 Экономическое обоснование нового туристского продукта**

Прямые затраты на данный турпродукт составили: транспортные расходы, расходы на проживание, расходы на экскурсии.

Данный тур рассчитан на 4 дня. Группа составляет 10 человек и 1 сопровождающий.

1) транспортные расходы:

- проезд автобусом (туристический микроавтобус Mercedes Sprinter на 18 мест, цена аренды за час – 1000 руб.)

Общее количество часов с 1 по 5 день за аренду автобуса составило 25 часов.

Итого:  $1000 * 25 = 25.000$  руб. + трансферт из г. Симферополь до г. Севастополь равняется 7.500. Итого  $25.000 + 7.500 = 32.500$

Итого транспортных расходов: 32500 руб.

2) расходы на проживание:

- проживание в 3\* отеле «Олимп» г. Севастополь (завтрак включен).

Стоимость проживания за сутки 3800 руб.

---

<sup>28</sup> Alma Valley [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://alma-valley.ru/tour/>. – 30.04.2018.



Итого:  $3800*4*11 = 167200$  руб.

Итого расходов на проживание: 162700 руб.

3) расходы на экскурсионную программу:

- экскурсия с дегустацией на заводе марочных вин «INKERMAN»;

Цена экскурсии – 700 руб.

Итого:  $700*11 = 7700$ .

- морская прогулка;

Цена экскурсии – 400 руб.

Итого:  $400 * 11 = 4400$ .

- экскурсия в «ПАО Массандра»;

Цена за экскурсию – 450 руб.

Итого:  $450*11 = 4950$  руб.

- экскурсия в винодельческое хозяйство «Alma Valley»;

Цена за экскурсию – 500 руб.

Итого:  $500*11 = 5500$  руб.

- ужин в ресторане «Легенда»;

Цена за ужин 1000 руб ( на одного человека).

Итого за ужин в ресторане «Легенда»:  $1000*11 = 11000$  руб.

Итого за экскурсии + ужин : 33 550 руб.;

4) итого прямых затрат: 228 750 руб.;

5) косвенные расходы (составляют 10 % от прямых расходов):

$228\,750*10/100 = 22\,875$  руб.;

6) полная себестоимость (сумма прямых затрат и косвенных расходов):

$228\,750 + 22\,875 = 251\,625$  руб.;

7) НДС (составляет 18% от полной себестоимости):

$251\,625*18/100 = 45\,292,5$  руб.;

8) прибыль (составляет 10% от полной себестоимости):

$251\,625*10/100 = 25\,162,5$  руб.;

9) продажная цена (включает полную себестоимость, НДС, прибыль):

$251\,625 + 45\,292,5 + 25\,162,5 = 322\,080$  руб.;

10) стоимость тура на одного человека:

$322\ 080 / 10 = 32\ 208$  руб.

Стоит отметить, что в стоимость путевки не входит страхование.

### **3.3 Маркетинговое продвижение нового туристского продукта**

В предыдущей главе было проведено исследование в области развития эногастрономического туризма в Республике Крым. По итогам исследований было выявлено, что эногастрономический туризм перспективное направление на этой территории. Далее был создан новый туристский продукт с тематикой эногастрономического туризма «Почувствуй вкус Крыма».

Следующим заключительным этапом является маркетинговое продвижение нового турпродукта в Республике Крым.

Для того чтобы понять, кто является потенциальным покупателем, будет ли востребован данный тур было проведено анкетирование. Респондентам было предложено заполнить анкету. Анкета состояла из пяти вопросов, два из которых помогли выявить целевую аудиторию эногастрономического и будет ли востребован новый турпродукт на рынке туруслуг. Анкета представлена в приложении В.

Первый вопрос позволил определить заинтересованность потребителя в эногастрономическом туризме.

1) Какой вид туризма Вы бы предпочли для отдыха во время Вашего отпуска?

- оздоровительный;
- рекреационный;
- культурно-познавательный;
- эногастрономический;

По результатам ответов на первый вопрос, было выявлено, что 20% опрошенных выбрали бы для своего отпуска эногастрономический туризм (рисунок 10). Преимущественно это были респонденты со средним уровнем достатка, высшим образованием и из большого города. Многие респонденты

предпочти ли совместить два варианта ответа, им бы было интересно совершить энотур, но не как основной вид туризма.



Рисунок 10 – Предпочтения потенциальных туристов, в %

Исходя из данных рисунка 10, можно сказать, что меньше всего туристы совершили бы путешествие с целью оздоровления и культурно-познавательной целью. Можно предположить, что это связано с тем, что туристы последнее время устали от однотипных маршрутов и туров и хотят чего-то нового.

Для определения заинтересованности человека в эногастрономическом виде туризма важно было выявить, знает ли потребитель о Крымских винах (рисунок 11).

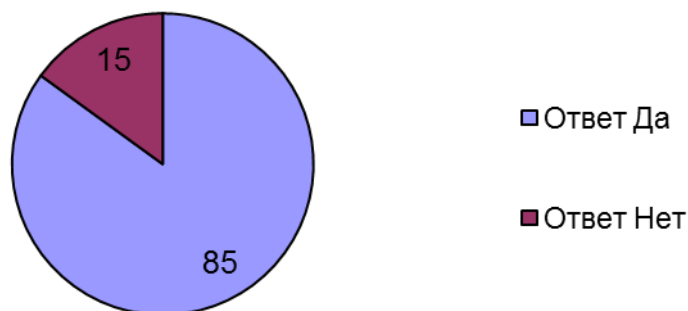


Рисунок 11 – Знания о Крымских винах, в %.

Исходя из ответов (рисунок 11), можно сказать, что более 80% знают о Крымских винах.

Вторым важным для исследования вопросом стал:

2) Принимали ли Вы участие в эногастрономическом туре? (рисунок 12)

- да;

- нет;

- посещал дегустации.

Этот вопрос дал представление о том, кто относится ко второму сегменту потребителей.



Рисунок 12 – Заинтересованность в эногастрономическом туризме, в %.

По результатам анкетирования, было выявлено что первым сегментом из опрошенных потребителей являются люди заинтересованные в эногастрономическом туризме, второй сегмент – это потенциальные потребители, которые хотели бы отправиться в такой тур, но на данный момент не имеют возможности. Следовательно, разработанный тур с тематикой эногастрономического туризма будет востребован у российских туристов.

В связи с тем, что эногастрономический туризм, достаточно новое веяние в России. И так как наш тур будет проходить в Республике Крым. Мы должны продвигать рекламу данного вида туризма и тура.

Так как реклама винных туров на телевидении запрещена, она может распространяться на печатных носителях, которые будут рассказывать о туре и о том, где он будет проходить. Например, в винных бутиках, в специализированных магазинах которые продают винную продукцию, в элитных ресторанах, отелях.<sup>29</sup> Так же в сети Интернет, на специализированных сайтах, сайтах туристических компаний и сайтах винодельческих предприятий партнеров.

<sup>29</sup> Особенности продвижения энотуризма на московском рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://studbooks.net/1941433/tovarovedenie/osobennosti\\_prodvizheniya\\_enoturizma\\_moskovskom\\_rynke](http://studbooks.net/1941433/tovarovedenie/osobennosti_prodvizheniya_enoturizma_moskovskom_rynke). – 30.04.2018.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы выявили, что гастрономия является элементом любого вида туризма. Гастрономический туризм делится на несколько подвидов, один из них эногастрономический туризм.

Эногастрономический туризм – это путешествие с целью не только научиться правильно пить и дегустировать вино, но и подбирать к нему разные блюда.

Эногастрономический туризм на сегодняшний день является новым перспективным веянием. В странах Европы уже давно создают эногастрономические туры. На сегодняшний день, было выявлено, что большим потенциалом для развития эногастрономического туризма является Республика Крым. Еще с древних времен в регионе была развита такая отрасль как виноградарство, так как там наиболее благоприятные климатические условия для его произрастания.

На данный момент Министерство Республики Крым заинтересовано в продвижении эногастрономического туризма. Министерством было предложено запустить такую программу как «Винная дорога Крыма», которая будет способствовать развитию местных винодельческих хозяйств и притоку туристов.

Автором были проведены исследования в области развития эногастрономического туризма, итоги которых показали, что данная территория богата виноградниками, следовательно, там производят экологически чистые продукты.

Так как на территории Крыма много винодельческих хозяйств и данная область обладает всеми ресурсами для осуществления энотуризма, на основе этого был составлен новый турпродукт «Почувствуй вкус Крыма» и была рассчитана его стоимость. Было выявлено, что он будет интересен не только гражданам России, но и иностранным туристам.

Исходя из всего выше изложенного, можно сказать, что поставленные задачи были решены. Цель данной работы была достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Alma Valley [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://alma-valley.ru/tour/>. – 30.04.2018.
- 2 INKERMAN [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://inkerman.ru>. – 25.04.2018.
- 3 Абрамкина, Т.Н. Гастрономический туризм: национальные и региональные кулинарные традиции Байкальского региона / Т.Н. Абрамкина, Л.Ф. Матвеева // Экологический туризм: теория практика: межд. науч.-практ. конф. – Иркутск : ООО ЦентрНаучСервис, 2014. – С. 9-16.
- 4 Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М. : Норма, 2008. – 450 с.
- 5 Бызова, А. И. Инновации в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii\\_v\\_turizme1](http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii_v_turizme1). – 05.05.2018
- 6 В Крыму разработали винный туристический маршрут [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ria.ru/tourism/20180210/1514360375.html>. – 21.03.2018.
- 7 Вульф, Э. Что такое гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>. – 15.03.2018
- 8 Гастрономический туризм в России. Статьи о странах, туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.searchotel.ru/statshow/32>. – 25.04.2018.
- 9 Гастрономический туризм. Туризм в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sokolov33.ru/index.php/18-vidy-turizma?start=5>. – 18.04.2018.
- 10 Гастрономия как искусство и наука. СпецТур – информация о самых разных видах туризма по интересам [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.spectours.ru/cooking/cooking-toors/gastronomiya.html>. – 25.04.2018.

11 Гуливатая, И. Вкусное путешествие, или особенности гастрономического туризма в Крыму [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gazetacrimea.ru/news>. – 20.05.2018 г.

12 Драчева, Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futereruss.ru>. – 18.04.2018

13 Индивидуальные туры выходного дня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.weekendtour.ru/rest\\_types/](http://www.weekendtour.ru/rest_types/). – 20.03.2018

14 Кляп, М.П. Современные разновидности туризма : науч. пособие / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шадор. – М.: Знание, 2011. – 334 с.

15 Кущева, Н. Б. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России / Н.Б. Кущева, Т. В Бедняева. // Современные исследования социальных проблем. – 2014. – №12. – С. 207-217.

16 Линькова, А.А. Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий / А.А. Линькова, А.Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2014. – № 1. – С.187-190.

17 Министерства сельского хозяйства Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://msh.rk.gov.ru/ru/index/>. – 05.04.2018.17

18 Министерство курортов и туризма Республик Крым [Электронный ресурс] : офиц.сайт. – Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>. – 02.04.2018.

19 Мударисов, Р.Г. Гастрономический туризм по татарской национальной кухне города Казани / Р.Г. Мударисов, А.Д. Кобитев // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – № 4. – С. 95-102.

20 Нехаева, Н. Е. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России / Н.Е. Нехаева, Ю. С. Терехова // Естественные и математические науки в современном мире. – 2015. – № 34. – С. 82-87.

21 Особенности продвижения этотуризма на московском рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

[http://studbooks.net/1941433/tovarovedenie/osobennosti\\_prodvizheniya\\_enoturizma\\_moskovskom\\_rynke](http://studbooks.net/1941433/tovarovedenie/osobennosti_prodvizheniya_enoturizma_moskovskom_rynke). – 30.04.2018.

22 Отель в центре Севастополя Олимп [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://olymp-hotel.com>. – 25.04.2018.

23 Путешествие за вкусностями, или особенности гастрономического туризма. Портал для публикации и поиска предложений по аренде коттеджей, апартаментов, квартир и частных гостиниц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.holidaykey.ru/?p=743>. – 29.05.2018.

24 Региональная кухня Франции. Портал ресторанной жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://allcafe.ru/readingroom/kitchen/french/407>. – 25.04.2018.

25 Российская газета [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://rg.ru/2018/02/21>. – 13.03.2018.

26 Сельхозпортал – Все о сельском хозяйстве [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://сельхозпортал.рф>. – 21.03.2018.

27 Спарк – проверка контрагента [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.spark-interf2222ax.ru/>. – 05.04.2018  
15 Электронный ресурс <http://www.spark-interfax.ru>. – 16.04.2018.

28 Тюрина, И.Д., Гастрономический туризм как инновационный сегмент в сфере питания и сервиса / И.Д. Тюрина, Н.П. Васильева // Продовольственный рынок: состояние, перспективы, угрозы. – 2015. – № 5. – С.180-186.

29 Урядова, А.В. Специальные виды туризма: уч. Пособие / А.В. Урядова, Д.А. Савин. – Ярославль : ЯрГУ им. П. Г. Демидова, 2013. – 128 с.

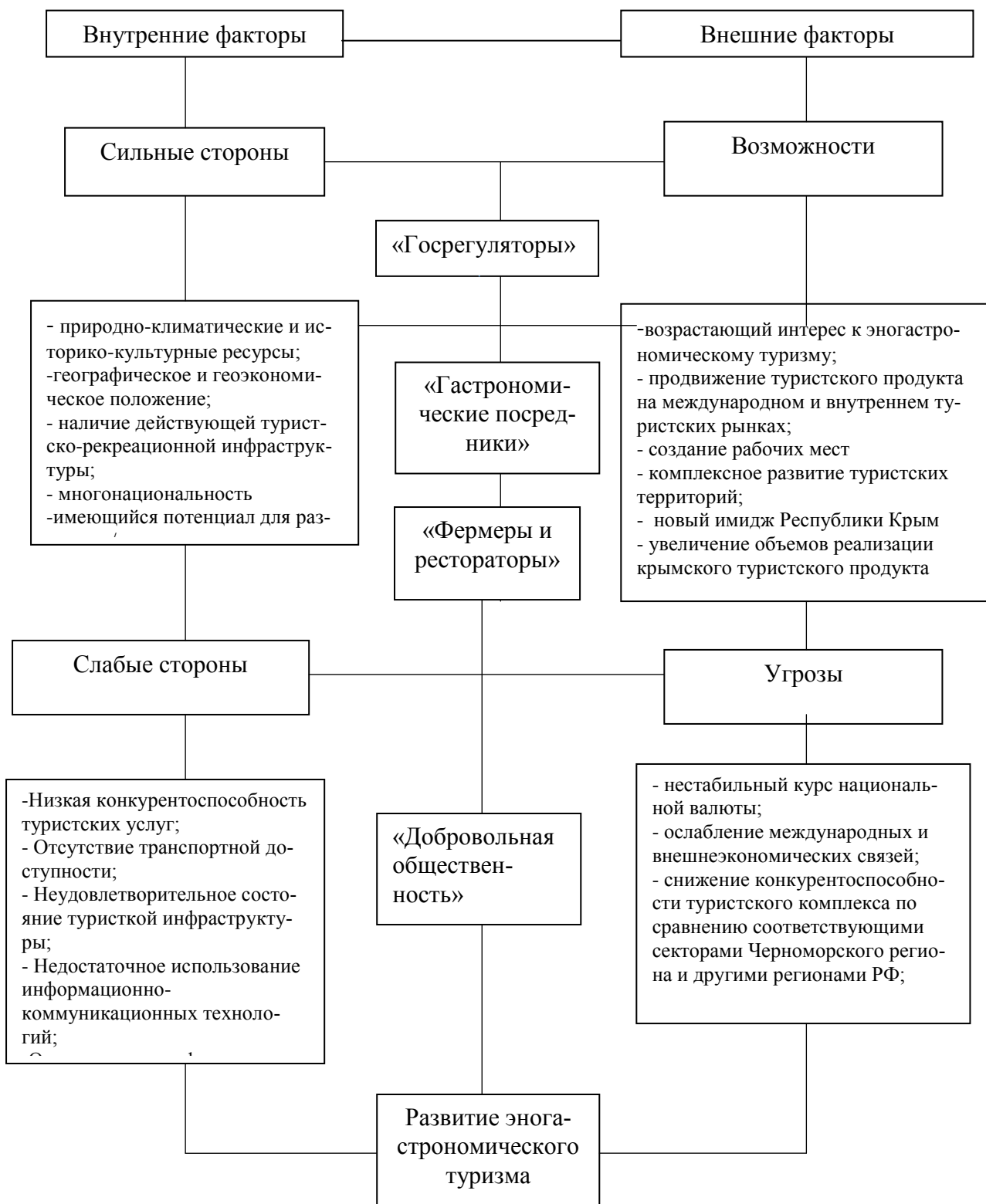
30 Федеральные целевые программы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fcp.economy.gov.ru>. – 20.03.2018.

31 Экскурсии и дегустации ФГУП ПАО «Массандра» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://massandra.su/degustaciya.html>. – 25.04.2018.



## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### SWOT-анализ перспектив развития этногастрономического туризма в Республике Крым



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета социологического опроса для изучения мнений населения о перспективах развития гастрономического туризма в Республике Крым

Здравствуйте! Меня зовут Тютяева Екатерина. Мы благодарим Вас за согласие принять участие в исследовании. Нам важно узнать Ваше личное мнение по вопросам развития гастрономического туризма в Республике Крым. Это поможет нам учесть мнение населения по решению проблем, связанных с развитием туризма и отдыха в регионе. Обращаем ваше внимание на то, что все полученные данные строго анонимны и будут использоваться только в обобщенном виде.

1. Укажите ваш пол?

- мужской;
- женский.

2. Ваш возраст?

- от 18 до 30;
- от 31 до 45;
- от 45 и выше.

3. Род ваших занятий?

- учусь;
- работаю;
- на пенсии.

4. Ваш месячный доход?

- от 15.000 до 25.000;
- от 25.000 до 40.000;
- от 40.000 и выше.

5. Где вы чаще отдыхаете?

- за границей;

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

- на территории России.

6. Какая продолжительность тура вам интересна?

- туры выходного дня;

- 5-7 дней;

- 7-10 дней;

- 10-14 дней.

7. Имеете ли вы представление, что такое гастрономический туризм?

- да;

- нет.

8. Хотели бы вы поехать в гастрономический тур?

- да;

- нет.

9. Были ли вы хоть раз в Республике Крым?

- да;

- нет.

10. Хотели бы вы посетить Республику Крым с целью знакомства с местной кухней?

- да;

- нет.

11. Если ответ на предыдущий ответ ДА, то, сколько денег вы готовы потратить на такой тур?

- до 40.000 руб.;

- от 40.000 руб. до 50.000 руб.;

- от 50.000 руб. до 70.000 руб.;

- от 70.000 руб. и выше.

12. Любите ли вы экзотическую кухню?

- да;

- нет.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкета социологического опроса для изучения мнений населения о перспективах развития эногастрономического туризма в Республике Крым

Здравствуйте! Меня зовут Тютяева Екатерина. Мы благодарим Вас за согласие принять участие в исследовании. Нам важно узнать Ваше личное мнение по вопросам развития гастрономического туризма в Республике Крым. Это поможет нам учесть мнение населения по решению проблем, связанных с развитием туризма и отдыха в регионе. Обращаем ваше внимание на то, что все полученные данные строго анонимны и будут использоваться только в обобщенном виде.

1. Какой вид туризма Вы бы предпочли для отдыха во время Вашего отпуска?

- Оздоровительный;
- Рекреационный;
- Культурно-познавательный;
- Эногастрономический.

2. Принимали ли Вы участие в эногастрономическом туре?

- Да;
- Нет;
- Посещал дегустации.

3. Какое у вас образование?

- среднее профессиональное образование;
- высшее образование.

4. Укажите ваш пол?

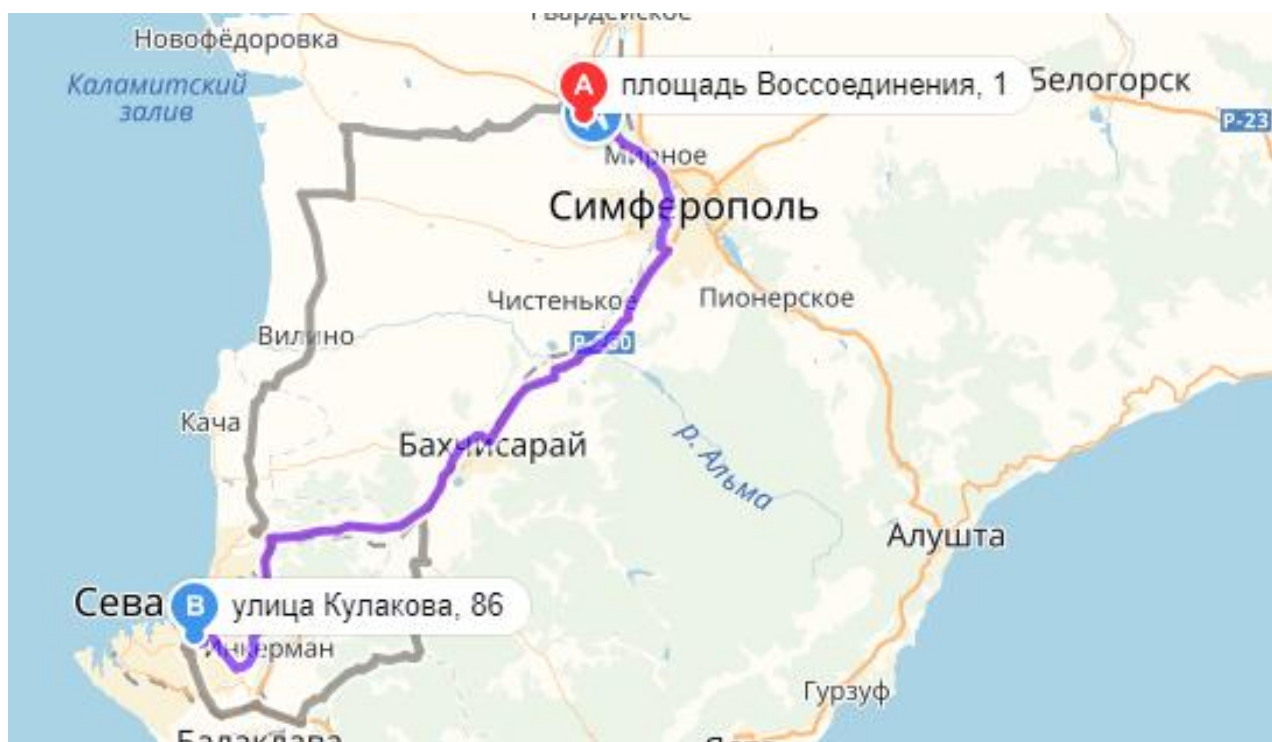
- мужской;
- женский.

5. Работаете ли вы?

- да;
- нет.

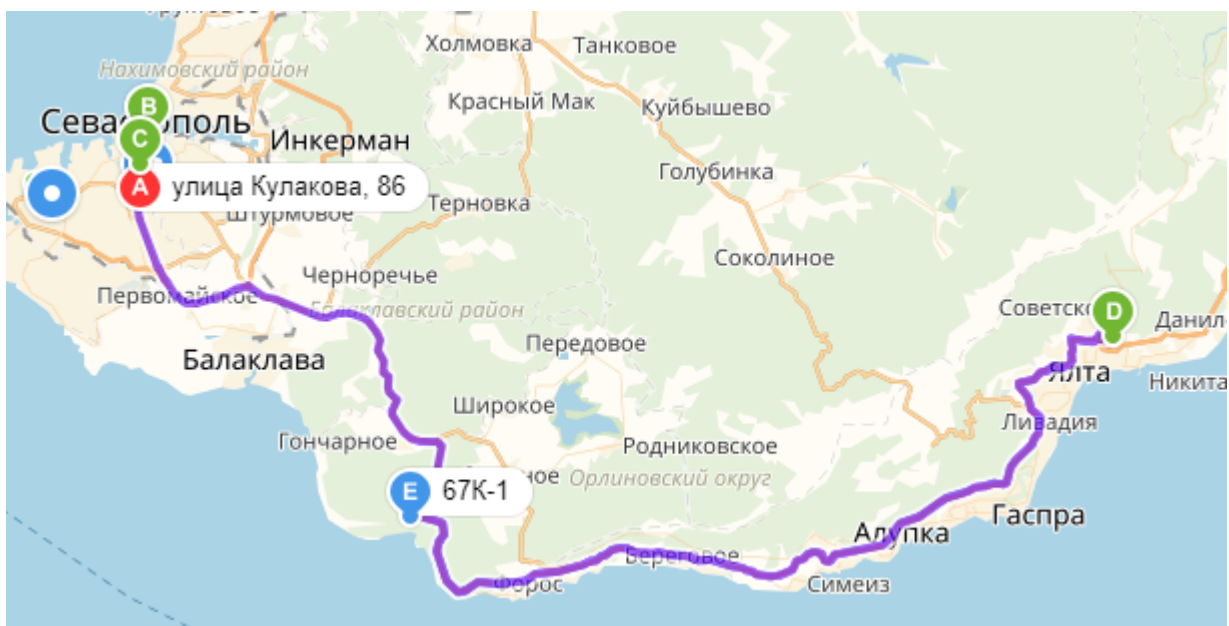
## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Маршрут тура в первый день



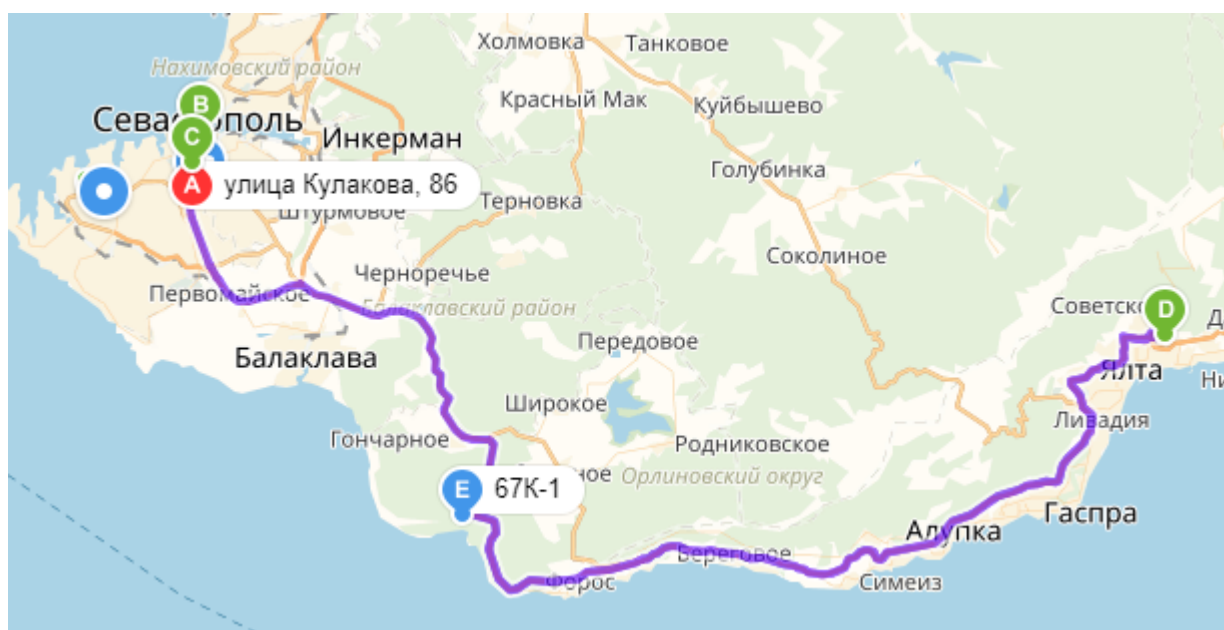
## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Маршрут тура во второй день



## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Маршрут тура в третий день



## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### Маршрут тура в четвертый день

