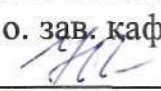


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

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

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.о. зав. кафедрой  
 В.В. Ульянова  
«15» июня 2022 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Организация гастрономического туризма на территории Амурской области

Исполнитель  
студент группы 834-сб



А.В. Букулова

Руководитель  
доцент, к.г.н.



С.В. Феоктистов

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Благовещенск 2022

Министерство науки и высшего образования 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

В.В. Ульянова  
«31» 05 2022 г.

**ЗАДАНИЕ**

К бакалаврской работе (проекту) студента

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Организация гастрономического туризма на территории Амурской области (утверждено приказом от 21.03.2022 №43-УД)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 10.06.2022
3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

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

1. Теоретические основы и государственное регулирование туризма. 2. Анализ развития туризма в Амурской области. 3. Развитие гастрономического туризма по Амурской области по заданию бакалаврской работы.

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

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

7. Дата выдачи задания 01.04.2022

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Ректистов С.В. АЗЦ ОНТ К.Г.Н.Е. 91  
(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 01.04.2022

А.А. (подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 64 страницы, 4 рисунка, 12 таблиц, 26 источников, 2 приложения.

### ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА, ТУРИСТСКИЙ РЫНОК РЕГИОНА, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ, АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Цель дипломной работы – изучить особенности развития гастрономического туризма в Амурской области.

Задачи дипломной работы:

- 1) определить теоретическое основание развития гастрономического туризма;
- 2) выявить особенности развития гастрономического туризма в России;
- 3) охарактеризовать потенциал гастрономического туризма Амурской области;
- 4) провести онлайн-опрос респондентов Амурской области, с целью выявления предпочтений в гастрономическом туризме;
- 5) разработать содержание и программу гастрономического тура в г. Благовещенск и экономически обосновать новый.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы и государственное регулирование туризма	7
1.1 Понятие и классификация туризма	7
1.2 Государственная политика и регулирование туризма в России	14
1.3 Тенденции развития гастрономического туризма в России	18
1.4 Особенности разработки гастрономического тура	22
2 Анализ развития туризма в Амурской области	29
2.1 Особенности развития внутреннего туризма в Амурской области: динамика и тенденции развития	29
2.2 Состояние гастрономического туризма в Амурской области	33
2.3 Анализ спроса на гастрономические туры по Амурской области	36
3 Разработка гастрономического тура на территории Амурской области по заведениям кавказской кухни	45
3.1 Программа гастрономического тура по Амурской области	45
3.2 Калькулирование тура и обоснование его экономической целесообразности	49
Заключение	56
Библиографический список	57
Приложение А	60
Приложение Б	62

## ВВЕДЕНИЕ

Посещая любой регион, путешественники знакомятся с ее культурой, особенностями жизни, природными особенностями. Ритуалы, связанные с принятием приготовлением и принятием пищи особенны. Они наиболее ярко отражают материальную культуру населения и могут многое рассказать о народе. Это утверждение доказывается тем, что люди, способные употреблять любые продукты в каждом из уголков страны питаются совершенно разно. Высказывание, способное в полной мере показать связь еды и народа звучит следующим образом: "Хочешь узнать культуру страны - попробуй ее на вкус"

Неудивительно, что в современном мире большую популярность завоевал гастрономический туризм. Данный фактор объясняется еще и тем, что гастрономический туризм выделяется от прочих рядом отличительных характеристик.

Однако на территории России данный вид туризма развит слабо, по большей части туры по данному направлению туризма распространены в европейской части России. Также отдельные части или компоненты гастрономических туров включаются в основную программу путешествий культурно-познавательного, пляжного и других видов туризма.

В свою очередь, гастрономические туры имеют все шансы на развитие в любой стране мира, так как каждая имеет неповторимую национальную кухню. Не исключением является и Россия, на территории которой проживают более 190 национальностей, и каждая имеет уникальную и неповторимую гастрономическую историю.

Организация гастрономических туров будет толчком для привлечения внимания к кухням малочисленных народов, этносов и национальностей, проживающих на территории страны, помогут в возрождении национальных кулинарных традиций.

Объект исследования данной дипломной работы – гастрономический туризм Амурской области.

Предметом данного исследования являются повышение разнообразия туристического продукта гастрономического туризма.

Целью дипломной работы является анализ развития гастрономического туризма в городе Благовещенск и разработка на этой основе новый туристский продукт.

Для достижения цели работы были выделены следующие задачи:

- изучить понятие «гастрономический туризм» и рассмотреть его различные классификации;
- выявить влияние воздействия государственного регулирования на гастрономический туризм;
- выявить социально-экономические особенности развития гастрономического туризма;
- разработать конкурентоспособный туристический продукт гастрономического туризма по Амурской области.

Объектом работы является гастрономический туризм.

Предметом является разработка нового туристского продукта в сфере гастрономического туризма и его экономическое обоснование.

Методы исследования: анализ и обработка изученной литературы, описательный, анкетирование, контекстуальный, сравнительный.

Информационная база исследования: официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики, методические материалы Правительства РФ, материалы конференций, справочные и информационные издания, официальные интернет-сайты туристских фирм, сайты предприятий общественного питания.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИЗМА

## 1.1 Понятие и классификация туризма

Туризм как потенциальный ресурс в развитии экономики региона, не смотря на мировой финансовый кризис, имеет положительную тенденцию спроса на туристические услуги. Государственная политика РФ различными способами формирует устойчивый рост массового туризма на территории страны. В перечень форм воздействия государства входят: политические, экономические, социальные методы.

Существует огромное множество подходов к определению понятия «туризм». Рассмотрим некоторые из них.

Одним из основополагающих является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Данный закон определяет термин так: «Туризм – это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране временного пребывания».<sup>1</sup>

И. В. Зорин в «Энциклопедии туризма» определяет туризм как временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 24 нояб. 1996 г. №132-ФЗ (действующая редакция, 2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2016. – С. 8.

<sup>2</sup> Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник. / И. В. Зорин. – М.: изд-во Финансы и статистика, 2014. – 87 с.

Но с другой стороны, М. Б. Биржаков определяет понятие туризма как «особый массовый род путешествий с четко определенными целями туризма, совершаемых собственно туристами, т.е. деятельность самого туриста».<sup>3</sup>

Анализируя данные понятия, можно сказать, что они синонимичны. Близкородственный смысл определений объясняется тем, что все вышеперечисленные понятия раскрывают термин «туризм» как путешествие с определенной целью. Однако наиболее полное определение «туризма» дает Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», так как он учитывает «Рекомендации по статистике туризма» Всемирной туристской организации.

Одной из главных составляющих упорядочения методов к реализации услуг туризма является классификация туристических услуг. Классификация способствует эффективному планированию и использованию туристических ресурсов региона и страны. Дифференциация услуг туризма осуществляется по многочисленному списку характеристик. В дипломной работе были рассмотрены основные из них:

1) по длительности туристических поездок разделяют краткосрочные до 7 дней, средние по продолжительности туры (7-12 дней), а также длительные туры от 12 до 30 дней. Существуют и другие градации по продолжительности туристических поездок;

2) еще одна классификация туризма основывается на цели поездки. Различают следующие виды туризма: культурно-познавательный, спортивный, религиозный, гастрономический, лечебно-оздоровительный, событийный и др.;

3) в зависимости от используемого транспортного средства можно выделить: велосипедный, автомобильный, пешеходный, железнодорожный, водный, а также другие виды туризма, требующие для путешествия использование специальных транспортных средств;

---

<sup>3</sup> Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебник. / М. Б. Биржаков. – М.: ГЕРДА, 2014. – 29 с.



4) разделение по спросу. В зависимости от спроса туристов на направления путешествий существует деление на постоянный и сезонный туризм.

–если в течении всего года число туристических поездок по конкретному направлению с определенной целью не изменяется, то такой вид туризма можно отнести к постоянному;

–однако, если в течении календарного года число туристических поездок варьируется на значительный показатель, то такие виды туризма необходимо отнести к сезонным. В число сезонных туров входят туры имеющие следующие виды туризма: событийный, пляжный, экологический. Основной причиной сезонности туристических направлений является изменение в течении года климатических условий региона, а также мероприятия, обуславливающие повышенный туристический интерес к региону. Сезонные туры различают на высокий, средний и низкие сезоны, так в низкий сезон число туристический поездок стремится к нулю, а в высокий сезон достигает максимального значения продаж.<sup>4</sup>

Деление туризма по возрасту туристов является основополагающим при разработке туристического продукта и имеет деление:

- детский;
- молодежный;
- лиц среднего возраста;
- лиц третьего возраста.

При создании туристического продукта деление на возрастные группы имеет колоссальное значение, так как туристам разного возраста будут интересны различные вещи, а также следует рассчитать физическую и интеллектуальную нагрузку, выбрать способ подачи информации. Еще одним важным моментом, на который оказывает возраст туристов является стоимость

---

<sup>4</sup> Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. / А. П. Дурович. – М.: Знание, 2014. – 236 с.

туристического продукта, так как каждая возрастная группа имеет разную платежеспособность.

Организованный и неорганизованный туризм (по способу организации).

В работе Квартальнова В.А. имеет место деление туризма на внутренний и международный.

Внутренний туризм - временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях. Внутренний туризм не представляет собой, отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.<sup>5</sup>

В свою очередь международный туризм можно разделить на въездной и выездной.

Также существует определение национального туризма. Национальный туризм - совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т. е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства.

По способу организации. Различают плановый и самодеятельный виды туризма.

Самодеятельный туризм называют «диким», так как все путешествия организовываются лично туристами без использования услуг туристических фирм. В свою очередь плановый туризм организовывается через туристическое бюро.

Коммерческий и социальные виды туризма, данное деление основывается на форме финансирования туристической поездки.

К специальным видам туризма можно отнести туры, которые полностью или частично характеризуются следующими признаками:

- немассовые, достаточно редкие виды туризма;
- трудоемкие по созданию конечного турпродукта;
- капиталоемкие виды туризма;

---

<sup>5</sup> Анискин, Ю. П. Общий менеджмент: Учебник по общей теории менеджмента / Ю. П. Анискин. - М.: РМАТ, 2003.- 13 с.

- туры, сочетающие признаки различных видов туризма;
- новые виды туризма, обусловлены вторичными потребностями человека;
- виды туризма с использованием нетрадиционных источников финансирования.

Классификация видов туризма может стать основой для структурирования туристского комплекса, элементами которого могут быть организации, учреждения, предприятия, предоставляющие туристам туристские услуги, а также обслуживающим их организациям, вне зависимости от целей и видов туризма.

В данной работе наиболее подробно рассмотрим гастрономический туризм, а в первую очередь ознакомимся с его определением. Гастрономический туризм - поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны или региона, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучение и повышение уровня профессиональных знаний.<sup>6</sup>

Кулинарный тур – туристический продукт, основной целью которого является знакомство туриста с культурой народа, приготовлением национальных блюд, посещением фестивалей и ресторанов.

Проанализировав определение гастрономического туризма, мы можем сделать вывод, что гастрономический туризм является уникальным феноменом, знакомящим туриста с культурой страны, региона или отдельного народа путем приобщения к еде.

Существуют следующие направления в гастрономическом туризме:

- образовательный тур;
- событийный тур;
- тур по сельской местности;
- ресторанный тур;

---

<sup>6</sup> Очилова, Гастрономический туризм: теория и практика : учебник / Х. Ф. Очилова, Д. С. Умирова. – М.: Директ-Медиа, 2021. – 160 с.

- экологический тур;
  - комбинированный тур.
- 1) Образовательный тур.

В первую очередь это туристические поездки, главной целью которых является повышение профессиональных навыков и получение новых знаний от мастеров своего дела. В программу образовательных туров входит посещение мастер-классов и специальных образовательных учреждений. Так, французская кулинарная школа «Le Cordon Bleu», сотрудничая с отелем «Four Seasons Hotel George V» дает возможность пройти обучение в рамках тура «Открытие французской кухни». Это отличный способ за 5 дней приумножить свои знания, проходя уроки готовки в знаменитой кулинарной школе.

- 2) Событийный тур.

Данный вид гастрономического туризма основывается на определенных мероприятиях (ярмарках, фестивалях и др.). Позволяет туристам окунуться в атмосферу праздника. Отличительной особенностью данного вида гастрономического туризма является то, что туристы не только могут пробовать, еду, но и участвовать в развлекательной программе.

- 3) Тур по сельской местности.

Чаще всего туры по сельской местности включают в себя в первую очередь пребывание туристов в сельской местности не затронутой темпом жизни большого города. В спокойных местностях, не имеющих ничего общего с каменными джунглями туристы могут насладиться спокойствием природы, попробовать натуральные продукты земледелия и настоящую домашнюю еду, приготовленную хозяевами дома, а при возможности и поучаствовать в приготовлении блюд. Еще одной особенностью сельского туризма является то, что проживание туристов осуществляется в доме фермеров или небольших специализированных средствах размещения. Зачастую распорядок дня у туристов подстраивается под расписание фермеров. Туристы помогают ухаживать за животными, собирают овощи и фрукты, выполняют. А взамен получают отдых типа «LLL» – пейзаж-традиции-досуг.

#### 4) Ресторанный тур.

Данный вид туризма восхищает туристов роскошью и предлагаемым уровнем приготовления блюд, обслуживания и тд. Обычно ресторанный туры проходят по знаменитым ресторанам «Мишлен» или другим заведениям, имеющим свое уникальное амплуа. В мире первое место по ресторанным турам занимает Париж, а в России одними из таких ресторанов могут быть заведения сети Николая Новикова, поднявшими уровень обслуживания в РФ.

#### 5) Экологический тур.

Экологические туры подойдут для ценителей всего натурального, так как туры данной направленности включают в себя посещение мест и предприятий, производящих продукцию в рамках этических норм зоозащитников и полностью отказавшихся от использования канцерогенов в своем производстве. В рамках эко туров туристы смогут попробовать продукты с приставкой «Био». Наиболее популярны туры данной направленности в США и некоторых странах Европы, придерживающихся «зеленой» политики

#### 6) Комбинированный тур.

Симбиозом всех вышеперечисленных туристических направлений является комбинированный тур. Для неопытных туристов именно он будет наиболее интересен, так как способен собрать в себя самое лучшее. К примеру, осуществляя поездку в Северную Осетию туристы могут несколько дней пожить в горной местности, насладиться красотой пейзажа и попробовать домашнюю национальную кухню, затем отправиться на биологически чистое предприятие по выращиванию осетровых, а в заключение программы провести мастер классы по приготовлению национальных блюд в ресторане «Золотая корона».<sup>7</sup>

Особенности гастрономического туризма:

---

<sup>7</sup>Аванесова, Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова. — М: Аспект Пресс, 2013. — С 165

– любой регион или страна уникальны. Имеют свою историю и многовековые традиции. Именно это позволяет развивать гастрономический туризм абсолютно в каждом уголке мира;

– преимуществом гастрономического туризма является то, что он не зависит от сезонности и может развиваться в любое время года, независимо от природных и климатических условий региона;

– гастрономический туризм всегда входил и будет входить в состав туров любой направленности, но отличительным свойством кулинарного туризма является то, что в данном виде туризма основной упор делается на кухне, следственно приобщение туристов к культуре идет посредством именно пищи;

– гастрономический туризм является отличным механизмом продвижения продукции местных хозяйств. Во время посещения территорий и знакомства с особенностями производств, туристы приобретают услуги и товары производств.

## **1.2 Государственная политика и регулирование туризма в России**

Сегодня основной задачей правительства является создание законодательства, способного в полной мере урегулировать все вопросы касаются туризма с учетом правовых актов и международных законов. Основными принципами государственного регулирования туристской деятельности в РФ являются:

– приоритетным направлениям туризма оказывается помощь, как материальная, так и на уровне создания благоприятной среды для развития туристической отрасли;

– туроператорам, туристическим агентствам и туристам оказывается установленный перечень методов поддержки тур. помощи;

– сформировать положительный имидж страны на мировой арене.

Российская Федерация заинтересована в создании благоприятных условий для развития внутреннего и въездного туризма. Для достижения цели по развитию данных направлений туризма, был выделен ряд задач, в рамках которых уже проводится активная внешняя и внутренняя политика.

В соответствии с Законом «Об основах туристской деятельности» государство признает туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей российской экономики. В рамках этого закона должна проходить вся туристская деятельность в России. В этом законе вторая глава полностью посвящена государственному регулированию, она называется «Государственное регулирование туристской деятельности».

Эта глава состоит из трех статей:

Статья 3. Принципы государственного регулирования туристской деятельности. Согласно 3 статье закона Государство:

- 1) содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития;
- 2) определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности;
- 3) формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма;
- 4) осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

Статья 4. Цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности. Согласно 4 статье основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

- 1) обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;
- 2) охрана окружающей среды;
- 3) создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- 4) развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего туризма, въездного туризма, социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется путем:

- 1) определения приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
- 2) нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- 3) разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
- 4) содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- 5) защиты прав и интересов туристов, в том числе оказания им экстренной помощи, а также обеспечения их безопасности;
- 6) содействия кадровому обеспечению в сфере туризма;
- 7) развития научных исследований в сфере туризма;
- 8) классификации объектов туристской индустрии;
- 9) формирования и ведения единого федерального реестра туроператоров (далее также - реестр);
- 10) информационного обеспечения туризма;
- 11) создания благоприятных условий для развития туристской индустрии;
- 12) оказания государственных услуг в сфере туризма;
- 13) взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе через представительства уполномоченного Правительством Российской Федерации федерального органа исполнительной власти за пределами Российской Федерации.

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти (далее -



уполномоченный федеральный орган исполнительной власти). Порядок оказания услуг по реализации туристского продукта, порядок и условия оказания экстренной помощи туристам определяются Правительством Российской Федерации.

Статья 5. Классификация объектов туристской индустрии. Согласно 5 статье классификация объектов туристской индустрии осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Классификация объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, осуществляется аккредитованными организациями в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Аккредитация организаций, осуществляющих указанную классификацию, проводится органами государственной власти субъектов Российской Федерации в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Аккредитация организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, предоставляется на три года и позволяет организации осуществлять классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, на всей территории Российской Федерации при условии уведомления уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять такую классификацию. Порядок указанного уведомления устанавливается уполномоченным органом государственной власти соответствующего субъекта Российской Федерации.

Орган государственной власти субъекта Российской Федерации направляет сведения об аккредитованных им организациях, в том числе сведения о прекращении действия их аккредитации, в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти для включения в единый перечень аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию объектов

туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти ведет единый перечень аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, и размещает сведения, содержащиеся в таком перечне, на своем официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Таким образом, правительство Российской Федерации законодательно регулирует качество оказания услуг, защиту прав потребителей, повышение уровня сервиса.

### **1.3 Тенденции развития гастрономического туризма в России**

Туристический потенциал в области гастрономического туризма в России в настоящее время не соответствует потоку туристов. Количество путешественников, посещающих страну с данной мотивацией в разы меньше того объема, который может принять страна. Ситуация объясняется рядом факторов.

1) мало положительной информации о стране в целом. В мире сложилось устойчивое мнение о России, как о стране небезопасной для путешествий. Иностранные СМИ активно вещают о преступности в государстве и о нетерпимости россиян к иностранным туристам.

Так, в 2021 году эксперты Numbeo оценили, насколько опасно или безопасно находиться на территории стран, в статистике учитывались также тяжкие преступления. Основным родником информации для сбора данных и проведения анализа служили отзывы жителей стран и посещающих эти страны туристов. Россия по данному рейтингу заняла 52 место из 135 стран. Эксперты оценили уровень преступности в 40,13, что соответствует умеренному уровню преступности, а уровень безопасности в 59,87. Стоит отметить, что с каждым

годом данные показатели улучшаются, а следственно страна, как туристический объект становится более привлекательной для туристов.<sup>8</sup>

2) в отличие от зарубежных стран, в РФ практически не проводится работа по рекламе страны, как туристического бренда. На это не выделяются средства. Финансирование рекламной программы страны позволит увеличить количество въездных туристических поездок. Наибольшее финансирование рекламы туристического бренда страны имеют: Израиль – 200 млн долларов в год, Испания - 150 млн долларов, а также США и Китай – по 70 млн.<sup>9</sup>

3) дороги в некоторых районах РФ не соответствуют российским и мировым стандартам, так по данным ЕМИСС на 2020 год только 45,8% дорог общего пользования в Российской Федерации удовлетворяют нормативным требованиям. Процент дорог соответствующим нормативным требованиям в Амурской области составил 34,9. Данный коэффициент является неудовлетворительным для благоприятного развития туризма в регионе.<sup>10</sup>

4) соотношение цены и качества в туристической индустрии является весьма неоднозначным. Цена формируется из множества составляющих, начиная от затрат на проживание, перевозку и питание туристов и заканчивая процентом, который туристический оператор получает за реализацию тур. продукта. Также и само качество тур. услуги может зависеть от погодных условий, уровня обслуживания в гостинице и настроением самого туриста.

Беря в расчёт многие основополагающие факторы, мы можем отметить тенденцию, при которой российские тур. услуги по цене выше европейских аналогов при одном качестве услуг или даже их более низком качестве.

5) неразвитая торговля сувенирной продукцией, включающая как недостаточный ассортимент, так и проблемы с безналичной оплатой. Система оплаты кредитными картами развита недостаточно хорошо. В небольших городах предприятий с безналичной оплатой либо нет совсем, либо

---

<sup>8</sup>Екес.ру. [Электронный режим]. Режим доступа : <https://ekec.ru/rejting-bezopasnosti-stran-2021-goda-crime-index-by-country>. – 21.04.2022.

<sup>9</sup>Здоров, А. Б. - Экономика туризма. / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 134 с.

<sup>10</sup>Amurstat. [Электронный режим]. Режим доступа: [https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23\\_1\\_8.htm](https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23_1_8.htm). – 25.01.2022.

представлены они единичными экземплярами в крупных магазинах или предприятиях.

Большое разнообразие туристических продуктов, предоставляет туристам огромный выбор. В данной ситуации большая часть туристов выбирает уже проверенные туристические продукты. Основными критериями выбора является хорошая реклама и высокая оценка на туристических форумах. Неискушенные туристы, опираются именно на эти моменты и стараются выбрать наиболее популярный маршрут, имея уверенность в его качестве. Гастрономическое путешествие – это своеобразный контраст во время отдыха туристов. Данный вид туризма будет интересен для опытных туристов, попробовавших многие направления и не боящимся открыть для себя что-то новое. Отличным способом реализации гастрономических туров будет распространение его среди постоянных клиентов туристических фирм.

Многие государства уже давно стали активно реализовывать туры данной направленности, пользуясь особенностями региональных производств и национальных кулинарных брендов. В свою очередь, гастрономические туры способствуют появлению рабочих мест, развитию экономики, благоустройству региона и тд.<sup>11</sup>

На 2020-2022 год, мы наблюдаем развитие гастрономического туризма в России. По оценочному мнению, ТурСтат, гастрономический (кулинарный) туризм в РФ является наиболее динамично развивающимся видом во внутреннем туризме.

В России насчитывается более полумиллиона энотуристов. Так, в знаменитом центре в российского винного туризма Абрау-Дюрсо в 2015 году насчитывалось 3 тысячи туристов, а уже в 2016 году число туристов возросло в полтора раза.<sup>12</sup> В целом рост внутреннего гастрономического туризма в 2016 году составил 26% по сравнению с тем же периодом 2015 года .

---

<sup>11</sup> Кусков, - Рекреационная география. / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. – М.: Флинта, 2014. – 135 с.

<sup>12</sup> Гастрономический туризм в России. Популярные гастрономические туры по России. [Электронный режим]: Режим доступа: <http://turstat.com/bestgastronomictoursrussia2022>. – 25.04.2022.

При анализе гастрономического туризма в России был взят город-миллионник, наиболее привлекательный в туристическом плане: Москва (около 17 миллионов человек).

Выбор города, обуславливается тем, что гастрономический туризм является довольно дорогим. Данный вид туризма обладает своей определенной аудиторией, а значит, максимальное развитие данный вид туризма обретет в населенных пунктах, где есть потребители, готовые приобретать гастрономические туры по России и за рубежом.

Рассмотрев рынок гастрономического туризма в Москве выяснилось, что только 6 турфирм предлагают гастрономические туры по России.

Туристические фирмы Москвы предлагают по большей части туры выходного дня по направлениям центральной России, а также отправляют туристов в республики Северного Кавказа, Казань и Краснодарский край, продолжительность этих туров средняя и туры имеют смешанный характер, то есть включают не только гастрономический туризм, но и экскурсионную программу.

Развитие гастрономического туризма является перспективным направлением, так как культурная и национальная составляющая может быть интересна не только туристам в РФ, но и зарубежным путешественникам. Правильное акцентирование на развитии гастрономического туризма принесет такие плюсы, как улучшение сферы общественного питания, развитие сельского хозяйства и тд.

Таким образом, можно сделать следующий обобщающий вывод: в России находится немалое число ресурсов для формирования гастрономического туризма, но развитие данного вида путешествий тормозит ряд проблем.

#### **1.4 Особенности организации гастрономического туризма**

Одной из особенностей гастрономического туризма в России является то, что данные туры разрабатываются для небольшого количества туристов. Множество путешественников предпочитает индивидуальные туры, что значительно увеличивает их стоимость, исходя из того, что в индивидуальном

туре расчёт идет не на стандартную группу, а на одного туриста, его семью или маленькую группу<sup>13</sup>

В рамках гастрономического тура нужно подробно изучить рынок общественного питания в стране и отдельных регионах. Требуется проделать огромную работу по анализу предложений, оценке качества предлагаемых услуг. Немаловажным является соответствие, оказываемых услуг цене.

Как правило, в ресторанных турах питание туристов организовывается в уникальных заведениях общественного питания, а также в ресторанах и кафе, расположенных в месте проживания. Так завтраки зачастую уже включены в стоимость проживания. Зачастую предприятия питания пренебрегают такими вещами, как скамейки при входе, места для курения, мусорные урны, однако эти мелочи могут многое сказать о заведении, ведь делаются они для удобства туристов. Категорически в таких местах запрещено проводить погрузочные работы и приемку товаров, также не допустимо складирование мусора и других производственных предметов. Наиболее удачным будет размещение дополнительных услуг и рекламы.<sup>14</sup>

Требования к помещению общественного питания:

– соответствие санитарно-гигиеническим нормам. В заведении не должно быть чисто, а процессы приготовления пищи должны происходить с учетом всех норм. Данный фактор является основополагающим и обеспечивает безопасность посетителей.

– соответствие противопожарным нормам. Соблюдение данных норм обязательно в соответствии с ФЗ 1479 от 16.09.2020;

– обеспечение комфортных условий температурного режима и влажности.

Рассматривая интерьер заведения дается достаточно много свободы в выборе стиля, мебели и декораций. Основным требованием к дизайну помещений является соответствие вышеперечисленным нормам, а также визуальная привлекательность для посетителей.

---

<sup>13</sup> Каурова, А. Д. Организация сферы туризма / А.Д. Каурова. – СПб.: Герда, 2015. – 161 с.

<sup>14</sup> Джум, Т.А. Организация и технология питания туристов / Т.А. Джум. – М.: ИНФА, 2018.– 54 с.

Все помещения должны быть оборудованы пиктограммами (указателями), желательно на двух или трех языках, данные указатели помогают ориентироваться посетителям заведения, а частности иностранным туристам, испытывающим сложности в разговоре. В холле заведения должна быть вывешена копия сертификата о постановке на учет в налоговой службе, а также сертификат, свидетельствующий о присвоении ему определенной категории и соответствующим количеством звезд (для гостиницы) и класса («люкс», высший, первый) для ресторана.

Важным для заведения будет обеспечение доступной среды для инвалидов (пандусы и кнопки вызова персонала) и посетителей с маленькими детьми (наличие детских кресел). Наличие оборудования имеет важное значение в создании благоприятного имиджа.

Помещения должны быть достаточно освещены, в соответствии с нормативно-технической документацией.

Рассматривая заведения национальной кухни, стоит учитывать то, что недостаточно только назвать заведение «национальным». Меню должно включать блюда и напитки, относящиеся к национальным кухням. Их приготовление должно быть на должном уровне, с учетом всех особенностей. Еще одним немаловажным фактором будет подробное описание блюд, так как туристам необходимо знать о том, что они едят. Это делается во избежание аллергических реакций. На персонал заведения, в первую очередь на официантов возлагается миссия по красивой, а еще более важно правильной подаче блюд и «вкусной» подаче. Большим плюсом будет, если персонал заведения имеет установленную форму или элементы формы, вписывающиеся в тематику национальной кухни.

По общепринятым нормам завтрак предоставляется туристам с 7 до 10 ч., обед – с 12 до 15 ч., ужин – с 17 до 22 ч.

Зачастую в гостиницах завтрак организуют в виде шведского стола с самообслуживанием. Меню завтраков должно быть разнообразно, а сервировка

минимальна. Допускается организация завтраков, при которых турист может выбирать блюда и напитки по меню.

При любом из видов организации завтраков, обязательно нахождение обслуживающего персонала в зале ресторана или кафе. В обязанности их входит: Своевременное пополнение шведского стола, поддержание чистоты и консультирование посетителей, а также в обязанности персонала входит проверка карточек, по которым осуществляется питание туристов.

Обобщая вышесказанное, мы можем отметить:

- питание туристов не должно нанести вреда здоровью туристов;
- оказание услуг питания должны соответствовать цене;
- обслуживание и организация питания должны осуществляться на высоком уровне и оставить положительное впечатление после туристической поездки.

Питание туристов должно быть тщательно продуманно с учетом множества факторов:

- возраста туристической группы;
- религиозных и моральных особенностей туристов;
- сложности и энергозатратности туристического маршрута.

При организации туристического продукта следует позаботиться о посещении мест, в которых путешественники смогут приобрести сувенирную продукцию. Наиболее удачным будет, если такое место будет в непосредственной близости к месту проживания.

Изменение места пребывания, рациона и национальная кухня многих стран отличается не только экзотичностью, но и разным, в некоторых случаях, кардинальным колебанием в составе блюд и продуктов жиров, белков, углеводов и микроэлементов, могут серьезно повлиять на здоровье туриста.

Поэтому следует выяснить наличие или отсутствие у туристов заболеваний, аллергий, непереносимости и прочих медицинских противопоказаний, для необходимого информирования туристов об



особенностях блюд, напитков и продуктов и возможных последствиях их употребления.

Туристы, которых может заинтересовать кулинарный туризм:

- профессиональные повара, стремящиеся повысить свои профессиональные навыки путем участия в мастер-классах и прохождения специального обучения в рамках гастрономических туров;

- гурманы, получающие эстетическое наслаждение от дегустации блюд высокой кухни;

- туристы, чьим способом приобщения к национальной культуре является пища;

- рестораторы, которые хотят подчеркнуть для себя что-то новое, с целью дальнейшего использования полученной информации на своих предприятиях.

Стоит еще раз отметить, что гастрономический туризм является постоянным и не имеет сезонности. Поэтому такие туры могут быть интересны в любое время года. Исключением может быть фестиваль туризм, когда главным в туристической поездке будет мероприятие, проводимое в определенное время года или месяц.

В соответствии с данными Международной Ассоциации кулинарного туризма распространено такое явление, когда гастрономические туры дополняются культурной программой с посещением музеев, экскурсионных программ и прочих мест культурного досуга. Это дает возможность для создания туристических продуктов, включающих обе составляющие: культурную и гастрономическую. Это делает тур наиболее интересным и наполненным.

Наибольшее количество гастрономических туров подразумевают собой поездки недлительные, чаще всего туры выходного дня. Этого времени вполне хватает для формирования мнения о кухне народа. Однако, не стоит исключать возможность организации гастрономических туров и более длительной продолжительностью. В программу туров длительностью от 5 дней можно включить не только дегустации, но и мастер-классы, дополнительную

культурную программу, которая сможет дополнить впечатление о рассматриваемой территории и сложить более сформированное и целостное понимание.

На формирование стоимости туристического продукта гастрономической направленности влияет ряд факторов:

- продолжительность туристической поездки;
- расстояние до места назначения и способ транспортировки туристов;
- насыщенность программы.

При разработке гастрономических туров важно придавать значение общеустановленным ограничениям у некоторых групп туристов по региональным признакам, особые требования людей, не использующих в своем рационе блюда растительного происхождения, а также детское питание. Турист должен заблаговременно проинформировать менеджера о данных особенностях. При возможности организует специальное меню, а в случае если это невозможно, то от тура следует отказаться.

Для экономики туризма представляют интерес материальные и нематериальные туристские услуги, главной характеристикой которых является их неограниченное количество. Потребление нематериальных услуг происходит исключительно в месте, где они произведены; они не могут быть транспортированы к потребителю и используются туристами после миграции в район локализации услуг. Для гастрономического тура такими услугами являются услуги гостеприимства, локализованные в определенном месте для привлечения туристов, услуги питания, предлагающие конкретные рестораны блюд национальной кухни. Такие услуги являются основными, т.к. приобретаются в пакете, гарантирующем их обязательное потребление в месте отдыха. К дополнительным туристским услугам относят целевые и инфраструктурные услуги, которые можно получить за дополнительную плату, они не входят в стоимость тура, но специфичны для данного туристского центра.

Отдельное внимание следует уделить безопасности. Следует провести проверку нормативных документов, подтверждающих соответствие требованиям и критериям безопасности и качества, прежде всего, применительно к подаваемой пище.

Контроль безопасности обслуживания туристов при гастрономическом обслуживании осуществляется на основе использования следующих методов:

- визуального, (путем осмотра соответствующих блюд);
- с использованием средств измерения (контроля качества воды, воздуха, блюд);
- социологических исследований (путем опроса самих туристов и обслуживающего персонала);
- аналитического (анализа содержания документации).

На основании проведенного в главе 1 исследования теоретических аспектов гастрономического туризма возможно сформулировать следующие обобщающие выводы:

1) кулинарный туризм знакомит с национальной кухней страны или региона, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучение и повышение уровня профессиональных знаний;

2) в составе гастрономического туризма еда составляет важное, но единственное место, ввиду того, что значительное внимание в данном виде туризма отводится сопутствующим атрибутам – процессу приготовления еды, посуде, продуктам, процедурам и церемониям, связанным с едой событиями и прочим;

3) в РФ развитие гастрономического туризма идёт в двух плоскостях. Первой плоскостью является развитие гастрономического туризма в целом и его инфраструктуры, что предполагает формирование мест проведения и поводов для их посещения. Вторая плоскость развития гастрономического туризма в РФ предполагает развитие продуктового направления в туризме, что связано с популяризацией отдельных видов продуктов или национальных кухонь;

4) за рубежом гастрономический туризм развит существенно сильнее, нежели чем в РФ, что связано с как большим объёмом традиций и поводов, а также с более развитой туристской инфраструктурой в целом и с гастрономической – в частности. При этом, гастрономический туризм есть туризм высокого класса, в результате чего основными туристами в нём являются граждане экономически развитых стран. Анализ практики гастрономического туризма за рубежом показывает, что его развитие требует ряда условий, среди которых выделяются дифференциация от других праздников и территорий, вовлечение в него смежных организаций, оказывающих сопутствующие услуги, креативность в продвижении, а также комплексный подход в обслуживании и развлечении гастрономических туристов, формирование у них незабываемых ощущений, повышение уровня их лояльности;

5) гастрономический туризм предполагает особое внимание туроператора к выбору места размещения, программе, обеспечению безопасности предлагаемых блюд, наличию медицинской помощи и прочих аспектов, таких, как наличие ограничений по питанию в силу возраста, убеждений, медицинских показателей и прочего.

## 2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

### **2.1 Особенности развития внутреннего туризма в Амурской области: динамика и тенденции развития**

Амурская область расположена на юго-востоке Российской Федерации и входит в состав Дальневосточного федерального округа. Это один из крупных субъектов РФ, занимающий пограничное положение на большом протяжении с Китайской Народной Республикой. Амурская область является одним из наиболее интересных и уникальных по своей красоте регионов дальневосточного федерального округа. География и рельеф области делают этот субъект универсальным для разных видов туризма. На территории области располагаются тайга, просторы долин рек Амура и Зеи, многочисленные памятники культуры, расположенные в окрестностях города Благовещенск.

На территории Амурской области располагаются 620 памятников культуры, данные памятники культуры состоят на охране у государства. Большая часть памятников посвящена событиям Великой Отечественной и Гражданской войн, Октябрьской революции.

Наиболее древними монументами культуры на территории области являются археологические памятники. Встречаются и такие, чей возраст достигает 300 тысяч лет. Множество археологических памятников связаны с выгодным географическим положением области и большим количеством водных потоков.

Наиболее старым историко-культурным наследием русского периода является городище «Албазинский острог», являющийся памятником федерального значения.

В Амурской области долгое время отсутствовала программа развития туризма. Низкий уровень инфраструктуры не позволяет реализовать проекты, направленные на развитие сферы туризма в Амурской области. В конце 2011 года на ее туристическом рынке насчитывалось 40 организаций, из которых

только 4 были ориентированы на внутренний туризм. При этом туристические фирмы предлагали в основном экскурсионные услуги, экологический туризм или охоту и рыбалку. Количество туристов на внутреннем направлении составляло всего 3% от общего объема туристского потока.

Сегодня состояние внутреннего туризма в Амурской области характеризуется значительным увеличением потока туристов. В 2018 году их количество увеличилось по сравнению с 2005 годом в 1,6 раза, с 2017 годом – на 3,2% и составило 44,5 тыс. человек. Основную часть зарубежных туристов составили китайские граждане, прибывшие в наш регион с целью отдыха, экскурсий и «шопинга». Также увеличилось и число туристских организаций в статусе туроператоров, турагентов, туристско-экскурсионных бюро. На конец 2016 года в Амурской области туристскую деятельность осуществляли 46 организаций, из них 2 фирмы занимались только туроператорской деятельностью, 11 – туроператорской и турагентской деятельностью, 33 – только продвижением туров. Численность работников туристских организаций в 2016 году составила 203 человека.

Для развития внутреннего и въездного туризма была проведена подготовка и переподготовка экскурсоводов, гидов переводчиков и руководителей туристских групп.

Одной из основных причин, тормозящих развитие туризма в Амурской области является то, что регион не имеет в распоряжении теплого моря или многовековых памятников культуры, наиболее рациональным для региона будет создание уникальных туристических предложений, например, гастрономический туризм.

Основой для распространения данного вида туризма может послужить наличие кулинарного бренда (хамон в Испании, столетние яйца в Китае или кленовый сироп в Канаде) или интересной исторической составляющей, связанной с кухней народа. В Амурской области есть возможность развития гастрономического туризма на основе национальной кухни эвенков или групп, проживающих на территории области.

Несомненным плюсом гастрономического туризма является то, что каждый из народов мира, имеет определенные особенности приготовления продуктов. Данный феномен находит отражение в особенностях культуры, климата, религии и образа жизни. Людей привлекает не только возможность попробовать оригинальный рецепт знаменитого блюда, но и шанс поближе познакомиться с культурой государства через призму ароматов и вкусов.

Важно отметить и тот факт, что воспоминания, связанные с едой, сохраняются в нашем разуме ярче других, следовательно, возрастает возможность возвращения туриста повторно. Данный феномен называется «Эффект Прусса». И связан с тем, что наша долговременная память помещает запахи и вкусы, которые мы ощущаем, в так называемую мысленную диораму. Связанные с этим запахом детали — эмоции, люди, места, растения, животные и т.д. — сохраняются вместе с ним. Для сравнения, запах или вкус становится как бы ключом от музыкальной шкатулки — стоит его повернуть (то есть, ощутить запах), как заиграет музыка, фигурки задвигаются (в сознании возникнет конкретное воспоминание).

Таким образом, гастрономический туризм имеет большую вероятность повторного возвращения туристов в страну пребывания.

Амурская область имеет неплохие шансы для развития гастрономического туризма на своей территории. По оценке 90% опрошенных поваров данный вид туризма имеет хорошую перспективу.

Во-первых, предприятия общественного питания в области, представлены кухнями многих государств и этнических народностей, начиная от блюд кавказской кухни и заканчивая блюдами китайской и корейской кухни.

Во-вторых, в условиях закрытой границы, посещение заведений с национальной кухней может заменить посещение стран.

В-третьих, из данных ЭМИСС мы видим, что растут доходы населения. Данный показатель говорит нам о том, что повышается уровень жизни жителей города, а следовательно, большой вероятности того, что в 2019, 2020, 2021 годах население города Благовещенска и Благовещенского района будет тратить

больше денежных средств на развлечения и путешествия, чем тратило в 2015 году.

Регионы, не имеющие в распоряжении теплого моря или многовековых памятников культуры, в таком случае, наиболее рациональным является создание уникальных туристических предложений, например, гастрономический туризм.



Рисунок 1– Среднедушевые доходы населения

В-четвертых, холодный климат г. Благовещенск зачастую является проблемой для многих предприятий туризма, развивающих внутренний туризм. Люди просто не хотят проводить много времени на холоде, однако отрасль питания это не касается, ведь нахождение в теплом помещении с вкусной едой даже в самую холодную погоду будет иметь место на существование, а следовательно, гастрономический туризм имеет преимущества над другими видами внутреннего туризма.

Подводя итоги, можно сказать, что гастрономический туризм на территории Амурской области имеет предпосылки к развитию, однако шагов для внедрения туризма до сегодняшнего дня сделано не было.



## 2.2 Состояние гастрономического туризма в Амурской области

Гастрономический туризм напрямую связан с таким понятием, как общественное питание. Тенденции развития общественного питания будут напрямую отражаться на развитии гастрономического туризма в регионе.

Общественное питание (общепит) – отрасль народного хозяйства, которая занимается производством и реализацией готовых продуктов питания или полуфабрикатов. К таким предприятиям относятся столовые, кофейни, бары, кондитерские цеха, пиццерии, “фаст-фуд”, рестораны, пельменные и многие другие предприятия.

Другими словами, также можно сказать, что это все предприятия, которые оказывают услуги питания, а также изготавливают кулинарную продукцию или полуфабрикаты.

Сфера общественного питания Амурской области представлена следующими кухнями: китайская, русская, армянская, грузинская, азербайджанская, японская и другими. В общей сложности на территории области в 2019 году функционировало 536 предприятий общественного питания.<sup>15</sup>

Одним из наиболее важных факторов, усложняющих проведение анализа в области гастрономического туризма является то, что не ведется специальной статистики по данному виду туризма. Мы не можем рассматривать динамику туристов, отправляющихся в путешествие с данной целью, также мы не можем отследить динамику затрат туристов по рассматриваемой статье. Однако, есть возможность выделить особенности гастрономического туризма для Амурской области.

1) Амурская область характерна смешением множества культур, на ее территории гармонично сосуществуют национальная кухня местных малочисленных народов, появившаяся при освоении русская кухня, китайская,

---

<sup>15</sup>Amurstat. [Электронный режим]. Режим доступа: [https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23\\_1\\_8.htm](https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23_1_8.htm). – 25.01.2022.

итальянская и кавказская кухни. Каждая из них может рассказать нам о культуре народа, представляющего ее.

2) Ввиду торговой ориентации г. Благовещенка, то и распространения в нем предприятий общественного питания представляет собой одну из форм торговли.

Немаловажным будет отметить тот факт, что гастрономический туризм в регионе практически не развит. На это указывает прежде всего то, что Министерство внешнеэкономических связей и туризма по Амурской области не включило в список ни одного гастрономического тура в перечень туристических маршрутов.<sup>16</sup> Однако есть элементы гастрономического туризма в виде посещения мест общественного питания, в особенности кафе и ресторанов, где представлены национальные кухни.

Рассмотрим деятельность предприятий питания с 2012 по 2019 год.

Таблица 1 – Количество предприятий питания в Амурской области<sup>17</sup>

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Столовые	507	502	526	506	508	507	507	491
Закусочные, столовые	179	197	257	277	281	264	249	257
Рестораны, кафе, бары	423	440	502	577	588	575	557	536

Таблица 2 – Количество мест на предприятиях общественного питания<sup>18</sup>

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Рестораны, кафе, бары	24 334	25 162	26 779	27 843	28 185	28 269	27 643	26 510
Столовые, закусочные	6 633	6 198	7 506	8 940	8 997	9 105	8 976	8 201
Столовые на предприятиях	37 518	37 627	36 867	37 165	36 633	36 483	36 475	35 996

<sup>16</sup> Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области. [Электр. источник]. – URL: <http://www.vstamur.ru/activity/tourism>. – 01.02.2022.

<sup>17</sup> Amurstat. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.fedstat.ru/indicator/43260>. – 01.02.2022.

<sup>18</sup> Amurstat. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.fedstat.ru/indicator/43259>. – 01.02.2022.

Таблица 3 – Оборот общественного питания на душу населения рублям<sup>19</sup>

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Оборот (рубли)	5 496	5 961	6 961	7 282	7 118	7 429	7 761	8 178



Рисунок 2 – Динамика числа предприятий общественного питания



Рисунок 3 – Численность мест в кафе, ресторанах и барах в Амурской области

<sup>19</sup> Amurstat [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.fedstat.ru/indicator/43280>

На 2019 год в Амурской области всего 536 кафе, ресторанов и баров с общим количеством посадочных мест – 26510. В 2012 году всего насчитывалось 423 кафе, бара и ресторана, в которых могло разместиться 24334 человек. В период с 2012 года по 2015 год наблюдается активный рост количества предприятий общественного питания данного формата. В период с 2016 по 2019 год напротив наблюдается спад. Несмотря на это в данный период увеличивается оборот общественного питания на душу населения. Данный показатель говорит нам о том, что жители Амурской области стали больше тратить, повысилась их платежеспособность.

Так же данную тенденцию мы можем объяснить тем, что рост численности предприятий питания повысил конкуренцию среди ресторанов, кафе и баров. В свою очередь повышение конкуренции влечет за собой повышение качества сервиса и мастерства поваров. Цена становится менее основополагающим критерием выбора места посещения.

Улучшение сервиса, подачи и концепции в заведениях города дает возможность гастрономическому туризму развиваться.

Если брать отрасль общественного питания, то мы можем с уверенностью сказать, что она будет существовать и приносить прибыль на протяжении всего существования человечества, так как питание является базовой потребностью человека. Нельзя исключать спады во время кризиса, но в целом данный вид деятельности является перспективным. Данное обстоятельство позволяет предположить, что для гастрономического туризма есть устойчивая база, постоянно дорабатываемая и совершенствующаяся

### **2.3 Анализ спроса на гастрономические туры по Амурской области**

В рамках дипломной работы был проведен опрос жителей Амурской области, с целью выявить потребности туристов и потенциал гастрономического туризма в регионе. В опросе приняли участие 58 человек, проживающих на территории области. Анкета представлена в Приложении А.

Результаты анкетирования дали следующие результаты:

Распределение туристов по полу и возрасту представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Распределение опрошенных туристов по полу и возрасту

Показатель	Количество, чел.	Доля, проценты
Пол		
– мужской	24	40,3
– женский	35	59,7
Всего	59	100
Возраст		
– до 18 лет	2	3,35
– 19-25 лет	47	79,7
– 26-45 лет	8	13,6
– свыше 45 лет	2	3,35
Всего:	59	100

Анализ приведенных в таблице данных позволяет предположить, что подавляющую часть опрошенных составляют женщины – 59,7 %, опрошенные мужчины составили 40,3%. Данный фактор можно объяснить тем, что на территории РФ наблюдается преобладание женской половины населения.

Обращаясь к возрастному составу респондентов, мы видим, что большая часть опрошенных, а именно 79,7% молодежь в возрасте от 19 до 25 лет. Именно в этом возрасте наиболее вероятны спонтанные и запланированные поездки с различными туристическими целями. В данном возрасте потенциальные туристы не обременены семьей и постоянной работой, а возможность путешествовать есть. Доля респондентов от 26 до 45 лет составила 13,6%. Доля туристов до 18 лет и свыше 45 значительно ниже в совокупности эти два возрастных показателя составили 6,7%. В случае, когда туристы не достигли совершеннолетия они не могут самостоятельно осуществлять поездки без родителей или официальных представителей.

На вопрос о том, как часто путешествуют респонденты, были получены следующие ответы:

– 1,7% туристов совершают туристические поездки чаще 3-4 раз в год с различными целями путешествий,

– 23,7 % опрошенных респондента путешествуют 1-2 раза в год,

–27,1 % опрошенных совершают туристические поездки один раз в 1-2 года,

– 23,7 % анкетированных путешествуют реже 1 раза в 4 года, такой же процент опрошенных туристов не совершает туристические поездки вовсе.

На вопрос о том, хотят ли респонденты совершать туристические поездки чаще почти 100% дало положительный ответ, а если быть точнее 98,35 (Рис. 4).

Хотелось бы путешествовать чаще?

58 ответов

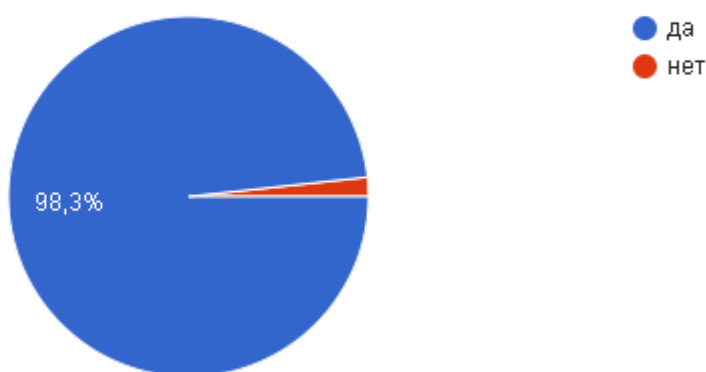


Рисунок 4 – Мотивация туристов к увеличению количества туристических поездок

Таблица 5 – Сумма, которую респонденты готовы потратить на отдых

Сумма в тыс. руб.	Число респондентов	Процент респондентов
До 15	8	13,6
16-30	15	25,4
31-50	13	22
51-75	9	15,3
Свыше 75	14	23,7
Всего	59	100

Обращая внимание на данные таблицы, мы видим, что сумма, которую готовы потратить опрошенные на путешествие в процентном соотношении имеет максимальных размах в 12,8%. Наиболее распространенным ответом является сумма от 16 до 30 тысяч рублей, данный ответ дали 15 человек, что составило 25,4 % опрошенных. Вторым по популярности ответом стала сумма

свыше 75 тысяч рублей, 23,7 % готовы отдать за путешествие данную сумму. 13 человек готовы потратить отдать за тур от 31 до 50 тысяч рублей, 9 респондентов от 51 до 75 тысяч. Только 8 опрошенных готовы заплатить за тур менее 15 тысяч по различным причинам.

Данные полученные из данного вопроса показывают, что туристы готовы платить за отдых и большая часть опрошенных имеет высокий платежный потенциал.

Также был задан вопрос о сумме, которую туристы готовы потратить на гастрономический тур (Табл. 6). По данным таблицы мы можем заметить, что на гастрономический тур опрошенные готовы потратить значительно меньше, чем на другие туры и отдых в целом. Это объясняется неосведомленностью туристов о данном виде туризма.

Таблица 6 – Сумма, которую респонденты готовы потратить на гастрономический тур

Сумма в тыс. руб.	Число респондентов	Процент респондентов
До 10	7	11,9
11-20	17	28,8
21-35	20	33,9
36-50	10	16,9
Более 50	5	8,5
Всего	59	100

Однако при анализе мы видим не состыковку, люди хотят путешествовать, даже готовы платить за это не маленькие деньги, но среди опрошенных совершают туристические поездки регулярно лишь единицы. Для выявления препятствий для совершения туристических поездок респондентам был задан вопрос о причинах отказа от путешествий (Табл. 7).

Наиболее популярным ответом среди туристов стал ответ «недостаток финансов», это причины выбрали 63,8 % респондентов. Высокий показатель объясняется тем, что гастрономические туры достаточно дорогие. Нижний порог стоимости гастрономических туров 9 тысяч рублей. Такие туры

предлагаются в Одоев и рассчитаны на 2 дня, перелет до места назначения не входит в стоимость тура.<sup>20</sup>

Второй причиной, препятствующей людям путешествовать стала работа. Данным образом ответили 27,6% респондентов. Прочие ответы составили всего 8,6 процентов, в них вошли такие причины как семья, учеба и другие.

Таблица 7 – Причины отказа от туристических поездок

Причина	Количество респондентов	Процент респондентов
Недостаток финансов	37	63,8
Работа	16	27,6
Семья	3	5,2
Учеба	1	1,7
Прочее	1	1,7
Всего	58	100

Также в рамках дипломной работы был проведен анализ, направленный на выявление значимости качества питания в туристических поездках. В ходе опроса удалось установить, что питание играет очень важную роль в туре. Средний балл по шкале важности питания в турах составил 8,79 (Табл. 8).

Таблица 8 – Важность питания в туристических поездках

Балл	Количество респондентов	Процент респондентов
1	0	0
2	0	0
3	0	0
4	1	1,7
5	1	1,7
6	1	1,7
7	8	13,6
8	12	20,3
9	8	13,6
10	28	47,5
Всего	59	100

Еще одним наиболее важным вопросом при разработке туристического продукта, в особенности гастрономического тура является предпочтения туристов касемо кухни. В ходе опроса было выявлено, что лидерами опроса являются: русская, китайская/японская, кавказская кухни. Важно отметить то,

<sup>20</sup> Go.tutu. [Электронный режим]. Режим доступа : <https://go.tutu.ru/tury/na-prirodu/tour2411>. – 22.04.2022.



что предпочтения у одного и того же человека могут отдаваться не только одной кухне, поэтому респондентам давалась возможность указать до трех национальных кухонь (Табл. 9).

Таблица 9 – Гастрономические предпочтения туристов

Национальная кухня	Количество голосов	Процент респондентов
Русская	27	27,54
Китайская/японская	35	35,7
Кавказская	35	35,7
Средиземноморская	1	1,02
Не имеет значения	4	5,1
Всего	102	100

В сложившейся ситуации мирового кризиса, связанного с пандемией и политической ситуацией, туристическая сфера претерпевает колоссальные изменения. Наблюдается тенденция при выборе направления туризма, все больше людей выбирает внутренние направления по той или иной причине. Данная тенденция прослеживается и при опросе респондентов (Табл.10)

Большая часть опрошенных, а именно 60,3 % предпочли направления в пределах РФ. Только 39,7%, опрошенных респондентов предпочли выездной туризм, что является достаточно низким показателем. Ранее фиксировалось преобладание выездного туристического потока. Так на 2014 год, в результате прироста числа внутренних туристических поездок соотношение составило выездного туризма к внутреннему составило 55% на 45%.<sup>21</sup>

Таблица 10 – Предпочтение туристов в выборе направления туризма

Направление туризма	Количество респондентов	Процент респондентов
Внутренний туризм	35	60,3
Выездной туризм	23	39,7
Всего	58	100

Одной из составляющих анализа потенциала гастрономического туризма в г. Благовещенск было интервьюирование шеф-поваров заведений, таких как «Осетинские пироги», «Кипарис», «Ани».

<sup>21</sup> Туризм и туристические фирмы по данным Росстат [Электронный режим]: Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/#i-4>. – 21.05.2022.

В результате интервью с шеф-поваром ресторана «Кипарис» Капустиным Ю.Ю. была выявлена заинтересованность заведения в разработке и запуске гастрономических туров на территории города Благовещенск. Данные туры могли бы привлечь внимание жителей города и способствовать популяризации заведения. Также туры позволят поварам заведения продемонстрировать свои познания в приготовлении блюд грузинской национальной кухни.

За 2021 год были проведены детские мастер-классы по приготовлению хачапури, хинкали и других блюд грузинской кухни. Параллельно с этим жители города под руководством бренд-бармена Хмелевского С. обучались приготовлению освежающих напитков. Мероприятия вызвали большой интерес у детей и их родителей, усилили интерес к культуре и кухне Грузии, у многих участников мастер класса появилось желание, если не посетить страну, то узнать о ней новые факты, попробовать себя в приготовлении еще не изученных блюд.

Ранее ресторан «Кипарис» принимал участие в кулинарных форумах, проводимых в Краснодарском крае и Московской области. Данное заведение является наиболее заинтересованным в разработке гастрономических туров и проведении фестивалей на территории города и области, так как понимает возможности профессионального роста своего персонала, путем обмена опыта.

Одним из заведений, заинтересованных в разработке гастрономических туров является кафе осетинской кухни «Осетинские пироги». Персонал заведения готов научить туристов приготовлению осетинских пирогов и национального крафтового пива. По аналогии с рестораном «Кипарис», проведение мастер-классов повысит узнаваемость заведения и поможет в создании благоприятного образа заведения.

По словам шеф-повара Инны Казбековны, кафе до этого времени не практиковало подобные мероприятия, однако готово попробовать себя в новом направлении.

В ресторане армянской кухни «Ани» ситуация обстоит немного другим образом, так как шеф-повар и управляющий заведением убеждены, что

раскрывать секреты приготовления национальных блюд является недопустимым для повара. Однако, представители предприятия готовы сотрудничать и обслужить туристов по высшему разряду.

Стоит отметить, что именно в этом заведении персонал имеет специальное образование в области общественного питания. Практически все официанты имеют диплом об окончании Ереванской ассоциации барменов и официантов. Данный факт не может не радовать, так как персонал может не только вынести блюдо, но еще и очень «вкусно» его преподнести. Как дополнение к дегустации есть возможность насладиться живой музыкой. В заведении можно услышать национальные армянские песни, мелодии, исполняемые на дудук.

Обобщая выше сказанное, мы можем сказать, что, посещая мастер классы и получая «пробную» версию гастрономического туризма люди находят для себя новую нишу для туризма. Увеличивается заинтересованность населения по отношению к кухне, а также к стране или региону в целом. Заведения в свою очередь получают дополнительный доход, повышают популярность и создают имидж открытого и надежного предприятия.

Обращая внимание непосредственно на гастрономический туризм в пределах Амурской области, то потенциальным туристам наиболее интересна кухня народов Кавказа и китайская кухня.

Подводя итоги анализа, мы можем предположить, что для туристов будет интересен недорогой гастрономический тур по ресторанам кавказской кухни без посещения данных стран или регионов страны.

## 3 РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА НА ТЕРРИТОРИИ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ЗАВЕДЕНИЯМ КАВКАЗСКОЙ КУХНИ

### 3.1 Программа гастрономического тура по Амурской области

Опираясь на проведенный анализ потребительского рынка в частности гастрономических туров уже реализуемых в Амурской области был создан туристический продукт, ориентированный на предпочтения населения Амурской области.

Гастрономический тур был разработан по заведениям г. Благовещенск имеющим в своей концепции ориентированность на кухню Кавказа и Закавказья, а именно: армянская, грузинская, осетинская кухни. В программу тура будет входить посещение заведений с дегустацией блюд национальной кухни, а также мастер классы по приготовлению блюд.

Программа тура рассчитана на 5 суток, в течении которых туристы смогут посетить наиболее колоритные заведения кавказской кухни, расположенные в пределах города.

Основными особенностями тура являются:

1) питание туристов будет осуществляться не только блюдами кавказской кухни, но и русской в ресторане гостиницы. Обед и ужин будут проходить в заведениях, в которых будут проводиться мастер классы и дегустации;

2) предполагается проведение 2-3 мастер-классов по приготовлению блюд грузинской и осетинской кухни, с целью повышения интереса к культуре данных народов;

3) тур разрабатывается для небольшой группы, численностью 10-15 человек. Данное количество туристов позволит больше внимания уделить туристам при мастер классах и даст возможность индивидуально уделить время каждому туристу, ответив на интересующие его вопросы.

Далее рассмотрим организацию тура по дням.

В первый день состоится сбор туристов и заселение их в гостиницу «Дружба». Время сбора туристов с 11:00 до 11:30, за это время проходит ознакомление туристов с утверждённой программой тура, проверка документов, необходимых для заселения. Заселение будет проходить с 11:30 до 12:00. Этого времени хватит для оформления документации и расселения по номерам. Далее планируется дегустация блюд грузинской кухни в ресторане «Maragi». В ходе дегустации туристам будет предложены блюда новой грузинской кухни и фирменные напитки.

В 15:00 планируется окончание дегустации. При желании туристы могут приобрести блюда с собой. Далее планируется трансфер в гостиницу, после чего туристам предоставляется свободное время до 18:30.

В 18:00 планируется экскурсия «Вечерний Благовещенск» по памятным местам города. Во время экскурсионной программы туристы могут насладиться живописным пейзажем города и узнать об истории памятников, расположенных на набережной. Продолжительность экскурсии 2 часа.

После экскурсионной программы запланирован ужин в кафе осетинской кухни, расположенном в здании гостиницы «Дружба». Продолжительность ужина 1 час, с 20:00 до 21:00. Туристам будет предложены национальные пироги с различными начинками и ароматный травяной чай.

Второй день.

Программа тура во второй день наиболее насыщена. Утро туристов начинается с завтрака 7:00-10:00. Далее предоставляется час свободного времени. В 11:00 планируется сбор туристов, после чего вместе с гидом они отправятся в ресторан грузинской кухни «Кипарис» на мастер-класс по приготовлению хинкали. Начало мастер-класса запланировано в 11:30, окончание в 13:00.

После мастер класса туристов отвезут в гостиницу, где будет проведен урок настоящей кавказской лезгинки. Занятие будет проводиться с 14:00 до 14:45. Далее туристам предоставляется свободное время до 17:00. В свободное

время, когда туристы смогут насладиться красотой города и посетить такие места, как парк Дружбы, Первомайский и Центральные парки.

В 17:00 планируется сбор туристов и трансфер в ресторан армянской кухни «Ани», где на пышном банкете туристы смогут отведать такие блюда как садж, бастурма, люля-кебаб и хинкали. Окончание ужина запланировано на 21:00, далее трансфер в гостиницу.

Третий день.

На третий день тура запланирован завтрак 7:00-10:00, далее сбор туристов до 10:30 и трансфер на экскурсию «Благовещенск. Вход со двора или изнанка». В процессе экскурсии туристы могут познакомиться с историей города с самой необычной стороны. Гид расскажет туриста о местах, где были раньше курильни опиума, кабаки и где предпочитал проводить свое время Антон Павлович Чехов. Окончание экскурсии запланировано в 12:30.

После окончания экскурсии туристов ждет посещение кафе азербайджанской кухни «Астара». Продолжительность обеда 2 часа с 13:00 до 15:00.

После обеда туристов ждет увлекательный мастер-класс по приготовлению осетинских пирогов, сопровождаемый рассказом о истории их происхождения, символике. По окончании мастер-класса туристы смогут попробовать приготовленные ими пироги.

Четвертый день.

На четвертый день путешествия запланирован завтрак с 7:00-10:00. Далее следует экскурсия на фабрику «Зея», где туристы смогут узнать секреты приготовления своих любимых сладостей.

После экскурсии туристы проедут в чайхану «Барашка», где насладятся блюдами восточной кухни. Окончание обеда запланировано на 15:00, далее получасовая прогулка до гостиницы с рассказом о старинных домах, расположенных на отрезке от заведения до гостиницы. Вечером туристы посетят заведение китайской кухни «Ирис». Именно тут туристы смогут отведать настоящую утку по-пекински. Расположение в светлом банкетном зале

и расслабляющая фоновая музыка прекрасно дополняют вечер. Завершение ужина планируется в 21:00. В 21:00 за туристами подъедет автобус и отвезет туристов в гостиницу.

Пятый день.

Пятый день является завершающим в нашей программе тура. Утром с 7:00 до 10:00 состоится завтрак, так же в гостинице. Далее следует выселение туристов.

Таблица 11– Программа тура

Время	Мероприятие
1	2
1-й день	
11:00-11:30	Сбор туристов
11:30-12:00	Заселение в номера
12:00-12:15	Посадка в экскурсионный автобус
12:15-12:30	Трансфер к ресторан «Marani»
12:30-15:00	Обед в ресторане «Marani» (новая грузинская кухня)
15:00-15:15	Трансфер к гостинице «Дружба»
15:15-18:30	Свободное время
18:30-18:45	Трансфер туристов до места начала экскурсии
18:45-20:45	Экскурсия «Вечерний Благовещенск»
20:45-21:00	Трансфер к гостинице «Дружба»
21:00-22:00	Ужин в кафе «Осетинские пироги»
22:00	Отдых туристов
2-й день	
7:00-10:00	Завтрак в гостинице «Дружба» (русская кухня)
10:00-11:00	Свободное время
11:00-11:15	Сбор туристов
11:15-11:30	Трансфер туристов в ресторан «Кипарис» на Мастер-класс
11:30-13:00	Мастер-класс по приготовлению хинкали. Дегустация
13:00-13:15	Сбор туристов. Трансфер в гостиницу
13:15-13:45	Свободное время
13:45-14:00	Сбор туристов
14:00-14:45	Урок лезгинки
14:45-17:00	Свободное время
17:00-17:15	Сбор туристов
17:15-17:30	Проезд к ресторану «Ани»
17:30-21:00	Ужин в ресторане «Ани»
21:00-21:15	Трансфер в гостиницу
21:15	Отдых
3-й день	
7:00-10:00	Завтрак
10:00-10:30	Свободное время
10:30-10:45	Сбор туристов и посадка в автобус
10:45-11:00	Проезд до места начала экскурсии
11:00-12:30	Экскурсия «Благовещенск. Вход со двора или изнанка»

1	2
12:30-12:45	Сбор туристов. Посадка в автобус
12:45-13:00	Трансфер к кафе «Астара»
13:00-15:00	Обед в ресторане «Астара» (азербайджанская кухня)
15:00-15:25	Сбор туристов. Трансфер в гостиницу.
15:25-18:30	Свободное время
18:30-18:45	Сбор туристов
18:45-21:30	Мастер класс по приготовлению осетинских пирогов. Дегустация
21:30	Отдых туристов
4-й день	
7:00-10:00	Завтрак
10:00-10:15	Сбор туристов. Посадка в автобус
10:15-10:30	Трансфер к фабрике «Зея»
10:30-12:00	Экскурсия по фабрике «Зея»
12:00-12:20	Сбор туристов. Трансфер в чайхану «Барашка»
12:20-15:00	Обед в чайхане «Барашка»
15:00-15:30	Прогулка по улице Ленина «Истрия домов и их жильцов»
15:30-17:30	Свободное время
17:30-17:45	Сбор туристов
17:45-18:00	Трансфер к ресторану «Ирис»
18:00-21:00	Ужин в ресторане «Ирис»
21:00-21:15	Сбор туристов
21:15-21:30	Трансфер туристов в гостиницу
21:30	Отдых туристов
	Пятый день
7:00-10:00	Завтрак
10:00-12:00	Выселение туристов
12:00	Окончание тура

### 3.2 Калькулирование тура и обоснование его экономической целесообразности

Для расчета себестоимости туристического продукта необходимо произвести калькулирование. В экономической литературе калькулирование определяется как система экономических расчетов себестоимости единицы отдельных видов продукции (работ, услуг).

В управленческом учете используются два термина: «долгосрочный нижний предел цены» и «краткосрочный нижний предел цены». Долгосрочный нижний предел цены показывает, какую минимальную цену можно установить, чтобы покрыть полные затраты предприятия на производство и реализацию



продукции. Краткосрочный нижний предел цены – это та цена, которая способна покрыть лишь переменную часть издержек.

В настоящее время разработаны три метода ценообразования:

- 1) ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции;
- 2) ценообразование с ориентацией на спрос;
- 3) ценообразование на основе издержек (затратный метод).

При ценообразовании с ориентацией на уровень конкурентов цены устанавливаются ниже рыночных, на уровне рыночных или выше рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предлагаемой ответной реакции конкурентов.

Ценообразование с ориентацией на спрос основано на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Данный метод применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении туристического продукта клиентами. При этом выявляется потолок цен – максимальная сумма, которую потребитель будет готов уплатить за данную услугу.

Обоснование цены на основе издержек построено на калькулировании полной себестоимости туристского продукта.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Такой метод позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта.

В основе данного метода лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Калькуляция – это документ, в котором рассчитывается и которым оформляется продажная цена турпродукта при затратном методе ценообразования.

В зависимости от целей калькулирования различают:

- 1) плановую (нормативную) калькуляцию (составляется на плановый период на основе действующих на начало этого периода норм и смет);
- 2) фактическую (отчетную) калькуляцию (отражает совокупность всех понесенных затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг));
- 3) сметную калькуляцию (рассчитывается при проектировании новых видов продукции (работ, услуг) при отсутствии норм расхода).

Для калькулирования нового туристского продукта в сфере культурно-познавательного туризма наиболее подходящим является метод ценообразования на основе издержек (затратный метод). По цели же калькулирования будет использоваться плановая калькуляция

Рассчитаем прямые затраты:

- 1) Транспортные затраты:

В связи с тем, что основополагающая часть туристов будет из Амурской области включать переезд до места назначения в город не является целесообразным. Однако, необходимо будет произвести расчет аренды автобуса на время экскурсионной программы и трансфера от ресторанов до гостиницы.

Производить перевозку туристов будет компания ООО «Автосфера». Все трансферы будут производиться на комфортабельном автобусе Мерседес. Стоимость аренды транспорта составит 1300руб/час.<sup>22</sup>

Для трансфера туристов необходимо будет арендовать автобус на 9,5 часов. Исходя из стоимости аренды автобуса (1300 руб./час), рассчитанного на 16 человек сумма аренды составила 12 350 руб.

- 2) Расходы на проживание:

Проживание туристов будет происходить в гостинице «Дружба» в номерах, рассчитанных на 3 человека. Для группы, состоящей из 12 человек нам потребуется 4 номера. Для гида номер не потребуется, так как проживает он на территории города.

---

<sup>22</sup> Автосфера. [Электронный режим]. Режим доступа : <http://avtosfera28.ru/index.php> . – 26.05.2022.

Стоимость проживания в трехместном номере, составит 6 тыс. рублей.<sup>23</sup>  
 Исходя из того, что продолжительность тура составит 4 дня, а потребуется нам 4 номера, мы можем рассчитать затраты на проживание туристов:

$$Z_n = 6000 \times 4 \times 4 = 96000 \text{ руб.}$$

3) Расходы на питание:

Таблица 11 – Расходы на питание

Место питания	Вид питания	Цена, руб.	Количество	Сумма, руб.
Гостиница «Дружба»	Завтрак	-	4	-
Ресторан «Magani»	Обед	1800	1	1800
Ресторан «Ани»	Обед	1100	1	1100
Ресторан «Кипарис»	мастер-класс	1500	1	1500
Кафе «Осетинские пироги»	Ужин	850	1	850
Кафе «Осетинские пироги»	мастер-класс	1300	1	1300
Ресторан «Ирис»	Ужин	1477	1	1477
Кафе «Астара»	Обед	700	1	700
Чайхана «Барашка»	Обед	1400	1	1400
Итого	—	—	—	10127

Стоимость питания на 1 человека:

$$1800 \times 1 + 1500 \times 1 + 1100 \times 1 + 850 \times 1 + 1300 \times 1 + 1477 \times 1 + 700 \times 1 + 1400 \times 1 = 10127 \text{ руб.}$$

Стоимость питания на группу:

$$10127 \times 12 = 121524 \text{ руб.}$$

4) Расходы на экскурсионную программу:

— Экскурсия «Вечерний Благовещенск»:

$$500 \times 12 = 6000 \text{ руб.}$$

— Экскурсия «Благовещенск. Вход со двора или изнанка»:

$$700 \times 12 = 8400 \text{ руб.}$$

— Экскурсия на фабрику «Зея»:

$$600 \times 12 = 7200 \text{ руб.}$$

<sup>23</sup> Автосфера. [Электронный режим]. Режим доступа : <http://avtosfera28.ru/index.php> . – 26.05.2022.

Урок лезгинки:

$400 \times 12 = 4800$  руб.

Итого 26400 на группу, 2200 на 1 человека.

Прямые затраты = транспортное обслуживание + проживание + питание + экскурсионная программа.

Итого прямые затраты будут равны: 256274 на группу, 21356 на 1 человека.

Рассчитаем косвенные затраты (10%):  $256274/10 = 25627,4$  руб. на группу,  $25627,4/12 = 1780$  руб. на человека.

Заработная плата гида начисляется за дни, проведенные с туристами, а именно 4 полных рабочих дня. По фиксированному тарифу оплата за 1 рабочий день составляет 2500 руб. Общая сумма заработной платы за время тура составила 10000 руб.

Сумма косвенных затрат на туристический продукт составила:

$25627,4 + 10000 = 35627,4$  руб.

Сумма прямых и косвенных затрат дает полную себестоимость продукта:

$256274 + 35627,4 = 291901,4$  руб.

Прибыль (10% от полной себестоимости продукта) равна:

$291901,4 \times 0,1 = 29190,14$  руб.

Продажная цена турпродукта:

$291901,4 + 29190,14 = 321091,54$  руб. на группу

$321091,54/12 = 26757,6$  руб. на 1 человека

Калькуляция на группу из 12 человека представлена в таблице 12.

Таблица 12 – Калькуляция на группу 12 человек по туру «Кавказ в Приамурье»

Наименование статей	Показатели, %	Показатели на 1 чел., руб.	Показатели на группу, руб.
1. Прямые затраты			
Транспорт: Аренда автобуса		1029,2	12350
Проживание: 3-х местный номер		6000	96000
Питание: Экскурсии		10127 2200	121524 26400
2. Косвенные затраты	10	2969	35627,4

## Продолжение таблицы 12

3. Полная себестоимость турпродукта		-	291901,4
4. Прибыль	10	-	29190,14
5. Продажная цена турпродукта		26757,6	321091,54

Следует отметить, что для рентабельной работы туристической фирмы обязательно нужно рассчитать критический объём продаж (точку безубыточности). Этот показатель обуславливает необходимый объём продаж, который требуется для покрытия всех затрат на производство и реализацию туристического продукта за отчётный период времени, однако, при этом, не позволяет получить прибыль.

Формула расчета критического объема продаж выглядит следующим образом:

$$Q_{кр} = \frac{Z_{constA}}{P - Z_{cp.var}}, \quad (1)$$

где  $Z_{constA}$  – постоянные издержки;

$P$  – цена одной туристической путёвки;

$Z_{cp.var}$  – средние переменные издержки.

Постоянные затраты в месяц (приблизительно) составят:

Аренда офисного помещения – 25000 рублей (24 кв.м.). В стоимость аренды уже включены: Интернет, парковочные места. Коммунальные услуги и услуги связи – 4000 рублей

Зарплата директору – 35000 рублей

Зарплата менеджерам –  $18000 * 2 = 36\ 000$  рублей

Расходы на канцелярские товары – 1000 рублей

В случае, если наши постоянные затраты суммарно будут составлять 10100 рублей в месяц, мы получаем:

$$Q_{кр} = \frac{101000}{26757,6 - 21356} = 19 \text{ Путевок} \quad (2)$$

Для того, чтобы туристическая фирма не понесла убытков, необходимо продать 19 путевок за 1 месяц

В случае, если туристическая фирма рассчитывает получить за обозначенный период времени выручку в размере 100 тыс. руб., необходимо будет воспользоваться анализом безубыточности и рассчитать объем продаж, необходимый для реализации преследуемой цели.

$$Q_{пл} = \frac{Z_{const} + R}{P - Z_{cp.var}}, \quad (3)$$

где  $Q_{пл}$  – планируемый объем продаж;

$R$  – прибыль;

$$Q_{пл} = (101000 + 100000) / (26757,6 - 21356) = 38 \text{ путёвок}$$

Данный объем туристических путевок является вполне реализуемым для туристической фирмы, так как является уникальным в своем роде и способен привлечь достаточное количество туристов, а следственно принести прибыль предприятию, реализующему, предлагаемый туристический продукт.

Опираясь на разработку внутреннего гастрономического тура для туристов в Амурской области в главе 3 дипломной работы возможно сделать следующие обобщающие выводы:

1) к реализации предлагается туристический продукт, основанный на выявленном в главе 2 интересе граждан Амурской области к блюдам национальной кухни народов РФ и Кавказа, ввиду их существенного отличия от блюд традиционной русской кухни. Возможность реализации данного турпродукта обуславливается, прежде всего, наличием значительного количества ресторанов национальной кухни в г. Благовещенске;

2) предлагаемый тур рассчитан на 5 дней, в течение которых туристам будут предложены 6 национальных кухонь, 2 мастер-класса по приготовлению национальных блюд, а также 4 экскурсии. При этом, предполагается, что в процессе тура туристы будут ночевать в гостинице «Дружба», которая имеет наиболее выгодное расположение относительно мест показа и заведений;

3) одной из особенностей данного тура является то, что в гастрономическом туре представлена не только кухня народов Кавказа, но также и русская. Это предусмотрено в первую очередь стремлением избежать пищевую непереносимость у туристов, так как кавказская кухня может быть слишком жирной и острой;

4) проведённый расчёт затрат показал, что себестоимость тура составляет 24,3 тыс. руб. в группе из 12 туристов. Основная часть затрат связана с питанием туристов и обуславливается гастрономической направленностью тура. Прочие расходы, такие, как аренда автотранспорта, а также заработная плата работников составляет в совокупности составляет не более 20%;

5) стоимость тура является приемлемой для туристов со средним и высоким уровнем дохода. Насыщенность программы и уровень обслуживания соответствуют цене, что позволяет сделать вывод о целесообразности тура и его популярности у туристов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гастрономический туризм одно из наиболее интересных веяний моды в туризме. Данный вид туризма завоевывает сердца туристов своим шармом и многообразием способов подачи. Каждый путешественник сможет найти что-то интересное для себя, будь то дегустация вина в Абрау-Дюрсо или повышение профессиональных навыков на мастер-классах.

Развитие гастрономического туризма в Амурской области позволит увеличить качество услуг питания, а также обеспечит дополнительные вливания в бюджет в области.

Разработанный туристический продукт базируется на интересах потенциальных туристов, проживающих в Амурской области. Предпочтения туристов были проанализированы во 2 главе дипломной работы. Кроме этого в рамках дипломной работы было проведено интервьюирование поваров ресторанов и кафе, с целью выявления заинтересованности в проведении мастер-классов и развитии гастрономического туризма в целом.

Предложенный туристический продукт входит в ценовую категорию бюджетных туров и позволить себе его смогут достаточно большое количество потребителей.

Себестоимость тура составляет 24,3 тыс. руб. в группе из 12 туристов. Основная часть затрат связана с питанием туристов и обуславливается гастрономической направленностью тура. Прочие расходы, такие, как аренда автотранспорта, а также заработная плата работников составляет в совокупности составляет не более 20%



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Автосфера. [Электронный режим]. Режим доступа : <http://avtosfera28.ru/index.php> . – 26.05.2022.
- 2 Анискин, Ю. П. Общий менеджмент: Учебник по общей теории менеджмента / Ю. П. Анискин. - М.: РМАТ, 2003.– 13 с.
- 3 Amurstat. [Электронный режим]. Режим доступа: [https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23\\_1\\_8.htm](https://amurstat.gks.ru/storage/mediabank/52YNx4XP/23_1_8.htm). – 25.01.2022.
- 4 Екеc.ru. [Электронный режим]. Режим доступа : <https://ekek.ru/rejting-bezopasnosti-stran-2021-goda-crime-index-by-country>. – 21.04.2022.
- 5 Go.tutu. [Электронный режим]. Режим доступа : <https://go.tutu.ru/tury/na-prirodu/tour2411>. – 22.04.2022.
- 6 Rosstat. Сборник «Россия в цифрах». [Электронный режим]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12993>. – 25.01.2022.
- 7 Аванесова, Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова. — М: Аспект Пресс, 2013. – 165 с.
- 8 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учебник. / М. Б. Биржаков. – М.: ГЕРДА, 2014. – 29 с.
- 9 Гастрономический туризм в России. Популярные гастрономические туры по России. [Электронный режим]: Режим доступа: <http://turstat.com/bestgastronomictoursrussia2022>. – 25.04.2022.
- 10 Гостиница Дружба. [Электронный режим]: Режим доступа : <https://hoteldruzhba.ru/reservation>. – 31.05.2022.
- 11 Джум, Т.А. Организация и технология питания туристов / Т.А. Джум. – М.: ИНФА, 2018.– 54 с.
- 12 Драчева, Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы. /Е.Л. Драчева, Т.Т. Христова. – М.: КноРус, 2015. – 36-50 с.

- 13 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. / А. П. Дурович. – М.: Знание, 2014. – 236 с.
- 14 Здоров, А. Б. - Экономика туризма. / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 134 с.
- 15 Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник. / И. В. Зорин. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 87 с.
- 16 Каурова, А. Д. Организация сферы туризма./ А.Д. Каурова. – СПб. : Герда, 2015. – 161 с.
- 17 Кляп, М. П. Современные разновидности туризма: учебное пособие / М.П. Кляп. – М.: Знание, 2011. – 334 с.
- 18 Королева, Инновационные виды туризма / И. С. Королева, И. Д. Маркова. – Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2013. – 22 с.
- 19 Кусков, - Рекреационная география. / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. – М.: Флинта, 2014. – 135 с.
- 20 Линькова, Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий / А.А. Линькова, А.Г. Максименко// Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2014. №1. 187- 190 с.
- 21 Малыгина, К вопросу о формировании винно-гастрономических туров в Крыму / М.В. Малыгина, А.Ю. Герасева // Сборник статей и тезисов докладов международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей «От синергии 60 знаний к синергии бизнеса». – Омск: Полиграфический центр КАН, 2015. – 67-70 с.
- 22 Министерство внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области [Электронный режим]: Режим доступа: <http://www.vstamur.ru/activity/tourism>. – 01.02.2022.
- 23 Очилова, Гастрономический туризм: теория и практика : учебник / Х. Ф. Очилова, Д. С. Умирова. – М.: Директ-Медиа, 2021. – 160 с.

24 Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы): федер.целев. программа: Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644

25 Туризм и туристические фирмы по данным Росстат [Электронный режим]: Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/#i-4>. – 21.05.2022.

26 Федеральный Закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 4 октября 1996 г

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Вопросы анкетирования

№	Вопрос	Варианты ответа
1	2	3
1	Укажите, пожалуйста, ваш пол	Мужской Женский
2	Укажите, пожалуйста, ваш возраст	До 18 18-25 26-45 Старше 45
3	Укажите, пожалуйста, как часто вы путешествуете	Более трех раз в год 1-2 раза в год 1 раз в 2-3 года Реже 1 раза в 4 года Не путешествую
4	Укажите, пожалуйста, какую сумму вы готовы потратить на отдых	До 15 тыс. руб. До 30 тыс. руб. До 50 тыс. руб. До 75 тыс. руб. Свыше 75 тыс. руб.
5	Укажите, пожалуйста, какую сумму вы готовы потратить на гастрономический тур	До 10 тыс. руб. 10-20 тыс. руб. 20-35 тыс. руб. 35-50 тыс. руб. Свыше 50 тыс. руб.
6	Оцените, пожалуйста, важность питания в туристических поездках	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7	Укажите, пожалуйста, какие факторы препятствуют туристическим поездкам	Недостаток финансов Семейные и/или дом Работа Другой вариант
8	Укажите, пожалуйста, какие по продолжительности гастрономические туры вы бы хотели приобрести	Туры выходного дня Туры длительностью до 7 дней До 10 дней Свыше 10 дней

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

1	2	3
9	Укажите, пожалуйста, акая кухня была бы вам интересна в гастрономическом туре ( до 3 вариантов)	Русская
		Кавказская
		Китайская/Японская
		Европейская
		Свой вариант ответа
10	Укажите, пожалуйста, какие кафе/рестораны кавказской кухни вы знаете	Свой вариант ответа
11	Укажите, пожалуйста, в какое время года предпочитаете путешествовать	Лето
		Осень
		Зима
		Весна
		Не имеет значения
12	Укажите, пожалуйста, с кем бы вы предпочли путешествовать	С семьей
		С друзьями
		Одному
		Другой вариант
13	Укажите, пожалуйста, предпочитаете организовывать путешествия сами или покупать готовые туры	Организовывать самому
		Покупать готовые
14	Укажите, пожалуйста, какой вид туризма предпочитаете	Внутренний
		Выездной
15	Хотелось бы вам путешествовать чаще?	Да
		Нет

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Меню дегустаций

Таблица Б 1 – Меню дегустации в ресторане «Ирис»

Название блюда	Количество порций	Стоимость Блюда	Сумма
Хэйхэ	2	480	960
Салат из кальмара с огурцом	1	650	650
Салат И–рис	1	590	580
Чисанчи	2	550	1100
Японский тофу с овощами	2	680	1360
Говядина пивном соусе	1	780	780
Курица в кисло-сладком соусе	2	650	1300
Пельмени с говяжьим фаршем	1	550	550
Пельмени с черемшой и яйцом	1	490	490
Теплый салат из осьминога	1	750	750
Брусочки баклажана по-тайски	1	560	560
Утка по-пекински	1	4000	4000
Рис с овощами и яйцом	2	330	660
Побеги чеснока со свиной	1	590	590
Мидии в чесночном соусе	2	850	1700
Сок рич	280	6	1680
Итого	–	–	17720

Таблица Б 2 – Меню дегустации в ресторане «Marani»

Меню дегустации	Количество порций	Стоимость блюд	Сумма
Ассорти из шашлыка	2	3400	6800
Дорадо	1	740	740
Овощи на гриле	2	760	1520
Хачапури по-аджарски	2	510	1020
Хачапури по-мегрельски	2	620	1240
Грузинский хлеб	2	170	340
Жаренный сыр с сальсой	2	610	1220
Сет пхали	2	610	1220
Аджапсандал	3	740	2220
Цыпленок Табака	2	1010	2020
Хинкали традиционные	2	460	920
Ткемали	2	180	360
Наршараб	2	130	260
Сок	6	280	1680
Итого	–	–	21614

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица Б 3 – Меню дегустации в кафе «Осетинские пироги»

Название блюда	Количество порций	Стоимость блюд	Сумма
Пирог Фыджын	2	1080	2160
Пирог с картофелем и сыром	2	750	1500
Пирог с сыром и листьями свеклы	2	1150	2300
Салат Тбилиси	4	280	1400
Аджика	3	30	90
Морс	3	150	450
Баганы	3	190	1140
Хинкали	12	90	1170
Итого	–	–	10210

Таблица Б 4 – Меню дегустации в ресторане «Ани»

Название блюда	Количество порций	Стоимость блюд	Сумма
Салат Ани	4	300	1200
Салат Ереван	2	250	500
Лобио	2	250	500
Баклажаны жаренные с творогом и грецким орехом	2	250	500
Садж большой со свиной	2	2300	4600
Морс	6	280	1680
Ткемали	2	80	160
Аджика	2	40	80
Долма	3	320	960
Ассорти из армянских сыров	1	450	450
Ассорти мясное	2	270	540
Ассорти из армянских солений	2	390	780
Куриные люля-кебаб	4	320	1280
Итого:	–	–	13230

Таблица Б 5 – Меню дегустации в чайхане «Барашка»

Название блюд	Количество порций	Стоимость блюд	Сумма
Салат «Мимоза» банкетное меню	1	1140	1140
Утка запеченная	2	1950	3900
Байрам-кой	2	2450	4900
Плов	3	510	1530
Овощи на гриле	3	510	1530
Лепешка из тандыра	7	100	700
Айран	2	360	780
Копченый чай на молоке с медом	4	280	1120
Морковный торт	1	1200	1200
Итого	–	–	16800

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица Б 6 – Меню дегустации в кафе «Астара»

Название блюд	Количество порций	Стоимость блюд	Сумма
Гыз галасы (салат)	2	400	800
Теплый салат из запеченных овощей	2	300	600
Овощная тарелка	3	250	750
Шашлык из свинины	4	400	1600
Люля-кебаб говяжий	4	400	1600
Баклажан лявянги	3	250	750
Кюфта	6	200	1200
Морс	6	150	900
Хлебная корзинка	2	100	200
Итого	–	–	8400