



Министерство спорта
Российской Федерации



Дирекция спортивных
и социальных проектов



Поволжская государственная
академия физической культуры,
спорта и туризма

VI Всероссийская научно-практическая конференция
молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов

«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»,

посвященная десятилетию
победы Казани в заявочной
кампании на право проведения
XXVII Всемирной летней
универсиады 2013 года и 5-летию
проведения Универсиады-2013

КАЗАНЬ,
24 АПРЕЛЯ 2018 ГОДА



ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЗА РУБЕЖОМ

*Галеева Э. С., студент,
Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма
Научный руководитель – ст. преподаватель Сморгков В.Ю.*

Неразрывно связана с пониманием богатства и многообразия культуры России Республика Татарстан, являющаяся не только важным экономическим и промышленным центром России, но и носителем особой атмосферы, где неповторимо сочетаются ценнейшие образцы этнического искусства, архитектурные памятники, места, связанные с выдающимися историческими событиями, жизнью замечательных людей, природные достопримечательности.

Гастрономический туризм является специфическим видом туризма, он не имеет достаточного развития среди туристского населения нашей страны, а соответственно не имеет устойчивого положения на рынке [4]. Но он вполне может претендовать на звание новой формы туристского продукта, и естественно способствовать развитию туристского потока особенно внутри страны, а также как способ привлечения иностранных туристов.

Республика Татарстан и город Казань интересны своими кулинарными обычаями. Здесь широко представлены многие направления гастрономического туризма, связанного с традиционными культурами народов республики, и прежде всего, татарской. Помимо наличия богатых кулинарных традиций, стоит отметить, что сегодня в Республике Татарстан активно развивается и инфраструктура питания, что позволяет туристам знакомиться с кухней татарского народа на достаточно высоком уровне сервиса. Открываются и целые комплексы, посетители которых могут познакомиться не только с традиционной кухней, но и узнать многое о культуре данного народа. [2] Пример такого досугового комплекса является национальная деревня «Туган авылым», в центре города Казани, среди современных домов и построек. Здесь много акцентов именно деревенской тематики, как например телеги с упряжкой или статуэтки кур и петухов. В общем, все для того, чтобы посетители окунулись в деревенскую атмосферу «Туган авылым», но только немного с туристической направленностью. Без сувениров в этом месте никто не останется, об этом тоже позаботились организаторы и любой желающий сможет приобрести что-то памятное о посещении родной деревни «Туган авылым». Колорит данного места завораживает и удивляет.

Продвижение гастрономического туризма Республики Татарстан за ее пределами играет немаловажную роль в развитии туризма. На настоящий момент гости республики знают о том, что в Татарстане национальная еда есть, но не знают, какая именно, путают

татарскую, казахскую и удмуртскую кухни. Немного знакомы с татарской кухней жители крупных городов, где работают супермаркеты «Бахетле» - жители Москвы, Новосибирска и Барнаула. Поэтому реклама татарского гастротуризма в магазинах этих городов привлекательна по двум причинам:

- это крупные города, а «Бахетле» расположены в крупных торговых центрах, поэтому здесь большой поток покупателей;
- реклама национальной еды в «Бахетле» взаимодействует сразу на целевую аудиторию – людей, интересующихся татарской гастрономией.

Телереклама – дорогой вид рекламы, охватывающий самый широкий, но не всегда заинтересованный слой аудитории. Но на федеральных каналах ролик будет стоить значительно дороже, чем на каналах национального телевидения, поэтому ценовым преимуществом будет обладать телеканал ТНВ (Татарстан – Новый Век), транслирующийся по спутниковому телевидению, а также он нацелен на аудиторию, интересующуюся татарской культурой.

Реклама в интернете – оптимальный вид рекламы для туристов из других регионов и стран. Создание страниц в социальных сетях, отдельного сайта, размещение информации о туре на официальных туристских порталах (Russia.Travel, Vizit Tatarstan). Этот способ менее затратный, в отличие от телерекламы и рекламы на билбордах, главное – это создание наполненного сайта и администрирование интернет-ресурсов.

Создание гастрономического бренда республики – важный вопрос. Среди туристов нет однозначного ответа о главном татарском лакомстве: для кого-то это губадия, для кого-то чак-чак, а кто-то знает Татарстан благодаря его оч-почмакам. Гастрономический бренд должен быть легко узнаваем и приходиться по вкусу максимально широкому кругу туристов [3]. Самое главное – все эти способы максимально нацелены на целевую аудиторию, что способствует наибольшей эффективности рекламы.

Таким образом, примерная стоимость рекламной кампании в год – 1452000 рублей (см. табл. 1)

Таблица 1 – Затраты на рекламу

№ п/п	Наименование	Стоимость
1.	Создание сайта	5000
2.	Реклама на телеканале ТНВ	1440000
3.	Размещение информации в буклетах «Бахетле»	2000
4.	Создание видеоролика	5000
Итого		1452000

Гастрономический туризм – дорогой и специфический вид туризма, поэтому он пока не пользуется популярностью среди жителей нашей страны. Но благодаря грамотному продвижению он сможет привлечь туристов и, по словам Леонида Гелибтермана, стать

локомотивом развития российской экономики [1].

Национальные культурные мероприятия как в Республике Татарстан, так и в городе Казани, представлены богато, и гастрономический туризм отлично вписался бы в общее развитие национального въездного туризма в целом. Национальной культуре татарского народа есть, что предложить гостям и жителям города Казань. Республика Татарстан обладает богатым историко- культурным наследием. В республике живут народы с разным историческим прошлым и культурными традициями. Сочетание, по крайней мере, трёх типов культурных взаимовлияний (тюркского, финно-угорского и славяно-русского), а также двух религий (ислама и христианства) определяет уникальность этих мест, своеобразие культуры, а также культурно-исторических ценностей. Колоритность местности поддерживается и национальной кухней народов, проживающих на данной территории. Процесс приема пищи представляется в комплексе для познания культуры и обычаев народа. Богатство нематериального культурного наследия народов Республики Татарстан создаёт широкие возможности для развития в регионе как событийного, так и гастрономического туризма. Гастрономический туризм в Республике Татарстан на сегодняшний день находится на стадии развития, имея при этом достаточные ресурсы и потенциал. Другими словами, пока не является массовым и конкурентоспособным. Но с каждым днем все больше людей осознают перспективность гастрономического направления туристического бизнеса. Наиболее целесообразным сегодня является предложение гастрономического туризма как элемента более обширной туристической программы, тем самым подготавливая аудиторию, потенциальных потребителей к путешествиям с исключительно гастрономическими целями. Данный вид туризма нуждается в развитии, с целью привлечения большего числа туристов, что является необходимым для дальнейшего развития всей туристской сферы региона.

Список литературы

1. Гастрономический туризм: Кто за чем? [Электронный ресурс] // Правда.ру. Новости и аналитика. Режим доступа: <https://www.pravda.ru/economics/rules/business/17-07-2015/1267516-polba-0/> (Дата обращения 18.03.2018)
2. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. Официальный сайт.: Режим доступа: <http://tourism.tatarstan.ru/rus/> (Дата обращения 18.03.2018)
3. Филонова А.В., Чугунова Р.В., Петрик Л.С. Совершенствование бренда современной гостиницы/ Филонова А.В., Чугунова Р.В., Петрик Л.С. // Наука и спорт: Современные тенденции. 2015. Т. 7. № 2. С. 125-130.
4. Павлова А.В., Петрик Л.С. Оценка и развитие сервисного потенциала региона. // В сборнике: Scientific and educational space: prospects of development materials of the I European international research and practice conference. Scientific publishing center "Open knowledge". 2017. С. 127-136.