

Научная статья

УДК 379.85+910 (082)

DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-151-172

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РУССКОЙ АРКТИКЕ: ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ТЕРРИТОРИИ

Валькова Т. М.¹, Глемейда А. С.²

¹ Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 119991, г. Москва, ул. Ленинские горы, д. 1, Российская Федерация; e-mail: valkovatm@yandex.ru

² Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 119991, г. Москва, ул. Ленинские горы, д. 1, Российская Федерация; e-mail: glemeida22@gmail.com

Поступила в редакцию 16.08.2023

После доработки 19.08.2023

Принята к публикации 29.09.2023

Аннотация

Цель. Рассмотреть современные тенденции развития гастрономического туризма в арктической зоне Российской Федерации (АЗРФ), изучить туристские ресурсы данного вида туризма.

Процедура и методы. В статье исследованы теоретические основы гастрономического туризма, дано определение данного вида туризма, показаны основные его объекты, виды и подвиды, исторические этапы формирования, представлена характеристика сегментов потребителей, рассмотрено состояние гастрономического туризма в Российской Федерации, основной акцент сделан на регионах арктической зоны страны. В работе использованы методы научного исследования: описательный, сравнительный, историко-географический, статистический, анализ социологических данных, картографический и метод системного подхода.

Результаты. На современном этапе развития туристской индустрии гастрономические туристские ресурсы регионов мира приобретают всё большее значение. Однако теоретическая и методическая основа гастрономического туризма слабо разработана: отсутствует общепризнанная трактовка данного понятия, нет единой системы статистического учёта туристских потоков гастрономического туризма.

В Российской Федерации гастрономический туризм – новое направление. На данный вид туризма приходится около 10% от всех приобретаемых экскурсионных программ, ежегодный прирост спроса на такие поездки составляет 17%. Лидеры по развитию гастрономического туризма в России – крупные экономические и культурные центры (Санкт-Петербург, Казань, Кубань, Калининградская область), привлекающие туристов традиционными блюдами русской, татарской и кавказской кухонь, а также кулинарными традициями балтийского региона. Русская Арктика также богата гастрономическими ресурсами, которые с каждым годом привлекают всё большее количество туристов. Лидерами по развитию гастрономического туризма в АЗРФ являются Мурманская область и Республика Саха (Якутия), на территории которых ежегодно проводятся тематические гастрономические фестивали, регионы активно продвигают локальные гастрономические бренды.

Теоретическая и/или практическая значимость. Теоретическая значимость данного исследования заключается в том, что оно позволяет глубже понять суть и методологические основы современного гастрономического туризма, раскрыть туристский потенциал развития данного вида туризма в АЗРФ. Результаты данного исследования могут быть использованы в рамках научно-практической деятельности, связанной с разработкой стратегий развития арктического туризма в странах и регионах мира. Статья продолжает исследования доцента Т. М. Вальковой, начатые в предыдущих статьях автора¹, в которых рассматривались теоретические основы арктического туризма и особенности его развития на Шпицбергене.

Ключевые слова: туризм, гастрономический туризм, гастрономические бренды России, АЗРФ, туризм в Арктике, гастрономический туризм в АЗРФ

Благодарности: Исследование выполнено в рамках НИР (ГЗ) «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (№ ЦИТИС: 121051400059-6).

Original Research Article

GASTRONOMIC TOURISM IN THE RUSSIAN ARCTIC: TERRITORE TOURISM RESORSES

T. Valkova, A. Glemeyda

¹ Lomonosov Moscow State University, Leninskie Gory 1, Moscow 119991, Russian Federation;
e-mail: valkovatm@yandex.ru

² Lomonosov Moscow State University, Leninskie Gory 1, Moscow 119991, Russian Federation;
e-mail: glemeida22@gmail.com

Received by the editorial office 16.08.2023

Revised by the author 19.08.2023

Accepted for publication 29.09.2023

Abstract

Aim. The purpose of the article is to consider current development trends of gastronomic tourism in the Russian Arctic, study the tourist resources of this type of tourism.

Methodology. The article explores the theoretical foundations of gastronomic tourism, gives its definition, shows the main objects of gastronomic tourism, its types and subtypes, gives details of the main consumer segments, concepts, shows the historical stages of the formation of this direction, examines the state of gastronomic tourism in the Russian Federation, with the main emphasis made for the regions of the Russian Arctic. To solve the problems, the following scientific research methods were used: descriptive, comparative, historical-geographical, statistical, analysis of sociological data, cartographic and systems approach method.

Results. At the current stage of the development of the tourism industry, the gastronomic tourist resources of the regions of the world are becoming more and more important. However, the theoretical and methodological basis of gastronomic tourism is poorly developed: there is no generally recognized interpretation of this concept, there is no unified system for statistical ac-

¹ Валькова Т. М., Шумков Д. С. Арктический туризм: Шпицберген // Географическая среда и живые системы. 2020. № 4 С. 87–107; Валькова Т. М., Шумков Д. С. Арктический туризм на Шпицбергене: современное состояние, перспективы развития // Географическая среда и живые системы. 2022. № 1. С. 70–92.

counting of tourist flows of gastronomic tourism. In the Russian Federation, gastronomic tourism is a new direction. This type of tourism accounts for about 10% of all purchased excursion programs, the annual increase in demand for such trips is 17%. The leaders in the development of gastronomic tourism in Russia are large economic and cultural centers (St. Petersburg, Kazan, Kuban, Kaliningrad region), attracting tourists with traditional dishes of Russian, Tatar and Caucasian cuisines, as well as culinary traditions of the Baltic region. The Russian Arctic is also rich in gastronomic resources, which attract more and more tourists every year. The leaders in the development of gastronomic tourism in the AZRF (Arctic zone of the Russian Federation) are the Murmansk region and the Republic of Sakha (Yakutia), on the territory of which thematic gastronomic festivals are held annually, the regions actively promote local gastronomic brands.

Research implications. The scientific novelty of the study lies in the fact that it allows a deeper understanding of the essence and methodological foundations of modern gastronomic tourism, and to reveal the tourist potential for the development of this type of tourism in the Russian Arctic. The results of this study can be used within the framework of scientific and practical activities related to the development of strategies for the development of Arctic tourism in countries and regions of the world. The article continues the research of Associate Professor Tatiana M. Valkova, begun in the previous articles, which examined the theoretical foundations of the Arctic tourism and peculiarities of its development in Svalbard.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, Russian gastronomic brands, the Russian Arctic, Arctic tourism, gastronomic tourism in the Russian Arctic

Acknowledgments: This research is as part of the scientific research study «Factors and mechanisms of the territorial organization of the sustainable development of tourism and recreation» (CITIS no.: 121051400059-6)

Введение

На современном этапе развития туристской индустрии всё большую важность приобретает гастрономическая составляющая туристских регионов мира. Однако этому вопросу в научной литературе на данный момент уделяется мало внимания. Более того, гастрономический туризм не выделялся как отдельный вид туризма до 2000-х гг.

Глобализация сделала ряд продуктов питания и способы их приготовления привычными за пределами их географического происхождения, а их гастрономическая туристическая привлекательность значительно снизилась. При этом она усилила интерес к региональной самобытности и гастрономической истории различных культур, которая связана с этническими, национальными или религиозными

характеристиками местного населения и отражает социальные и культурные ценности людей, географические особенности территории и наличие пищевых ресурсов. Гастрономия начинает занимать всё более значимое место в сознании людей, о чём свидетельствует её растущая привлекательность в СМИ, соцсетях и иных информационных каналах. Антропологи, например, Клод Леви-Стросс (1968 г.), отмечают, что приём пищи является не только базовой физической потребностью, но и маркером социальной и культурной принадлежности.

Индустрия туризма использует гастрономическую составляющую территории как элемент культурного наследия и источник дополнительного дохода, а туристы придают всё большее значение традициям, местной

кухне и её аутентичности. Например, по данным Ассоциации индустрии туризма (ТИА) 20% американских туристов уже в 2007 г. выбирали дестинацию для путешествий, основываясь на отзывах о специфике и качестве еды и напитков. Такие путешественники тратят до 50% своего бюджета на отпуск на знакомство с местной кухней¹. Чем больше туристы знакомятся с экзотическими блюдами, тем активнее у них возникает желание посетить специализированные гастрономические мероприятия в дальнейшем.

Гастрономический туризм воспринимается как средство обогащения впечатлениями, выражение личной идентичности, повышение качества жизни. Эта характерная черта гастрономического туризма обеспечивает его постоянное развитие и эволюцию [17].

В Российской Федерации гастрономический туризм – новое направление. Туристские компании разрабатывают гастрономические программы или включают их элементы в программы культурно-познавательного, событийного, сельского, экологического и др. видов туризма. Лидеры по развитию гастрономического туризма в России – крупные экономические и культурные центры (Санкт-Петербург, Казань, Кубань, Калининградская область), привлекающие туристов традиционными блюдами русской, татарской и кавказской кухонь, а также кулинарными традициями балтийского региона. Русская Арктика также богата гастрономическими жемчужинами,

которые с каждым годом привлекают всё большее количество туристов.

Актуальность исследования гастрономического туризма в Русской Арктике обусловлена высокими перспективами развития данного направления в рамках рассматриваемой территории, т. к. у каждого её географического региона существует своя уникальная гастрономическая культура.

Целью исследования, на основании которого была написана данная статья, стало изучение теоретических аспектов развития гастрономического туризма в мире, потенциала развития данного вида туризма в АЗРФ.

Для реализации данной цели были поставлены следующие задачи:

- 1) изучить теоретические аспекты понятия «гастрономический туризм»;
- 2) проанализировать историю развития гастрономического туризма в мире;
- 3) дать характеристику современному состоянию развития гастрономического туризма в Российской Федерации;
- 4) изучить потенциал (туристские ресурсы) развитие гастрономического туризма в регионах АЗРФ, сделав акцент на Мурманской области.

Основными источниками информации, использованными при проведении исследования, являлись научные статьи зарубежных и российских авторов [1–19], банк данных РосСтата.

Теоретические аспекты понятия «гастрономический туризм»

Как отдельный вид гастрономический туризм существует около 25 лет, однако, согласно мнению ряда исследователей, первых путешественников, изучавших новые территории, можно

¹ Marcus M. Top spots for culinary travel, 2007 [Электронный ресурс]: URL: <https://www.nbc-news.com/news/amp/wbna21839863> (дата обращения: 12.07.2023).

условно назвать и первыми гастрономическими туристами, т. к. в их описаниях посещаемых стран и регионов мира тщательно фиксировались и впечатления о продегустированных местных блюдах [17].

Годом возникновения гастрономического туризма принято считать 1998 г., когда профессором кафедры народной культуры Боулинг-Гринского университета штата Огайо (США) Л. Лонг была написана книга «Кулинарный туризм», где она впервые использовала данный термин, вложив в него идею знакомства туриста с культурой дестинации через потребление местных кулинарных блюд [7; 16]. Именно поэтому гастрономический туризм в отдельных источниках называют «кулинарным».

Введение термина дало начало развитию гастрономического туризма как отдельного вида путешествий. В 2001 г. Э. Вольф, ведущий мировой эксперт в области гастрономического туризма, представил свою статью «Кулинарный туризм: вкус экономического предложения», в которой, проанализировав изменения туристского спроса за несколько лет, документально зафиксировал растущий интерес к кулинарному и винному туризму. В 2003 г. им была создана Международная ассоциация кулинарного туризма (World Food Travel Association – WAFT) [7; 18; 19].

Первой страной, которая предоставила свою концепцию гастрономических туристских программ, стала Италия [17].

Научная литература в области гастрономического туризма начала появляться только в 2005 г., когда в Гонконге было проведено первое ака-

демическое исследование данного направления туризма. В работе говорилось о существующей связи между туризмом и гастрономией; о малом количестве эмпирических данных, чтобы показать, существование гастрономического туризма как отдельного сегмента рынка; о важной роли гастрономии в восприятии туристами места назначения; а также отмечено то, что некоторые путешественники возвращаются в одно и то же место повторно, чтобы насладиться его уникальной кухней [15].

В 2006 г. в Швейцарии под эгидой WAFT был создан Международный институт кулинарного туризма, который курирует образовательные и учебные компоненты программ, разрабатываемые по стандартам WAFT.

Стоит отметить, что в специализированной литературе не существует единства терминологии в области гастрономического туризма и встречаются такие понятия, как кулинарный туризм (*culinary tourism*), продовольственный туризм (*food tourism*), гастрономический туризм (*gastronomic tourism*) и пр. Также разнятся и сами определения данных понятий. При этом, по мнению экспертов, следует различать понятия «гастрономия» и «кулинария». Понятие «кулинария» связано с технологией приготовления пищи, рецептами, профессиональным оборудованием. Иначе говоря, «кулинария – это искусство готовить утончённые кушанья», «гастрономия» – понятие более обширное и часто связано с готовым продуктом, блюдом или напитком [7; 10].

Мировая гастрономическая культура – это система, включающая 3 основных элемента:

1. культуру создания и приготовления блюд (кулинарная культура);
2. культуру принятия пищи;
3. рефлексию над процессами создания, приготовления и потребления кулинарных шедевров.

Погружение во все данные процессы помогает туристу получить комплексные гастрономические ощущения, создаёт положительные эмоции, которые являются основой современной «экономики впечатлений». Кроме того, важным элементом гастрономической истории и культуры является процесс передачи информации о тонкостях приготовления тех или иных блюд, многие из которых являются частью культурного наследия стран и Планеты в целом и взяты под охрану ЮНЕСКО [4].

Итак, гастрономический туризм мы будем рассматривать как вид туризма, основной целью которого является знакомство туристов с аутентичной кухней дестинаций – важным элементом культурного наследия территории, отдельными продуктами и способами их приготовления в той или иной местности, именитыми шеф-поварами и прочими носителями гастрономических традиций.

Объектами гастрономического туризма могут являться:

- страны и регионы мира, известные своими блюдами, отдельные дестинации;
- предприятия общественного питания (рестораны и пр.) – сами как таковые, отличающиеся спецификой приготовления и подачи определённых блюд или всей концепцией ресторана;
- фестивальные площадки, на которых проводятся тематические гастрономические мероприятия;

– учреждения, оказывающие услуги в сфере гастрономического образования и повышения квалификации [7].

Кроме того, объектом туристского интереса могут являться не только отдельные блюда, их способы приготовления или дегустация, но и процесс сбора, заготовки или выращивания продуктов для данных блюд (например, сбор дикоросов и приготовление из них традиционного варенья для арктического завтрака или все этапы проектирования терруаров и выращивания винограда). Гастрономических туристов также привлекает возможность пообщаться с носителями кулинарных традиций или создателями легендарных блюд – именитыми шеф-поварами.

В зависимости от предпочитаемого путешественниками объекта туристского интереса, существуют следующие виды гастрономических путешествий:

- *ресторанный* (связанный с посещением определённого типа или класса предприятий общественного питания);
- *монофуд-туризм* (по приоритету одного продукта – винный (эно), пивной, сырный и пр.);
- *комбинированный гастрономический туризм* (когда в гастрономических программах нет акцента на определённом виде продуктов, блюдах и предприятии питания) [10].

Кроме вышеперечисленного, также стоит упомянуть о последних трендах гастрономического туризма:

- *локаворство* (англ. *locavore*) – употребление только местных продуктов, произведённых в окрестности предприятия питания в период естественного созревания ингредиентов, из которых они состоят – питание по гео-

графическому принципу. Исследователи данного направления не пришли к единой точке зрения в отношении определения радиуса территории, в рамках которой продукты можно отнести к локальным, и делятся на консерваторов – тех, кто считает, что «местная продукция» производится не далее, чем за 160 км от места проживания, и на тех, кто расширяет рамки «местных продуктов» до границ регионов, иногда стран¹.

– *слууфуд* (англ. *slow-food*) – «еда без спешки» или создание предприятий питания по концепции прямо противоположных точкам быстрого питания, с акцентом на здоровое питание².

Гастрономический туризм может обладать некоторыми признаками других видов туризма, поэтому можно выделить следующие его подвиды [4; 6; 11]:

1. *сельский* гастрономический туризм, связанный с посещением сельской местности, участием в агропроцессах и потреблением традиционных блюд, свойственных проживающему там местному населению;

2. *деловой* гастрономический туризм, включающий проведение деловых переговоров о создании ресторанных сетей и открытии новых предприятий общественного питания, посещение презентаций новых гастрономических тенденций регионов, предприятий пищевой промышленности и пр.;

3. *событийный* гастрономический туризм – посещение гастрономических мероприятий (фестивалей, конкурсов, премий и пр.);

4. *культурно-познавательный* гастрономический туризм – посещение дестинаций с богатыми гастрономическими традициями, знакомство с их историческим гастрономическим наследием, в т. ч. с гастрономическими музеями, тематическими выставками и пр.;

5. *образовательный* гастрономический туризм – посещение кулинарных мастер-классов, обучение в кулинарных школах и пр.;

6. *экологический* гастрономический туризм, основанный на выращивании и потреблении экологически чистой продукции, произрастающей в экологически чистой местности;

7. *комбинированные* гастрономические программы, включающие элементы одного или нескольких вышеперечисленных подвидов.

Что касается портрета целевого потребителя гастрономических программ, то большую часть гастрономических туристов можно разделить на 2 группы: гурманы и любители. Первые – ценители «высокой кухни»³, для них принятие пищи – не просто удовлетворение физической потребности, это гастрономическое исследование, эмоциональное наслаждение, символ определённого статуса в социуме. Программы для данных путешественников отличаются высокой ценой и формируются в зависимости от индивидуальных запросов потребителей. Вторые – это путешественники, которые хотят

¹ Фролова Е. Основные принципы локаводства и локавурской кухни // 7dach.ru: [сайт]. URL: <https://recepty.7dach.ru/FrolovaEkaterina/osnovnye-principy-lokavorstva-i-lokavorskoy-kuhni-107331.html> (дата обращения: 12.07.2023).

² SlowFoodInternational. Официальный портал международного движения: [сайт]. URL: <https://www.slowfood.com/ru/> (дата обращения: 12.07.2023).

³ «Haute cuisine» (фр.) – кухня лучших ресторанов мира, характеризуется высокопрофессиональным подходом к процессу выбора ингредиентов и их приготовлением, изысканной подачей блюд.

познакомиться с местной культурой и традициями посредством дегустации блюд местной кухни, они могут обладать минимальной информацией об их особенностях, но открыты знакомству с чем-то новым. Также сюда можно отнести туристов, которые в ходе своих путешествий хотят приобрести новые кулинарные навыки, и работников туристских компаний, которые для развития бизнеса и увеличения доходов туристского предприятия изучают потенциал расширения туристских возможностей дестинации по средствам включения тех или иных гастрономических программ в региональные туристские продукты. Данное направление гастрономического туризма более массовое, однако и в этом случае фак-

тор цены сдерживает развитие гастро-путешествий.

Гастрономический туристский продукт – это комплекс услуг, в разработке и реализации которого принимают участие следующие участники, отмеченные на рис. 1.

Согласно экспертному опросу, проведённому WAFТ в конце 2019 г., экспертам предлагалось выбрать:

1. лидирующий позитивный/негативный фактор, влияющий на развитие гастрономического туризма;

2. 3 позитивных и 2 негативных фактора, занимающих 2-е и 3-е место по значимости влияния на развитие данного вида туризма. На развитие рынка гастрономического туризма в мире влияют следующие факторы (рис. 2 и 3).

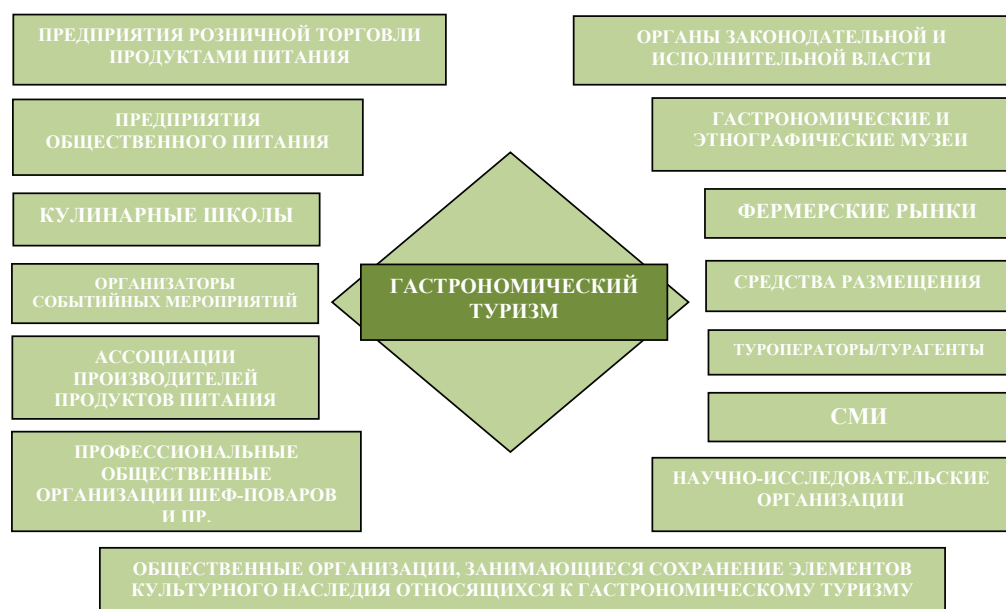


Рис. 1 / Fig. 1. Основные участники разработки и реализации гастрономического туристского продукта/ Key participants in the development and implementation of a gastronomic tourism product

Источник: составлено авторами по: State of the Food Travel Industry Report WFTA [Электронный ресурс]: URL: https://www.researchgate.net/publication/343255792_2020_State_of_the_Food_Travel_Industry_Report (дата обращения: 22.06.2023)

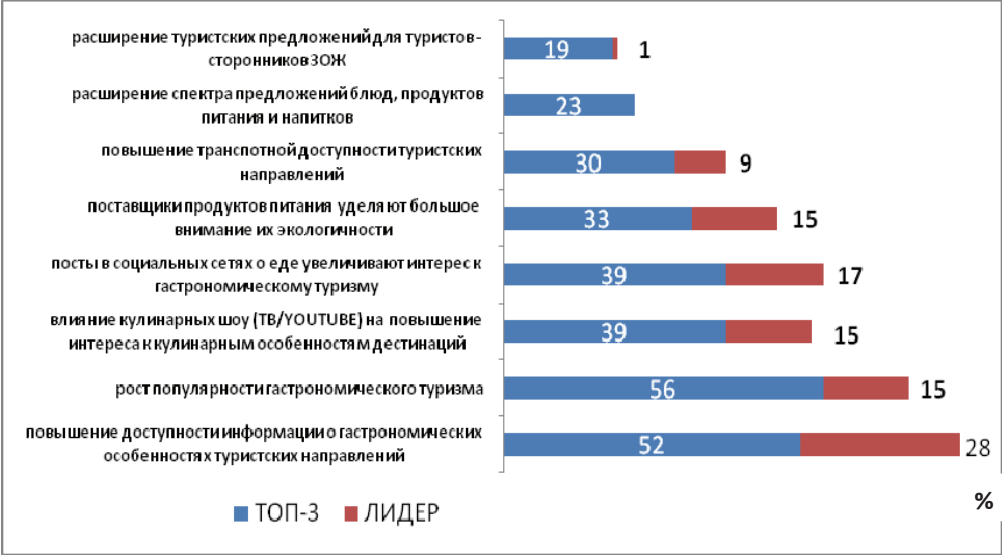


Рис. 2 / Fig. 2. Позитивные факторы, влияющие на мировой рынок гастрономического туризма / Positive factors influencing the global gastronomic tourism market

Источник: составлено авторами по: State of the Food Travel Industry Report WFTA [Электронный ресурс]: URL: https://www.researchgate.net/publication/343255792_2020_State_of_the_Food_Travel_Industry_Report (дата обращения: 22.06.2023)

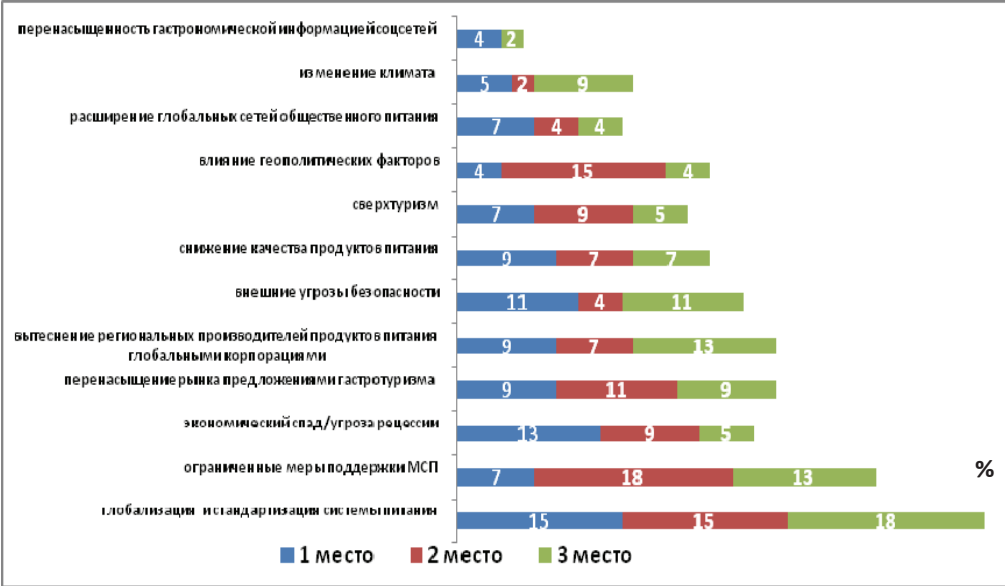


Рис. 3 / Fig. 3. Негативные факторы, влияющие на мировой рынок гастрономического туризма/ Negative factors influencing the global gastronomic tourism market

Источник: составлено авторами по: State of the Food Travel Industry Report WFTA [Электронный ресурс]: URL: https://www.researchgate.net/publication/343255792_2020_State_of_the_Food_Travel_Industry_Report (дата обращения: 22.06.2023)

Таким образом, основными позитивными факторами, влияющими на развития гастрономического туризма в мире, по мнению экспертов, являются повышение доступности для целевых потребителей информации о гастрономических особенностях туристских направлений, на основании которых они могут выбрать гастро-дестинацию, и общая популяризация данного вида туризма. Негативными факторами, оказывающими наибольшее влияние на гастрономический туризм, являются глобализация системы питания в большинстве стран мира и общий экономический спад.

Важно отметить, что в рамках гастрономического туризма не разработана единая методика учёта туристских прибытий с гастрономическими целями, поэтому оценка влияния данного вида туризма на экономику стран и регионов мира производится косвенным путём: по увеличению объёмов продаж услуг предприятий общественного питания или иным способом (количество посетителей гастрономических фестивалей, участников тематических мастер-классов и пр.) [4; 8].

Гастрономический туризм в регионах России

В Российской Федерации гастрономический туризм является новым, динамично развивающимся направлением. Согласно оценке экспертов в настоящее время на данный вид туризм приходится около 10% от всех приобретаемых экскурсионных программ, ежегодный прирост спроса на такие поездки составляет 17%¹. Для стимули-

рования развития гастрономического туризма в стране российские туристские компании начинают постепенно внедрять в свою работу гастрономические программы или включать их элементы в программы культурно-познавательного, событийного, сельского, экологического и др. видов туризма.

В России проводится много событийных гастрономических мероприятий – тематические фестивали, выставки и ярмарки и др.: «День рыбака» и «День арбуза» – в Астрахани; «Праздник огурца» и «Медовуха Fest» – в Суздале; «Сыр. Пир. Мир» – в Истринском районе Московской области и пр. Практически все подобные событийные мероприятия являются основой для формирования событийных гастрономических туров.

Согласно опросу, проведённому отечественным сервисом бронирования отелей и квартир «Tvil.ru», в 2022 г. в топ-3 регионов-лидеров по популярности у россиян для организации самостоятельных гастрономических путешествий вошли Санкт-Петербург, Казань и Калининград, далее следуют Нижний Новгород, Краснодар, Петрозаводск и Мурманск². Аналогичные исследования были проведены и по заказу издательского дома «Комсомольская правда»: согласно их результатам в топ-10 городов и регионов страны по развитию гастрономического туризма входят Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Владимирская область, республика Татарстан, Кубань, Алтайский край, Калининградская об-

¹ Резник И. Растёт популярность гастротуров // РБК: [сайт]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/6475dece7a8aa9ba37b519c4?ysclid=losejg4us7454452408> (дата обращения: 22.06.2023).

² 10 популярных направлений для гастрономического туризма (результаты социологического исследования) // Tvil: [сайт]. URL: <https://tvil.ru/blog/popularnye-napravleniya/10-populyarnykh-napravleniy-dlya-gastronomicheskogo-turizma> (дата обращения: 22.06.2023).

ласть¹. Таким образом, географическими точками аттрактивности гастрономического туризма в России являются крупные экономические и культурные центры и регионы – Санкт-Петербург, Казань, Кубань, Калининградская область, привлекающие туристов следующими видами национальных кухонь:

- русская – с соответствующими традиционными продуктами (икра, красная рыба, сметана, гречневая крупа, ржаная мука и т. п.) и блюдами типичного русского меню (щи, окрошка, студень, блины, разнообразные каши и пироги и пр.);

- башкирская и татарская – кухни тюркских народов представлены следующими блюдами: татарский беяш, эчпочмак, талкышкалеве, чак-чак, бешбармак, куырдак, манты, кумыс и пр.;

- кавказская кухня многочисленных народов Северного Кавказа: чуду, хычины, хинкал, халва, пахлава, шурпа, осетинские пироги, арак, айран, осетинское пиво и пр.;

- кухня регионов, омываемых Балтийским морем – калининградские клопсы, балтийская сельдь, корюшка, выборгский эль, выборгский крендель и пр.²

Помимо данных национальных кухонь, в последнее время россияне активно интересуются этнотуризмом (винным туризмом). Основными регионами страны, в которых представлен данный вид туризма, являются Крас-

нодарский край, республика Крым, Ростовская область, географическое положение которых (климат, рельеф, почва) способствуют произрастанию винограда, пригодного для производства вина³. Что касается такого понятия, как «гастрономическая столица России», на протяжении нескольких лет за это звание ежегодно боролись 3 города России – Москва, Санкт-Петербург и Казань. Однако в 2020 г. Казань зарегистрировала одноимённый товарный знак, срок правообладания которым заканчивается в 2030 г., поэтому с января 2021 г. именно этот город в течение 10 лет будет носить звание «Гастрономической столицы» страны⁴.

Отдельное внимание стоит уделить региональным продуктам, которые стали гастрономическими брендами и напрямую ассоциируются у туристов с конкретными российскими территориями, повышают их узнаваемость и активно включаются в мероприятия по продвижению дестинации. При этом не во всех регионах данные гастрономические бренды официально зарегистрированы (рис. 4).

В первую очередь, стоит отметить:

1. тульский пряник (г. Тула) – самый известный в России вид печатных пряников прямоугольной формы с глазурью сверху и начинкой из повидла или сгущённого молока;

2. пожарские котлеты из курятины с корочкой из панировки (г. Торжок);

3. пастилу из Коломны и Белёва;

¹ Гастрономическое путешествие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/best/msk/gastronomicheskij-turizm/> (дата обращения: 28.02.2023).

² Кухни России: традиционные блюда и их история // Культура: [сайт]. URL: <https://www.culture.ru/materials/254771/kukhni-rossii-tradicionnye-blyuda-i-ikh-istoriya> / (дата обращения: 28.02.2023).

³ Винные туры // Отдых в России: [сайт]. URL: <https://www.kp.ru/russia/tury-po-rossii/vinnye/> (дата обращения: 28.02.2023).

⁴ Казань – гастрономическая столица России // Казань: [сайт]. URL: <https://kzn.ru/meriya/ispolnitelnyy-komitet/komitet-po-razvitiyu-turizma-g-kazani/kazan-gastronomicheskaya-stolitsa-rossii/> (дата обращения: 28.02.2023).

4. можайское топлёное молоко;
5. вологодское масло;
6. Выборгские крендели г. Выборга Ленинградской области, выпечка которых осуществляется по особому рецепту с XIV в.

Также можно отметить ставропольские яблоки, алтайский и башкирский мёд, татарский чак-чак и эчпочмак, адыгейский сыр; краснодарский чай и астраханские арбузы; камчатского краба¹. Эти продуктовые бренды-ассоциации способствуют повышению узнаваемости туристской дестинации целевыми потребителями и увеличению региональных туристских прибытий.

Основным драйвером развития гастрономического туризма в стране стала реализация с 2017 г. федерального проекта «Гастрономическая карта России»² при поддержке Министерства сельского хозяйства и Федерального агентства по туризму³, к которому уже присоединилось около $\frac{1}{3}$ регионов. За время реализации проекта на территории 28 субъектов Федерации было проведено 36 фестивалей региональной кухни⁴. Кроме того, в 2018 г. Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) была зарегистрирована первая в стране система добровольной сертификации в сфере га-

строномического туризма «Гастрономическая карта России» (регистрационный номер РОСС RU.П1985.04ГКР0).

В настоящее время в России существует единственная организация, профессионально развивающая гастрономический туризм как новое и перспективное направление. Это Ассоциация гастрономического туризма России (АГТР), созданная 12 января 2015 г. и имеющая партнерские отношения с WAFT. Основной целью деятельности АГТР является знакомство населения нашей страны с её гастрономическими традициями⁵. Кроме того, на развитие гастрономического туризма позитивное влияние оказывает «Федерация рестораторов и отельеров России» [7; 12].

Гастрономический туризм в регионах АЗРФ

Арктические регионы РФ⁶ также богаты гастрономическими традициями. Интерес к Арктике как к чему-то далёкому и неизведанному у исследователей был всегда, поэтому тема вовлечения её природного, историко-культурного и этнографического наследия в туристскую деятельность остаётся актуальной и по сей день [3; 9]. Существующая сложность экономического и туристско-рекреационного освоения Арктики обусловлена природными условиями территории: многолетняя мерзлота, ледники, покрывающие большие по площади территории, водные объекты, скованные льдом на протяжении

¹ 25 гастрономических брендов России // Странствия онлайн: [сайт]. URL: <https://wanderings.online/25-gastronomicheskikh-brendov-rossii-ilitulskij-pryanik-protiv-ologodskogo-masla/> (дата обращения: 28.02.2023).

² Гастрономическая карта России: [сайт]. URL: <https://www.gastromaprussia.ru/> (дата обращения: 28.02.2023).

³ Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) было упразднено в соответствии с Указом Президента РФ от 20 октября 2022 г. № 759.

⁴ Резник И. Растет популярность гастротуров // РБК: [сайт]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/6475dece7a8aa9ba37b519c4?ysclid=losejg4us7454452408> (дата обращения: 28.02.2023).

⁵ Ассоциация гастрономического туризма в России: [сайт]. URL: <http://агтр.рф> (дата обращения: 28.02.2023).

⁶ Указ Президента РФ от 02.05.2014 № 296 (ред. от 05.03.2020) «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ: [сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/38377> (дата обращения: 28.02.2023).

большей части года, горный рельеф, резкая континентальность климата, полярный день и ночь, влияющие на все биологические процессы в регионе, низкое плодородие почв, тундровый и лесотундровый характер растительности, короткий вегетативный период, отсутствие возможности заниматься земледелием и пр.

Моря арктического шельфа – мировой центр рыбного промысла, поэтому, несмотря на суровые климатические условия, коренное население региона исторически расселялось в прибрежной зоне. Все эти факторы так или иначе влияют на культуру питания жителей арктических территорий – гастрономические предпочтения и кухня северных народов складывались в соответствии с местными условиями жизни. Из-за особенностей климата здесь сложно выращивать овощи и фрукты в естественной природной среде, по сравнению с таёжной зоной здесь очень скудны урожаи ягод и грибов, поэтому основными гастрономическими ресурсами АЗРФ являются рыба, морепродукты и аквакультура, которыми изобилуют северные моря, мясо оленя и лося, дикоросы. Кроме того, в Арктике в целях поддержания промысловых традиций коренных малочисленных народов Севера (КМНС) до сих пор разрешена охота на морского зверя (рис. 5) [1].

Гастрономические традиции коренных народов арктической зоны РФ обладают значительным туристским потенциалом, который только начинает осваиваться. В европейской части и Западной Сибири он представлен традиционной кухней саамов (восточных – лопарей, западных – лаппи) и ненцев, на Таймыре – нганасан, восточнее р. Хатанги – кухней якутов,

долган и эвенков. Районы арктической части Дальнего Востока могут заинтересовать туристов традиционной кухней чукчей ительменов, коряков и эскимосов. Кроме того, существует такой субэтнос как поморы, проживающий на Кольском полуострове и в Архангельской области с XIII–XIV вв., обладающий своей бережно сохраняемой гастрономической культурой.

Мурманская область и Республика Якутия (Саха) – лидеры по продвижению гастрономических возможностей АЗРФ. Гурманы и любители гастрономических программ могут соприкоснуться с кулинарными традициями данных регионов, изучить исторически сложившуюся систему питания КМНС, позволяющую без искусственных добавок вести активный образ жизни в сложных климатических условиях.

Разнообразие рыбных блюд у данных народов поражает даже искушённых ценителей кулинарных традиций. Разные виды рыбы имеют свои способы приготовления, например, народы европейского Севера корюшку обычно солят, а треску и пикшу – отваривают или запекают. Кроме того, проживающие в Мурманской области саамы (лопари) и поморы едят рыбу сырой, предварительно заморозив, а затем нарезав тонкими ломтиками, которые обмакивают в соль (строганина). Культурным блюдом севера Европы является поморская уха, которую готовят из свежельвленной рыбы, добавляя в бульон молоко и пряности, которые сюда исторически завозили купцы¹. Стоит также отметить традиционный

¹ Культура РФ – официальный портал проекта о культурном наследии, традициях народов России. Кухни России: традиционные блюда и их история: [Электронный ресурс]: URL: <https://clck.ru/MKvDX> (дата обращения: 28.02.2023).

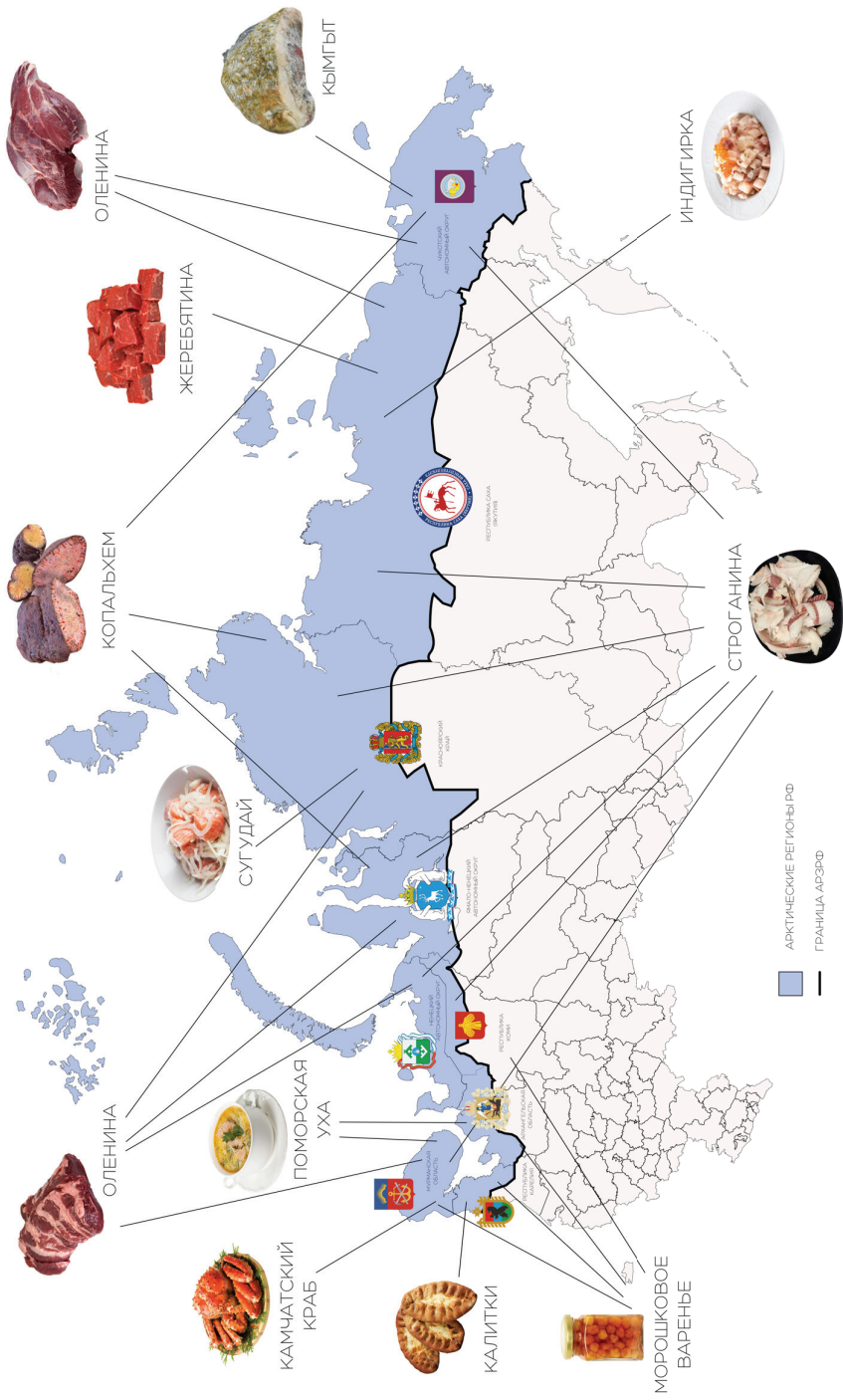


Рис. 5. / Fig. 5. Карта-схема гастрономических брендов арктической зоны РФ / Schematic map of the Russian Arctic gastronomic brands

Источник: [1]

саамский суп из оленины и ржаной муки, подаваемый с ягодами. Овощи традиционно не используются для заправки данного супа, т. к. массовое употребление в пищу овощей, в частности картофеля и моркови, началось в регионе только в советский период. Для вкуса и обогащения супа витаминами добавляются соусы «воложи» из клюквы, брусники или морошки. Также ягоды и пряности используются для приготовления киселя под названием «кёж». Все вышеперечисленные блюда – традиционный ежедневный рацион саамов и поморов, богатый микроэлементами и витаминами, которых хватает для профилактики цинги и поддержания активного образа жизни в условиях полярной ночи [13].

Что касается якутской кухни, то её отличительная особенность, привлекающая туристов, основа для создания гастрофестивалей (например, «Вкус Якутии») – вкусовое разнообразие, сложившееся под влиянием многочисленных народов, проживающих в регионе: русских, якутов, эвенков, эвенов, юкагиров, долганов, чукчей и др. При этом кулинарные обычаи части из них схожи: все жители Республики Саха (Якутии) при приготовлении пищи используют ограниченный набор продуктов, основной функцией которых является обеспечение организма жизненной энергией, а также обладающих согревающим эффектом, что особенно актуально в зимний период.

Главная особенность якутской кухни – калорийность: жирное мясо (оленина, жеребятина, говядина, иногда лосятина) и рыба (чир, омуль, муксун, нельма, язь). Строганина и салат «си-икэй» (или «индигирка») являются основными местными блюдами. По-

следний представляет собой свежесловленную, свежемороженную, порезанную на небольшие кубики рыбу, как правило, чир, смешанную с луком и перцем [14]. Данные блюда схожи с вкусовыми предпочтениями поморов и саамов. Так же, как и у коренных народов, проживающих в Мурманской области, в традиционных рецептах якутов отсутствуют овощи, вместо них в качестве гарнира используются ягоды (брусника, голубика, морошка). Основными способами приготовления пищи КМНС являются вяление и заморозка, широко используются субпродукты (желудки, почки, печень и пр.), которые употребляются в разном виде – маринованном, солёном или в виде колбасы [4].

Среди прочих территорий АЗРФ развитием гастрономического туризма занимаются в Красноярском крае (г. Норильск, Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район) и в Ямало-Ненецком автономном округе. Данные регионы привлекают туристов своим этническим разнообразием и, как следствие, многообразием вкусовых оттенков. Ненцы, эвенки, долганы, нганасаны традиционно употребляют в пищу мясо оленя; морских и озёрных рыб (чир, омуль, ряпушка, сиг, налим, хариус и пр.) – рыба запекается, варится, употребляется в сушёном или сыром виде (строганина), в ежедневный рацион активно включаются дикоросы – ягоды, корни и лечебные травы [2].

Характерным для энцев блюдом являются рыбные лепёшки «кари кырба», жаренные на рыбьем жире. Для их приготовления используют рыбное филе, которое соединяется с луком и перемешивается с жидким тестом на воде. Популярным блюдом у долган является

«кабардак», который готовят на специальной сковороде из свежей и вялено-сушёной рыбы, в которую добавляется икра. Кроме того, для всех вышеперечисленных народов характерно блюдо «сугудай» – свежельвовленная очищенная рыба, нарезанная и заправленная крупной солью. Из оленины готовят блюдо «амаху», в котором используется не только мясо, но и жир, получаемый из субпродуктов животного, и «арктическую варёную колбасу» – «хорилби». Все перечисленные блюда богаты жирами и витаминами, без которых КНМС не смогли бы выжить в суровых климатических условиях¹.

Гастрономический туризм в Мурманской области

Лидером по уровню развития туризма в АЗРФ является Мурманская область, при этом регион уделяет большое внимание и разработке гастрономических программ. На рисунке 6 представлена динамика туристских прибытий в регион с 2015 по 2022 гг. Согласно официальным данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области, количество туристских за 7 лет увеличилось почти в 2 раза – с 305,4 тыс. чел. в 2015 г. до 534,8 тыс. в 2022 г.

В 2019–2021 гг. доходы от туризма составили 9,3 млрд руб., объём платных услуг туристической отрасли достиг в 2021 г. 4,1 млрд руб., превысив допандемийный уровень 2019 г. на 1 млрд руб. (в 2019 – 3,1 млрд руб.)².

Активный рост популярности гастрономического туризма в Мурманской области происходит благодаря реализации мероприятий в рамках проекта «Гастрономическая карта России». Регион присоединился к данному проекту в 2018 г., при поддержке Правительства Мурманской области проведена комплексная работа по формированию, институализации и продвижению арктической кухни в Мурманской области и в Российской Федерации в целом. Под эгидой «Гастрономической карты России» в области ежегодно проводится несколько тематических мероприятий. Самые масштабные мероприятия – «Вкус Арктики»³ и фестиваль «Териберка», число посетителей которых с 2018 г. увеличилось в 10 раз – до 10 тыс. чел.⁴

Кроме того, Мурманская область активно продвигает арктическую кухню в других субъектах РФ и на федеральном уровне. Регион неоднократно становился участником презентации арктической кухни в рамках брифингов руководителя Министерства иностранных дел РФ, на фестивалях «Кухни народов России», «Нашествие», «Рок чистой воды».

Популяризация гастрономического направления территории способствует повышению интереса к арктической кухне и у местных жителей. В школах области начинают вводить позиции арктического меню, в ноябре 2022 г. в Мурманском индустриальном колледже появился вариативный курс «Ос-

(дата обращения: 28.02.2023).

¹ Дети Арктики: Таймырское меню: [сайт]. URL: <https://arctic-children.com/article/taymyrskoe-menu/> (дата обращения: 28.02.2023).

² Комитет по туризму Мурманской области [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov-murman.ru/documents/statisticheskie-dannye/>

³ Арктическая кухня. Вкус Арктики: [сайт]. URL: <http://арктическаякухня.рф/> (дата обращения: 28.02.2023).

⁴ Резник И. Растёт популярность гастротуров // РБК: [сайт]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/6475dece7a8aa9ba37b519c4?ysclid=losejg4us7454452408> (дата обращения: 28.02.2023).

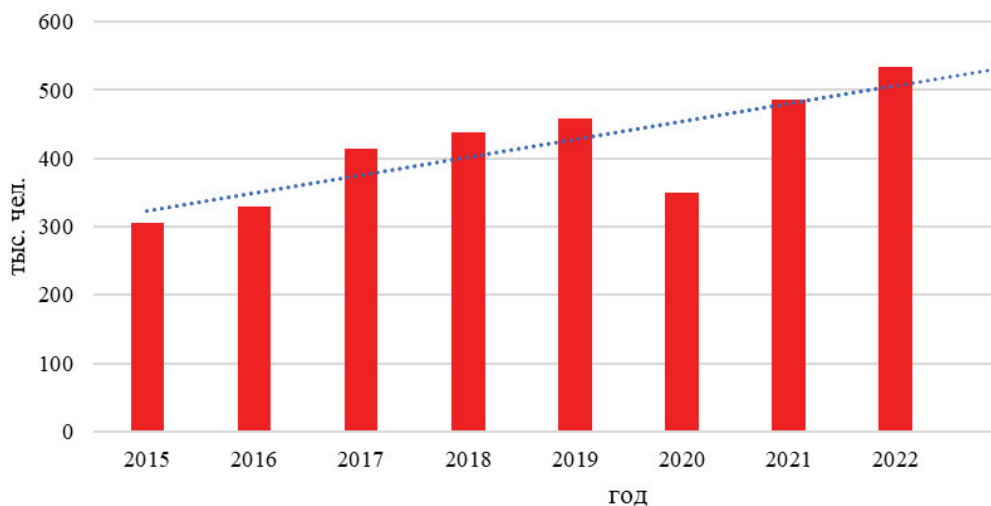


Рис. 6. / Fig. 6. Динамика туристских прибытий в Мурманскую область в 2015–2022 гг. / Dynamics of tourist arrivals to the Murmansk region in 2015–2022.

Источник: составлено по: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области [Электронный ресурс]. URL: <https://51.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%92%D0%94%D0%A2.pdf> (дата обращения: 28.02.2023)

новы арктической кухни». В регионе функционируют более 30 ресторанов и кафе, где реализуется арктическое меню.

Кухня Мурманской области является объектом туристского интереса, конкурентным преимуществом территории и гастрономическим брендом региона. Основные продукты, представляющие арктическое меню:

1. морепродукты: сёмга, треска, палтус и зубатка, мидии, гребешки, морские ежи подаются с гарнирами из ягодного пюре или икрой; камчатский краб, завезённый для размножения в Баренцево море в 1960-х гг, также является неотъемлемой частью арктической кухни. Мурманская область омывается Белым и Баренцевым морями, обладающими высокой биопродуктивностью;

2. мясные продукты – оленина, лосятина и субпродукты входят в состав большого количества блюд: строгани-

на, стейки и пр. Подача мяса происходит с добавлением ягодных и грибных соусов;

3. дикоросы и ягоды: морошка, брусника, реже черника, голубика и клюква могут использоваться как в сыром виде для украшения блюд, чтобы придать особые нотки вкусу, так и в виде варенья, соуса или желе к блюду в качестве топпинга, предающего блюду эстетическую и вкусовую завершенность. Аналогичные топпинги используют для добавления оригинальности привычным блюдам, позиционированным в меню как «арктическая кухня». Примером превращения «русского завтрака» в «арктический»¹ является подача к сырникам вместо сгущёнки или сметаны варенья из морошки или желе

¹ Мурманская область на фестивале в Териберке запустит бренд «Арктический завтрак» // ТАСС: [сайт]. URL: <https://tass.ru/v-strane/6503683> (дата обращения: 28.02.2023).

из брусники. По аналогии с предыдущим вариантом в тирамису добавляется черника, а мороженое подаётся с кедровыми орехами и моршккой. Ягоды могут использоваться при приготовлении пирогов: обычному пирогу типичной русской кухни начинка из моршкки сразу же придаёт арктический оттенок. Кроме того, существует тренд на настойки на северных ягодах (актуальны зимой, подаются в региональных барах в чистом виде или в коктейлях), морсы и чаи из шиповника и иван-чая. Для украшения брендовых блюд арктической кухни используют ягель или ягельные чипсы¹.

Заключение

Таким образом, основной целью гастрономического туризма является знакомство с местной кухней и гастрономическими традициями той или иной территории. Кухни мира и гастрономические возможности дестинаций являются более важной частью туристской системы, чем удовлетворение физиологических потребностей или предоставление услуг общественного питания – они наполнены историческим опытом местных народов и культурным смыслом.

Для нашей страны гастрономический туризм – новое направление, на развитие которого большое влияние оказывают событийные гастрономические мероприятия и наличие региональных гастрономических брендов. Территориальная дифференциация частоты проведения событийных гастрономических мероприятий в регионах России является тормозящим фак-

тором его популяризации. В крупных культурных и экономических центрах страны – Москве, Санкт-Петербурге, Казани – с развитым событийным, в т.ч. гастрономическим календарём, этот вид туризма показывает активный ежегодный прирост числа целевых потребителей, в то время как во многих российских регионах с единичными событийными гастрономическими мероприятиями данный вид туризм почти не представлен.

Арктические регионы России богаты кулинарными традициями, которые с каждым годом привлекают всё большее количество туристов. Гастрономическая особенность блюд КМНС АЗРФ – использование жиросодержащих продуктов (мяса, рыбы), ягод и дикоросов в целях получения из них основных витаминов и микроэлементов для профилактики заболеваний и поддержания активного образа жизни в сложных климатических условиях; отсутствие культуры потребления овощей и мучных изделий из пшеницы и ржи в силу невозможности их выращивания в естественной природной среде. Системы и типы питания северных народов, несмотря на их географическую удалённость, имеют много сходных черт в силу похожих условий проживания.

Лидерами по продвижению гастрономического туризма в Русской Арктике являются Мурманская область и Республика Саха (Якутия), также активно развивается данный вид туризма на севере Красноярского края и ЯНАО.

¹ Официальный туристский портал Мурманской области: [сайт]. URL: <https://murmansk.travel/journals/9> (дата обращения: 28.02.2023).

ЛИТЕРАТУРА

1. Арктические территории / Н. И. Алексеевский, С. А. Добролюбов, В. С. Тикунов, Д. В. Магрицкий // Алексеевский Н. И., Добролюбов С. А., Тикунов В. С. Российская Арктика в XXI веке: природные условия и риски освоения. М.: Феория, 2013. С. 11–12.
2. Болина З. Н. Эззууй – след нарты. Дудинка, 2014. 155 с.
3. Валькова Т. М., Шумков Д. С. Арктический туризм: Шпицберген // Географическая среда и живые системы. 2020. № 4. С. 87–107.
4. Винокурова М. А. Особенности развития гастрономической культуры в республике Саха (Якутия) // Философия и культура – научно-исследовательский журнал. 2018. № 12. С. 18–27.
5. Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. СПб.: Левша – Санкт-Петербург, 2014. 208 с.
6. Горошко Н. В., Пацала С. В Гастрономический бренд как инструмент развития регионального гастрономического туризма // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2022. № 4. С. 377–400.
7. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы: информационная система // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3. С. 67–78.
8. Егорова Е. А., Лях О. А. Гастрономический туризм как перспективное направление развития туризма // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: мат-лы науч.-практ. интернет-конференции / отв. ред. О. А. Лях. Чита, 2016. С. 188–193.
9. Замятина Н. Ю. Арктика – это открытое поле [Электронный ресурс] // Научная Россия. URL: <https://scientificrussia.ru/articles/arktika-eto-otkrytoe-pole-intervyu-s-n-yu-zamyatinoj> (дата обращения: 28.02.2023).
10. Иванов В. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. Т. 3. № 2. С. 105–113.
11. Нехаева Н. Е., Терехова Ю. С. Гастрономический туризм, как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире. 2015. № 34. С. 82–87.
12. Пахарь В. В. Состояние и направления развития гастрономического туризма в мире и в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 7. С. 138–142.
13. Пация Е. Я. Кольское застолье. СПб: Геликон плюс, 2020. 248 с.
14. Чимитдоржиев Ж. Ж., Веретенников А. Н. Дальневосточная кухня: возможность формирования регионального бренда // Власть и управление на Востоке России. 2019. № 2. С. 150–161.
15. Kivela J., Crotts J. Gastronomy Tourism // Journal of Culinary Science and Tourism. 2005. № 4. P. 39–55.
16. Long L. M. Culinary Tourism. University Press of Kentucky, 1998. 287 p.
17. Mulcahy J. D. Historical evolution of gastronomic tourism // The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism / S. K. Dixit, ed. Routledge, 2019. P. 24–31.
18. Wolf E. Culinary tourism: A tasty economic proposition. Portland, Oregon: International Culinary Tourism Association, 2002. 27 p.
19. Wolf E. Culinary Tourism: The Hidden Harvest: a Dozen Hot and Fresh Reasons how Culinary Tourism Creates Economic and Community Development. Kendall Hunt Publishing, 2006. 59 p.

REFERENCES

1. Alekseevsky N. I., Dobrolyubov S. A., Tikunov V. S., Magritsky D. V. [Arctic territories]. In: Alekseevsky N. I., Dobrolyubov S. A., Tikunov V. S. *Arktika v XXI veke: prirodnyye usloviya i riski osvoyeniya* [Russian Arctic in 21st century: natural conditions and risks of development]. Moscow, Feoriya Publ., 2013, pp. 11–12.
2. Bolina Z. N. *Ezzuuy – sled narty* [Ezzuuy – the trail of the sled]. Dudinka, 2014. 155 p.
3. Valkova T. M., Shumkov D. S. [Arctic tourism: Spitsbergen]. In: *Geograficheskaya sreda i zhivyye sistemy* [Geographical environment and living systems], 2020, no. 4, pp. 87–107.
4. Vinokurova M. A. [Features of the development of gastronomic culture in the Republic of Sakha (Yakutia)]. In: *Filosofiya i kultura – nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* [Philosophy and culture – scientific research journal], 2018, no. 12, pp. 18–27.
5. Gordin V. E., Trabskaya Yu. G. *Gastronomicheskiye brendy destinatsiy: podkhody i primeneniye* [Gastronomic brands of destinations: approaches and application]. St. Petersburg, Levsha – St. Petersburg, 2014. 208 p.
6. Goroshko N. V., Patsala S. V. [Gastronomic brand as a tool for the development of regional gastronomic tourism]. In: *Vestnik PNIPU. Sotsialno-ekonomicheskkiye nauki* [Bulletin of PNI-PU. Socio-economic sciences], 2022, no. 4, pp. 377–400.
7. Dracheva E. L., Hristov T. T. [Gastronomic tourism: modern trends and prospects: information system]. In: *Rossiyskiye regiony: vzglyad v budushcheye* [Russian regions: a look into the future], 2015, no. 3, pp. 67–78.
8. Egorova E. A., Lyakh O. A. [Gastronomic tourism as a promising direction for the development of tourism]. In: Lyakh O. A., ed. *Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sotsiokulturnoy deyatelnosti v Rossii i za rubezhom* [Problems, experience and prospects for the development of tourism, service and socio-cultural activities in Russia and abroad], Chita, 2016, pp. 188–193.
9. Zamyatina N. Yu. *Arktika – eto otkrytoye pole* [The Arctic is an open field]. Abstract at: <https://scientificrussia.ru/articles/arktika-eto-otkrytoe-pole-intervyu-s-n-yu-zamyatinoj> (accessed: 02.28.2023).
10. Ivanov V. D. [Gastronomic tourism as a popular direction in the tourism industry]. In: *Fizicheskaya kultura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya* [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation], 2018, vol. 3, no. 2, pp. 105–113.
11. Nekhaeva N. E., Terekhova Yu. S. [Gastronomic tourism as a promising direction for the development of Russian regions]. In: *Yestestvennyye i matematicheskiye nauki v sovremennom mire* [Natural and mathematical sciences in the modern world], 2015, no. 34, pp. 82–87.
12. Plowman V. V. [State and directions of development of gastronomic tourism in the world and in Russia]. In: *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* [International scientific research journal], 2021, no. 7, pp. 138–142.
13. Patsia E. Ya. *Kolskoye zastolye* [Kola feast]. St. Petersburg, Gelikon plyus Publ., 2020. 248 p.
14. Chimitdorzhiyev Zh. Zh., Veretennikov A. N. [Far Eastern cuisine: the possibility of forming a regional brand]. In: *Vlast i upravleniye na Vostokey Rossii* [Power and management in the East of Russia], 2019, no. 2, pp. 150–161.
15. Kivela J., Crotts J. Gastronomy Tourism. In: *Journal of Culinary Science and Tourism*, 2005, no. 4, pp. 39–55.
16. Long L. M. *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky, 1998. 287 p.
17. Mulcahy J. D. Historical evolution of gastronomic tourism. In: Dixit S. K., ed. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge, 2019. pp. 24–31.
18. Wolf E. *Culinary tourism: A tasty economic proposition*. Portland, Oregon: International Culinary Tourism Association, 2002. 27 p.

19. Wolf E. *Culinary Tourism: The Hidden Harvest: a Dozen Hot and Fresh Reasons how Culinary Tourism Creates Economic and Community Development*. Kendall Hunt Publishing, 2006. 59 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Валькова Татьяна Михайловна – кандидат географических наук, доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;

e-mail: valkovatm@yandex.ru

Глемейда Анастасия Сергеевна – студентка 4-го курса кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;

e-mail: glemeida22@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Tatiana M. Valkova – PhD (Geography), Assoc. Prof., Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University;

e-mail: valkovatm@yandex.ru

Anastasia S. Glemeida – 4th year student, Department of Recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University;

e-mail: glemeida22@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Валькова Т. М., Глемейда А. С. Гастрономический туризм в Русской Арктике: туристские ресурсы территории // Географическая среда и живые системы. 2023. № 4. С. 151–172.

DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-151-172

FOR CITATION

Valkova T. M., Glemeida A. S. Gastronomic tourism in the Russian Arctic: territoire tourism resourses. In: *Geographical Environment and Living Systems*, 2023, no. 3, pp. 151–172.

DOI: 10.18384/2712-7621-2023-4-151-172