

Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии: федер. закон от 05.02.2018 № 16-ФЗ.

3. О продлении действия разрешений и иных особенностях в отношении разрешительной деятельности в 2020 году: постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 440.

4. Об утверждении Положения о классификации гостиниц: постановление Правительства РФ от 18.11.2020 № 1860.

5. http://businesspskov.ru/rdosug/travel/186665.html?utm_source=yxn&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FRossiyane_perechislili_vazhnye_usloviya_privybore_otelya--ef6a357d270d048f0609fa7a3b594777

6. <https://ria.ru/20200109/1563207057.html>

7. Толковый словарь русского языка: 72 500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 2-е изд., испр. и доп. М.: Азъ, 1994.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ БРЕНДОВ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

GASTRONOMIC BRANDS IDENTIFICATION OF THE KEMEROVO REGION

УДК 338.48 (571.17)

О.А. Брель, *заведующая кафедрой, brel_o_a@mail.ru*

Ф.Ю. Кайзер, *старший преподаватель кафедры,*
filipp.kaizer@yandex.ru

Кафедра геологии и географии

Кемеровского государственного университета,

г. Кемерово, Россия

O.A. Brel', Head of the Department, Grand PhD in Education,
Associate Professor, brel_o_a@mail.ru

Ph.Ju. Kaizer, Senior Lecturer, filipp.kaizer@yandex.ru
Department of Geology and Geography of Kemerovo State University,
Kemerovo, Russia

Ключевые слова: туризм; гастрономические особенности; гастрономический бренд; туристско-рекреационный район; Кемеровская область; идентификация.

Keywords: tourism; gastronomic features; gastronomic brands; tourist-recreational area; Kemerovo region; identification.

Определяются гастрономические особенности туристско-рекреационных районов Кемеровской области с целью идентификации гастрономических брендов. Выявлена не только гастрономическая специфика районов, но и сходные характеристики. На основе этого проведено объединение районов с близкими гастрономическими характеристиками, национально-гастрономической и природно-гастрономической спецификой, а также с общими возможностями создания и продвижения единого гастрономического бренда территории в группы. Исследование показало все многообразие гастрономических особенностей Кузбасса и широкие возможности для продвижения гастрономических брендов как дополнительного механизма привлечения туристов в регион.

The article defines the gastronomic features of the tourist-recreational areas of the Kemerovo region in order to identify gastronomic brands. Revealed not only the gastronomic specificity of the regions, but also similar characteristics. On the basis of this, the authors have combined areas with similar gastronomic characteristics, national gastronomic and natural gastronomic specifics, as well as with the general possibilities of creating and promoting a single gastronomic brand of the territory into groups. The study showed all the variety of Kuzbass gastronomic features and ample opportunities for promoting gastronomic brands as an additional mechanism for attracting tourists to the region.

Территориальная идентичность играет важную роль в формировании образа дестинации в сознании потребителей исходя из их предпочтений и потребностей. В поисках впечатлений и с целью удовлетворения рекреационных потребностей турист с большей вероятностью в качестве места путешествия выберет территорию с устойчивым туристским образом, вызывающим желание ее посетить. Значимым фактором формирования привлекательного образа туристской дестинации является наличие узнаваемых, запоминающихся брендов, повышающих конкурентные преимущества территории на туристском рынке.

Бренд – это реальный визуальный или виртуальный символ, с помощью которого подчеркивается уникальность и оригинальность территории, а туристы узнают, запоминают дестинацию и выделяют ее среди других [1]. Важной составляющей туристского бренда региона является его гастрономический компонент. Гастрономические особенности территории отражают ее культуру, традиции, историю, природные и климатические особенности, специфику региона, в том числе связанную с его промышленной (хозяйственной) специализацией, а гастрономический бренд позволяет повысить attractiveness территории, создавая дополнительную мотивацию, повод для ее посещения [2].

В России не так много территорий, известных на всю страну своими гастрономическими брендами, тем не менее они есть: Тульская область – тульский пряник, Алтайский край – алтайский мед, Республика Адыгея – адыгейский сыр, Краснодарский край – вина «Абрау-Дюрсо», Астраханская область – астраханский арбуз, Тверская область – пожарские котлеты, Республика Крым – знаменитые вина «Массандра», Вологодская область – вологодское масло, Ростовская область – донская уха, Республика Саха (Якутия) – строганина, Республика Дагестан – блюда из баранины и т.д. Но на местном (региональном) уровне гораздо больше территорий могут похвастаться своими уникальными гастрономическими особенностями, которые в силу малой «раскрученности» извест-

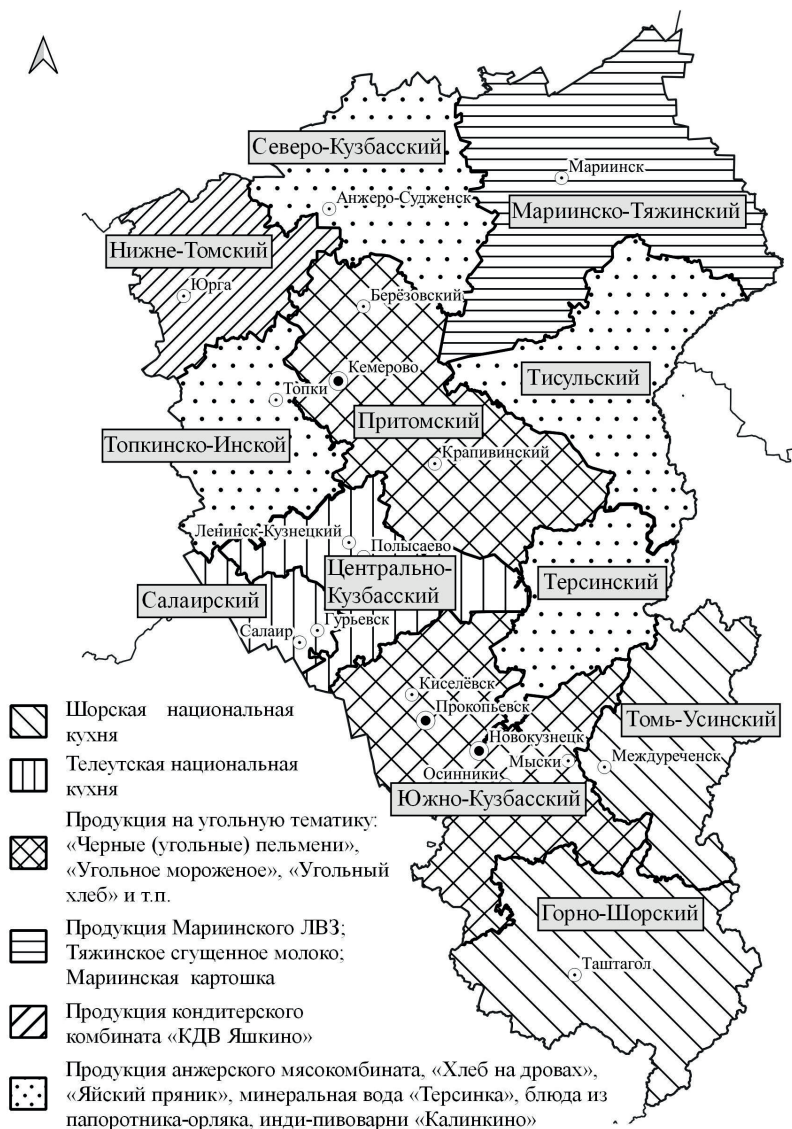
ны не очень широкому кругу потребителей, в основном проживающих в самом регионе.

У Кемеровской области, которая в последнее десятилетие активно развивает туризм, как и у большинства регионов, отсутствует ярко выраженный гастрономический бренд, который бы ассоциировался с территорией и вызывал устойчивый туристский образ. Кузбасс – регион с богатыми традициями и историей, связанной не только с открытием угля и промышленным освоением недр, но и с коренными народами, с сибирским колоритом, многонациональными традиционными праздниками и трудовыми буднями. В настоящее время в регионе ведутся попытки продвижения региональной кухни, сочетающей блюда коренных народов с продукцией, связанной с угольным образом Кузбасса, в рамках развития бренда «Кузбасская кухня».

В настоящем исследовании авторами проведена идентификация гастрономических брендов Кемеровской области в 12 туристско-рекреационных районах Кузбасса с последующей их группировкой по ряду сходных характеристик.

За основу взято туристско-рекреационное районирование Кемеровской области, предложенное С.Д. Тивяковым (1989), исходя из критериев внутреннего единства природы, уровня транспортной доступности и степени туристской освоенности, преобладающих видов туризма [3]. Отметим, что проведенное С.Д. Тивяковым районирование активно используется в исследованиях по рекреационной географии Кемеровской области, а также принято администрацией региона для разработки ряда программ и стратегий развития туристской деятельности [4; 5; 6].

На базе предложенного С.Д. Тивяковым районирования авторами были проведены исследования по выявлению гастрономических особенностей каждого туристско-рекреационного района, которые могли бы стать гастрономическими брендами не только отдельных районов, но и региона в целом (см. рис.).



Картограмма гастрономических брендов Кемеровской области на основе туристско-рекреационного районирования региона

Первым туристско-рекреационным районом выступает Горно-Шорский, где расположен знаменитый горнолыжный курорт Шерегеш. Здесь наряду с горнолыжным, событийным и этнографическим видами туризма (Горная Шория – место компактного проживания шорцев), весьма перспективным видом может стать гастрономический туризм. В качестве гастрономического бренда могут выступить шорские национальные блюда, а именно: пельмени «пелбен», блюда из папоротника-орляка, суп «тутмаш» (мясной суп с шариками из теста), суп «иурге» (крупяной), кровяная колбаса «кан», пирожки с начинкой «перегештер», десерт «токчок», медовые шарики «арбачак», пирог «курмек» и многое другое. Также на территории района проводится ряд мероприятий, способствующих развитию гастрономического туризма. К ним относятся фестиваль-ярмарка «Всекузбасская масленица», фестиваль под эгидой проекта «Гастрономическая карта России» и др.

Мариинско-Тяжинский туристско-рекреационный район славится кофейным коктейлем «Старый Мариинск» и продукцией мариинского ликеро-водочного завода, которые могли бы стать гастрономическими брендами района вместе, например, с национальными мордовскими блюдами, среди которых блины на манке, пачат, шонгорям, медовый кисель. Также район славится тяжинским сгущенным молоком, итатским пряником с джемом из местных ягод и другими продуктами и блюдами. Помимо этого, отличительной особенностью продвижения данного района в рамках гастрономического туризма является картофель и блюда с его использованием, так как Мариинский район – родина мирового рекорда по урожаю картофеля, установленного более 75 лет назад. В городе Мариинске даже есть памятник картошке, который уже является одной из визитных карточек города.

На территории *Нижне-Томского* района в качестве гастрономического бренда выступает известная во многих уголках России продукция кондитерского комбината «КДВ Яшкино» (вафли, печенье, конфеты и т.д.), также потенциальными брендами могут быть тайгинский пряник, сало по-тайгински и др. Кроме того, в этом туристско-рекреационном районе расположен историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница» – излюбленное место жителей

Кузбасса и соседних регионов, где уже традиционным стало проведение событийных гастрономических мероприятий, способствующих популяризации региональных гастрономических брендов. В качестве примера приведем только несколько из них: фольклорно-гастрономический фестиваль «Праздник сибирского самовара», куда съезжаются травники и пасечники со всего региона и представляют на дегустацию мед разных сортов, медовуху, чай, напитки и кулинарные изделия из целебных сибирских трав; фестиваль казачьей культуры и гастрономический фестиваль «Национальная кухня», где представляются гастрономические изыски народов, проживающих в Кузбассе.

В *Притомском* районе со столицей Кузбасса г. Кемерово, который является центром историко-культурного и промышленного туризма, гастрономическим брендом могут выступить блюда и продукты, передающие специфику угольного региона и способные удивить гостей своей неповторимостью и кузбасским колоритом: черные пельмени (пельмени из «угольного» теста), «угольный» хлеб, «угольная» паста (черные макароны), «угольное» мороженое, закуска «Шахтерский тормозок», а также отражающие сибирские, таежные и другие гастрономические особенности региона: пирог с колбой, соленый папоротник в вакууме, крапивинский пряник «Тайдон» и национальные блюда чувашской кухни (чувашское пиво, чувашское блюдо «шартан» и др.).

Салаирский туристско-рекреационный район богат телеутской национальной кухней, которая может стать основой для продвижения гастрономического бренда района. Например, зразы по-телеутски с начинкой из черемши с гарниром из папоротника, жареные калачики «кайнаткан калачик», жареные пирожки «кайнаткан порек», хворост «катама», воздушное печенье «табаккурсагы», творог «аарчы», суп «тутмаш», мясной пирог «курник» и многое другое не оставят равнодушными любителей гастрономических изысков и национального колорита.

В *Северо-Кузбасском* районе в качестве гастрономического бренда предлагается продукция анжерского мясокомбината, хлеб на дровах, яйский пряник, грибные деликатесы, блюда

из колбы (черемши). *Терсинский* район представлен производством минеральной воды «Терсинка», которая, помимо гастрономического бренда, ассоциируется с сибирским здоровьем, крепким духом, силой гор Кузнецкого Алатау. В *Тисульском* туристско-рекреационном районе гастрономическим брендом могут стать разноцветные фаршированные блины «Светофор», а также блюда из папоротника-орляка. В качестве гастрономического бренда *Томь-Усинского района*, как и в Горно-Шорском районе, могут выступить шорские национальные блюда («пелбен», «тутмаш», «иурге», «кан», «пергештер», «токчок» и т.п.).

Основными гастрономическими брендами *Топкинско-Инского* района могут выступить продукция инди-пивоварни «Калинкино», домашняя молочная продукция сибирского казачьего острога. На территории *Центрально-Кузбасского* района гастрономическим брендом, как и в Салаирском районе, предлагается телеутская национальная кухня.

В *Южно-Кузбасском* туристско-рекреационном районе, где расположен г. Новокузнецк – южная столица Кузбасса, гастрономическим брендом может стать лагман «калтанский», мороженое «Сибирский уголь», водка «Кузнецкий острог» и др. Помимо этого, на территории района ежегодно проводится гастрономический фестиваль «Вишневый рай Кузбасса», на котором представлены различные блюда из вишни и хлебобулочные изделия с вишневой начинкой.

Выявление и идентификация гастрономических брендов туристско-рекреационных районов Кемеровской области дали возможность определить не только их гастрономическую специфику, но и сходные характеристики. Это позволило провести объединение районов с близкими гастрономическими особенностями, национально-гастрономической и природно-гастрономической спецификой, а также с общими возможностями создания и продвижения единого гастрономического бренда территории в шесть групп (см. табл.).

По мнению авторов, это облегчит разработку и реализацию механизмов (программ, стратегий) позиционирования не только гастрономических брендов региона, но и общего туристского бренда Кузбасса.

Гастрономические бренды Кемеровской области

Туристско-рекреационные районы	Гастрономические бренды	Значение
Горно-Шорский, Томь-Усинский	Шорская национальная кухня	Федеральное
Салаирский, Центральнo-Кузбасский	Телеутская национальная кухня	Федеральное
Притомский, Южно-Кузбасский	Продукция на угольную тематику: черные («угольные») пельмени, «угольное» мороженое, «угольная» паста, «угольный» хлеб и т.п.	Федеральное
Мариинско-Тяжинский	Продукция Мариинского ликеро-водочного завода; тяжинское сгущенное молоко; мариинская картошка	Федеральное
Нижне-Томский	Продукция кондитерского комбината «КДВ Яшкино» (вафли, печенье и др.)	Федеральное
Северо-Кузбасский, Терсинский, Тисульский, Топкинско-Инской	Продукция анжерского мясокомбината, хлеб на дровах, яйский пряник, минеральная вода «Терсинка», блюда из папоротника-орляка, продукция инди-пивоварни «Калинкино»	Региональное

Таким образом, проведенная идентификация гастрономических брендов на основе туристско-рекреационного районирования Кемеровской области показала все многообразие

гастрономических особенностей Кузбасса и широкие возможности для продвижения гастрономических брендов как дополнительного механизма привлечения туристов в регион.

Литература и источники

1. Егорова Е.Н., Цыганова В.О. Бренд как фактор развития туристского региона // *Colloquium-Journal*. 2019. № 20-5 (44). С. 4–6.
2. Трабская Ю.Г., Чернова Е.В. Роль гастрономических брендов в продвижении туристских дестинаций // *Известия Санкт-Петербургского экономического университета*. 2015. № 1 (91). С. 52–59.
3. Тивяков С. Д. Рекреационное районирование Кемеровской области // *Природа и экономика Кузбасса*. Новокузнецк, 1989. С. 37–42.
4. Евтушик Н.Г., Кузьминых О.А. Особенности рекреационных районов Кемеровской области и их экологическая оценка // *Природа и экономика Кемеровской области и сопредельных территорий*. Новокузнецк, 2015. С. 38–41.
5. Кайзер Ф.Ю. Туристско-рекреационное районирование Кемеровской области // *Цифровая география: материалы Всерос. научно-практ. конф. с междунар. участием «Цифровые и геоинформационные технологии в изучении территориальных общественных систем, рекреационной географии и туризме»* / науч. ред. А.И. Зырянов. Пермь, 2020. Т. 2. С. 146–149.
6. Об утверждении стратегии развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса на период до 2025 года: распоряжение коллегии администрации Кемеровской области от 03.06.2015 № 301-р. URL: <https://docs.cntd.ru/document/428564318> (дата обращения: 17.08.2021).